

2022/182 0.04.05.03 Postulat

Postulat "Herberge Sportanlage Meierwiesen", Bericht und Antrag an das Parlament

Beschluss Stadtrat

1. Antrag und Bericht zum Postulat "Herberge Sportanlage Meierwiesen" werden genehmigt und dem Parlament zur Beschlussfassung unterbreitet.
2. Öffentlichkeit des Beschlusses:
 - Der Beschluss ist per sofort öffentlich.
3. Mitteilung durch Sekretariat an:
 - Parlamentsdienste (zuhanden Parlament)
 - Geschäftsbereich Sicherheit, Sport + Kultur

Ausgangslage

Das Ressort Bevölkerung + Sport unterbreitet dem Stadtrat den Antrag und den Bericht zum Postulat "Herberge Sportanlage Meierwiesen" zur Überweisung an das Parlament.

Antrag

Der Stadtrat beantragt dem Parlament, es möge folgenden Beschluss fassen:
(Zuständig im Stadtrat Marco Martino, Ressort Bevölkerung + Sport)

Dem Bericht des Stadtrats zum Postulat "Herberge Sportanlage Meierwiesen" wird zugestimmt und das Postulat abgeschrieben.

Bericht

Ausgangslage

Das Parlament hat dem Stadtrat am 15. März 2021 das Postulat "Herberge Meierwiesen" zur Berichtserstattung und Antragstellung überwiesen. Es ist gemäss Art. 44 der Geschäftsordnung des Parlaments (GeschO Parlament) eine "Aufforderung an den Stadtrat zu prüfen, ob eine Massnahme in seiner Kompetenz zu treffen oder ob ein Beschluss in der Zuständigkeit der Gemeinde oder des Gemeinderates zu fassen sei". Nach Art. 45 Abs. 4 GeschO Parlament hat der Stadtrat über ein überwiesenes Postulat innert neun Monaten Bericht zu erstatten und Antrag zu stellen. Mit dem ersten Bericht war das Parlament an seiner Sitzung vom 31. Januar 2022 nicht zufrieden und lehnte den Bericht des Stadtrats ab. Das Postulat wurde nicht abgeschrieben.

Der Stadtrat wurde eingeladen nochmals folgende Punkte zu prüfen und das weitere Vorgehen festzulegen:

- Soll die Herberge beibehalten oder sollen die Räumlichkeiten einem anderen Zweck zugeführt werden?
- Wenn die Herberge beibehalten werden soll, soll sie mit dem Ziel einer Attraktivitätssteigerung baulich verändert werden? Sieht der Stadtrat weitere Möglichkeiten, um die Auslastung – auch unabhängig von der Errichtung eines zusätzlichen Fussballfelds – nachhaltig zu steigern?
- Wenn die Räumlichkeiten der Herberge einem anderen Zweck zugeführt werden sollen, welche Möglichkeiten sind aus Sicht des Stadtrats denkbar?

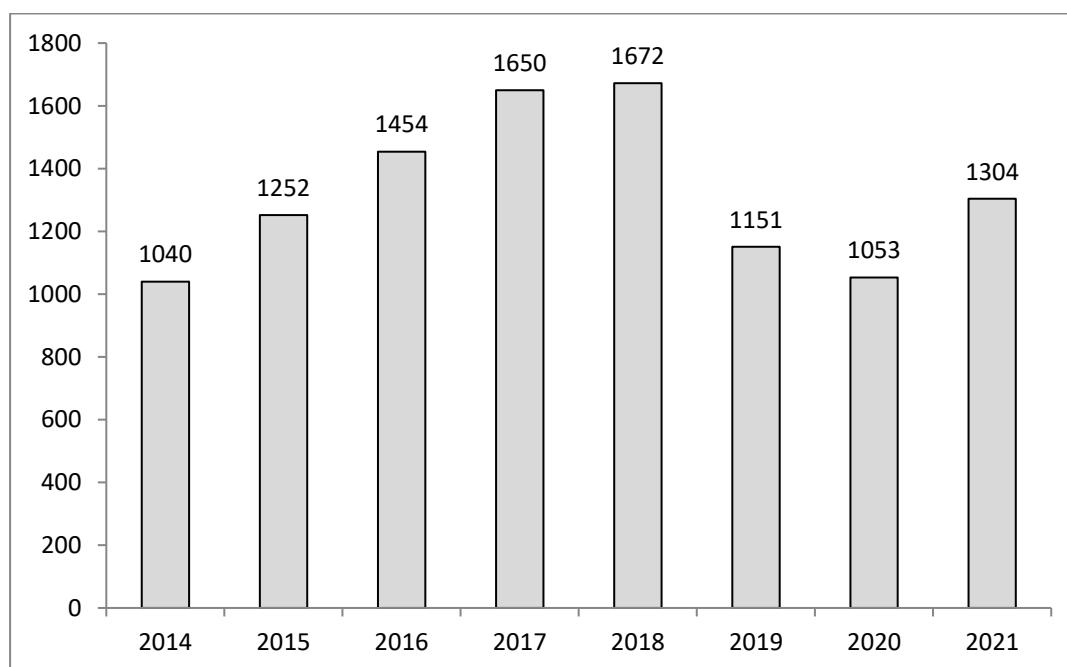
Nachdem das Parlament nach der Erstbeantwortung des Postulats noch weitere unbeantwortete Fragen hatte, wurde das Projekt extern an eine Beraterfirma vergeben. Diese Firma ist auf Hotellerie und Gastronomie spezialisiert und konnte die Sportlerunterkunft Meierwiesen von einer anderen Sichtweise durchleuchten und analysieren. Dies immer mit dem Hauptziel "mit neuen Ideen zu mehr Übernachtungsgästen".

In insgesamt vier Etappen bis Herbst 2013 wurde die Wetziker Sportanlage Meierwiesen saniert und um ein Mehrzweckgebäude mit Herberge und einem Sportcafé erweitert. 2014 konnte die Herberge ihre Türen öffnen. Bei der Unterkunft mit elf Vierbett- und drei Zweibett-Zimmern wurde der Fokus hauptsächlich auf die Beherbergung von Teilnehmenden von Trainingslagern gesetzt. Des Weiteren konnte mit der Realisierung der Herberge erreicht werden, den Sportgästen eine günstige Übernachtungsalternative zu bieten. Interessierte Vereinen nutzten für ihre Trainingslager bis dahin die Zivilschutzanlage als Unterkunft.

Der Stadtrat hat sich mit dem Thema Herberge auf der Sportanlage Meierwiesen nochmals auseinandergesetzt und sich grundsätzliche sowie strategische Gedanken dazu gemacht, wie eine zukünftige Nutzung der Herberge Meierwiesen aussehen soll. Der Stadtrat ist nach wie vor von der Herberge auf der Sportanlage Meierwiesen überzeugt und möchte diese auch in Zukunft beibehalten und weiter betreiben.

Mit der Beantwortung des Postulats wird aufgezeigt, mit welchen Massnahmen der Stadtrat für die Herberge Meierwiesen eine bessere Auslastung anstrebt. Die Übernachtungszahlen müssen sich in den nächsten drei Jahren positiv verändern und klar eine steigende Tendenz aufzeigen, ansonsten muss eine Umnutzung der Herberge in Betracht gezogen werden.

Die Belegungszahlen der Herberge Meierwiesen sehen seit der Eröffnung im Jahr 2014 folgendermassen aus:



Seit der Inbetriebnahme der Herberge sind die Zahlen bis ins Jahr 2018 stets angestiegen. Das Jahr 2019 war infolge diverser Absagen von bereits geplanten Lagern das bis anhin schlechteste Jahr seit der Eröffnung im Jahr 2014. Die Belegungszahlen des Jahres 2020 sind aufgrund der Covid19-Pandemie nur schwer mit den Vorjahren vergleichbar. In den letzten Jahren lag die Auslastung der Betten jeweils unter 10%. Eine Bettenauslastung von 100% entspricht dem Produkt der Anzahl Betten (50) und der Anzahl der Kalendertage (365) an denen die Herberge offen ist. Ein Ziel ist es, die Bettenauslastung konstant über 10% (1825 Übernachtungen) zu bringen. Die Jahre 2023 bis 2025 werden für die Zukunft der Sportlerunterkunft wegweisend sein.

Zusammen mit der Sportanlage Meierwiesen der Stadt Wetzikon (Kunsteisbahn, Fussballplätze, Leichtathletikanlage, Beachvolleyball-Felder) bildet die Herberge Meierwiesen ein polysportives Zentrum. Es gibt nur wenige Sportanlagen im Kanton Zürich bzw. in der ganzen Schweiz mit einer eigenen Unterkunft wie sie in Wetzikon vorzufinden ist.

In schöner Umgebung bietet die Sportanlage Meierwiesen optimale Rahmenbedingungen für eine Vielzahl von Sportarten. Mit dem Neubau des Naturrasen-Fussballplatz 6, welcher voraussichtlich 2023 in Betrieb genommen wird, ergeben sich nochmals neue interessante Vermarktungsmöglichkeiten. Der Fussballplatz 6 wird zur alleinigen Verfügung der Abteilung Sport + Freizeit stehen, die Kantonsschule wird diesen Platz nicht für sich beanspruchen können.

Somit besteht erstmalig für die Abteilung Sport + Freizeit die Chance, auch Fussballvereine für Lager zu gewinnen und die Übernachtungszahlen der Herberge so erhöhen zu können. Fussball gehört nach wie vor zu den beliebtesten Sportarten und der Schweizer Amateurfussball boomt nach Angaben des Schweizer Fussballverbands. So kann eine für die Herberge sehr wichtige Klientel aktiv beworben werden.

Analysebericht der Sportlerunterkunft Meierwiesen durch die Beraterfirma

SWOT Analyse

Stärken:

- Gutes Team und dessen Wille etwas zu bewegen
- Vielzahl von Sportanlagen (USP)
- Schöne, gepflegte Herberge. Es wurden wertige Materialien ausgewählt und verbaut
- Attraktive Lage

Schwächen:

- Team kommt nicht aus der Hospitality-Branche.
- Keine freie Sportfacility zu vermarkten (Packages)
- Online: Auffindbarkeit & Buchbarkeit
- Online Auftritt, Buchbarkeit & Reichweite:

Auf Platz wird sichtlich in die Digitalisierung investiert. Die Website wurde jedoch vernachlässigt. Ein touristisches Produkt braucht eine eigene, emotional aufgeladene Website mit den wichtigsten Features und einer direkten Buchbarkeit mit wenigen Klicks. Kontaktformulare und die Aufforderung des Gastes seine Bedürfnisse per E-Mail zu adressieren sind nicht mehr üblich. Der Markt verlangt einfache und schnelle (Ladezeiten, Übersichtlichkeit), in die Website integrierte, Buchungsmaske. Diese verfügen über offene API-Schnittstellen zu den gängigen, grossen OTA's (Online Travel Agencies) wie booking.com, Search-Anbietern und Vergleichsplattformen wie Google und TripAdvisor sowie nationalen Vermarktungsnetzwerken wie Schweiz Tourismus, Zürich Tourismus etc.

- Qualitätsmanagement & Meta-Search:

Das Bewertungsmanagement und damit die Online-Interaktion mit dem Gast wird nicht proaktiv gepflegt.

Chancen:

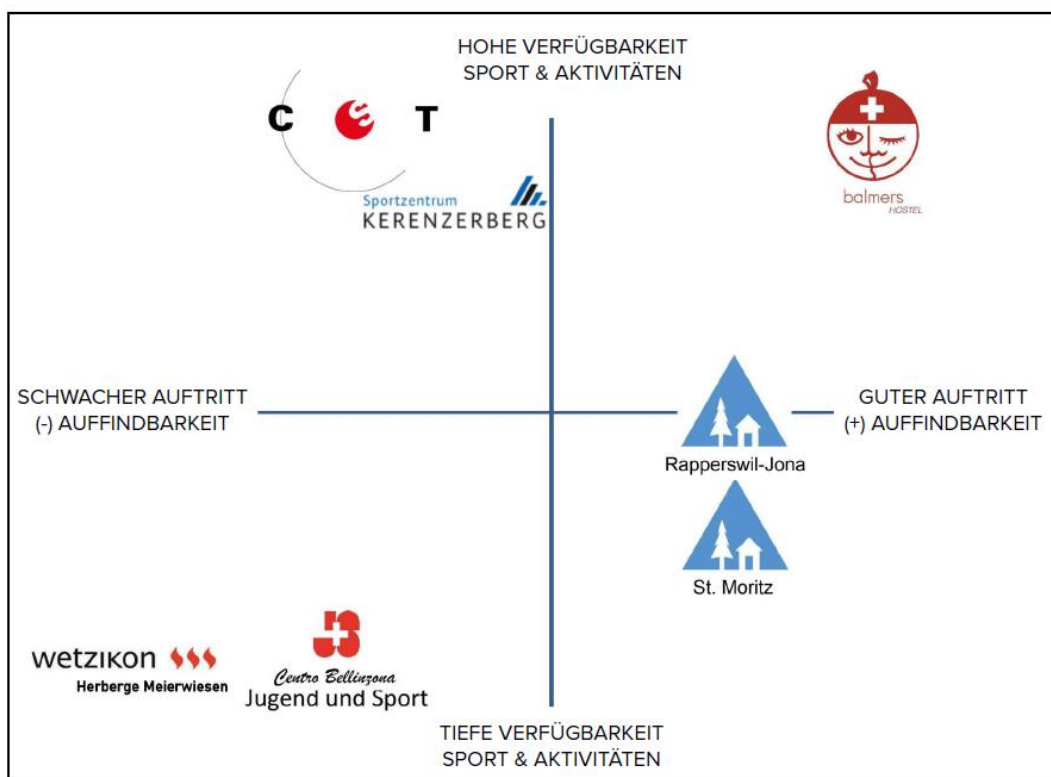
- Neues Fussballfeld
- Das Team ist zwar nicht aus der Hospitality-Branche, macht aber stark den Eindruck als wären sie wissbegierig und voller Lust das Ruder herumzureissen
- Grosse Badi mit innovativer Wasserrutsche
- Monetäre Vergütung der Kantonsschule für Exklusivität

- Speisevielfalt der umliegenden Gastrobetriebe
- Nähe zu Jucker Farm, Sauriermuseum Aathal, Pfäffiker See (<4km), Alpenbad, SchlossRapperswil, Greifensee (<10km)

Risiken:

- Neues Fussballfeld wird wieder zum grössten Teil fremdvergeben
- Begrenzte Flexibilität bei Sport-Gruppengeschäft
- Exklusivität der Kantonsschule
- Verpachtete Gastrobetriebe

Positionierungskreuz



Essenz:

Konkurrenz ist nicht das Hotel gegenüber, sondern die Herbergen der Schweiz. Breitensportlern, Vereinen, aktiven Gästegruppen und Sportlern ist es primär egal wo sie ihr Hobby ausüben oder wo sie sich auf den Wettkampf vorbereiten. Wichtig ist die Verfügbarkeit der Infrastruktur, der Kontakt mit dem Gastgeber- & Sportinfrastruktur Team, sowie ein gutes Gesamtprodukt inkl. Speisemöglichkeiten.

Fazit:

Verschiedene Positionierungen vergleichbarer Produkte sind möglich. Recherchen im Sport-Netzwerk haben ergeben, dass ambitionierte Fussball-Clubs (Auswahlen) durchaus über eigene hochwertige Infrastrukturen für Trainingslager verfügen. Eine klare Positionierung auf den Breitensport (Polysportive-Wochen, Vereine, Klassen, Lager etc.) ist ausschliesslich beim Centro Sportivo Tenero und bei den J+S Zentren sowie z.T. bei den Schweizerischen Jugendherbergen ersichtlich. Je näher ein Produkt der Politik (Ämter) angegliedert ist, desto emotionsloser, technischer und komplizierter sind Auftritt und Buchbarkeit. Ein (Trainings-) Lager macht den Beteiligten Spass - der Vorbereitungs-/Buchungsprozess tut es in vielen Fällen leider nicht.

Marketing

Analyse online – Auffindbarkeit & Buchbarkeit

Auf folgenden Plattformen ist die Herberge Meierwiesen auffindbar:

LOGO	PLATTFORM/WEBSEITE	BESCHREIBUNG	AUFTRITT
	www.wetzikon.ch	Webseite der Stadt Wetzikon.	<ul style="list-style-type: none"> - Buchbarkeit nur per E-Mail oder Telefon - Sehr sachlich und nüchtern - wenig Emotionalität - Kein eigenes Branding - Auftritt der Stadt Wetzikon
	www.zuerioberland-tourismus.ch	Webseite des Tourismusverband - Zürioberland	<ul style="list-style-type: none"> - Minimale Informationen - 1 Foto der Herberge
	www.tripadvisor.com	Bewertungsplattform „Herberge Meierwiesen“	<ul style="list-style-type: none"> - gute, aber wenige Bewertungen (5) - Fotos der Herberge sind ok, jedoch keine Fotos der Sportanlagen (USP)
	www.google.com (Google-Profil)	Google-Profil „Herberge Meierwiesen“	<ul style="list-style-type: none"> - gute, aber wenige Bewertungen (3) - Nur ein Foto der Herberge, keine Fotos der Sportanlagen - Wenig und zum Teil falsche Informationen (Ausstattungsmerkmal: „Keine Pools“)
	www.facebook.com	Social Media „Herberge Meierwiesen“	<ul style="list-style-type: none"> - nur wenig Emotionalität - Keine Fotos der Sportanlagen, keine Videos - Kein Storytelling oder Regelmässigkeit - 151 Followers
	www.instagram.com (Indirekt - Sport & Freizeit Wetzikon)	Social Media @sport_freizeit_wetzikon	<ul style="list-style-type: none"> - Sportanlagen im Fokus, Herberge nur marginal vertreten - Fotos von gut bis weniger gut - 264 Followers

LOGO	PLATTFORM/WEBSEITE	BESCHREIBUNG	AUFTRITT
	www.mycity.ch	Media Partner	<ul style="list-style-type: none"> - Die wichtigsten Informationen sind enthalten - 1 Foto der Herberge - Sportanlagen sind im Text erwähnt
	www.wetzipedia.ch	Ein Wikipedia für Wetzikon	<ul style="list-style-type: none"> - Viele interessante Fakten und Fotos zur Sportanlage Meierwiesen - Geschichte der Anlage - Eine gute Sammlung von alten und neuen Fotos der Sportanlagen
	www.trip.com	Buchungsplattform	<ul style="list-style-type: none"> - Keine Fotos - Informationen bestehen nur aus der Adresse - Keine Buchbarkeit (auch keine Angabe von E-Mailadresse oder Telefonnummer)

Essenz:

Eine gute Auffindbarkeit, sowie Buchbarkeit mit möglichst wenig Buchungsbarrieren sind im Online Marketing massgeblich. Dabei sind auch ein einheitlicher Auftritt (Branding), die attraktive Darstellung der Angebote (Sportanlagen - USP) und der richtige Content (Foto/Film - besonders im Bereich Social-Media) wichtige Bestandteile die aufeinander abgestimmt sein müssen.

Fazit:

Besonders auffällig ist, dass es kein einheitliches Branding der Herberge Meierwiesen gibt. Je nach dem auf welcher Plattform man landet, steht entweder die Herberge Meierwiesen oder dann die Sportanlagen Wetzikon im Fokus. Das Angebot der Herberge und die Vielzahl an Sportmöglichkeiten werden vom Gast so nicht wahrgenommen. Der USP (Unique Selling Proposition) wird im Bereich Marketing klar zu wenig kommuniziert und emotional aufgeladen. Die einzige Möglichkeit in der Herberge ein Zimmer zu buchen, ist per E-Mail oder per Telefon. Eine direkte Online-Buchung ist heute Standard (besonders in Zürich und Umgebung).

Operative Massnahmen

Angebotsgestaltung

Mit vielen vereinzelt Massnahmen im Bereich der Angebotsgestaltung und Marketing ist es möglich eine Auslastung von über 10% zu erreichen. Tourismus ist keine exakte Wissenschaft. Mit Effekten aus Wirtschaft, Währungspolitik, Meteorologie und Gesundheit muss gerechnet werden.

- **Angebotsgestaltung:**

Welche Aktivitäten können neben den Sportarten am Platz vermarktet werden (Zusatzangebote, Packages)? Für das Volumen ist der Fussball wichtig. Dennoch sollte man sich überlegen ob man die Attraktivität der anderen vorhandenen Aktivitäten nicht steigern kann (Bäder, Basketballplätze, Volleyballplätze, Street-Workout-Park, etc.).

- **Online Buchbarkeit sicherstellen:**

OTA's wie booking.com oder TripAdvisor bieten - im Gegenzug für ihre Kommission - eine massive Sichtbarkeit und dem Gast eine einfachste Buchungsabwicklung.

- **Check-in Prozess:**

Die Schlüsselkästen sind bereits fortschrittlich; mit dem Trend gehen und die neuen Möglichkeiten in den Bereichen Pre-Stay Check-in, Self-Check-out (via Handy) sowie Mobile Key prüfen.

- Essen im Zimmer soll erlaubt sein (Guidelines überarbeiten, Verbote eliminieren).

- Übernachtungsgäste müssen verfügbare Slots auf Sportplätzen (Fussball, Eisbahn, Leichtathletik, Volley etc.) verbindlich buchen können. Wenn immer möglich online buchbar machen.

- Zimmerpreise statt Personenpreise vermarkten > Attraktivitätssteigerung bei Familien und Kleingruppen. Dennoch: Bevor nicht genügend Sportplatzkapazitäten für die Vermarktung verfügbar sind und der Online-Auftritt kein Upgrade erhalten hat ist die Preis-Diskussion nicht zu priorisieren.

- Mindestaufenthalte für Trainingslager definieren.

Marketing

Die Herberge Meierwiesen hat mit all den Sportmöglichkeiten in nächster Umgebung einen starken USP. Um die Übernachtungen zu steigern müssen das Angebot und die Konditionen für den Gast klar ersichtlich sein. Zurzeit besteht das Marketing aus vereinzelt Massnahmen, wenig aufeinander abgestimmt, nicht auf den USP und die Zielkundschaft ausgerichtet und ohne einheitlichen Auftritt (Branding). Wichtig ist eine klare Angebotsgestaltung und anschliessend ein zielgerichtetes Marketing (möglichst wenig Streuverlust – das richtige Angebot an den richtigen Gast).

- **Marketingplan:**

Das Erstellen eines Marketingplans ist unabdingbar. Dazu gehört die Definition des USP, die Erstellung von Buyer Personas (Merkmale der Personen innerhalb einer Zielgruppe), geplante Marketing-Massnahmen und die Verteilung der Zuständigkeiten. Dabei wird auch klar unterschieden zwischen Marketing für Gruppen/Vereine oder das Marketing für Einzelpersonen/Paare/Familien.

- **Branding:**

Die Herberge Meierwiesen hat keinen eignen, emotionalen Auftritt und ist entweder in Verbindung mit der Stadt Wetzikon oder der Sportanlagen Wetzikon wahrzunehmen. Ein eigenes Branding bringt Vorteile in der Wahrnehmung, der Signalistik und vereinfacht das Marketing allgemein.

Ein eigenständiger Auftritt der emotional aufgeladen werden kann (es soll Lust machen, in der Herberge Meierwiesen zu übernachten) und die Herberge Meierwiesen als idealen Ort für Sportbegeisterte zu präsentieren.

Die wichtigsten Bestandteile eines neuen Branding sind:

- Eigenes Logo.
- Eigene Website (Möglichkeit zur Online-Buchung, Landingpage kann emotional aufgeladen werden, das Angebot kann besser dargestellt werden).
- Evtl. ein Zusatz zum Namen wie z.B. „Sport Herberge Meierwiesen“ (USP hervorheben).
- Kleines CI/CD (Corporate Identity / Corporate Design) - dient als Handbuch für die Verantwortlichen im Marketing.

- Auffindbarkeit:

Alle Online-Auftritte (z.B. TripAdvisor, Google, Website, Social Media, Partner-Sites, Tourismus Seiten etc.) aktiver bewirtschaften. Regelmässige Content-Updates und eine gute Google-Ads-Kampagne erhöhen die Sichtbarkeit bei Suchanfragen. Dabei gilt es besonders die richtigen Key-Words zu verwenden. Diese werden mit der Ausarbeitung der Buyer Personas einfacher definiert werden können.

- OTA:

Wir empfehlen die Herberge auf der grössten Buchungsplattform booking.com buchbar zu machen.

- Bewertungen:

Die Anzahl an Online-Bewertungen massiv erhöhen. Die Gäste aktiv nach einer Bewertung bitten. Dabei sind insbesondere die Bewertungen auf Google, TripAdvisor und Facebook massgeblich. Auch ist es wichtig eine Bewertung (positiv als auch negativ) zu beantworten oder zu kommentieren.

- Influencing:

Welche bestehenden Partner (Teams, Gäste, Vereine, Equipment-Partner etc.) haben wir und könnten für uns - z.B. via Social-Media – als Beeinflusser wirken, indem sie Content von uns teilen? Welches sind die Promotoren unter unseren Gästen (die wirtschaftlich besten Gäste sind nicht immer die vermarktungstechnisch wichtigsten Kunden)? Dieses Thema wird in der Erarbeitung des Marketingplans vertieft.

- Content:

Erstellung von neuem Content (Fotos/Videos) und optimale Verwertung des bestehenden Contents. Der Marketingplan gibt die Richtung vor. Das Erstellen von neuem Content dient zur optimalen Vermarktung der Angebote. Dies erfolgt abgestimmt auf die Buyer Personas und den USP. Um möglichst kosteneffizient zu produzieren, soll der Content so produziert werden, dass er auf allen vorgegebenen Plattformen verwendet werden kann.

- Werbekampagne:

Erstellung von zielgerichteten Social-Media-Kampagnen. Facebook und Instagram bieten die Möglichkeit Werbebotschaften an eine genau definierte Zielgruppe auszuliefern. Mit dem USP der (Sport)-Herberge Meierwiesen eignen sich solche Kampagnen sehr gut und sind weniger kostenintensiv wie beispielsweise TV-Spots und weisen ebenfalls weniger Streuverlust auf.

Die Akquise von Teams und Gruppen (Schulklassen, Vereine, etc.) lohnt sich erst nach erfolgreicher Angebotsgestaltung (insbesondere die Verpflegung und die Verfügbarkeit der Sportanlagen). Die Nutzung von Sportanlagen muss verbindlich reserviert werden können.

Massnahmen/Ideen zur Akquise von Teams & Gruppen:

- Direktes Anschreiben von Teams, Vereinen und Schulen. Entweder per Email oder physisch in Form eine Broschüre welche alle Informationen zu Angeboten und Infrastruktur zeigen.

- Mit der Fertigstellung des neuen Fussballplatzes könnte ein neuer Event/neues Turnier ins Leben gerufen werden. Beispielsweise ein zweitägiges Fussballturnier - im Namen der Sport Herberge Meierwiesen.

Ein Event vor Ort bringt mehrere Vorteile:

- Alle Teilnehmer-Teams sind potentielle Gruppen für ein Trainingslager
- Ein Turnier könnte medienwirksam sein (lokal)
- Mit einem zweitägigen Turnier könnten Übernachtungsgäste gewonnen werden

Signaletik

Im Bereich des Vorplatzes sollte die Sichtbarkeit der Herberge verbessert werden und den Eingang liebevoller/informativer gestaltet werden. Die Signaletik sollte unbedingt in Zusammenhang mit dem Branding erfolgen.

- Beispielsweise ein Situationsplan im Eingang der Herberge (wo befindet sich die Bäckerei, wo welches Restaurant, wo welcher Sportplatz etc.).
- Grosser Touchscreen mit wichtigen Informationen und Angebote zu Aufhalten (Reservationen/ Verfügbarkeiten Sportanlagen, Equipmentmiete, Preisübersicht, etc.)

Weiteres Vorgehen

Die Analyse und Zusammenarbeit mit der Beraterfirma hat aufgezeigt, dass bei der Herberge Meierwiesen bereits einiges gut funktioniert. Mit dem sehr kleinen Team und den gegebenen Voraussetzungen ist es schwierig eine Unterkunft im "Nebengeschäft" professionell und wirtschaftlich betreiben zu können. Es gibt jedoch noch ein paar Punkte, welche für eine bessere Auslastung der Sportlerunterkunft notwendig wären. Hierfür wurde eine Liste erarbeitet, welche die unmittelbaren Massnahmen nach Priorität aufzeigen. Die gelb markierten Punkte (hohe Priorität) sollten zwingend zusammen umgesetzt werden, da diese in Abhängigkeit zueinanderstehen. Es macht wenig Sinn in die Online-Buchbarkeit zu investieren, wenn es keine "eigene Homepage" mit eigenem Branding, neuem Content (Fotos, Video) etc. gibt. Für die Umsetzung der ersten Massnahmen wäre ein Kostendach von 78'000 Franken vorgesehen. Im Verlauf der folgenden drei Jahre könnten dann nach und nach die Massnahmen (grün = mittlere Priorität und blau = niedrige Priorität) bei Bedarf zusätzlich umgesetzt werden. Bauliche Veränderungen werden aktuell keine vorgeschlagen. Die 78'000 Franken (Kostendach) werden für das Jahr 2023 auf das Konto 2803 Herberge Meierwiesen budgetiert. Die Umsetzungen der vorgeschlagenen Massnahmen wären bei einer Budgetgenehmigung für das Jahr 2023 geplant.

Kostenschätzung

Folgend eine Zusammenstellung der geschätzten Kosten für die im Konzept aufgeführten Massnahmen.

Massnahme	Kommentar	Geschätzte Kosten	Prio.
Angebotsgestaltung	Packages gestalten	2'500	1
Online Buchbarkeit sicherstellen	Zimmer und evtl. Sporteinrichtungen	25'000	1
Erstellen Marketingplan	Mit welchen Strategien und Marketinginstrumenten zum Ziel	5'400	1

Eigenes Branding "Sportherberge Meierwiesen"	Logo, Website, CI/CD, Social-Media-Kanäle	30'000	1
Auffindbarkeit sicherstellen	Website, Google, OTA's, Social Media und Partner-Websites	5'000	1
Erstellen von neuem Content	Foto (später auch Video)	10'000	1
Totalkosten Priorität 1		77'900	1
Bewertungen erhöhen	Print (z.B. Visitenkarten mit Bitte einer Bewertung, ...)	3'500	2
Social-Media-Kampagne	Erreichbarkeit von Kunden	10'000	2
Akquise Teams & Vereine		10'000	2
Signaletik	Situationsplan oder Screen + Beschilderung + Gestaltung Eingangsbereich	25'000	2
Totalkosten Priorität 2		48'500	2
Influencing	Sport-Influencer CH	8'000	3
Check-In-Prozess optimieren	Check-In & Zimmerschlüssel per Smartphone	10'000	3
Totalkosten Priorität 3		18'000	3
Gesamttotal Priorität 1-3		144'400	

Während gut zwei Jahren, das heisst bis Ende 2025 wird eine Auslastungssteigerung angestrebt, welche eine deutliche Verbesserung der Übernachtungszahlen gegenüber den Vorjahren aufzeigen muss. Der Stadtrat wird dann entscheiden, ob und wie ein Weiterbetrieb der Herberge Meierwiesen möglich ist. Bei einer deutlichen Steigerung der Übernachtungszahlen muss als Folgekosten ebenfalls eine Aufstockung der Stellenprozente für die Bewirtschaftung der Herberge Meierwiesen angeschaut werden.

Sollten die Übernachtungszahlen nicht zufriedenstellend sein, könnten folgende Massnahmen getroffen werden:

Verpachtung der Herberge

Eine Möglichkeit wäre, dass die Herberge Meierwiesen verpachtet und so nicht mehr von der Stadt Wetzikon (Abteilung Sport + Freizeit) betrieben wird. Schon mit der Verpachtung der Gastrobetriebe im Jahr 2016 konnte dieser Schritt erfolgreich umgesetzt werden. Die Herberge könnte weiterhin auf der Sportanlage bestehen und würde so nach wie vor sportbegeisterte Gäste auf die Sportanlagen bringen. Hinzu kommt, dass die Sportanlage Meierwiesen vom Sportamt des Kantons Zürich als "poly-sportives Zentrum" anerkannt ist und mit der Beibehaltung der Sportlerunterkunft dies bestimmt auch bleiben würde.

Ein polysportives Zentrum muss sich für grosse Veranstaltungen des Breitensports und für Ausbildungskurse oder auch Trainingslager von Sportverbänden und –vereinen, eignen. Vorausgesetzt werden zudem Verpflegungsmöglichkeiten, genügend Zuschauerkapazität, Nutzungssynergien aber auch ein Angebot an Freianlagen und Sporthallen. Zusammen mit der Sportlerunterkunft (Herberge Meierwiesen) inmitten der Sport- und Freizeitanlage erfüllen die Sportanlagen Meierwiesen genügend Kriterien, um als polysportives Zentrum im KASAK-Katalog aufgeführt zu sein. Die Stadt Wetzikon profitiert als polysportives Zentrum bei Sanierungen/Neubauten an den Sportanlagen von Geldern aus dem kantonalen Sportfonds.



Umbau der Herberge (Garderoben, Theorieräume, Ausbau Restaurant)

Eine andere Möglichkeit als die Verpachtung wäre der Umbau der Herberge Meierwiesen. Die Zimmer könnten zu Vereinsräumen, Lagerräumen oder Garderoben umgebaut und den Vereinen vermietet werden. Durch die Weiterentwicklung der Sportanlage sowie dem nachgewiesenen Raumbedarf der Vereine, wäre ein Umbau oder die Umnutzung der Herberge eine weitere mögliche und realistische Alternative. Das Sportcafé könnte weiter ausgebaut und ein Teil des oberen Stockwerks für eine Erweiterung des Restaurants genutzt werden.

Akten

- Postulat 20.03.09 Postulat Fachkommission II Sportanlage Meierwiesen
- SRB 2020/207 Postulat "Herberge Sportanlagen Meierwiesen", Entgegennahme
- SRB 2021/285 Postulat "Herberge Sportanlagen Meierwiesen", Bericht und Antrag an das Parlament
- Bericht Gastgeber 3.0 "Mit neuen Ideen zu mehr Übernachtungsgästen"

Für richtigen Protokollauszug:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Buri', written in a cursive style.

Stadtrat Wetzikon

Martina Buri, Stadtschreiberin