

GESCHÄFTSBERICHT 2022/2023



HIER CLIP
ANSCHAUEN



INHALT

Vorwort Armin Berchtold	4
Bericht des Geschäftsleiters	5
Organisation der Aletsch Arena AG	8
Personelle Situation	9
Gästefeedback, Auszeichnungen und Ehrungen	10
Mountain Developer Studie	12
Information und Animation	14
Marketing und Vertrieb	16
Medien-Monitor	18
Content Produktion und Social Media	22
Kampagnen	26
Digital Business	30
Logiernächte Aletsch Arena	34
Jahresrechnung	44
Revisionsbericht	51
Einladung GV 2022/2023	52

Impressum

Geschäftsjahr 2022/2023

8. Jahresbericht der Aletsch Arena AG

Verantwortung Aletsch Arena AG, Philippe Sproll

Fotos / Videos

Seite 1, 23, 26, 56 @aletscharena.ch – Frédéric Huber

Seite 2, 10, 23, 43, 54-55 @aletscharena.ch – Marco Schnyder

Seite 12, 34, 38 @aletscharena.ch – Pascal Gertschen

Seite 12 @aletscharena.ch – Christian Pfammatter

Seite 15, 16, 22, 41, 52 @aletscharena.ch – div. Mitarbeiter AA

Seite 23 @aletscharena.ch – Simon Ricklin

© Aletsch Arena AG – April 2024

VORWORT

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren

Wir haben das Privileg, in einer der wohl schönsten Regionen der Schweiz zu leben und zu arbeiten. Das wird einem immer bewusst, wenn man mit Gästen spricht, welche zum ersten Mal in unsere Region kommen. Mitte Juli wurde uns allerdings durch den verheerenden Waldbrand in den Gemeinden Bitsch und Riederalp vor Augen geführt, wie schnell die Idylle in einer Katastrophe enden kann. Durch den mutigen und engagierten Einsatz aller Einsatzkräfte konnten Menschenleben gerettet und auch Gebäudeschäden verhindert werden. Wir hatten viel Glück und es ist mir ein grosses Anliegen, allen Einsatzkräften von Herzen zu danken.

In den kommenden Jahren werden wir im Bereich des Mountainbikesports einige Highlights erleben. Durch den Rückzug von Leukerbad als Austragungsort für die Enduro Rennen wurden wir kontaktiert und haben in enger Abstimmung mit Bellwald, den Aletsch Arena Gemeinden und den Aletsch Bahnen entschieden, diese Rennen durchzuführen. Somit werden wir im Juli 2024 Enduro Weltcup Rennen und ein Jahr später im September dieselben Rennen für die Mountainbike Weltmeisterschaften durchführen. Diese Events werden uns Schub verleihen und dazu beitragen, uns als Bike Destination zu positionieren.

Leider mussten wir auch wieder unzählige Stunden zum leidigen Thema der Kurtaxen investieren. Das Bundesgericht hat im September 2023 die Beschwerden in den Gemeinden Riederalp und Bettmeralp abgewiesen. In der Gemeinde Fiesch wurde die Beschwerde angenommen und das Verhältnis der Pauschalnächte Berg / Tal musste auf die Resultate der HES-SO Umfrageergebnisse angepasst werden. Die entsprechende Änderung des Kurtaxenreglements wurde an der Urversammlung in Fiesch einstimmig angenommen und dann vom Staatsrat bewilligt. Die IG hat diese Verfügung nicht mehr ans Bundesgericht weitergezogen. Unter der Orchestrierung der IG's wurden aber beim Kanton diverse Aufsichtsbeschwerden gegen die Gemeinden Riederalp, Bettmeralp und Fiesch hinterlegt. Wir müssen weiterhin viel Geld und Zeit für solche Themen einsetzen, anstatt an der Weiterentwicklung der Region zu arbeiten.

Die Aletsch Arena hat für die touristische Zukunft ein unglaubliches Potential. Wir können dies ausschöpfen, wenn wir eng zusammenarbeiten. Der Tourismus funktioniert wie ein System, vergleichbar mit einer Uhr, die von vielen Zahnrädern angetrieben wird. Alle Leistungserbringer im Tourismus wie Gemeinden, Bahnen, Tourismusorganisation, Hotels, Restaurants, Ferienwohnungsvermieter, Zweitwohnungsbesitzer, Sportgeschäfte, Skischulen etc. sind Zahnräder, die verbunden sind und voneinander abhängen. Wenn einige Zahnräder schlecht oder nicht funktionieren, dann leiden kurz- oder langfristig alle darunter und das ganze System kommt aus dem Gleichgewicht. Es kann niemandem egal sein, wenn Betriebe Probleme haben oder gar schliessen müssen, denn die negative Auswirkung werden auch andere spüren. Die Zusammenarbeit ist entscheidend und das Gesamtinteresse ist über die Einzelinteressen zu stellen. Ich danke allen von Herzen, die mithelfen in diese Richtung zu arbeiten.

Ein grosser Dank gebührt an der Stelle ebenfalls all unseren Mitarbeitenden der Aletsch Arena AG für den enormen Einsatz zu Gunsten unserer Region.

Armin Berchtold
Verwaltungsratspräsident



BERICHT DES GESCHÄFTSLEITERS

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren

Im vergangenen Jahr hat unsere Destination eine positive Entwicklung bei den Gesamtübernachtungen zu verzeichnen, mit einem leichten Anstieg im Vergleich zu 2022-23. Die gesamte Schweiz verzeichnete einen signifikanten Anstieg der Übernachtungszahlen in der Hotellerie, was auf eine allgemeine Erholung des Tourismussektors nach den Covid-Jahren hinweist.

Die Übernachtungen in den Hotels und Ferienwohnungen sind gemäss unseren Statistiken und internen Umfragen im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Während der Pandemiejahre reisten viele Schweizer*innen innerhalb der Schweiz. In diesem Jahr reisten viele wieder ins Ausland. Die ausländischen Touristen konnten das Fernbleiben der Schweizer Gäste mehrheitlich kompensieren. Die überwiegende Mehrheit der internationalen Märkten verzeichnete ein deutliches Wachstum. England, die Vereinigten Staaten und die asiatischen Länder verzeichneten deutliche Zuwächse.

Der Beherbergungssektor mit der höchsten Wachstumsrate ist der Gruppenbereich. Auch hier sind die Auswirkungen der Post-Pandemie-Periode deutlich zu spüren. Mit über 125'000 Übernachtungen hat das Sport Resort Fiesch erneut ein sehr gutes Ergebnis erzielt und wird als einer der wichtigsten Beherbergungspartner der Aletsch Arena bestätigt.

Der Winter war geprägt von einem späten Eintreffen des Schnees und generell eher geringem Schneefall. Dennoch herrschten in der Aletsch Arena während der gesamten Wintersaison ideale Skibedingungen. Dies dank der ausgezeichneten Beschneigungs- und Pistenpräparierungsarbeit der Aletsch Bahnen AG. In gezielten PR- und Content-Aktionen wurde die Schneesicherheit aufgrund der Höhenlage unseres Skigebiets hervorgehoben. Dieser Aspekt wird auch in zukünftiger Kommunikation absolut zentral sein.

Im Sommer machte sich die grosse Sehnsucht der Schweizer Touristen bemerkbar, in ferne Länder zu reisen. Ausserdem sorgte der Brand, der im Juli in unserer Region ausbrach, einige Wochen lang für Unsicherheit. Bilder, die in nationalen Medien verbreitet wurden, hielten spontan und kurzfristig buchende Gäste davon ab, unsere Region zu besuchen. Ein grosses Dankeschön geht an alle Feuerwehrleute und Helfer, die während und nach den Tagen des Brandes eine unglaubliche Arbeit geleistet haben.

«Mit über 125'000 Übernachtungen hat das Sport Resort Fiesch erneut ein sehr gutes Ergebnis erzielt»

Die Matterhorn Region AG und unser Markt Management-Team leisten einen wichtigen Beitrag bei der Förderung und Vermarktung unserer Region auf den internationalen Märkten. Die Matterhorn Region AG ist hauptsächlich auf den europäischen Märkten (Deutschland, Frankreich, Benelux, UK, Skandinavien und Italien) tätig, wo sie 60 % ihrer Marketing-Ressourcen von insgesamt CHF 1.4 Mio. einsetzt, während sie 40 % der verbleibenden Mittel in die Fernmärkte, insbesondere in Asien und Nordamerika, investiert.



Insgesamt investiert die Aletsch Arena rund eine Million Franken für die Promotion in der Schweiz, hinzu kommen CHF 800.000 in den europäischen Märkten und CHF 150.000 im nordamerikanischen Markt durch die MRAG. Die meisten unserer Marketingmittel werden daher auf Märkten eingesetzt, die der westlichen Kultur angehören. Somit werden nur 15 % des kumulierten Marketingbudgets der Aletsch Arena AG und der MRAG in asiatische Märkte investiert.

Im Frühjahr 2023 führte die MRAG eine interne Umfrage unter ihren Mitarbeitenden durch, um das Niveau der Kompetenz und Professionalität ihrer Partner zu ermitteln. Das Markt Management-Team der Aletsch Arena erreichte mit 5.8 von 6 Punkten die höchste Punktzahl. Dieses Ergebnis macht uns besonders stolz und bestätigt, dass unsere Organisation in allen Bereichen ein sehr hohes Niveau an Kompetenz und Professionalität erreicht hat, welches von allen Tourismus-Partnern anerkannt wird.

«Das Kooperationsprojekt um die Digitalisierung erwies sich als Katalysator für die Fortsetzung und Ausweitung der Zusammenarbeit zwischen diesen Destinationen.

Aufgrund unserer hohen Fachkompetenz im komplexen Tätigkeitsfeld der Digitalisierung suchen auch hier sämtliche Tourismusorganisationen die Zusammenarbeit mit der Aletsch Arena. Das Projekt Aletsch Kollektiv, von Innotour mit einem Beitrag von knapp 0,5 Millionen Franken unterstützt, ist nach dreijähriger Arbeit dieses Jahr zu Ende gegangen. Zusammen mit den Projektpartnern Obergoms Tourismus, Brig-Simplon Tourismus, Blatten-Belalp Tourismus und Bellwald Tourismus haben wir eine gemeinsame digitale Technologie für die Website und das elektronische Inhaltssystem (Content Hub) entwickelt und eingeführt.

Das Kooperationsprojekt rund um die Digitalisierung erwies sich als Katalysator für die Fortsetzung und Ausweitung der Zusammenarbeit zwischen diesen Destinationen mit der Fortführung der digitalen Zusammenarbeit und der Hinzufügung von Kooperationsprojekten in der Produktentwicklung und im Vertrieb.

In diesem Jahr konnten wir auch beginnen, gezielt an unseren neuen strategischen Geschäftsfeldern zu arbeiten. Im Laufe des Jahres wurden alle Stellen der SGF-Verantwortlichen besetzt und mit der Entwicklung von Strategien und Projekten begonnen. Ziel ist es, neue Produkte für neue Gäste zu entwickeln und die Besucherzahlen in der Zwischensaison in unserer Region zu erhöhen. Zusammen mit einer strategischen Arbeitsgruppe, an der alle Interessengruppen der Branche unserer Region beteiligt waren und einer externen Beratungsagentur (Allegra Tourismus aus dem Kanton Graubünden) wurde ein Masterplan «Mountainbiking in der Aletsch Arena» erstellt. Die Strategie beinhaltet unter anderem die klare Positionierung unserer Tourismusregion als Enduro-Mountainbike-Eldorado. Mit den steilen Hängen zwischen Plateau und Tal haben wir ideale Strecken für erfahrene Enduro-Mountainbiker. Die Mountainbike-Strecken wurden in den letzten drei Jahren dank einem gemeinsamen Projekt der Aletsch Arena, der Gemeinden und des Kantons Wallis durch Erstinterventionen erneuert. Nun geht es darum, die Strecken weiterzuentwickeln und professionell zu unterhalten und gleichzeitig das gewünschte Image bei Mountainbikern aus aller Welt zu fördern. 2024 ist die Aletsch Arena zusammen mit Bellwald Austragungsort von einem Weltcup-Rennen und 2025 der Weltmeisterschaften im Enduro-Mountainbike. Die über 1000 teilnehmenden Athleten und das grosse Medieninteresse wird es der Region ermöglichen, sich schnell als Mountainbike Destination zu positionieren.

Auch im Geschäftsbereich Workation (Arbeit und Freizeit an einem touristischen Standort) konnten deutliche Fortschritte erzielt werden. Aus dem Innotour-Fonds konnte eine sehr wichtige Finanzierung gesichert werden. Das Projekt wird zusammen mit Gstaad Saanenland Tourismus umgesetzt und von einer externen Beratungsagentur (Conim AG) begleitet. Workation-Gäste in der Aletsch Arena finden künftig Ferienwohnungen und Hotels mit moderner, hochwertiger Arbeitsinfrastruktur, Co-Working-Spaces zum gemeinsamen Arbeiten und für Meetings und hoch attraktive Freizeit- und Sportangebote wie Wander-, Mountainbike- oder Skipässe, für die ihnen zur Verfügung stehende freie Zeit. All dies wird den Mitarbeitern grosser Schweizer Gesellschaften durch spezifische Kooperationen angeboten.

Der im Jahr 2022 eingeführte Produkt- und Projektfonds unterstützt die Finanzierung von Projekten zur Schaffung touristischer Angebote. Der Fonds ist ein sehr wichtiges Instrument für unsere Produktentwicklungsstrategie. Wir sind stolz folgende Projekte von unseren Partnern im 2022/2023 unterstützt zu haben:

- Geologiesteg auf der Moosfluh, Riederalp
- Kneipp-Anlage, Riederalp
- Tubingbahn, Riederalp
- Gletschiland Bachtla, Bettmeralp
- Spielplatz Baschwari, Bettmeralp
- Themenweg Hotel Jungfrau, Fiescheralp

Das Thema, das uns am meisten Kopfzerbrechen bereitet hat, wie könnte es anders sein, ist die Kurtaxe für Ferienwohnungen, die im Frühjahr 2022 wieder auf den Tisch kam, nachdem das Bundesgericht Artikel 6 des Kurtaxenreglements wegen des Fehlens bestimmter statistischer Daten für nichtig erklärte. Die Gemeinden, zusammen mit dem Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG (RWO) und der Aletsch Arena AG, erarbeiteten eine äusserst detaillierte Stellungnahme von fast 20 Seiten und 39 Anhängen. Basis dazu bildete eine wissenschaftlich fundierte Umfrage der HES-SO bei den Ferienwohnungsbesitzern, die bestätigte, dass die Belegungsrate bei den Zweitwohnungsbesitzer deutlich höher ist als die im ursprünglichen Berechnungssystem festgelegten durchschnittlichen Übernachtungszahlen. Das Bundesgericht genehmigte im Oktober 2023 die Kurtaxenreglemente in den Gemeinden Bettmeralp und Riederalp und wies die Gemeinde Fiesch an, ihr Berechnungssystem entsprechend dem Ergebnis der HES-SO erneut anzupassen. Die Gemeinde Fiesch hat diese Verordnungsänderung im Dezember 2023 vorgenommen und durch die Gemeindeversammlung validieren lassen, so dass nun alle Gemeinden der Destination über gültige Kurtaxenreglement verfügen.

Philippe Sproll
Geschäftsführer

DANKSAGUNG

Besonderer Dank für ihre hervorragende Arbeit und ihr Engagement gilt unserem Infocenter- und Servicecenter-Team. Durch eine ausserordentliche Arbeitsleistung konnten trotz eines personellen Engpasses im Sommer die Öffnungszeiten der Infocenter eingehalten werden. Die Arbeit vom Info- und Servicecenter-Team ist sehr wertvoll, denn sie sind die Personen, die in telefonischem und persönlichem Kontakt mit unseren Kunden stehen und auch Ansprechpartner für die lokalen Tourismuspartner sowie die Leistungsträger sind. Sie betreuen die Poststellen in den Gemeinden Riederalp und Bettmeralp und erbringen so eine wichtige Dienstleistung für Gäste und Einheimische.

ORGANISATION DER ALETSCH ARENA AG

Auftrag

Die Aletsch Arena AG führt im Auftrag der Destinationsgemeinden und der Aletsch Bahnen AG die Aufgaben Information, Animation, Werbung und Verkauf für den örtlichen Tourismus in der Aletsch Arena aus. Daneben übernimmt der Verein Aletsch Tourismus die Interessenvertretung gemäss dem kantonalen Tourismusgesetz.

Aktionäre

Gemeinden	Bettmeralp, Fiesch, Fieschertal, Lax, Mörel-Filet, Riederalp
Bergbahnen	Aletsch Bahnen AG
Aletsch Tourismus	Wenger Frank (Präsident), Bürcher Sepp Stucky Reto, Kummer-Mattig Michaela, Albrecht Fabian, Burgener Tamara, Martig Dominik

Stand 31.10.2023

Verwaltungsrat

Berchtold Armin	Präsident
Kronig Renato	Vizepräsident, Vertreter Bergbahnen
Tacchella Marco	Mitglied, externer Vertreter
Cartier Eyholzer Chantal	Mitglied, externe Vertreterin
Albrecht Alban	Mitglied, Vertreter Gemeinden
Wenger Frank	Mitglied, Vertreter Aletsch Tourismus
Moosmann Barbara	Mitglied, externe Vertreterin

Stand 31.10.2023

Revisionsstelle

Alpine Group, Bettmeralp

PERSONELLE SITUATION

Stand 31.10.2023

Sproll Philippe Geschäftsleiter

Bereichsleitende

Berchtold Geri	Leitung Destinationsmanagement und SGF
Kestens David	Leitung Marktmanagement und Verkauf
König Monika	Leitung Marketing und Kommunikation
Müller Benjamin	Leitung Digital Business
Petrig Mathias	Leitung Finanzen und Personal

Marketing und Kommunikation, Marktmanagement und Verkauf / Strategische Geschäftsfelder (SGF)

Blatter Nadine	SGF Touring, Marktmanagement und Verkauf
Fux Miriam	SGF Outdoor/Bike
Noti Jasmine	SGF Familie, Marktmanagement und Verkauf
Scotton Fabienne	SGF Workation, Marketing und Kommunikation
Hubacher Jessica	Marketing und Kommunikation
Huber Jeanette	Marketing und Kommunikation
Manz Joachim	Digital Marketing Management
Salzgeber Aniela	Content Management

Gäste und Partner Service, Service Center

Jenelten Patrick	Leitung Gäste und Service Center
Albrecht-Volken Elisabeth	Gäste Service
Beens Judith	Gäste Service, Kinderanimation
Franzen Jenny	Gäste Service
Wachenheim Esther	Gäste Service
Zeiter Daniela	Gäste Service
Zumthurn Giulia	Gäste Service
Carstens Milena	Leitung Partner Service
Furrer Dagmar	Service Center
Lobeda Yvonne	Service Center
Schweizer Sarah	Service Center
Stricker Fabienne	Service Center

Digital Business, Personal und Finanzen

Amacker Noemie	Digital Business
Schneider Simone	Digital Business
Brenner Nico	Lernender Mediamatiker
Bieli Melanie	Finanzen
Stanisci Rossana	Personal und Finanzen
Zimmermann Beatrix	Personal und Finanzen

GÄSTEFEEEDBACK, AUSZEICHNUNGEN UND EHRUNGEN



Best Ski Resort

Die Best Ski Resort Studie ist die grösste und aussagekräftigste Gästezufriedenheits-Analyse in 54 ausgewählten Top-Skigebieten des Alpenraums (Österreich, Schweiz, Italien, Frankreich).

Die Aletsch Arena erreicht im Winter 2022/2023 Bestwerte:

- **Platz 6** in den Top 10 der 54 ausgewählten Top-Skigebiete im Alpenraum. (Zweitbeste Schweizer Skidestination punkto Gesamtzufriedenheit)
- **Platz 3** punkto Weiterempfehlungsrate (Der Net Promoter Score liegt bei 60.9 %, dies bei einem Schnitt von 38.8 % im Alpenraum)
- **Platz 3** in der Kategorie «Preis-Leistungs-Verhältnis Lifttickets»
- **Top 10** «The best ski resorts of the alps 2012 – 2023»
- **Platz 6** im Jahresvergleich 2012 – 2023 der 54 ausgewählten Top Skigebiete

[Best Ski Resort - Testergebnis](#)

Aletsch Arena Testsieger: bestes Panorama 2023

Die Aletsch Arena mit dem Blick auf den Aletschgletscher wurde von Skiresort.de, dem weltweit grössten Testportal von Skigebieten, als Testsieger 2023 in der Kategorie «Bestes Panorama» ausgezeichnet.

[Bestes Panorama - Testsieger highlights](#)

Blick Winter Awards

Jährlich suchen Blick und Schweiz Tourismus durch ein öffentliches Online Voting die besten Ski-Destinationen der Schweiz. Die Aletsch Arena macht jeweils in der Hauptkategorie «Ski und Snowboard» und «Familie» mit.

- **3. Platz** in der Hauptkategorie «Ski und Snowboard»
- **2. Platz** in der Kategorie «Familie»

Herzlichen Glückwunsch zum Kategorien-Sieg geht an die Nachbarn Goms Tourismus (Kategorie «Langlauf») und Blatten-Belalp (Kategorie «klein aber fein»)

[Zu den Resultaten](#)

Skiarea Testsieger 2023

Der internationale Skiareatest wurde vor 28 Jahren gegründet und ist ein anonymer Qualitätscheck. Die Aletsch Bahnen AG erhielten folgende Auszeichnungen:

- **Gold** Testsieger Schweiz – Sommer 2023
- **Gold** Natur & Umwelt und ökologische Baubegleitung Geologiesteg Moosfluh
- **Gold** Internationales Sommer Gütesiegel – Mountaintart- und Trottinestrecke
- **Gold** Kinderlandtrophy – Baschweri

[Zu den Resultaten](#)

**Best
Ski Resort
2023**



Ski und Snowboard



Familie



MOUNTAIN DEVELOPER STUDIE



Grösster Gletscher der Alpen

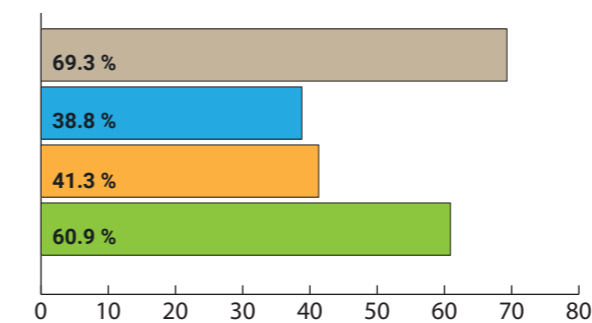
Unter der Leitung von Mountain Management Consulting lanciert die Aletsch Arena AG jede Saison eine Online-Studie – den Mountain Developer. Mit der Gästebefragung wird das Markenimage, Kompetenzen, Vorschläge für Verbesserungen, die Gästezufriedenheit und die Gesamtzufriedenheit / Loyalität erhoben. Mit dem Mountain Developer wird die Zufriedenheit mit Touchpoints, Attribute der Destination und der Net Promoter Score (NPS) als Mass für die Gesamtzufriedenheit / Loyalität gemessen. Positive und negative Erlebnisse während des Aufenthalts werden erhoben.

Konkretes Fazit aus der Studie (Markenimage):

- Die Aletsch Arena arbeitet konsequent am Image der Marke. «Starke Marken nutzen immer das, was bereits im Kopf der Kunden angelegt ist.» (Christoph Engl). Für die Analyse des Markenimages wurde folgende offene Frage gestellt: «Welche Begriffe fallen dir spontan zur Aletsch Arena ein?» Am meisten genannt wurden «Gletscher», «Erholung» und «Natur». (Markenpositionierung Aletsch Arena «Das befreundete Naturerlebnis der Alpen»).
- Gäste-Loyalität – «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns an Freunde/Bekannte weiterempfehlen werden?». Im Sommer 2023 liegt der Net-Promoter-Score (NPS)* bei einem Wert von hohen 74 %.
- Der NPS weist im Winter 2022/2023 im Rahmen der internationalen Gästebefragung Best Ski Resort Studie den sehr erfreulichen Wert von 60.9 % auf. Die Aletsch Arena erreicht damit den Platz 3 im internationalen Vergleich.

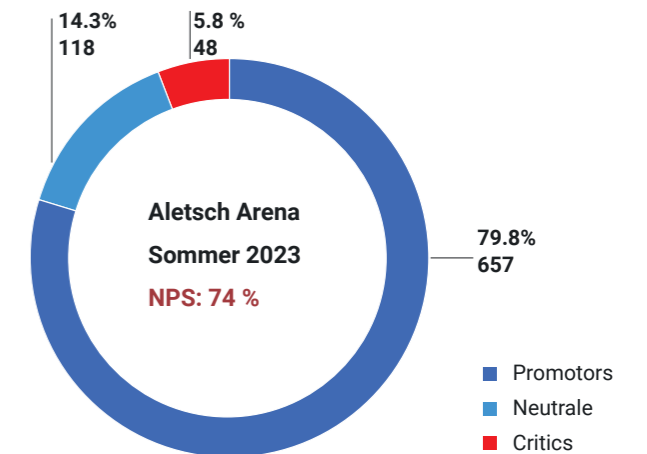
«Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Aletsch Arena an Ihre Freunde/Bekannte weiterempfehlen werden?»

NPS – Winter 2022/2023
Best Ski Resort Studie



- Top 54 Bestwert
- Top 54 ø Alpenraum
- Schweiz
- Aletsch Arena

NPS – Sommer 2023
Mountain Developer Studie



*Der Net Promoter Score (NPS) ist eine Kennzahl zur Erfassung der Weiterempfehlungsabsicht der Gäste und der Gesamt-Kundenzufriedenheit. Der grundlegende Gedanke des NPS ist, dass jeder Konsument/Gast in eine der folgenden drei Kategorien eingeteilt werden kann:

- **1. Promotoren:** loyale Enthusiasten, die das Produkt immer wieder kaufen und ihre Freunde davon überzeugen wollen das Gleiche zu tun.
- **2. Neutrale:** zufriedene, aber nicht enthusiastische Kunden. Sie können einfach von Mitbewerbern abgeworben werden.
- **3. Critics:** unzufriedene Kunden. Sie raten auch Freunden/Bekanntem vom Konsum des Produktes ab.

NPS-Durchschnittswert aus der Best Ski-Resort Studie Winter 2022/2023 und dem Mountain-Developer Sommer 2023: 67.45 %

Grösster Gletscher der Alpen

INFORMATION UND ANIMATION

INFOCENTER / SERVICE CENTER

Die Aletsch Arena AG betreibt auf der Basis der Leistungsvereinbarung mit den Gemeinden innerhalb der Destination vier Informationsbüros – auf der Riederalp, der Bettmeralp, in Mörel-Filet und in Fiesch. Die Aletsch Arena AG betreibt zudem zwei Postagenturen in den Informationsbüros auf der Riederalp und der Bettmeralp.

Die Infocenter sind nach wie vor wichtige Kontaktpunkte für die Gäste vor Ort. Die Mitarbeiterinnen an der «Front» helfen gekonnt und mit grossem Engagement bei allen touristischen Anliegen. Das Front Office Team unterstützt das Team des Servicecenters zudem an Spitzentagen und bei intensiven und spezifischen Beratungsgesprächen.

«Die Infocenter sind nach wie vor wichtige Kontaktpunkte für die Gäste vor Ort.»

Das Servicecenter hat sich als Kompetenzzentrum für alle externen Anfragen und Kundenwünsche weiterentwickelt. Nebst dem Firstlevel Support für den Webshop mit den Produkten der Aletsch Bahnen AG und allen anderen online buchbaren Angeboten betreut das Servicecenter-Team die Hotlines für den Stoneman Glaciara und insbesondere den Aletsch-Halbmarathon.

EVENTS UND ANIMATION

Der Veranstaltungskalender der Aletsch Arena ist insbesondere im Sommer vollgespickt mit grossen und kleinen, wiederkehrenden, etablierten und neuen Events.

Allen voran das Flaggschiff der Sommerevents, der Aletsch Halbmarathon mit rund 2'500 Teilnehmern.

Als besonderes Highlight vom Sommer 2023 darf im Geschäftsbericht die zweite Austragung der Swiss Enduros Series mit den Schweizermeisterschaften erwähnt werden. Die erfolgreiche Austragung dieser MTB-Veranstaltung hat massgeblich dazu beigetragen, dass wir Teil der MTB-Weltmeisterschaften im Jahr 2025 sein werden.

Der Eventpool der Aletsch Arena, getragen von den sechs Destinationsgemeinden, der Aletsch Bahnen AG, des Vereins Aletsch Tourismus und der Aletsch Arena AG hat im Berichtsjahr nebst den etablierten und fest im Kalender verankerten Anlässe viele weitere kleine Anlässe mitfinanziert.

An dieser Stelle bedanken wir uns bei allen Organisatoren und Veranstaltern für ihr unermüdliches Engagement in den Vereinen.



FERIENWOHNUNGSKLASSIFIKATION

Von den rund 4'500 Zweitwohnungen in der Aletsch Arena werden ca. 2'400 aktiv vermietet. Von den 2'400 aktiv vermieteten Ferienwohnungen sind rund 1'400 über den Webshop der Tourismusorganisation buchbar oder beim Vermieter anfragbar.

Übersicht klassifizierte Ferienwohnungen Aletsch Arena AG (31.10.2023)

2*	2* Sup	3*	3* Sup	4*	4* Sup	5*	5* Sup	
3	51	481	128	197	45	44	14	
							963	

DIGITALISIERUNG IN DER INFORMATION

Die Digitalisierung nimmt auch bei der Gäste- und Leistungsträgerinformation zunehmend ihren Lauf. Mit der Einführung des Customer Relationship Management Systems (kurz CRM) kann gewährleistet werden, dass unsere «Gäste» bei der Sachbearbeitung beim aktuellsten Stand der Dossier-Bearbeitung abgeholt werden.

MARKETING UND VERTRIEB



Grösster Gletscher der Alpen

NEUE DESTINATIONS- UND MARKETINGSTRATEGIE

Im Geschäftsjahr 2021/2022 hat die Aletsch Arena AG gemeinsam mit allen touristischen Stakeholdern wie den Gemeinden, Aletsch Bahnen, Vertreter von Ferienwohnungen und Hotels sowie dem lokalen Gewerbe der Region eine neue Destinations- und Marketingstrategie für die Aletsch Arena entwickelt. Im Rahmen der neuen Marketingstrategie hat die Aletsch Arena zwei neue Zielgruppen (Personas) und deren Kundenreise mit den wichtigsten Kundenkontaktpunkten definiert.

Für die tägliche Arbeit und die Kommunikation nach innen (Mitarbeiter*innen AA, ABAG, VR, LT...) wurde das Zielgruppenwissen aufbereitet und folgende Hilfsmittel erstellt:

- Steckbrief der beiden Personas der Postmateriellen (PMA) und der Performer (PER)
- Leitfaden für Text, Bild und Videoproduktion für PMA und PER

PR UND MEDIEN

Im Geschäftsjahr 2022/23 hat das Marktmanagement- und das Marketing-Team eine Rekordzahl von Media Trips organisiert und die Journalisten und Influencer vor Ort in der Aletsch Arena betreut. Der Nachholbedarf nach den eingeschränkten Covid-Jahren war stark spürbar. Insgesamt konnten im Berichtsjahr 2022/2023 174 Journalisten und Journalistinnen (+229 %) und 81 Influencer (+ 188 %) aus folgenden Ländern in Empfang genommen werden:

Herkunftsland	Anz. Journalisten				Herkunftsland	Anz. Influencer 2022/23
	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23		
Schweiz	21	20	13	15	Schweiz	6
Deutschland	13	17	9	19	Deutschland	12
Frankreich	3	6	5	12	BeNeLux	1
Vereinigtes Königreich	7	6	6	9	Italien	2
Italien	6	0	6	4	Middle Europe	16
Niederlande	5	4	6	15	Nordics	0
Belgien	0	0	4	2	Russland	0
Spanien	3	3	3	8	Vereinigtes Königreich	2
Russland	2	0	0	0	USA / Kanada / Australien	1
Polen/Tschechien	4	6	4	11	Asien	27
Nordics	1	0	0	4	Total	81
Asien	1	3	12	50		
Indien	0	0	1	0		
USA / Kanada / Australien	0	2	3	11		
weitere Länder	2	0	4	14		
Total	63	67	76	174		

Was berichten Medien lokal, national und weltweit über die Aletsch Arena? Die wichtigsten Berichterstattungen gibt es tagesaktuell unter partner.aletscharena.ch/report

MEDIEN-MONITOR

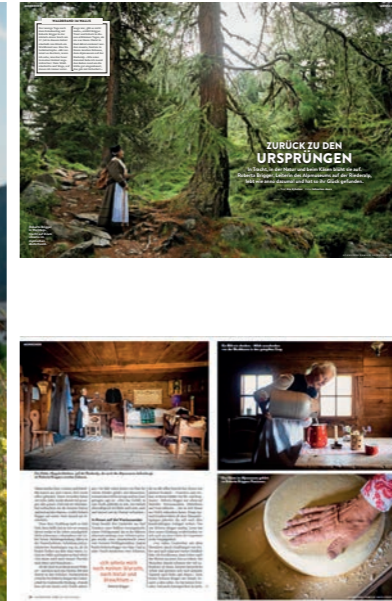
AUSZUG SCHWEIZER MEDIEN



Sonntagszeitung / Tagesanzeiger
465'000 Leser, Auflage: 182'000



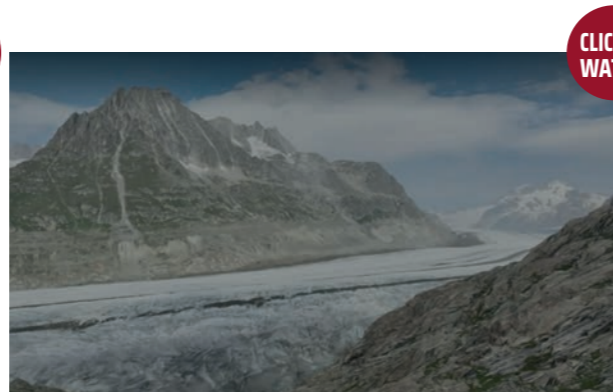
Schweizer Familie 50 / 2022
430'000 Leser, Auflage: 120'000



Schweizer Familie Nr. 30/31 / 2023
430'000 Leser, Auflage: 120'000
27.7.2023



Happy Day – 18.2.2023 / 583'000 Zuschauer
In der Sendung vom 18.2.23 hat Thomas seine Frau Andrea mit einer Abfahrt auf der frischen Piste des Bettmerhorns überrascht.



SRF bi de Lüt – Abenteuer Wildnis / 284'000 Zuschauer
Schlussetappe am Grossen Aletschgletscher

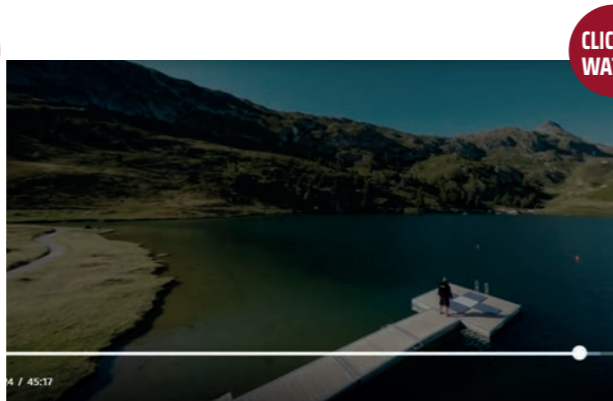


Glückspost
236'000 Leser, Auflage: 92'000
17.8.2023



Klimawandel in den Bergen – Den Gletscher so zu sehen, tut weh im Herzen

SRF Impact, 2.8.2023



Game of Switzerland – Vom Wallis zum Bettmersee (Staffel 5, Folge 2)

Welche Teams lösen sich beim Fischen im Bettmersee das Ticket für das grosse «Game of Switzerland» Finale?
SRF, 20.10.2023



Wandern
264'000 Leser, Auflage: 28'000
1.9.2023

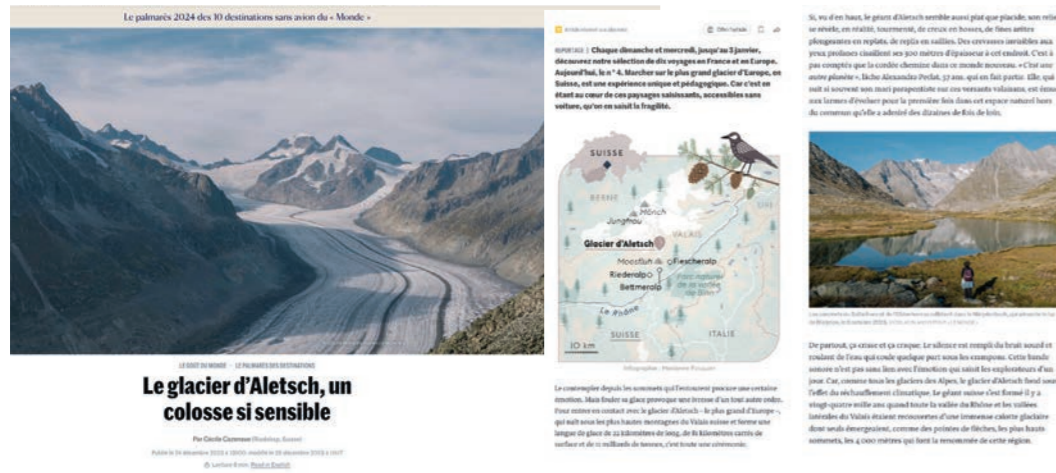
AUSZUG INTERNATIONALE MEDIEN - PRINT / ONLINE



ES – National Geographic
4.7 Mio Leser, Auflage: 50'000
17.1.2023



DE – Stern – 7 Seiten
5 Mio Leser, Auflage: 400'000



FR – Le Monde
1 Mio Leser, Auflage: 500'000
24.11.2023



DE – Süddeutsche Zeitung
1.3 Mio Leser, Auflage: 280'700 (print) 106'000 (digital)



IT – Donnaventura
1.6 Mio Zuschauer auf RAI
28.6.2023



USA – epic trips
8.8 Mio Leser, Auflage: 127'000



UK – The Guardian
517'000 Leser, Auflage: 105'000

CONTENT PRODUKTION UND SOCIAL MEDIA



Grösster Gletscher der Alpen

VIDEO- UND BILDPRODUKTIONEN

Die Aletsch Arena hat in Eigenproduktion und gemeinsam mit der Agentur Schnyder Werbung im Winter 2022/2023 und Sommer 2023 zahlreiche Foto- und Videoshootings durchgeführt. Die Video-Clips und Bildstrecken wurden zielgruppen- und themenspezifisch produziert.

Workation



Red Bull X-Alpes



Gipfelerzählung mit Kilian Volken



Geologiesteg Moosfluh



Action für Jugendliche



Gletscher in voller Länge



Fotoshooting für UCI Mountain Bike Enduro World Cup, 12. – 14. Juli 2024



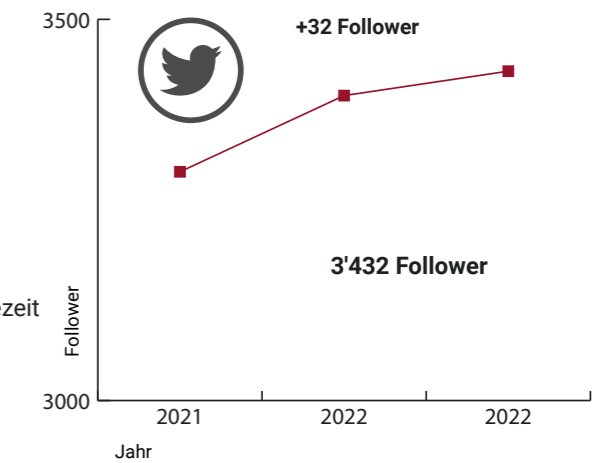
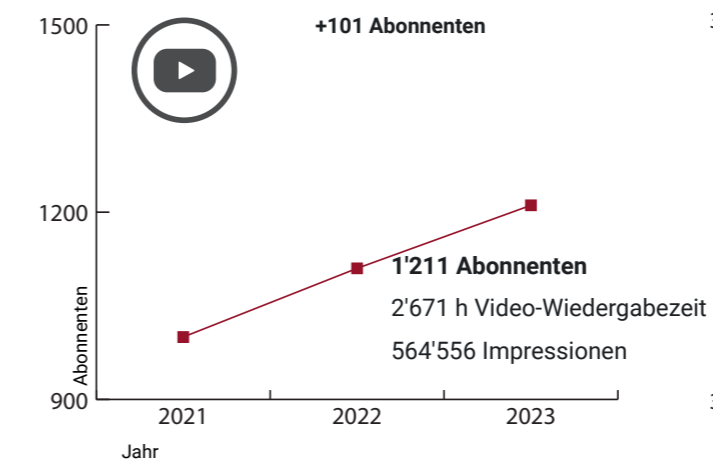
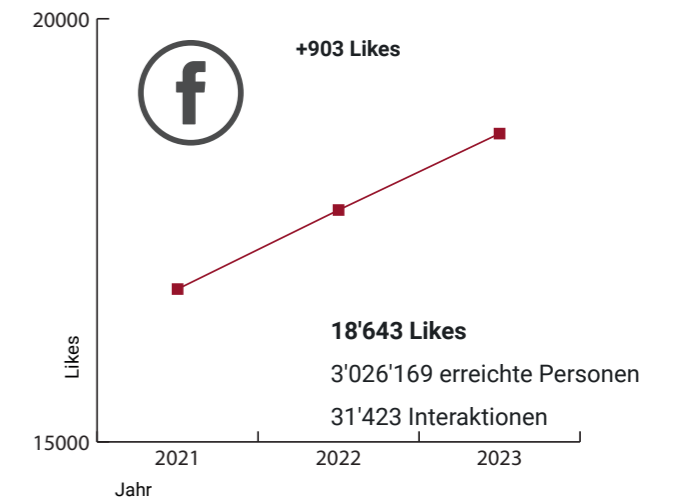
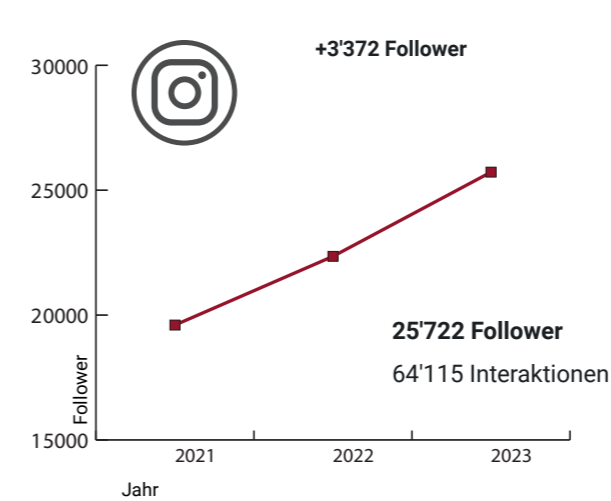
Grösster Gletscher der Alpen



EIN PAAR KENNZAHLEN

Die Aletsch Arena AG stellt eine regelmässige Pflege und Bewirtschaftung der wichtigsten Social Media-Plattformen sicher und kommuniziert eigene, Bergbahnen-, Leistungsträger- wie auch Gäste- und Influencerinhalte. Die Social-Media Community wächst jährlich stetig an.

#aletscharena #myaletschmoment



HIGHLIGHTS

Facebook – TOP 3 Beiträge (inhouse)

- [Pistenbully Transport](#) (232'231 Impressionen)
- [Äplerfest](#) (82'311 Impressionen)
- [Kilian Volken](#) (62'219 Impressionen)

Instagram – TOP 3 Beiträge (inhouse)

- [Pistenbully \(Reel\)](#) (69'154 Impressionen)
- [Winter is here \(Reel\)](#) (21'387 Impressionen)
- [a hidden gem \(Post\)](#) (20'585 Impressionen)

KAMPAGNEN



Grösster Gletscher der Alpen

Das Kampagnenmanagement stellt einen weiteren wichtigen Pfeiler im Rahmen der Marketing- und Verkaufstätigkeiten dar.

WINTER 2022/2023

Haupt-Kampagne

«Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher»

- Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher

Neben-Kampagnen

- #myaletschmoment Wettbewerb

Botschaft: Mach mit und gewinne eine Übernachtung im Cube Aletsch

- Aletschgletscher trifft Loipe Goms

Botschaft: Entdecke Ski Alpin und Langlauf mit nur 1 Saison-Abonnement

FRÜHLING – SOMMER 2023

Haupt-Kampagne

«Entdecke den Bergfrühling»

- Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke den Grossen Aletschgletscher im Frühling

Haupt-Kampagne

«Entdecke den Grossen Aletschgletscher»

- Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke den Aletschgletscher im Herbst

Neben-Kampagnen

- #myaletschmoment Wettbewerb

Botschaft: Mach mit und gewinn eine Übernachtung in der Aletsch Arena

- Matterhorn trifft Aletschgletscher

Botschaft: Entdecke 2 Top-Spots der Schweiz mit nur 1 Ticket: 2 fahren – 1 bezahlt

- Stoneman Glaciara Hike & Bike

Botschaft: Folge dem Ruf – das exklusive Abenteuer für Wanderer und Trailrunner in der Schweiz

Grösster Gletscher der Alpen

WEITERE PROMOTIONSMASSNAHMEN

- Promotionen Schweiz (abraxas Coop Verkaufsaktionen, RailAway Snow'n'Rail, Concordia-Versicherung, BLS, Raiffeisen «Grand Tour of Switzerland»-Aktion)
- Grand Tour of Switzerland, Valais Pass, le Nouvelliste en piste ...
- Digitales Marketing (Online-Advertising, Social Media, Newsletter-Versand etc.)
- Präsenz auf Informations- und Vertriebsplattformen (loisirs.ch, freizeit.ch, skiresort.de)
- Winter-Sportportale allgemein (skiresort, snowplaza, bergfex...)
- TV-Livecam-Übertragung (täglich auf SRF 1 und RTS 1)

MARKTBEARBEITUNG (MARKTMANAGEMENT)

Wie in den letzten Jahren arbeitet die Aletsch Arena hier eng mit Schweiz Tourismus (ST) sowie Valais Wallis Promotion (VWP) und der Matterhorn Region (MRAG), der Walliser Verkaufs- und Vermarktungsorganisation in den Nah- und Fernmärkten, zusammen. Die Märkte Middle Europe, Spanien, Indien und Japan, welche nicht von der MRAG bearbeitet werden, hat die Aletsch Arena erneut zusammen mit Schweiz Tourismus (ST) direkt bearbeitet.

Aktive (virtuelle) Präsenz der Aletsch Arena AG an folgenden Fach- und Publikumsmessen und Events:

Event	Datum	Typ
Meet Switzerland Event UK	1. – 4.11.2022	B2B
Road Show MRAG South East Asia/Korea/Taiwan	1. – 11.11.2022	B2B
Destination Training India (virtuell)	4.11.2022	B2B
Präsenz Coop Ziil-Center, Kreuzlingen	1. – 24.12.2022	B2C
Sales Calls Tour / Road Show MIKI, South East Asia/Hongkong	30.1. – 9.2.2023	B2B
ITB Berlin, B2B Messe	7. – 9.3.2023	B2B
ST Workshop Prag / Warschau / Krakow	13. – 17.3.2023	B2B
India Workshop Interlaken	20. – 22.3.2023	B2B
Bike Messe Prag	23. – 25.3.2023	B2C
ST Ferientag, Key Partner und GToS Meetings	4. – 5.4.2023	B2B
Messe MEGATHal, Balsthal	5. – 7.5.2023	B2C
STE Japan	8. – 12.5.2023	B2B
DAV Event München	11. – 12.5.2023	B2C
KAM Event Milano	11.5.2023	B2B
Cycle Week (Stoneman), Zürich	23. – 26.5.2023	B2C
Marktstand «Pärke in der Stadt», Thun	3.6.2023	B2C
Bourse d'Echange, Fully	6.6.2023	B2B
Präsenz Coop Haag Zentrum, Haag	28.6 – 1.7.2023	B2C
Sales Calls UK	30.6 – 4.7.2023	B2B
Präsenz Coop Gallus Markt, St. Gallen	1./8./15./22./27.7.2023	B2C
Destination Training Event Delhi, India (virtuell)	22.8.2023	B2B
Destination Training Event Mumbai, India (virtuell)	23.8.2023	B2B
Destination Training Event Jaipur, India (virtuell)	29.8.2023	B2B
Swiss Travel Mart, international, Genf	11. – 14.9.2023	B2B
Sales Calls Spanien	25. – 26.9.2023	B2B
KAM Event Freiburg, DE	27.9.2023	B2B
Winter Opening BeNeLux	4. – 6.10.2023	B2B
Media Meeting Milano, IT	5.10.2023	B2B
KAM Webinar DE, virtuell	25.10.2023	B2B

B2B=Fachmesse/-anlass, B2C= Publikumsmesse/-anlass

Familiarity Trips von Key Accounts

Nicht nur bei den Journalisten sondern auch bei den Reiseveranstaltern konnte die Aletsch Arena so viele Reisevertreter wie noch nie begrüßen. Insgesamt fanden 181 Reisebüromitarbeiter den Weg in die Aletsch Arena um sich vor Ort über die Produkte informieren und diese erleben zu können, was einem Anstieg von 198% entspricht.

Herkunftsland	2020/21	2020/21	2021/22	2021/22	2022/23	2022/23
	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax
China / Hongkong	1	2	1	1	1	11
Taiwan	0	0	7	17	3	10
Korea	1	4	1	1	5	23
Thailand / Singapore / Malaysia / Indonesia / SEA)		0	5	20	11	55
UK	1	2	1	10	3	18
USA / Australien	1	3	2	33	0	0
Russland	0	0	0	0	0	0
Polen / Tschechien	1	1	0	0	0	0
Niederlande	1	2	1	2	1	12
Indien	0	0	1	6	1	8
Deutschland	1	1	1	1	3	24
Schweiz	0	1	0	0	0	0
International	0	0	0	0	4	20
Total	7	20	20	91	29	181

Ausserdem führten wir in Zusammenarbeit mit Valais Wallis Promotion (VWP) und Schweiz Tourismus (ST) verschiedene Kampagnen in den ausländischen Märkten durch:

Deutschland

- OUTDOOR Magazin Digitales Content Special
- DAV Summit Club
- Digitale Herbstkampagne
- Kooperation DSV
- Digitale Winterkampagne: Skijanuary

UK

- ST UK «Mega-Famtrip Grand Yodel»
- Sidetracked
- Mountainbike-Challenge mit 4 Profifahrerinnen

FR

- Le Monde
- Native Display im Outbrain & Le Monde
- Paris Tonic, Out of office
- TF1 Begleitung Personal Aletsch Bahnen

Matterhorn Region AG

[Gesamtüberblick](#) der MRAG-Aktivitäten in allen Märkten

BeNeLux

- Summer Ambassador Campaign mit Evi Hanssen
- Kampagne mit dem Niederländischen Kletter- und Bergverein (NKBV): Blog, Newsletter, Messe Bergsportdag
- Medienpartnerschaft NRC/Qualis
- KAM Promotion SNP
- Kooperation Berg- und Wandlungsmagazine
- Kooperation Bergfamilie.nl
- Kooperation Trailrunning.eu (Newsletter, Blog, SwissAlps100)

IT

- TV-Team Donnavventura RAI
- Digital campaign: Teads
- Medienmandat Marco Acher-Marinelli

DIGITAL BUSINESS

Im Laufe des Geschäftsjahres 2022/2023 hat die Aletsch Arena wichtige Schritte in ihrer digitalen Entwicklung unternommen. Das Ziel war klar: Technologie so einzusetzen, dass sie den Gästen einen echten Mehrwert bietet. Dies wurde durch eine Reihe von Initiativen erreicht, die sowohl die Nutzerfreundlichkeit als auch die Sicherheit und Effizienz der digitalen Dienste verbesserten.

Der Relaunch des Webshops-Frontends Ende 2022 war ein wesentlicher Meilenstein. Durch die Einführung von einem neuen Dynamic Pricing Anbieter, neuen Angeboten wie «Skicare» sowie einer besseren Integration von «Schgi fer frii» gelang es, den Buchungsprozess für die Gäste zu vereinfachen und attraktiver zu gestalten. Parallel dazu hat die Aletsch Arena das digitale Meldewesen weiterentwickelt, um die Nutzung auf mobilen Geräten sowie die Integrationsmöglichkeiten zu verbessern.

Die Optimierung der Webseite und des Content Hubs trug ebenfalls zur digitalen Strategie bei. Anpassungen wie die Optimierung des technischen SEO und die Einführung neuer Web-Elemente verbesserten nicht nur die Online-Präsenz der Aletsch Arena, sondern machten Informationen für die Gäste leichter zugänglich und verständlicher.

Ein Schlüsselement der digitalen Strategie war die Zusammenarbeit im Rahmen des Aletsch Kollektivs. Dieses Projekt vereinte verschiedene Walliser Tourismusdestinationen mit dem Ziel, eine gemeinsame digitale Plattform

zu entwickeln. Die daraus resultierende Webplattform und der Content Hub verbesserten die Kommunikation mit den Gästen erheblich und legten den Grundstein für weitere Kooperationen und Folgeprojekte.

Aber auch die stetige Modernisierung der internen IT und die Sensibilisierung für IT-Sicherheit waren wichtige Aspekte in 2022/2023. Durch die Durchführung einer Phishing-Kampagne und die Implementierung technischer Massnahmen hat die Aletsch Arena ihre interne IT-Sicherheit signifikant gestärkt. Zudem wurde mit der Umstellung auf eine neue Telefonielösung über Teams-Telefonie die Kommunikationsinfrastruktur modernisiert. Diese Umstellung ermöglicht es den Mitarbeitern flexibler und standortunabhängig zu kommunizieren, was die interne Effizienz und die Servicequalität für die Gäste verbessert.

Die digitalen Projekte des Geschäftsjahres 2022/2023 sind Ausdruck des fortlaufenden Engagements der Aletsch Arena, den digitalen Wandel im Tourismussektor aktiv mitzugestalten. Durch die Fokussierung auf Benutzerfreundlichkeit, Stabilität und Sicherheit sowie auf die Kooperation mit anderen Destinationen konnte die Aletsch Arena ihre digitale Landschaft wesentlich verbessern und gleichzeitig einen Rahmen für zukünftige Entwicklungen schaffen.

KENNZAHLEN (01.11.2022 bis 31.10.2023)

18'507 GÄSTE-NEWSLETTER ABONNENTEN

2.1 MILLIONEN SITZUNGEN

94'000 PRODUKTE GEKAUFT

3MIN 33SEK DURCHSCHNITTLICHE SITZUNGSDAUER

7.9 MILLIONEN SEITENAUFRUFE

1.2 MILLIONEN WEBSEITENNUTZER

302'536 MARKETING E-MAILS

108'948 KONTAKTE

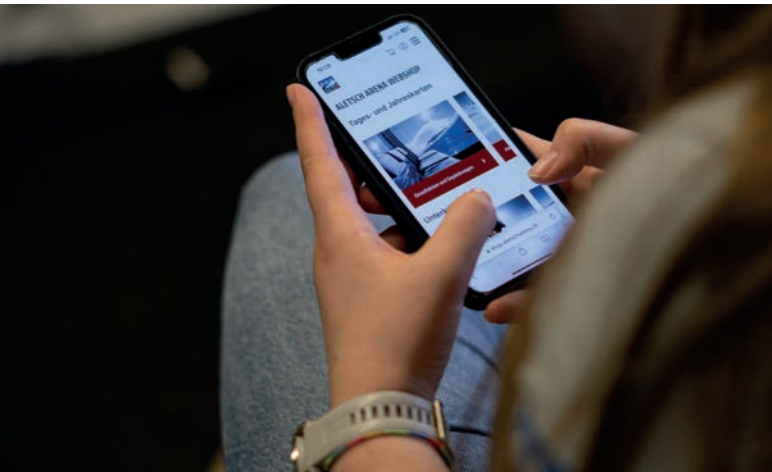
17'000 ABGESCHLOSSENE BUCHUNGEN

63% MOBILE **37%** DESKTOP

PROJEKTE DIGITAL BUSINESS

Die digitale Transformation der Aletsch Arena umfasst eine breite Palette an Projekten, die sich auf fünf zentrale Bereiche des Digital Business erstrecken. **Content**-Projekte fokussieren sich auf Destinationsinhalte und wie diese Inhalte digital an die Gäste gelangen. Im Bereich **E-Commerce** liegt der Fokus auf der Optimierung des Online-Angebots und der Buchungsprozesse mit dem Ziel der besseren Convenience für Gäste sowie der Umsatzsteigerung für die Destination. **CRM**-Tätigkeiten konzentrieren sich auf die Personalisierung der Kundenkommunikation und die Stärkung der Kunden-

bindung durch gezielte Datennutzung. **Partner Services** fokussiert sich auf die Zusammenarbeit mit Leistungsträgern und deren Unterküften, und damit eingehend auch auf eine gute Datenqualität im Webshopbereich. Schliesslich zielen die **IT- und Prozess**-Projekte auf die Modernisierung interner Systeme und die Effizienzsteigerung durch die Digitalisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen ab. Jeder Bereich trägt spezifisch zur Verbesserung der digitalen Infrastruktur und zur Steigerung der Gesamteffektivität bei.



E-COMMERCE

GO LIVE NEUER WEBSHOP SEIT NOVEMBER 2022

WINTER AUFSCHALTUNG DER PRODUKTE SEPTEMBER-OKTOBER 2023

SOMMER AUFSCHALTUNG DER PRODUKTE APRIL-JUNI 2023



ALETSCH KOLLEKTIV

Das Aletsch Kollektiv, eine Kooperationsinitiative der Walliser Tourismusdestinationen Aletsch Arena, Blatten-Belalp, Brig-Simplon und Goms, zielte darauf ab, durch Digitalisierung die Gästekommunikation zu verbessern. Herzstück ist ein gemeinsamer Content Hub und eine einheitliche Webplattform, die Inhalte zentral verwaltet und die Online-Sichtbarkeit der Destinationen steigert. Abgeschlossen im Oktober 2023, zeigte das Projekt erfolgreich, wie kooperative digitale Ansätze die Gästeerfahrung verbessern können. Es setzt damit einen Meilenstein für zukünftige digitale Initiativen im Tourismus.

CRM

AUTOMATISIERUNGSPROZESSE **CLEAN-UP**

NEUES GESETZ **DATENSCHUTZ**

DATENSÄTZE SGF'S **SEGMENTIERUNG**

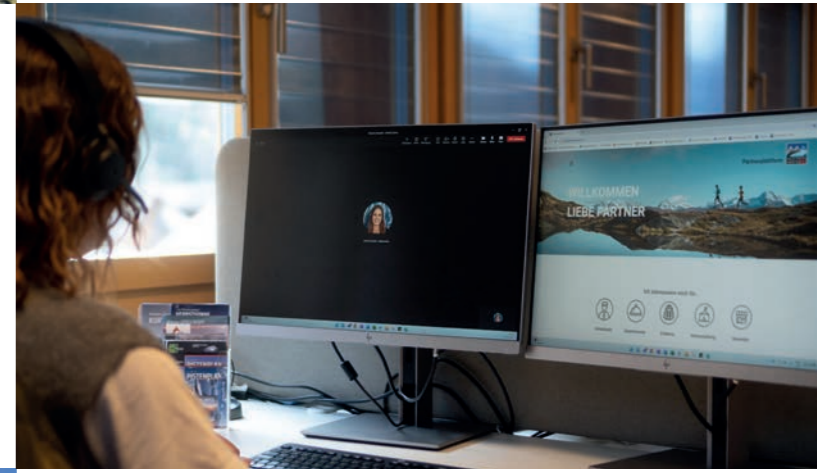


PARTNER SERVICES

INTEGRATION INS DIGITAL BUSINESS **FESTIGUNG**

PROZESSE **OPTIMIERUNG**

STEIGERUNG DER **DATENQUALITÄT**



IT / PROZESSE

TELEFONIE UMSSTIEG AUF TEAMS

NETZWERK OPTIMIERUNG UND STABILISIERUNG

CYBER-SECURITY SENSIBILISIERUNG



CONTENT

PHASE I DIGITALE BESCHILDERUNG ABGESCHLOSSEN

10 DESTINATIONSSCREENS **20** STATUSSCREENS

WEBSEITE WEITERENTWICKLUNG

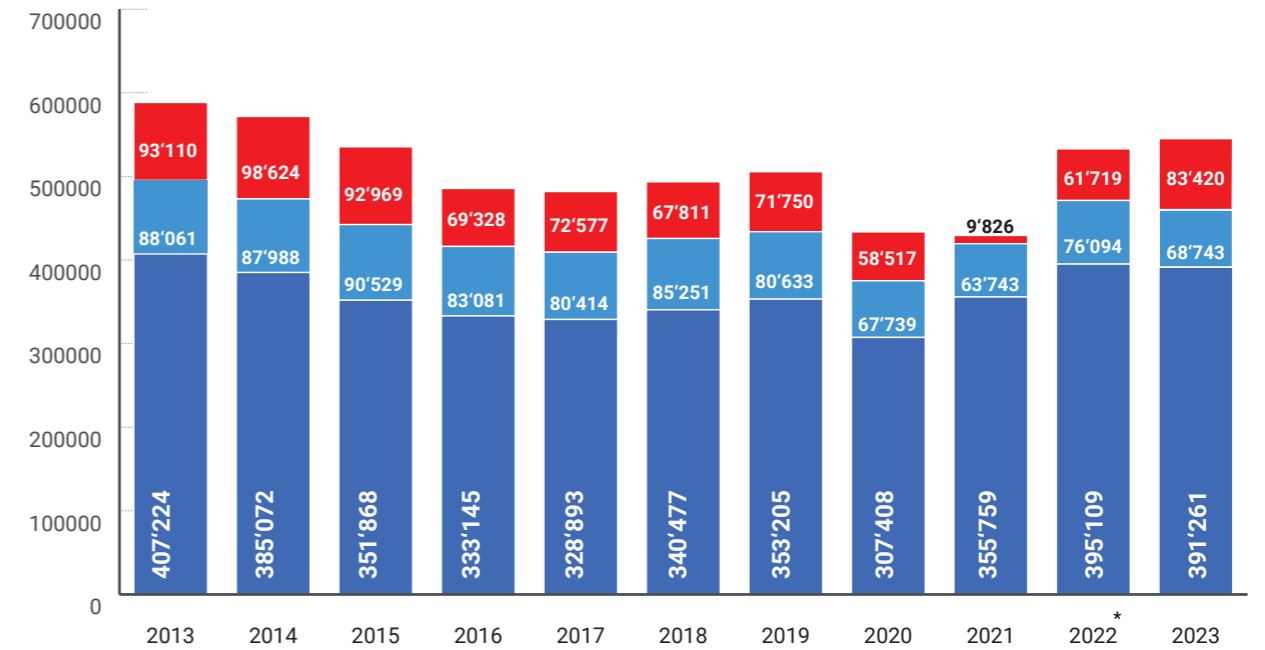
Grösster Gletscher der Alpen

LOGIERNÄCHTE

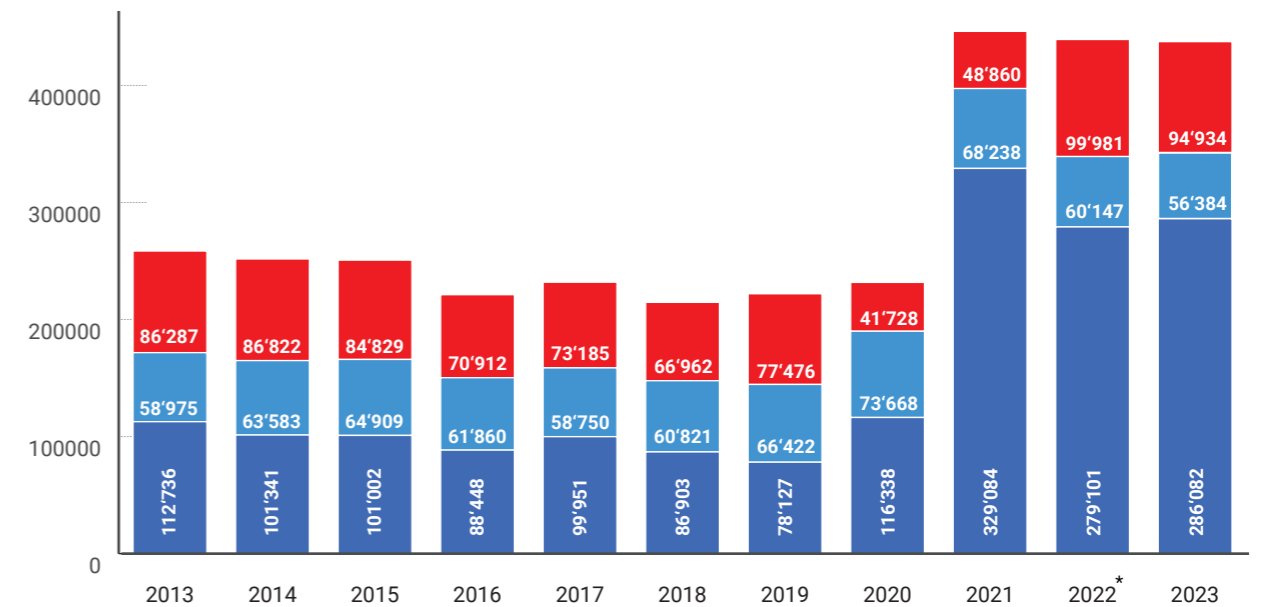


Grösster Gletscher der Alpen

WINTER 2022/2023



SOMMER 2023



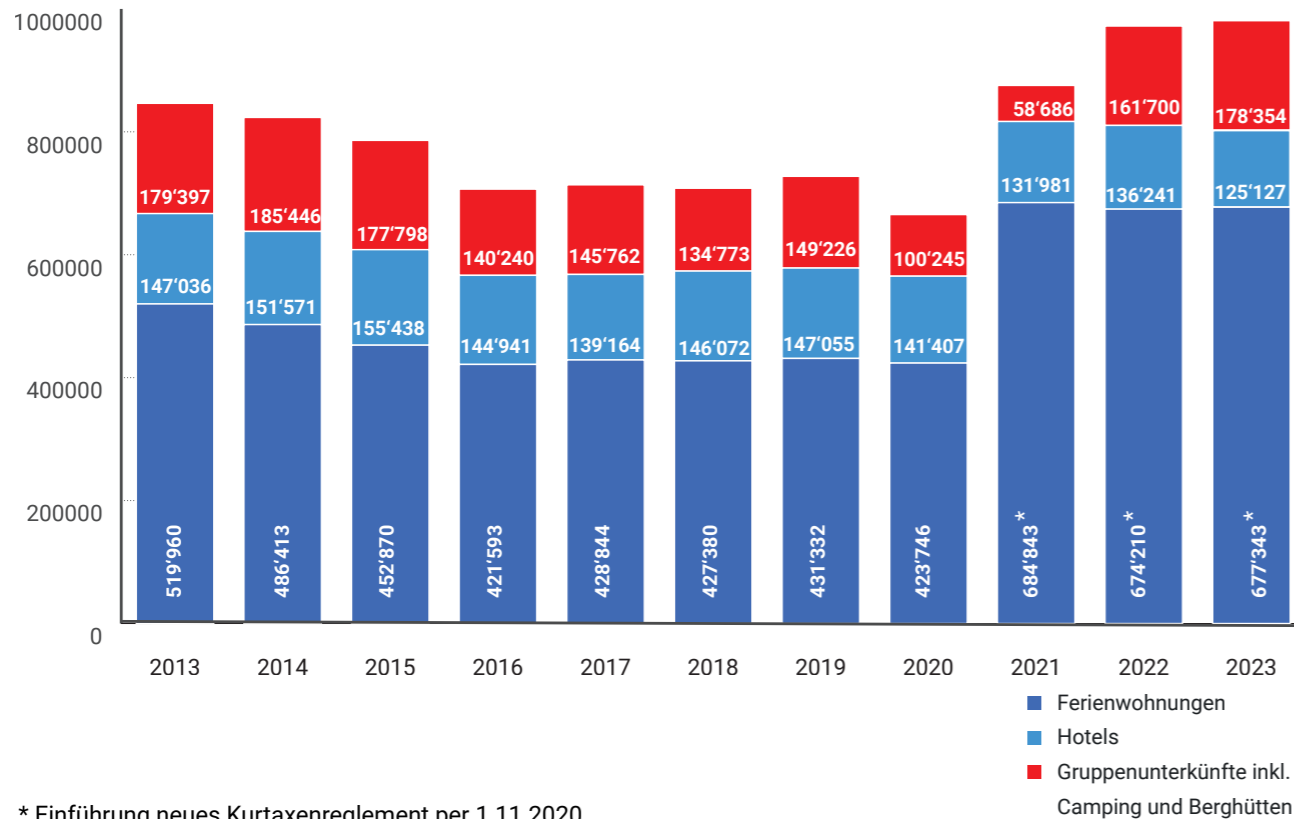
- Ferienwohnungen
- Hotels
- Gruppenunterkünfte inkl. Camping und Berghütten

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Aufteilung «Parahotellerie» Winter/Sommer gem. Daten digitales Meldewesen. Dank der besseren Nutzung des Meldewesens ergibt sich eine realistischere Aufteilung Sommer / Winter.

Grösster Gletscher der Alpen

TOTAL GESCHÄFTSJAHR 2022/2023



* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Zahl Parahotellerie - nur Anhand der Pauschalabrechnungen. Die aufgeführten Übernachtungszahlen «Parahotellerie» entsprechen nicht den effektiven Übernachtungszahlen, sondern den Übernachtungszahlen gemäss Pauschalen.

Land	21/22 Total	Pos	22/23 Total	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos	Marktanteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
24.58%									
Schweiz	685'952	1	682'707	-0.47%	-3'244	1	75.42%	83.96%	
Deutschland	126'728	2	122'911	-3.01%	-3'817	2	13.58%	55.24%	89.08%
BeNeLux	68'394	3	71'155	4.04%	2'761	3	7.86%	31.98%	90.22%
Frankreich	5'779	4	5'711	-1.18%	-68	4	0.63%	2.57%	61.36%
UK	2'636	11	4'722	79.10%	2'085	7	0.52%	2.12%	35.41%
Aussereuropa	7'462	7	8'475	13.57%	1'012	5	0.94%	3.81%	62.92%
Italien	2'761	6	3'131	13.38%	370	6	0.35%	1.41%	69.02%
Nordics	623	9	840	34.90%	217	11	0.09%	0.38%	61.79%
Middle Europe	1'722	5	2'238	29.95%	516	9	0.25%	1.01%	54.86%
Spanien	1'808	8	2'335	29.16%	527	8	0.26%	1.05%	50.26%
Russland	247	10	972	294.38%	726	10	0.11%	0.44%	86.94%
Gesamttotal Logiernächte	972'151		980'824	0.89%	8'673		100.00%	100.00%	

WINTER

HOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2022-30.4.2023)

Land	2021/22 Hotel	A-Dauer	Pos	2022/23 Hotel	Abw. in %	Abw. Absolut	A-Dauer	Pos	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
Schweiz	61'763	2.9	1	53'967	-12.62%	-7'796	3.1	1	78.51%	56.68%	21.49%
Deutschland	6'979	4.7	2	7'594	8.81%	615	4.5	2	11.05%	57.21%	51.4%
BeNeLux	4'667	3.3	3	3'777	-19.07%	-890	4.3	3	5.49%	62.76%	25.6%
Frankreich	813	3.1	4	738	-9.23%	-75	3.6	5	1.07%	34.96%	5.0%
UK	704	3.0	5	909	29.12%	205	3.4	4	1.32%	35.94%	6.2%
Asien	125	4.3	10	149	19.20%	24	1.9	10	0.22%	12.42%	1.0%
Italien	238	1.9	7	325	36.55%	87	2.4	7	0.47%	43.92%	2.2%
Nordics	59	4.1	12	112	89.83%	53	2.9	12	0.16%	34.89%	0.8%
Amerika	127	2.3	9	325	155.91%	198	2.7	7	0.47%	19.30%	2.2%
Middle Europe	331	2.9	6	391	18.13%	60	3.9	6	0.57%	38.71%	2.6%
Spanien	154	3.4	8	243	57.79%	89	3.5	9	0.35%	37.50%	1.6%
Russland	24	2.4	13	71	195.83%	47	4.1	13	0.10%	55.91%	0.5%
Afrika & Ozeanien	80	7.3	11	117	46.25%	37	4.5	11	0.17%	56.80%	0.8%
Übrige	30	1.9		25	-16.67%	-5	7.0		0.04%	64.10%	0.2%
Total	76'094	3.0		68'743	-9.66%	-7'351	3.0		100%	54.94%	100.0%

PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2022-30.4.2023) *

Land	2021/22 FeWo	Pos	2022/23 FeWo	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
25.65%									
Schweiz	292'202	1	290'889	-0.45%	-1'314	1	74.35%	58.34%	
Deutschland	67'755	2	64'176	-5.28%	-3'579	2	16.40%	59.25%	63.94%
BeNeLux	29'265	3	29'330	0.22%	65	3	7.50%	52.84%	29.22%
Frankreich	987	4	1'668	68.98%	681	5	0.43%	49.76%	1.66%
UK	610	7	439	-27.98%	-171	8	0.11%	31.68%	0.44%
Aussereuropa	2'685	5	2'296	-14.47%	-389	4	0.59%	43.25%	2.29%
Italien	610	6	987	61.88%	377	6	0.25%	59.88%	0.98%
Nordics	160	10	258	61.22%	98	11	0.07%	49.65%	0.26%
Middle Europe	506	8	556	9.77%	49	7	0.14%	45.26%	0.55%
Spanien	222	9	274	23.69%	52	10	0.07%	41.85%	0.27%
Russland	107	11	388	264.28%	282	9	0.10%	45.93%	0.39%
Total	395'109		391'261	-0.97%	-3'848		100%	57.76%	100%

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Aufteilung nach Ländern in der Parahotellerie gem. Daten digitales Meldewesen. Dank der besseren Nutzung des Meldewesens ergibt sich eine realistischere Aufteilung nach Nationalitäten.

SOMMER

HOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2023)

Land	2022 Hotel	A- Dauer	Pos	2023 Hotel	Abw. in %	Abw. Absolut	A- Dauer	Pos	Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
											26.84%
Schweiz	46'919	2.0	1	41'252	-12.08%	-5'667	2.0	1	73.16%	43.32%	
Deutschland	6'067	2.9	2	5'681	-6.36%	-386	2.6	2	10.08%	42.79%	37.54%
BeNeLux	2'029	2.5	3	2'241	10.45%	212	2.8	3	3.97%	37.24%	14.81%
Frankreich	1'623	2.1	4	1'373	-15.40%	-250	1.9	5	2.44%	65.04%	9.07%
UK	470	2.4	7	1'620	244.68%	1'150	2.4	4	2.87%	64.06%	10.71%
Asien	745	1.6	6	1'051	41.07%	306	1.6	7	1.86%	87.58%	6.95%
Italien	367	1.6	9	415	13.08%	48	1.6	9	0.74%	56.08%	2.74%
Nordics	123	1.5	11	209	69.92%	86	2.1	11	0.37%	65.11%	1.38%
Amerika	974	2.4	5	1'359	39.53%	385	2.7	6	2.41%	80.70%	8.98%
Middle Europe	388	1.7	8	619	59.54%	231	2.3	8	1.10%	61.29%	4.09%
Spanien	279	1.4	10	405	45.16%	126	1.7	10	0.72%	62.50%	2.68%
Russland	66	1.4	13	56	-15.15%	-10	1.2	13	0.10%	44.09%	0.37%
Afrika & Ozeanien	90	2.0	12	89	-1.11%	-1	1.9	12	0.16%	43.20%	0.59%
Übrige	7	1.9		14	100.00%	7	2.1		0.02%	35.90%	0.09%
Total	60'147	2.0		56'384	-6.26%	-3'763	2.0		100%	45.06%	100%

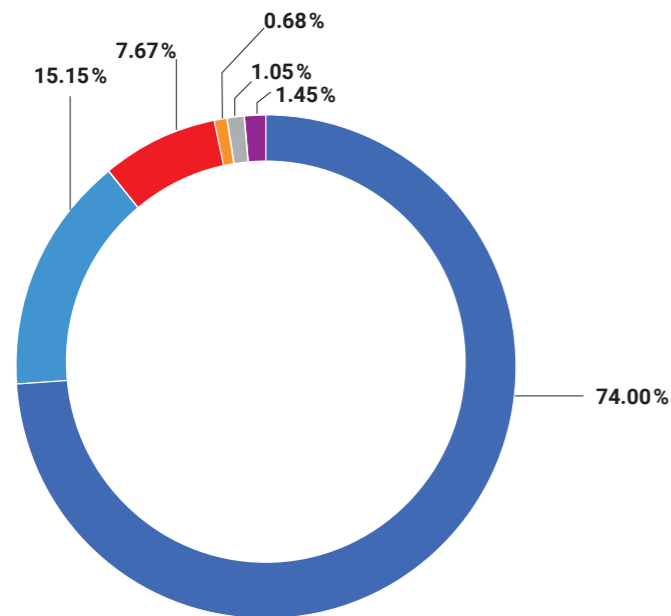
PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2023) *

Land	2021/22 FeWo	Pos	2022/23 FeWo	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos	Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
									27.40%
Schweiz	201'133	1	207'695	3.26%	6'561	1	72.60%	41.66%	
Deutschland	44'875	2	44'135	-1.65%	-740	2	15.43%	40.75%	56.30%
BeNeLux	25'625	3	26'175	2.15%	550	3	9.15%	47.16%	33.39%
Frankreich	1'912	5	1'684	-11.92%	-228	5	0.59%	50.24%	2.15%
UK	852	7	947	11.20%	95	6	0.33%	68.32%	1.21%
Aussereuropa	2'599	4	3'013	15.93%	414	4	1.05%	56.75%	3.84%
Italien	922	6	661	-28.29%	-261	8	0.23%	40.12%	0.84%
Nordics	281	10	261	-6.96%	-20	11	0.09%	50.35%	0.33%
Middle Europe	497	8	672	35.26%	175	7	0.23%	54.74%	0.86%
Spanien	355	9	381	7.20%	26	10	0.13%	58.15%	0.49%
Russland	50	11	457	814.82%	407	9	0.16%	54.07%	0.58%
Total	279'101		286'082	2.50%	6'981		100%	42.24%	100%

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

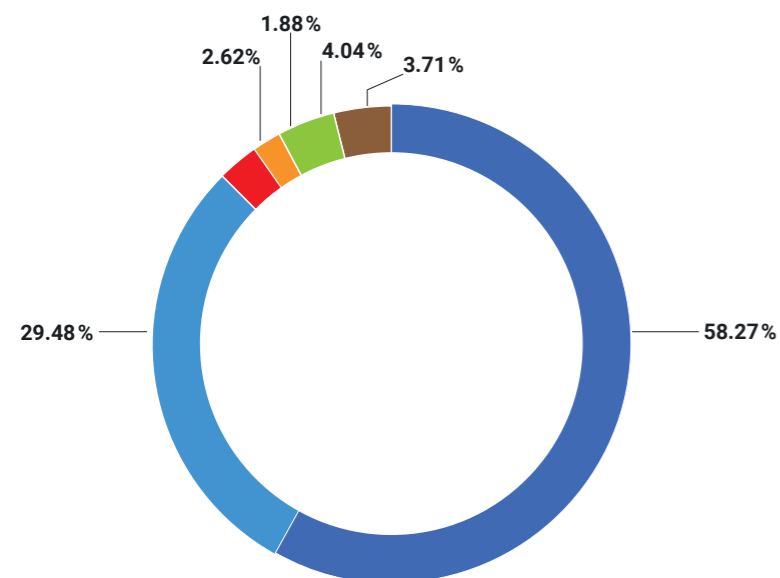
Aufteilung nach Ländern in der Parahotellerie gem. Daten digitales Meldewesen. Dank der besseren Nutzung des Meldewesens ergibt sich eine realistischere Aufteilung nach Nationalitäten.

MARKTANTEIL SCHWEIZ 74.00 % / AUSLAND 26.00 %



- Schweiz
- Deutschland
- BeNeLux
- Frankreich
- Aussereuropa
- übrige:
 - UK
 - Italien
 - Nordics
 - Middle Europe
 - Spanien
 - Russland

MARKTANTEIL AUSLAND



- Deutschland
- BeNeLux
- Frankreich
- UK
- Aussereuropa
- übrige:
 - Italien
 - Nordics
 - Middle Europe
 - Spanien
 - Russland



ÜBERNACHTUNGSZAHLEN ALETSCH ARENA 2022/2023



-2.63% *

Hotellerie



+0.46 %

Parahotellerie



+9.68 %

Gruppenunterkunft inkl.
Camping und Berghütten

Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Zahl Parahotellerie - nur anhand der Pauschalabrechnungen. Die aufgeführten Übernachtungszahlen «Parahotellerie» entsprechen nicht den effektiven Übernachtungszahlen, sondern den Übernachtungszahlen gemäss Pauschalen.

* Zahlen des BfS

HOTELLERIE IM VERGLEICH MIT DEN DESTINATIONEN DES WALLIS

Destination	UN 22/23	% vs. 21/22	Ankünfte	Ø A-Dauer
Zermatt	1'723'982	12,6%	736'599	2,3
Saastal	376'965	-5,41%	132'650	2,8
Crans-Montana	265'548	3,52%	105'754	2,5
Brig-Simplon	223'388	10,46%	103'454	2,2
Leuk - Leukerbad Region	222'746	-1,87%	113'926	2
Sierre-Anniviers	221'615	14,43%	86'669	2,6
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	192'474	1,7%	67'127	2,9
Martigny Région	167'321	46,11%	105'580	1,6
Chablais	152'391	6,65%	78'011	2
Sion-Région	148'326	22,26%	95'282	1,6
Aletsch Arena	136'831	-2,63%	52'608	2,6
Goms	130'579	-11,68%	63'552	2,1
Région Dents du Midi	101'829	5,59%	47'016	2,2
Rund um Visp	83'425	-0,59%	44'883	1,9
Pays du St-Bernard	73'617	10,94%	56'939	1,3
Grächen	65'621	5,02%	29'276	2,2
Blatten-Belalp	55'387	6,28%	28'154	2
Val d'Hérens	51'703	3,64%	27'156	1,9
Nendaz	37'204	14,12%	20'222	1,8
Lötschental	31'820	-2,45%	16'168	2
Vallée du Trient	31'572	16,42%	24'636	1,3
Anzère	26'698	4,58%	10'323	2,6

Zahlen des BfS



Grösster Gletscher der Alpen

JAHRESRECHNUNG

Erfolgsrechnung

Die Kurtaxeneinnahmen der Aletsch Arena AG betragen rund CHF 2'963'403 und die Einnahmen aus Tourismusförderungssteuern betragen CHF 1'061'269. Die Einnahmen aus Kurtaxen sind im Vergleich zum Vorjahr in etwa auf gleicher Höhe. Die Einnahmen aus Tourismusförderungssteuern sind um CHF 32'033 gestiegen.

«Die eingesetzten Mittel im Bereich Marketing wurden gegenüber dem Vorjahr erhöht.»

Die Beiträge für Marketingzwecke betragen CHF 915'584. Die Bruttoeinnahmen und -ausgaben des Webshops der Aletsch Arena AG werden in der Erfolgsrechnung offen ausgewiesen. Insgesamt wurden über den Webshop im Geschäftsjahr 2022/23 rund CHF 12 Mio. umgesetzt. Die Nebenerträge betragen im Geschäftsjahr 2022/23 rund CHF 621'766 und sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 77'785 gestiegen.

Insgesamt resultiert ein Gesamtertrag von CHF 5'973'647. Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Erhöhung rund CHF 137'445. Demgegenüber beträgt der Aufwand total CHF 5'965'756 und ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 154'926 gestiegen.

Der ausgewiesene Personalaufwand beträgt CHF 1'610'558 und der allgemeine Betriebsaufwand rund CHF 409'215. Für IT-Systeme und Digitalisierungsprojekte wird ein Aufwand von rund CHF 638'799 ausgewiesen. Für Werbung, Marketing und Sponsoring sind insgesamt rund CHF 1'980'643 eingesetzt worden. Damit sind die eingesetzten Mittel im Bereich Marketing gegenüber dem Vorjahr höher und insgesamt um CHF 309'964 gestiegen. Für Events und Animationen wurden rund CHF 497'880 eingesetzt.

Bilanz

Insgesamt weist die Aletsch Arena AG eine Bilanzsumme von CHF 3'132'362 aus. Der COVID-Kredit wurde vollständig zurückbezahlt. Im Rahmen der operativen Tätigkeiten der Aletsch Arena AG wurden im Geschäftsjahr 2022/23 Rückstellungen in Höhe von CHF 22'578 aufgelöst und CHF 46'600 gebildet. Der ausgewiesene Gewinn beträgt CHF 7'891.



BILANZ

	2022–2023		2021–2022	
Aktiven				
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel	1'682'110.18	53.70 %	2'013'187.97	62.25 %
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	935'402.80	29.86 %	1'057'389.25	32.69 %
Übrige kurzfristige Forderungen	11'566.75	0.37 %	2'812.62	0.09 %
Vorräte	3'001.00	0.10 %	3'001.00	0.09 %
Aktive Rechnungsabgrenzungen	478'889.90	15.29 %	136'574.39	4.22 %
Total Umlaufvermögen	3'110'970.63	99.32 %	3'212'965.23	99.34 %
Anlagevermögen				
Finanzanlagen	7'740.00	0.25 %	201.00	0.01 %
Mobile Sachanlagen	13'650.00	0.44 %	21'067.50	0.65 %
Immobilien Sachanlagen	1.00	0.00 %	1.00	0.00 %
Total Anlagevermögen	21'391.00	0.68 %	21'269.50	0.66 %
Total Aktiven	3'132'361.63	100.00 %	3'234'234.73	100.00 %

	2022–2023		2021–2022	
Passiven				
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	509'330.44	16.27 %	362'170.51	11.21 %
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	36'539.86	1.17 %	12'526.68	0.40 %
Passive Rechnungsabgrenzungen	1'114'495.89	35.58 %	1'001'204.75	30.97 %
Total kurzfristiges Fremdkapital	1'660'366.29	53.01 %	1'375'901.94	42.55 %
Total langfristiges Fremdkapital und Rückstellungen	1'070'064.21	34.16 %	1'464'292.48	45.28 %
Total Fremdkapital	2'730'430.50	87.17 %	2'840'194.42	87.84 %

Eigenkapital				
Eigenkapital	180'000.00	5.57 %	180'000.00	5.57 %
Reserven	153'202.00	4.89 %	150'000.00	4.64 %
Gewinnvortrag	60'838.31		38'668.62	
Jahresgewinn	7'890.82		25'371.69	
Bilanzgewinn	68'729.13	4.14 %	64'040.31	3.18 %
Total Eigenkapital	401'931.13	14.77 %	394'040.31	13.38 %
Total Passiven	3'132'361.63	100.00 %	3'234'234.73	100.00 %

ERFOLGSRECHNUNG

	2022-2023		2021-2022		Differenz
Aufwand					
Lohnkosten	1'325'315.35		1'360'669.09		-35'353.74
Sozialleistungen	212'941.82		211'151.69		1'790.13
Übriger Personalaufwand	72'300.65		89'986.16		-17'685.51
Personalaufwand	1'610'557.82	27.00 %	1'661'806.94	28.60 %	-51'249.12
Verwaltungsaufwand	177'483.15		156'506.24		20'976.91
Aufwand Gesellschaft Organe	101'710.21		92'536.92		9'173.29
Raumaufwand	93'434.50		84'444.04		8'990.46
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	23'635.57		9'081.88		14'554.69
Transportaufwand	0.00		4'296.92		-4'296.92
Sachversicherungen	7'716.10		5'033.20		2'682.90
Übriger Betriebsaufwand	5'234.45		4'858.78		375.67
Total allgemeiner Betriebsaufwand	409'214.98	6.86 %	351'968.84	6.06 %	57'246.14
IT, E-Business und Digitalisierungsprojekte	638'798.76		744'902.48		106'103.72
Destinationsmanagementsystem	0.00		28'809.10		-28'809.10
IT-Systeme und Digitalisierungsprojekte	638'798.76	10.71 %	773'711.58	13.31 %	-134'912.82
Direkter Aufwand	46'308.47		69'018.60		-22'710.13
Aufwand Infrastruktur	651'000.51		646'490.74		4'509.77
Aufwand Verkaufsartikel	24'353.99		30'914.99		-6'561.00
Übriger Aufwand	4'618.44		26'306.08		-21'687.64
Total direkter und übriger Aufwand	726'281.41	12.17 %	772'730.41	13.30 %	-46'449.00
Marketing und Kommunikation	764'780.76		825'832.06		-61'051.06
Marktmanagement und Vertrieb / Verkauf	425'532.94		310'093.26		115'439.68
Strategische Geschäftsfelder	120'752.41		0.00		120'752.41
Personalaufwand Marketing	669'577.00		534'753.52		134'823.48
Marketingaufwand	1'980'643.11	33.20 %	1'670'678.84	28.75 %	309'964.27
Eventpool	393'642.51		373'898.67		19'743.84
Kinderanimation	104'237.42		105'397.92		-1'160.5
Event und Animation	497'879.93	8.35 %	479'296.59	8.25 %	18'583.34
Abschreibungen	8'440.96	0.14 %	11'682.50	0.20 %	-3'241.54
Finanzaufwand und Finanzertrag	-937.42	-0.02 %	2'058.31	0.04 %	-2'995.73
a.o. Aufwand und Ertrag	91'876.76	1.54 %	77'528.87	1.33 %	14'347.89
Steuer	3'000.00	0.05 %	4'508.65	0.08 %	1'508.65
Total Aufwand	5'965'756.31	100.00 %	5'810'830.31	100.00 %	154'926.00

	2022-2023		2021-2022		Differenz
Ertrag					
Hotellerie	388'549.25		406'047.25		-17'498.00
Gruppenunterkunft	189'633.90		176'466.00		13'167.90
Camping	14'520.75		19'862.00		-5'341.25
Ferienwohnungen	2'370'699.20		2'359'733.30		10'965.90
Kurtaxen	2'963'403.10	49.61 %	2'962'108.55	50.75 %	1'294.55
Tourismusförderungstaxe	1'061'269.15	17.77 %	1'029'236.55	17.64 %	32'032.60
Marketingbeiträge	915'583.90	15.33 %	919'859.80	15.76 %	-4'275.90
Veranstaltungen	232'642.51	3.89 %	212'898.67	3.65 %	19'743.84
Webshop u. Drittportale, Bruttoeinnahmen	12'328'249.40		10'248'304.29		2'079'945.11
Webshop u. Drittportale, Bruttoausgaben	-12'136'395.54		-10'104'447.94		2'031'947.60
Webshop u. Drittportale	191'853.86	3.21 %	143'856.35	2.46 %	47'997.51
Nebenertrag	621'765.79	10.41 %	543'981.03	9.32 %	77'784.76
Ertrag Verkaufsartikel	34'460.32	0.58 %	38'253.73	0.66 %	-3'793.41
Mietertrag	1'811.35	0.03 %	2'198.81	0.04 %	-387.46
Übriger Ertrag	129'750.36	2.17 %	92'224.96	1.58 %	37'525.40
Ertragsminderungen	-178'893.21	-2.99 %	-108'416.45	-1.86 %	70'476.76
Total Ertrag	5'973'647.13	100.00 %	5'836'202.00	100.00 %	137'445.13

Rekapitulation	2022-2023	2021-2022	Differenz
Total Ertrag	5'973'647.13	5'836'202.00	137'445.13
Total Aufwand	-5'965'756.31	-5'810'830.31	154'926.00
Gewinn	7'890.82	25'371.69	-17'480.87

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

1. Angaben über angewandten Grundsätze

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten zum Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betrieblich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden. Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber Schwestergesellschaften werden in der vorliegenden Jahresrechnung als solche gegenüber direkt oder indirekt Beteiligten ausgewiesen.

2. Angaben, Aufschlüsselung und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung

Alle Positionen sind in der Bilanz und in den Details zur Erfolgsrechnung ausreichend offengelegt.

3. Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung.

Aufgrund verzögerter Rechnungsstellung mussten Lizenzkosten für den E-Commerce-Dienstleister ausserhalb der üblichen Buchungsperiode als ausserordentlicher Aufwand verbucht werden. Die Auswirkungen auf das Finanzergebnis und die Bilanz sind entsprechend in den relevanten Positionen berücksichtigt. Zusätzlich wurden die Beteiligungen an der Matterhorn Region AG und Aletsch Bahnen AG einer Neubewertung zum Nominalwert unterzogen. Diese Anpassung spiegelt sich in der Bilanzposition "Finanzanlagen" wieder.

4. Bewertungen von Aktiven zu Kurs-/Marktwerten

Es wurden keine Aktiven zum Kurs- oder Marktwert bewertet.

5. Beteiligungen

Es sind keine wesentlichen Beteiligungen vorhanden.

6. Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien

Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien sind in der Bilanz ausreichend offengelegt.

7. Sonstige Angaben

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen
31.10.2023 31.10.2022
CHF 0.00 CHF 0.00

8. Anzahl Mitarbeiter

Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:
31.10.2023 31.10.2022
- - nicht über 10 MA
X X über 10 MA
- - über 50 MA
- - über 250 MA

9. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Januar / Februar 2023 gingen beim Bundesgericht erneut vier Einsprachen gegen die neu homologierten Kurtaxenreglemente ein (1 Gde Riederalp, 2 Gde Bettmeralp, 1 Gde Fiesch). Im September 2023 entschied das Bundesgericht, dass die Belegungsgrade in Artikel 6 der Kurtaxenreglemente der Gemeinden Riederalp und Bettmeralp zulässig sind und wies die Beschwerden ab. Damit wurden dieselben Belegungsgrade, welche in den BGer-Urteilen im Sommer 2022 aufgehoben wurden, mit den zusätzlichen Nachweisen nun bestätigt. In Fiesch fiel der Entscheid des Bundesgerichts erneut zugunsten der Beschwerdeführer aus. Grund war, dass das Verhältnis zwischen den Teilgebieten (Fiesch Dorf und Fiescheralp) nicht akzeptiert wurde. Die Gemeinde Fiesch passte deshalb im November 2023 das Verhältnis der Belegungsgrade von Zweitwohnungsobjekten zwischen Fiesch Dorf und Fiescheralp an und liess die neue Vorlage in der Urversammlung vom Dezember 2023 bestätigen. Der Staatsrat homologierte das neue Reglement im Januar 2024 mit Rückwirkung auf das neue Geschäftsjahr ab dem 1. November 2023.

Der Verwaltungsrat ist der Ansicht, dass dem durch das Bundesgericht aufgehobenen Artikel nun durch die Anpassung genügend Rechnung getragen wurde. Aufgrund neu eingereichten Aufsichtsbeschwerden beim Staatsrat bestehen aber weiterhin Unsicherheiten. Gemäss Beurteilung des Verwaltungsrates, hat dies jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf die Fortführungsfähigkeit der Aletsch Arena AG.

Aletsch Arena AG, VR-Präsident, Armin Berchtold
Geschäftsführer, Philippe Sproll
Bettmeralp, März 2023

Bericht der Revisionsstelle

zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Aletsch Arena AG, Bettmeralp

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Aletsch Arena AG, Bettmeralp für das am 31. Oktober 2023 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.


Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Ohne unsere Prüfungsaussage einzuschränken, machen wir auf die Anmerkung im Anhang der Jahresrechnung zum Kurtaxenreglement aufmerksam. Aufgrund der erwähnten Punkte besteht weiterhin eine objektiv nicht überprüfbare Unsicherheit über die rechtlich verbindliche Höhe der einkassierten bzw. in Rechnung gestellten Kurtaxenbeträge.

ALPINE REVISIONS AG


Richard Stucky
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Manuel Zenklusen
Revisor

Bettmeralp, 14. Februar 2024

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



EINLADUNG GENERALVERSAMMLUNG 2022/2023

Aletsch Arena, April 2024

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Aktionäre der Aletsch Arena AG werden hiermit zur 8. ordentlichen Generalversammlung eingeladen, welche am **Montag, 8. April 2024** um 17.00 Uhr, in der Turnhalle im Fieschertal stattfindet.

TRAKTANDEN

- 1 Begrüssung
- 2 Wahl des Protokollführers sowie der Stimmzähler
- 3 Bericht des Präsidenten
- 4 Bericht des Geschäftsführers
- 5 Bericht der Revisionsstelle

6 Beschlussfassungen betreffend:

- a Genehmigung des Jahresberichts des Präsidenten und des Geschäftsführers
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht 2022/2023 sei zu genehmigen
- b Genehmigung des Jahresabschlusses 2022/2023 (01.11.2022 - 31.10.2023)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2023 ausweisend einen Gewinn von CHF 7'890.82 sei zu genehmigen und in die neue Rechnungsperiode zu übernehmen (Übertrag in die Eröffnungsbilanz)
- c Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates seien in globo für das Geschäftsjahr 2022/2023 zu entlasten

7 Wahl der Revisionsstelle

Antrag des Verwaltungsrates: Die Alpine Group AG, 3992 Bettmeralp, sei für ein weiteres Jahre zu bestätigen

8 Diverses

Vortrag von Urs Kessler, CEO Jungfraubahnen

Dies ist die 8. ordentliche Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Die Jahresrechnung 2022/2023, der Bericht der Revisionsstelle sowie die Statuten liegen 20 Tage vor der Generalversammlung am Sitz der Gesellschaft zur Einsicht der Aktionäre auf (Infocenter Bettmeralp). Der Geschäftsbericht wird im Anschluss an die Generalversammlung unter: aletscharena.ch/aletsch-arena-ag aufgeschaltet.

Die Aktionäre erhalten mit der Einladung einen Aktienausweis zugestellt.

Aktionäre können durch einen anderen Aktionär vertreten werden. Bei Vertretung ist die Vollmacht auf dem Aktienausweis vom Vollmachtgeber entsprechend auszufüllen und zu unterzeichnen.
Eintrittskontrolle ab 16.40 Uhr in der Turnhalle im Fieschertal.

Aus organisatorischen Gründen sind die Anzahl Vertreter des Aktionariats/Interessenvertretung bis zum 1. April 2024 bekannt zu geben (geri.berchtold@aletscharena.ch / 079 563 88 48).

Wir freuen uns auf Sie und stehen bei Fragen gerne zur Verfügung.

Herzliche Berggrüsse aus der Aletsch Arena. Das befreiendste Naturerlebnis der Alpen.

Aletsch Arena AG

Armin Berchtold
VR Präsident

Philippe Sproll
Geschäftsführer





Aletsch Arena AG

+41 27 928 58 58 | info@aletscharena.ch | aletscharena.ch