

GESCHÄFTSBERICHT 2020/2021



**HIER CLIP
ANSCHAUEN**



INHALT

1	Vorwort	4
2	Organisation der Aletsch Arena AG	6
3	Aktuelle personelle Situation	7
4	Bericht des Geschäftsleiters	8
5	Gästefeedback und Auszeichnungen	10
6	Mountain Developer Studie	12
7	Information und Animation	14
8	Marketing und Vertrieb	16
9	Content Produktion	26
9	Social Media	28
10	Kampagnen	30
11	E-Business	34
12	Logiernächte Aletsch Arena	40
13	Jahresrechnung	50
14	Anhang Einladung GV 2020/2021	58

Impressum

Geschäftsjahr 2020/2021

6. Jahresbericht der Aletsch Arena AG

Verantwortung Aletsch Arena AG, Philippe Sproll

Fotos / Videos

Seite 1, 10, 30, 62-63 @aletscharena.ch – Frédéric Huber

Seite 2 @aletscharena.ch – Karin Bittel

Seite 2, 6, 11, 12, 14, 40, 44, 47, 60-61, @aletscharena.ch – Marco Schnyder

Seite 11, 34, 58 @aletscharena.ch – Pascal Gertschen

Seite 15 @aletscharena.ch – Chantal Stucky

Seite 16 @aletscharena.ch – Michael Ostrowski

Seite 26 @aletscharena.ch – Nadine Blatter

Seite 28 @aletscharena.ch – Long Nong

Seite 39 @aletscharena.ch – Christian Pfammatter

Seite 51 @aletscharena.ch – ST -Andreas Gerth

©April 2022 Aletsch Arena AG

VORWORT

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren

«Warum tust du Dir das an?» Diese Frage hat mir ein guter Kollege nach meiner Wahl zum VR-Präsidenten der Aletsch Arena AG an der Generalversammlung im Juni 2021 in Fiesch gestellt. Die Antwort ist für mich einfach: wenn man in dieser wunderschönen Region aufgewachsen ist, viel Herzblut für den Tourismus mitbringt und mit einem tollen Team arbeiten kann, dann gibt es wohl keine schönere Aufgabe.

Das abgelaufene Geschäftsjahr war wie schon das Vorjahr stark geprägt von der weltweiten Corona-Pandemie. In der Aletsch Arena waren wir im Vergleich zu vielen anderen Tourismusdestinationen viel weniger stark betroffen von den Auswirkungen. Die sehr starke Verankerung bei den Schweizer Gästen und ein sehr hoher Anteil an Stammgästen hat uns massiv geholfen. Zurücklehnen und Ausruhen wäre aber der komplett falsche Ansatz. Wir alle müssen uns Tag für Tag anstrengen, die von den Gästen erwartete Qualität zu erbringen und somit zu einem positiven Ferienerlebnis beizutragen. Denn eines muss uns immer bewusst sein - die Konkurrenz schläft nicht.

Erfolg basiert fast immer auf einem guten Teamwork und einer sehr guten Zusammenarbeit. Aus meiner Sicht haben wir insbesondere im Bereich der Zusammenarbeit zwischen den Destinationsgemeinden, Leistungsträgern und Behörden noch Verbesserungspotential. Das ist aber auch völlig normal, denn die Fusion der Tourismusvereine zur Aletsch Arena AG ist erst einige Jahre her und gewisse Themen brauchen einfach etwas Zeit. In dem Sinne finde ich auch das Zitat von Henri Ford sehr treffend der einmal sagte: «Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein Fortschritt, zusammenarbeiten ist ein Erfolg».

Somit wünsche ich mir, dass wir durch ein noch engeres Zusammenarbeiten den Erfolg der Aletsch Arena gemeinsam gestalten. Auf jeden Fall werde ich versuchen mit viel Elan und Engagement zu agieren - ich freue mich auf diesen Weg.

Armin Berchtold
Verwaltungsratspräsident



Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren

Die neue Kurtaxenregelung ermöglichte die Erfassung der Übernachtungen aller Ferienwohnungen in der Aletsch Arena in unserer Statistik. Damit beläuft sich die Gesamtzahl der Übernachtungen der Destination im Jahr 2020-2021 auf knapp 0.9 Millionen. Rechnet man die knapp 100'000 verlorenen Übernachtungen in den Gruppenunterkünften aufgrund von Corona hinzu, nähern wir uns der Schwelle von einer Million, die das wahre Potenzial der Aletsch Arena darstellt. Ausserdem hat das neue Kurtaxenreglement die Finanzierung der Aletsch Arena AG verbessert und das Jahresbudget erreicht die Marke von 5.8 Millionen Franken.

Dank dem neuen Webshop und vor allem dem Online-Verkauf von Bergbahnprodukten sowie dem Verkauf über internationale Online-Buchungsportale erzielt die Aletsch Arena AG einen Umsatz von fast 8 Millionen Franken. Damit reiht sich die Aletsch Arena in den Kreis der grössten und bedeutendsten Bergregionen der Schweiz ein. Nicht viele Tourismusdestinationen kommen auf eine Million Übernachtungen und einem Umsatz von 13 Millionen Franken. Mit dieser neuen soliden finanziellen Ausgangslage kann die Aletsch Arena AG weiterhin in wichtige Projekte und Massnahmen in den Bereichen Digitalisierung sowie Marketing und Vertrieb investieren.

Eine der wichtigsten Aufgaben einer modernen Destination Management Organisation ist die Betreuung und Entwicklung des touristischen Angebots. In diesem Tätigkeitsbereich hat sich unsere Organisation bisher weder besonders engagiert noch eine führende Rolle innerhalb der Destination gespielt. Dies ändert sich nun durch die neue Marketingstrategie, welche ab Sommer 2022 implementiert wird. Auch mit professionellem Marketing sowie modernsten digitalen Systemen bleibt die Produktentwicklung das Kerngeschäft eines jeden Unternehmens, welches auf dem Markt konkurrenzfähig bleiben will.

Deshalb wird sich in der Zukunft die Aletsch Arena verstärkt auf die Bedürfnissen von ausgewählten Gästeströme fokussieren, um unseren aktuellen und zukünftigen Besuchern massgeschneiderte Angebote anzubieten.

«Die Aletsch Arena reiht sich in den Kreis der grössten und bedeutendsten Bergregionen der Schweiz ein.»

Darüber hinaus müssen wir versuchen, die Zusammenarbeit mit den umliegenden Tourismusdestinationen zu verstärken, um deren Hauptprodukte im Ferienerlebnis der erweiterten Aletsch Arena zu integrieren und so einen Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen. Dadurch kann das beste Angebot in der alpinen Tourismuslandschaft entstehen.

Philippe Sproll
Geschäftsleiter



Grösster Gletscher der Alpen

ORGANISATION DER ALETSCH ARENA AG

Auftrag

Die Aletsch Arena AG führt seit dem 1. November 2015 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	Thomas Wenger (Präsident), Frank Wenger, Sepp Bürcher Patrick Jenelten, Michaela Kummer-Mattig, Fabian Albrecht

Verwaltungsrat

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

Revisionsstelle

Alpine Group, Bettmeralp

AKTUELLE PERSONELLE SITUATION

Geschäftsleitung		Stellenprozente
Sproll Philippe	Geschäftsleiter	100 %
Bereichs- und Projektleitende		
Berchtold Geri	Leiter Destinationsmanagement	100 %
Kestens David	Leiter Markt- & Produktmanagement	100 %
König-Gottspöner Monika	Leiterin Marketing und Kommunikation	80 %
Müller Benjamin	Projektleiter E-Business	100 %
Petrig Mathias	Leiter Finanzen & HR	90 %
Walker Jonas	Projektleiter E-Business	100 %
Mitarbeitende Back-Office		
Amacker Noemie	MA E-Business	100 %
Bieli Melanie	MA Finanzen & HR	50 %
Blatter Nadine	MA Marktmanagement	100 %
Luder Aniela	Content-Managerin	90 %
Noti Jasmine	MA Markt- & Produktmanagement	80 %
	Assistentin der Geschäftsleitung	20 %
Scotton Fabienne	MA Marketing und Kommunikation	100 %
Stanisci Rossana	MA Finanzen & HR	60 %
Mitarbeitende Gästeservice und Service Center		
Albrecht-Volken Elisabeth	MA Gästeservice	80 %
Casto Patricia	Teamleiterin Gästeservice	80 %
Franzen Jenny	MA Gästeservice	60 %
Furrer Dagmar	MA Service Center	80 %
Fux Miriam	MA Gästeservice	60 %
Imhof-Enz Astrid	MA Gästeservice	20 %
Julen Sibylle	MA Gästeservice	100 %
Kalbermatter Carol	MA Gästeservice / Service Center	100 %
Ruff Claudia	MA Gästeservice	30 %
Schweizer Sarah	MA Service Center	100 %
Tresch Nadja	MA Gästeservice / Service Center	80 %
Wermelinger Claudia	MA Gästeservice	60 %

Abkürzungen MA = Mitarbeiter/-in

BERICHT DES GESCHÄFTSLEITERS

Die Schweizer Wirtschaft erholt sich weiterhin von den wirtschaftlichen und gesundheitlichen Folgen der COVID-19-Pandemie. War der konjunkturelle Verlauf zu Beginn der Pandemie noch stark von den behördlichen Eindämmungsmassnahmen geprägt, hat dieser immer weiter abgenommen. Nach dem Rückschlag im Winter 2020/2021 schaltete die Schweizer Wirtschaft im Frühjahr wieder in den Erholungsmodus. Trotz der fortschreitenden Entschärfung der pandemischen Situation litt der Fremdenverkehr weiterhin unter der ungewissen Situation. Die Einführung und gegenseitige Anerkennung von Covid-Zertifikaten im Sommer 2021 hat die Reisetätigkeit innerhalb von Europa zwar wieder vereinfacht, sie ist jedoch weiterhin mit erhöhtem Aufwand und Unsicherheit verbunden.

Die Schweizer Hotellerie verzeichnete in der touristischen Wintersaison 2020/2021 (von November 2020 bis April 2021) insgesamt 9,4 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode einem Rückgang von 26,4 %. Die touristische Aktivität in den Sommermonaten hat noch nicht das Normalniveau erreicht. Insgesamt lag die Zahl der Logiernächte in der Sommersaison 2021 um 4.7 Mio. (21 %) tiefer als im Sommer 2019. Wie im Vorjahr waren vor allem die inländischen Touristen für die Übernachtungen verantwortlich. Der im internationalen Vergleich hohe Anteil an inländischen Gästen – traditionell etwa die Hälfte der Übernachtungszahlen – dürfte während der Coronapandemie ein Vorteil gewesen sein.

Bei den Übernachtungen litt die Aletsch Arena ebenfalls unter den Auswirkungen der Pandemie. Im Winter gab es 5.9 % weniger Übernachtungen in den Hotels der Region, im Sommer wurden 7.4 % weniger verzeichnet. Das Ausbleiben der ausländischen Touristen wurde durch die Schweizer Gäste nicht ganz kompensiert.

Es kann und muss jedoch mit Stolz und Dankbarkeit betont werden, dass die Destination in Krisenzeiten auf einen sehr treuen Schweizer Kundenstamm zählen kann. Das neue System der pauschalen Abrechnung der Kurtaxe ermöglicht es, private Ferienwohnungen in die Berechnung der Übernachtungen einzubeziehen. Infolgedessen stieg die Zahl der Übernachtungen in Ferienwohnungen um 61 %.

«Das Ausbleiben der ausländischen Touristen im Winter konnte durch die Schweizer Gäste nicht ganz kompensiert werden.»

Aufgrund der neuen Berechnungsgrundlage ist es in diesem Jahr nicht möglich, einen objektiven, statistischen Vergleich der Übernachtungszahlen mit den Vorjahren anzustellen. Der Beherbergungssektor, welcher am meisten unter der Krise zu leiden hatte, war der Sektor der Gruppenunterkünfte, der mit einem Verlust von 41.5 % einen Negativrekord verzeichnete.

Um die Pandemie in der Destination bestmöglich zu überstehen, haben wir eine Task Force eingerichtet, welche die verschiedenen Herausforderungen zentral, koordiniert und einheitlich verwaltet. Unter der fachkundigen und professionellen Leitung von Geri Berchtold trafen sich die Mitglieder der Task Force, die sich aus Vertretern der Gemeinden, der Bergbahnen und der wichtigsten Tourismussektoren zusammensetzte, im Winter wöchentlich per Videokonferenz. Diskutiert wurden die gesundheitliche Situation, die Richtlinien des Bundesrates, Lösungen, um die Ausbreitung der Pandemie in der Aletsch Arena einzudämmen sowie die Abläufe, die im

Falle einer Infektion vor Ort zu befolgen waren. Die operative Führung lag bei der Aletsch Arena AG, die über ihre eigenen Kommunikationskanäle Kunden, Medien und örtliche Leistungsträger informierte. Während des Winters organisierten wir ausserdem zwei Videokonferenzen mit den Stakeholdern, um sie direkt über die Pandemiesituation zu informieren. Das Feedback von Touristen und Partnern zum Sicherheits- und Gesundheitsmanagement vor Ort war äusserst positiv.

Mit zwei grossen nationalen Marketingkampagnen, eine im Winter und eine im Sommer, haben wir den Schwerpunkt auf den einheimischen Markt gelegt, um neue Landsleute für einen Urlaub in unserer schönen Region zu gewinnen und den Ausfall bzw. Rückgang an ausländischen Touristen auszugleichen. Insgesamt haben wir CHF 400'000 in die Promotion der beiden Saisons investiert. Eine Investition, die in der Vergangenheit nie in diesem Ausmass getätigt wurde.

Ermöglicht wurden diese Investitionen unter anderem durch die Einführung der neuen Kurtaxenregelung. Das erste Jahr war geprägt von Unsicherheiten und Fragezeichen, verursacht von der internen Umsetzung der neuen Abrechnungsmethode und dem Widerstand von Interessengruppen von Zweitwohnungsbesitzern. Die erste Herausforderung wurde überwunden. Die zweite ist noch offen, da die Interessengruppe der Zweitwohnungsbesitzer der grössten Gemeinden der Destination

beim Bundesgericht Berufung eingelegt haben und das endgültige Urteil noch aussteht.

«Das Kundenerlebnis sowohl innerhalb als auch ausserhalb der Aletsch Arena wird zunehmend digitalisiert.»

Im Bereich der Digitalisierung, welche eine der Säulen unserer Unternehmensstrategie ist, haben wir nach viel Planungs- und Entwicklungsarbeit einige wichtige digitale Instrumente wie die neue Website, den Webshop sowie das digitale Meldewesen und die digitale Gästekarte lanciert und eingeführt. Auf diese Weise wird das Kundenerlebnis sowohl innerhalb als auch ausserhalb der Aletsch Arena zunehmend digitalisiert. Unser Ziel die Destination und ihre Angebote entlang der „Customer Journey“ digital erlebbar zu machen, wird immer mehr zur Realität.

DANKSAGUNG

In diesem ersten Jahr meiner Tätigkeit gilt mein besonderer Dank den Mitarbeitern der Aletsch Arena AG. Ich habe ein hoch motiviertes und professionelles Team vorgefunden, das sich durch eine ungewöhnliche Identifikation auszeichnet. Jeder setzt sich dafür ein, dass der Aufenthalt unserer Kunden und die Unterstützung unserer Partner ein Erfolg wird. Dank ihrer Fähigkeit, selbstständig zu arbeiten und miteinander zu kooperieren, konnte ich die notwendige Zeit finden um mich in die Destination optimal einzuleben und mich bestmöglich für meine neue Führungsaufgaben zu organisieren. Danke sehr, ihr seid grossartig!

GÄSTEFEEEDBACK UND AUSZEICHNUNGEN

Best
Ski
Resort
2020



best-skiresorts.com

GÜTESIEGEL FAMILY DESTINATION

Aletsch Arena ist erneut mit dem Gütesiegel "Family Destination 2022 - 2024" ausgezeichnet. Das Label Family Destination zeichnet Ferienorte und Feriendestinationen aus, die ihr Angebot gezielt auf die Bedürfnisse und Wünsche von Kindern und deren Begleitpersonen ausrichten.

aletscharena.ch/familien



SWISS HOLIDAY HOME AWARD

E-domizil verleiht den Swiss Holiday Home Award. Mit dieser Auszeichnung werden jährlich die besten Ferienwohnungs-Destinationen der Schweiz gekürt.

Der 2. Platz geht an die Aletsch Arena! Mit 4.48 Punkten (max. 5) überzeugen die Ferienwohnungen in der Kategorie «Äusserer Eindruck» dank dem Walliser Chalet-Stil. Weitere Kriterien waren Sauberkeit, Preis/Leistung und Lage.

aletscharena.ch/auszeichnungen



NACHHALTIGKEIT – SWISSSTAINABLE

Die Aletsch Arena nimmt am Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable von Schweiz Tourismus teil. Gäste, die sich für nachhaltige Angebote interessieren, sind im bestehenden Dschungel von Labels häufig verloren. Das Ziel von Schweiz Tourismus ist es mit Swisstainable mehr Orientierung für den Gast zu schaffen. Dafür haben sie mit externen Fachleuten und in enger Zusammenarbeit mit den Tourismusverbänden ein Programm definiert.

aletscharena.ch/nachhaltigkeit



Grösster Gletscher der Alpen

MOUNTAIN DEVELOPER STUDIE



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 den Net Promoter Score (NPS) als Mass für die Gesamtzufriedenheit / Loyalität gemessen. Positive und negative Erlebnisse während des Aufenthalts erhoben.

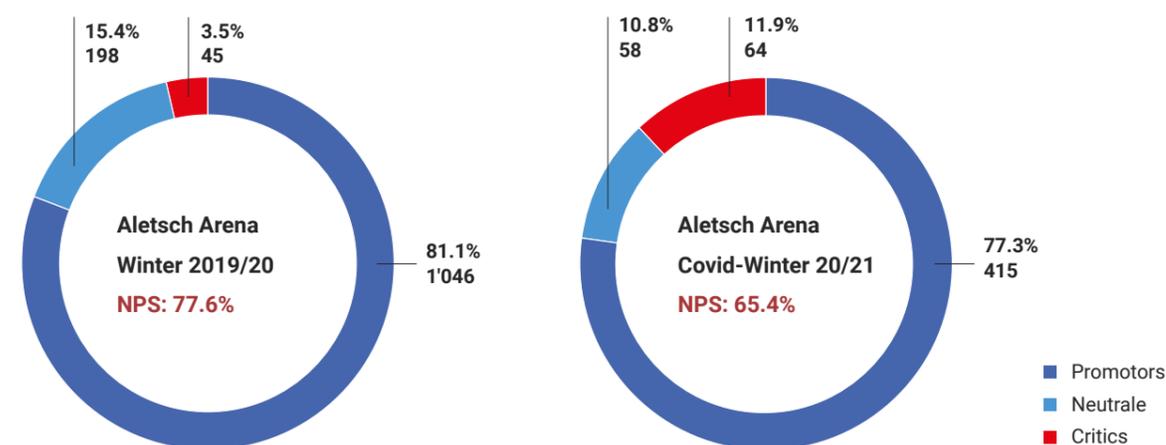
Für die spezielle Wintersaison 2020/2021 wurde das Covid-Radar entwickelt. Dadurch konnte die Aletsch Arena Live-Feedbacks in Bezug auf die vorherrschenden Sicherheitskonzepte sammeln.

Konkretes Fazit aus der Studie:

- Gäste-Loyalität – «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns an Freunde/Bekannte weiterempfehlen werden?» Der Net-Promoter-Score (NPS)* weist im Winter 2019/2020 den erfreulichen Wert von 77.6 % auf.

Trotz des herausfordernden Covid-Winters 2020/2021 erreicht die Aletsch Arena einen NPS-Wert von 65.4 %.

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



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

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

NPS-Durchschnittswert aus der Best Ski-Resort Studie 2020 und dem Mountain-Developer Winter 2019/2020: 69.5 %

INFORMATION UND ANIMATION

INFOCENTER SOWIE 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. Mit der Gemeinde Lax besteht weiterhin die Vereinbarung zum Betrieb einer touristischen Informationsstelle in den Räumlichkeiten der Gemeindeverwaltung.

Die Aletsch Arena AG betreibt zudem zwei Postagenturen in den Informationsbüros auf der Riederalp und der Bettmeralp.

«Das Servicecenter hat den Firstlevel-Support für alle auf dem Webshop buchbaren Angebote.»

Das Service Center ist in seinem 3. Betriebsjahr angekommen und ist aktuell mit 280 Stellenprozenten besetzt. Die Erreichbarkeit und Qualitätsoptimierung konnten weiter vorangetrieben werden. Per 01.11.2020 hat das Servicecenter zudem den Firstlevel-Support für alle auf dem Webshop buchbaren Angebote inkl. den online buchbaren Bergbahnprodukte übernommen.

Die Prozesse der Kundenanfragen, die Bewirtschaftung der verschiedenen Reservations- und Anmelde Listen wurden weiter optimiert und professionalisiert. Die Betreuung der Hotlines für den Aletsch Halbmarathon und den Stoneman Glaciara haben sich etabliert und gefestigt.

EVENTS UND ANIMATION IM ZWEITEN CORONA-JAHR

Aufgrund der Covid19-Situation und der angeordneten Coronamassnahmen, konnten auch in diesem Berichtsjahr keine der etablierten und geplanten Veranstaltungen durchgeführt werden. Die neu im Veranstaltungskalender vorgesehenen Gross-Events wie das Swiss Snow Happening und die Swiss Snow Volleyball Tour fielen dem Corona-Virus zum Opfer. Aber auch der Aletsch-Halbmarathon so wie die traditionellen Älpler- und Seefeste mussten allesamt abgesagt werden. Ebenso die Tour de Suisse-Startetappe in Fiesch.

Die Zeichen stehen aber gut, dass wir im Frühjahr 2022 wieder zurück zur Normalität finden werden. Nichtsdestotrotz konnten sowohl der Mitmachzirkus wie auch das Familientheater «Klapperlapapp» unter strengen Vorsichtsmassnahmen durchgeführt werden. Das Gletschi-Programm fand mit rund 1'000 teilnehmenden Kinder sehr grossen Anklang. Unter der Leitung von Corinne Rothenbühler, der Unterstützung vom Chritterhäggsli und Praktikantinnen und Praktikanten erlebten die Kinder unvergessliche Momente in der Aletsch Arena.



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 auf Anfrage einsehbar.

Übersicht klassifizierte Ferienwohnungen Aletsch Arena AG (31.10.2021)

1* Sup	2*	2* Sup	3*	3* Sup	4*	4* Sup	5*	5* Sup
1	6	65	541	126	201	37	58	23
Total klassifizierter Ferienwohnungen								1'058

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 «Kunden» bei der Sachbearbeitung beim aktuellsten Stand der Dossier-Bearbeitung abgeholt werden.

MARKETING UND VERTRIEB

PR UND MEDIEN

Die Aletsch Arena AG nahm ihre Funktion in der nationalen und internationalen Medienbetreuung und deren Finanzierung wahr. Insgesamt konnten im Berichtsjahr 2020/2021 67 Journalisten und Journalistinnen (+6 %), und 19 Influencer (+ 27 %) aus folgenden Ländern in Empfang genommen werden.

Herkunftsland	Anzahl Journalisten / Journalistinnen				Herkunftsland	Anz. Influencer 2020/21
	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21		
Schweiz	20	21	21	20	Schweiz	4
Deutschland	14	7	13	17	Deutschland	1
Frankreich	4	5	3	6	BeNeLux	0
Vereinigtes Königreich	1	3	7	6	Italien	2
Italien	3	10	6	0	Middle Europe	7
Niederlande	8	6	5	4	Nordics	0
Belgien	4	6	0	0	Russland	0
Spanien	3	0	3	3	Vereinigtes Königreich	0
Russland	3	2	2	0	International	5
Polen/Tschechien	4	2	4	6	Total	19
Schweden	0	0	1	0		
China	4	8	0	2		
Hongkong	2	1	0	0		
Japan	2	0	0	0		
Korea	2	2	1	0		
South-East Asia	5	2	0	1		
Indien	2	0	0	0		
USA/Australien	7	1	0	2		
Kanada	0	2	0	0		
Slowenien/Kroatien	0	1	0	0		
International	3	1	2	0		
Total	91	80	63	67		

Eine Übersicht der Berichterstattungen über die Aletsch Arena wird täglich via BlueReport und das Marktmanagement beobachtet. Die wichtigsten Publikationen werden monatlich im Partner-Newsletter kommuniziert.

MEDIEN-MONITOR

AUSZUG SCHWEIZER MEDIEN

Sonntagszeitung 12/2020
(Auflage 136'580 / Leserschaft 464'372)



Covid-Angels sollen im Wallis die Wintersaison retten
Speziell geschulte Aufpasser prüfen, ob in den Skigebieten die Corona-Regeln eingehalten werden

Die Corona-Pandemie hat die Wintersportindustrie im Wallis in eine schwierige Lage versetzt. Um die Saison zu retten, sollen speziell geschulte Aufpasser eingesetzt werden. Diese werden die Einhaltung der Corona-Regeln in den Skigebieten überwachen und bei Verstößen intervenieren. Die Aufpasser werden von den Skigebieten bezahlt und sind als 'Covid-Angels' bekannt. Sie werden in verschiedenen Bereichen eingesetzt, um die Einhaltung der Regeln zu gewährleisten. Dies ist eine wichtige Maßnahme, um die Wintersaison zu retten und die Wirtschaft im Wallis zu unterstützen.

Sonntagszeitung 12/2020
(Auflage 136'580 / Leserschaft 464'372)

Schweiz

Skifahren unter Beobachtung

Im Wallis kann man unbeschneit auf die Piste. In der Gondel wird es eng, dafür wird sie zwischendurch mit Dampf desinfectiert.



Die Skifahrer sind sich bewusst, dass die Gondel eine geschlossene Umgebung ist. Die Gondeln werden zwischendurch mit Dampf desinfectiert, um die Verbreitung von Viren zu verhindern. Die Skifahrer müssen auch Abstand halten und Masken tragen. Die Skigebiete sind verpflichtet, diese Maßnahmen zu ergreifen, um die Sicherheit der Gäste zu gewährleisten.

Die Skifahrer sind sich bewusst, dass die Gondel eine geschlossene Umgebung ist. Die Gondeln werden zwischendurch mit Dampf desinfectiert, um die Verbreitung von Viren zu verhindern. Die Skifahrer müssen auch Abstand halten und Masken tragen. Die Skigebiete sind verpflichtet, diese Maßnahmen zu ergreifen, um die Sicherheit der Gäste zu gewährleisten.

Die Skifahrer sind sich bewusst, dass die Gondel eine geschlossene Umgebung ist. Die Gondeln werden zwischendurch mit Dampf desinfectiert, um die Verbreitung von Viren zu verhindern. Die Skifahrer müssen auch Abstand halten und Masken tragen. Die Skigebiete sind verpflichtet, diese Maßnahmen zu ergreifen, um die Sicherheit der Gäste zu gewährleisten.

CH-Media

SEPTEMBER 2021 | SCHWEIZ | REISEN | 5



Auf zwei Rädern zum «ewigen Eis»
Der Grosse Aletschgletscher im Wallis hat seit eher die Menschen fasziniert. Nabe kommt man dem Naturwunder zum Beispiel auf einer Skibetur von der Riederalp zum Mäijelensee.

Die Gletscher sind ein beeindruckendes Naturwunder. Sie sind die letzten Überreste der Gletscher, die vor Jahrhunderten die Alpen bedeckten. Die Gletscher sind nicht nur ein Naturwunder, sondern auch ein wichtiger Bestandteil der Landschaft. Die Gletscher sind ein wichtiger Bestandteil der Landschaft. Die Gletscher sind ein wichtiger Bestandteil der Landschaft.

Blick Extra Reisen
(Auflage 91'263 / Leserschaft 383'304)



Mountain Glow
Yogafestival am Aletschgletscher

Das Festival bietet eine einzigartige Gelegenheit, Yoga zu praktizieren und die Schönheit der Natur zu genießen. Die Teilnehmer werden von erfahrenen Yoga-Lehrern angeleitet und können sich an verschiedenen Workshops und Vorträgen beteiligen. Das Festival ist ein Highlight für alle Yoga-Enthusiasten und bietet eine tolle Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten zu treffen.

Yoga Magazin 12/2020

Das Yoga-Magazin bietet eine Vielzahl von Artikeln, die sich mit der Praxis von Yoga befassen. Die Artikel behandeln verschiedene Aspekte der Yoga-Praxis, von der Grundlagen bis hin zu fortgeschrittenen Techniken. Das Magazin ist eine wertvolle Ressource für alle Yoga-Enthusiasten und bietet eine tolle Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen im Yoga zu informieren.

REISEN

STERNSTUNDEN

Der Sternenhimmel über dem Aletschgletscher. Die Blick hoch oben vom Berg in die sternenfunkelnde Unendlichkeit des Universums gehört zu den Bergerlebnissen, die einen lebenslangen Eindruck hinterlassen. In der Aletsch Arena lassen sich diese einzigartigen Gänsehautmomente bei einem Stern Workshop einlagern.

Das Workshop-Angebot ist ein Highlight für alle Sternliebhaber und bietet eine tolle Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Astronomie zu informieren. Die Teilnehmer werden von erfahrenen Astronomen angeleitet und können sich an verschiedenen Workshops und Vorträgen beteiligen. Das Workshop-Angebot ist ein Highlight für alle Sternliebhaber und bietet eine tolle Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Astronomie zu informieren.

STERNSTUNDEN

Das Workshop-Angebot ist ein Highlight für alle Sternliebhaber und bietet eine tolle Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Astronomie zu informieren. Die Teilnehmer werden von erfahrenen Astronomen angeleitet und können sich an verschiedenen Workshops und Vorträgen beteiligen. Das Workshop-Angebot ist ein Highlight für alle Sternliebhaber und bietet eine tolle Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Astronomie zu informieren.

SCHWEIZ DIGITAL



Kanal 9 - Viktor Röthlin über den Aletsch Halbmarathon ab 5:20 min)

YouTube - Promo Clip «Machs wie Vik!»



Travel Magazin



NZZ - Bellevue



blick.ch



blick.ch



Sina hat ihre Grossmutter besungen. Das Video zum Song «EMMA» wurde letzten September in Randa und auf dem Bettmerhorn gedreht.



Der Schweizer Chansonnier Stephan Eicher war zu Gast in der Aletsch Arena. Um genau zu sein in der Märjela am Grossen Aletschgletscher. Grund dafür ist sein Filmprojekt "Floss der Nutzlosen". Mit Mountainbikes, Esel Oscar, dem Floss und einer kompletten Filmcrew konnten die Top- Aufnahmen am Fusse des Eisgiganten realisiert werden.

[Kanal 9 ab Minute 12:25](#) | [Walliser Bote](#) | [Canal 9](#) | [Le Nouvelliste](#)

AUSZUG INTERNATIONALE MEDIEN - PRINT



DE - Brigitte - 9 Seiten
(Auflage 285'315 / Leserschaft 2'000'000)



DE - Geo Saison - 2 Seiten
(Auflage 174'758 / Leserschaft 2'390'000)



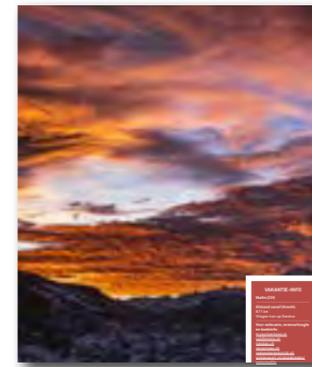
DE - 60plusminus - Lebensträume kennen kein Alter



DE - livecycle Magazin - 16 Seiten - Im Reich der Gletscher



NL - Wintersportmagazin



BE/NL- National Geographic



UK - The Telegraph



IT - in Viaggio



IT - Bell'Europa



RUS - Top Flight Magazin

AUSZUG INTERNATIONALE MEDIEN - DIGITAL

CLICK & READ



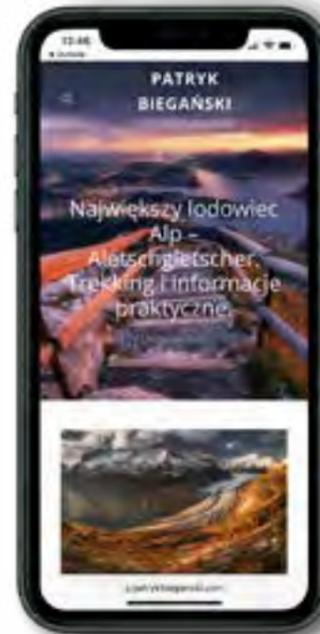
DE - Süddeutsche Zeitung



IT - neveitalia.it



ES - nevasport.com



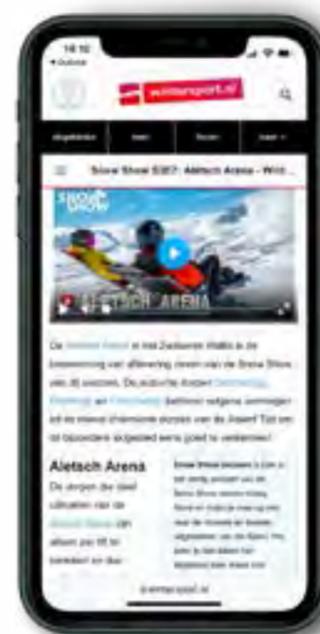
PL - Patryk Bieganski



UK - National Geographic



NL National Geographic



NL - wintersport.nl



RUS - rbs Style

CLICK & READ



IND - Diana Rikasari - Influencerin

CONTENT PRODUKTION



NEUES CD-MANUAL - ANGEPASSTES ALETSCH ARENA LOGO

Im Rahmen der Digitalisierungs-Strategie und für den Relaunch der digitalen Kanäle (Webseite, Mobile Apps, E-Mail-Newsletter, Social Media etc.) hat die Aletsch Arena AG die CD-Guidelines für die digitalen Kanäle erweitert. Die Erweiterung des Corporate-Designs (kurz CD's) baute auf den bestehenden Grundlagen auf.



Neues CI/DC Manual 

VIDEO- UND BILDPRODUKTIONEN

Die Aletsch Arena hat gemeinsam mit der Agentur Schnyder Werbung im Winter 2020/2021 und Sommer 2021 zahlreiche Foto- und Videoshootings durchgeführt. Die Video-Clips und Bildstrecken wurden zielgruppen- und themenspezifisch produziert.

Best Ski Resort - Nr. 1 in Ruhe und Erholung



Rückblick Winter 2020/2021



Wandern



Schlitteln Fiescheralp - Lax



Best Ski Resort - Nr. 1 in Rent und Service



Familienausflug mit Mountainbike



Gletschertour



Winterwandern - Moosfluh - Riederfurka - Riederalp

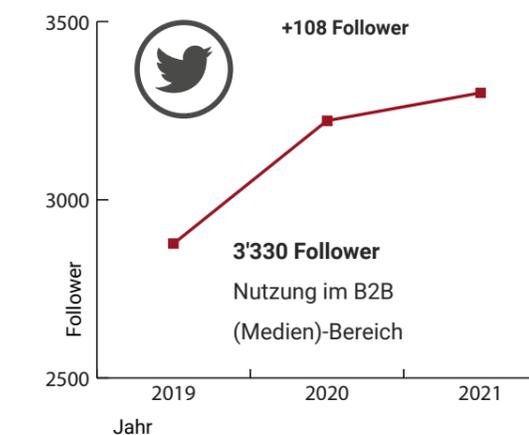
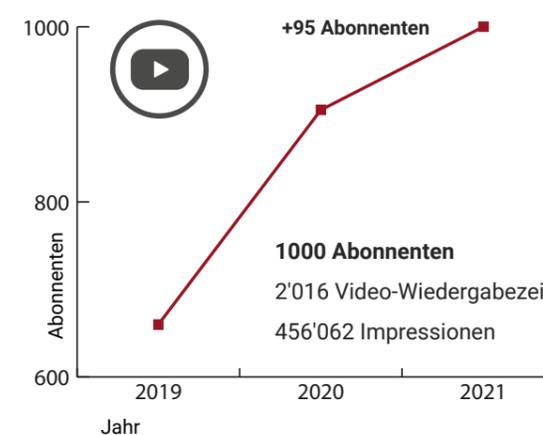
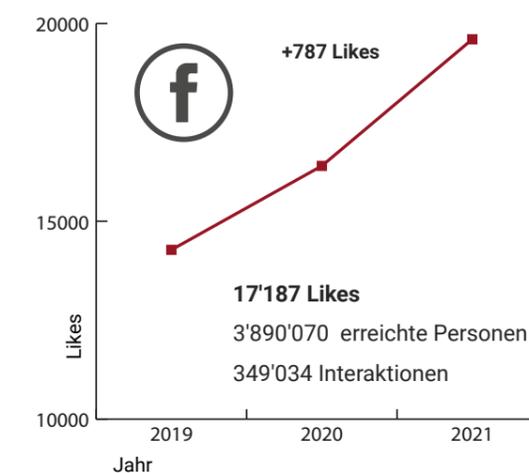
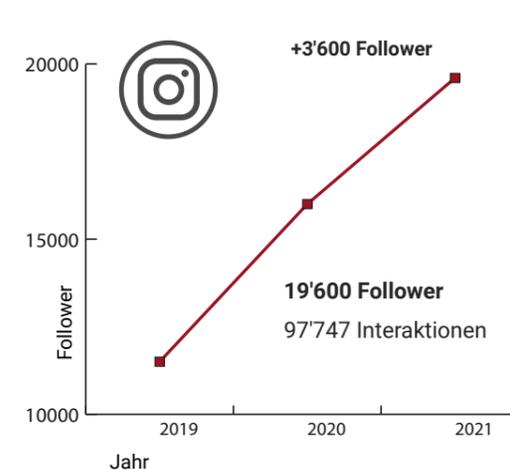


SOCIAL MEDIA

EIN PAAR KENNZAHLEN

Die Aletsch Arena AG stellte 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



KAMPAGNEN



Das Kampagnenmanagement stellt ein weiterer wichtiger Pfeiler im Rahmen der Marketing und Verkaufstätigkeiten dar. So wurden nebst eigenen Kampagnen, Kampagnen in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus (ST), Valais Wallis Promotion (VWP) «[Find was dier güet tüet](#)» und Seilbahnen Schweiz «[Die Schweiz fährt Ski](#)» für den Winter 2020/2021 durchgeführt.

Die Covid-19-Pandemie hatte auch im Winter 2020/2021 Auswirkungen auf die gesamte Tourismusbranche. Kommunikations-Guidelines im Umgang mit der Corona-Krise wurden erstellt. Die eigenen Marketing- und Kommunikationsmassnahmen mussten laufend der aktuellen Situation angepasst werden. Grosse Agilität aller war gefordert.

WINTER 2020/2021

- Kampagne «Winterstart»

- Lancierung Aletsch Arena Webshops – einer für alle(s)
Wer den Skipass früh und online bucht, profitiert
- Aktuelle Corona Situation

- Teil-Kampagnen

- Winter-Start #skiyoulater
- Winter-Wettbewerb «my.aletscharena.ch»
- [Videoclips](#) Schutzmassnahmen der Aletsch Bahnen
- Schgi-fer-frii im Covid-Winter
- Best Ski Resort 2020 – Nr. 1 in Ruhe und Erholung



Dies in Kooperation und im engen Austausch mit Schweiz Tourismus und Valais/Wallis Promotion.

ST kommunizierte mit der Botschaft «wir brauchen Schweiz – [«Tue etwas zum ersten Mal»](#)». Die Kampagne wurde mit zusätzlichen Mitteln des Bundes finanziert um die Branche vom grossen finanziellen Druck zu entlasten.

Valais/Wallis Promotion setzte ihren Recovery-Plan weiter um und lancierte den Winter unter dem Motto «[Find, was dier güet tüet](#)». Die Covid-Situation stabilisierte sich im Sommer 2021. Gemeinsam mit Schweiz Tourismus lancierte die Aletsch Arena die Kampagne «[Wir brauchen ewiges Eis – wir brauchen Schweiz](#)». Roger Federer wurde Botschafter der Schweiz und empfiehlt die [Kraft der Natur](#).

SOMMER 2021

- Kampagne «Erlebe befreiende Momente»

- Buche jetzt deine Ferien am Grossen Aletschgletscher
Wer online bucht, profitiert.
- [aletscharena.ch/feelfree](#)

- Neben-Kampagnen

- Bergfrühlingsfahrten Bettmerhorn (samstags im Mai)
- 2für1: [Matterhorn trifft Aletschgletscher](#)
- Herbstsonne



WEITERE PROMOTIONSMASSNAHMEN

- Promotionen Schweiz (Migros-Cumulus, RailAway Snow'nRail, Concordia-Versicherung, BLS)
- Grand Tour of Switzerland, Valais Pass, le Nouvelliste en piste ...
- E-Marketing (Online-Advertising, Social Media, Newsletter-Versand etc.)
- Präsenz auf Informations- und Vertriebsplattformen: loisirs.ch, freizeit.ch, skiresort.de
- Winter-sportportale allgemein (ausflugsziele.ch, topin.ch...)
- TV-Livecam-Übertragung (täglich auf SRF 1 und RTS 1)
- Radiospots RRO
- Plakatierung

MARKTBEARBEITUNG (MARKTMANAGEMENT)

Das Geschäftsjahr 2020/2021 war bei der Marktbearbeitung immer noch sehr stark geprägt von Covid19: Viele geplanten Aktivitäten, Messen, Medien- und Key Account-Treffen mussten mehrmals verschoben oder annulliert werden und fanden mehrheitlich virtuell statt.

Fast alle internationalen Marketingaktivitäten fanden in sehr guter Zusammenarbeit mit Valais Wallis Promotion (VWP) und Schweiz Tourismus (ST) statt - herzlichen Dank dafür. Das Portfolio der Matterhorn Region AG (MRAG), unserer Walliser Verkauf- und Vermarktungsorganisation, wurde

neben den bestehenden Fernmärkten, mit den gemeinsam definierten Nahmärkten ergänzt. Die Aletsch Arena AG hat neben einem Sitz in der Marketingkommission auch einen Sitz im Verwaltungsrat und entscheidet aktiv sowohl über die strategische als auch alle operativen Massnahmen mit.

Middle Europe, Spanien und Indien, Länder, die nicht zum MRAG Marktportfolio gehören, werden von der Aletsch Arena AG gemeinsam mit ST bearbeitet.

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

Snow Travel Mart Switzerland (international), virtual	18. - 19.1.21	B2B
Digital workshop Jet Travel (RU), virtual	16.2.2021	B2B
NKBV digitale Week van de Bergsport (BeNe), virtual	15. - 21.3.21	B2B/B2C
STMS India, virtual	30.3. - 1.4.21	B2B
Präsenz Coop Ziil-Center, Kreuzlingen	29.9. - 2.10.2021	B2C
Präsenz Coop Schlosspark, Frauenfeld	11. - 23.10.2021	B2C
Präsenz Coop Thur Markt, Weinfelden	23.9.2021	B2C
Kam Webinar CZ, virtual	21.4.2021	B2B
Workshop Switzerland welcomes Poland, virtual	22.4.2021	B2B
Online Fiets- en Wandelbeurs (BeNe), virtual	23.4.2021	B2B/B2C
Schweizer Ferientag ST, virtual	4.5.2021	B2B
Key Partner Meeting ST, virtual	17.5.2021	B2B
MIKI virtual KAM Event (Asia), virtual	27.5.2021 / 6.7.2021	B2B
Digital Sales Calls Deutschland, virtual	7. - 10.6.2021	B2B
Cycle Week (Stoneman), Zürich	4. - 8.8.2021	B2C
Webinar DE, virtual	25.8.2021	B2B
Media Meeting IT, Milano	14.9.2021	B2B
Key Partner Meeting ST, Winterthur	29.9.2021	B2B
Foire du Valais, Martigny	1. - 10.10.2021	B2C
ST Workshop CZ und SK, Prag/Bratislava	4. - 7.10.2021	B2B
Swiss Travel Mart (int'l), Interlaken	10. - 13.10.2021	B2B

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

Familiarity Trips von Key Accounts

Trotz ständig wechselnden Reisebestimmungen fanden im Jahr 2020/2021 insgesamt 60 Reisebranchenmitarbeitende den Weg in die Aletsch Arena. Coronabedingt fokussierten sich die Key Accounts eher aufs Marketing als auf den Verkauf.

Herkunftsland	2018/19	2018/19	2019/20	2019/20	2020/21	2020/21
	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax
China /Hongkong	10	97	1	13	1	2
Taiwan	3	17	1	1	0	0
Korea	2	17	0	0	1	4
Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia (SEA)	3	13	1	32		0
UK	1	12	0	0	1	2
USA/Australien	1	12	0	0	1	3
Russland	3	12	0	0	0	0
Polen, Tschechien	1	1	0	0	1	1
Niederlande	1	1	0	0	1	2
Indien	1	1	0	0	0	0
Deutschland	0	0	1	3	1	1
Schweiz	0	0	1	11	0	1
Total	26	183	5	60	7	20

Ausserdem hatten wir in Zusammenarbeit mit Valais Wallis Promotion und Schweiz Tourismus verschiedene Kampagnen in den ausländischen Märkten:

- Deutschland

- Winterkampagne «Deutscher Ski Verband»
- Kooperation Outdoor Magazine
- Top Spot Award
- Digitale Winterkampagne
- Medienmandat c.c. Schmidt

- UK

- Active Traveller
- Sidetracked
- National Geographic Traveller

- FR

- Chilowé Outdoor Kampagne
- My Little Paris Kampagne

- Matterhorn Region Fernmärkte

- Gesamtüberblick der MRAG-Aktivitäten in den Märkten [China](#), [Korea](#), [South East Asia](#) und [Nordamerika](#).

- BeNeLux

- Conscious Travel-Projekt
- National Geographic Photocontest
- NKBV (Niederländische Kletter und Bergsportvereinigung)
- Video Driven Experience
- Bever Sportgeschäft-Kampagne
- Roularta Media-Kampagne
- Snowlpaza-Winterkampagne
- Videokampagne Winter Vlaanderen (BE)

- IT

- Kampagne „Il Meglio del Vallese »
- The best of panoramic day trips- Kampagne
- Medienmandat Acher Marinelli

E-BUSINESS

«Für die Leistungsträger bildet der neue Partnervertrag die Grundlage zur Nutzung der digitalen Lösungen der Aletsch Arena.»

Explosiv gestartet, stabilisiert und anschliessend den Blick in die Zukunft gerichtet. So kann das Geschäftsjahr 2020/2021 in der Abteilung E-Business der Aletsch Arena AG kurz und prägnant zusammengefasst werden. Mit der Einführung des digitalen Meldewesens, der digitalen Gästekarte, eines neuen Webshops und eines neuen Internetauftritts (sowie des neuen Kurtaxenreglements) war der Start ins Geschäftsjahr 2020/2021 intensiv und herausfordernd.

Projekte, an denen seit Jahren gearbeitet wurde, konnte den Gästen und Leistungsträgern präsentiert werden. Von Monat zu Monat stabilisierte sich die Situation und der Fokus richtete sich allmählich auf die Weiterentwicklung der kürzlich eingeführten, digitalen Lösungen. Neu zum Portfolio von aletsch.digital zählt seit dem Geschäftsjahr 2020/2021 auch der «Partnershop». Dies ist eine webbasierte Kasse für den Verkauf von Bergbahntickets und Erlebnissen direkt vor Ort.

Ein paar Kennzahlen (01.11.2020 bis 31.10.2021)

E-Commerce:

- CHF 7'234'688.42 | Umsatz Webshop
- CHF 825'997.36 | Umsatz Unterkünfte (11 % Anteil)
- CHF 53'989.82 | Umsatz Erlebnisse (0.75 % Anteil)
- CHF 6'339'585.24 | Umsatz Bergbahnen (87 % Anteil)
- CHF 4'557 | Umsatz Partnershop

CRM

- 56'319 Kontakte
- 15'017 Gäste-Newsletter Abonnenten (+26 %)
- 252'296 Marketing E-Mails (Gäste und Leistungsträger)
- 54.6 % Öffnungsrate (aller Mails inkl. Gäste-Newsletter, Partner-Newsletter, automatisierte Mails)

Webseite

- 1'286'375 Webseitennutzer (+7.62 %)
- 3'201'781 Sitzungen (+11.64 %)
- 8'406'220 (einzelne) Seitenaufrufe (- 24,34 %)
- 2 min 20 Sek durchschnittliche Sitzungsdauer (- 17.03 %)
- 63.29 % (Mobile und Tablet) vs 36.71 % (Desktop) | Vorjahr 59.67 % (Mobile und Tablet) / 40.33 % (Desktop)

Was nach aussen zwar nicht direkt sichtbar, aber für das Unternehmen Aletsch Arena AG sehr zentral ist, war das Thema der Prozess-Definition und -Optimierung.

Mit der Einführung der neuen digitalen Lösungen mussten auch die internen Prozesse und Abläufe überdacht und angepasst werden. Teilweise wurden dadurch Prozesse automatisiert, so dass sich die Mitarbeitenden auf andere Themen fokussieren können. Die Prozess-Automatisierung ist ein Bereich, an welchem in den nächsten Jahren weiter gearbeitet werden soll.

Parallel zu den internen Prozessen musste auch das Leistungsverhältnis mit den Partnern neu geregelt werden.

Für die Leistungsträger bildet der neue Partnervertrag die Grundlage zur Nutzung der digitalen Lösungen der Aletsch Arena. Während des Geschäftsjahres wurde der Partnervertrag mit verschiedenen Gremien (Aletsch Tourismus, FeWo Kommission, etc.) in der Version 2.0 ausgearbeitet. Unter anderem wurde die Berechnungsgrundlage der Kommission und die Stornobedingungen angepasst.

Weitere Projekte / Kooperationen sind unter der Rubrik «Projekte / Kooperationen» stichwortartig aufgeführt.

ALETSCH.DIGITAL

2020-2021

1. November 2020

ALETSCH.DIGITAL

Einführung Partnermodell inkl. Abwicklung
Partnervertrag über CRM-Software

November 2020

CONTENT HUB

Go-Live

5./13./26. November 2020
HOTFIX-UPDATE #5

- Meldewesen
- Gästekarte
- Webshop

Januar 2021
PROZESSOPTIMIERUNG

28. Januar 2021
HOTFIX-UPDATE #5

- Meldewesen
- Gästekarte
- Webshop

4. / 25. März 2021
HOTFIX-UPDATE #6 / #7

- Meldewesen
- Gästekarte
- Webshop

Juli 2021

CONTENT HUB

Weiterentwicklung

22.7.2021
HOTFIX-UPDATE #9
für Meldewesen, Gästekarte
und Webshop

2. November 2020

MELDEWESEN, GÄSTEKARTE, WEBSHOP

Go-Live

11. Dezember 2020

NEUER INTERNETAUFTRITT

Go-Live

14.12.2020
HOTFIX-UPDATE #4

- Meldewesen
- Gästekarte
- Webshop

3. März.2021

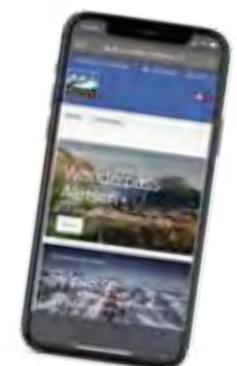
PARTNERSHOP

Kick-off

27. Mai 2021
HOTFIX-UPDATE #8

- Meldewesen
- Gästekarte
- Webshop

31. August 2021
VERKAUFSSTART SKIPÄSSE
über den Webshop



ALETSCH.DIGITAL

2020-2021

September 2021

WEITERENTWICKLUNG WEBSEITE

- Neuer Statusbericht mit verbesserter Anzeige und Bedienmöglichkeiten
- Neue und verbesserte Suchfunktion
- Neue Wetter-Anbindung (über Meteo Schweiz)
- Neue Detailseiten
- Weitere Optimierungen

14. September 2021

WEBSHOP

REKA als Zahlungsmittel aktiviert



16. September 2021

HOTFIX-UPDATE #10

- Digitale Jahresgästekarte



WEITERE PROJEKTE / KOOPERATIONEN DER ALETSCH ARENA AG

- Hotelkooperation Aletsch Arena
- Open & Shared Data in der Schweiz
- Luzern: Erfahrungsaustausch mit der Region Luzern im E-Commerce-Bereich
- Valais Wallis Promotion: Allgemeiner Erfahrungsaustausch im Bereich Digitalisierung
- Discover.Swiss: Austausch für mögliche Kooperationen
- Diverse Updates für die Aletsch Arena App
- Optimierung Partnervertrag zusammen mit Aletsch Tourismus / FeWo Kommission
- Erarbeitung Partnervertrag 2.0
- Einführung Gemeinde-Portal
- Wechsel des unternehmens-internen E-Mail-Providers
- OCOM AG: Einführung «Endpoint Manager» für die vereinfachte Verwaltung / Aufsetzung der Computer
- Netkum AG: Einführung neues Softphone (internetbasiertes Telefon)
- OCOM AG / bee 365: Interne Bild-Mediathek auf Sharepoint übertragen mit entsprechender Suchfunktion nach Schlüsselwörtern

ALETSCH.KOLLEKTIV

Das Projekt «Aletsch Kollektiv» ist in vollem Gange und es konnten bereits erste Arbeitspakete, im Bereich «Content Hub» und «Webplattform», abgeschlossen werden. Mit dem Go-Live der Webseiten von Blatten-Belalp (www.belalp.ch) und der Aletsch Arena (www.aletscharena.ch) wurden wichtige Meilensteine erreicht und die Kooperation zeigt erste positive Synergieeffekte.

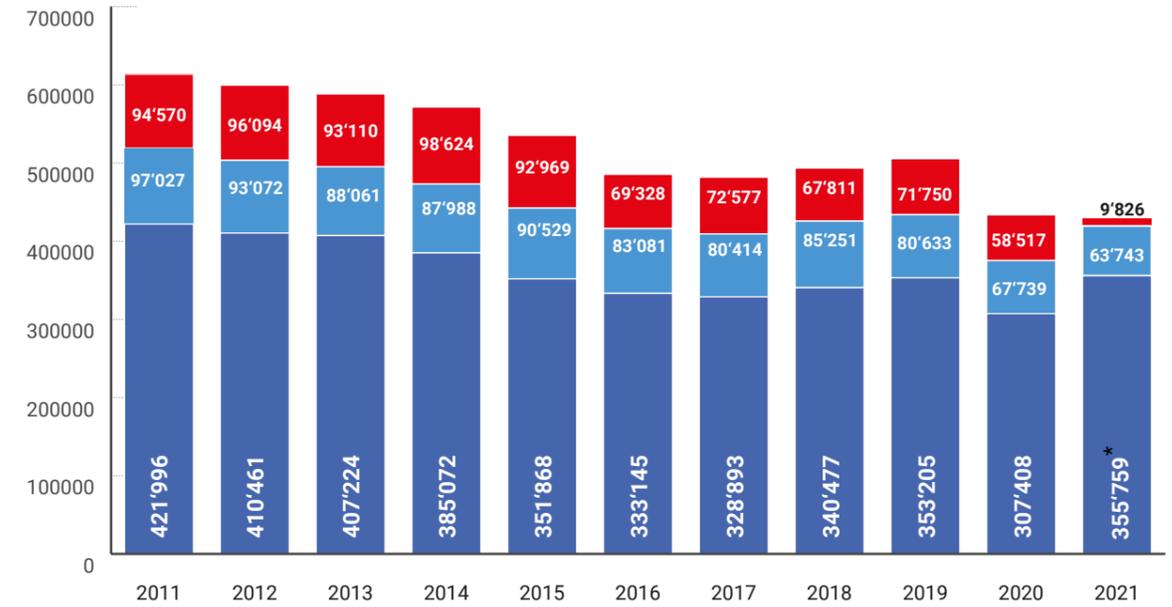
Im Sommer 2021 hat sich das Projektteam entschieden, die Projektlaufzeit um 10 Monate auf Ende Oktober 2022 zu verlängern. Dies gibt den Partnerdestinationen und dem Projektteam Zeit, um die Teilprojekte 1 «Content Hub» und 2 «Webplattform» sauber abzuschliessen. 2022 steht der Fokus anschliessend auf dem Teilprojekt 3 «Benutzerkonto und Personalisierung».



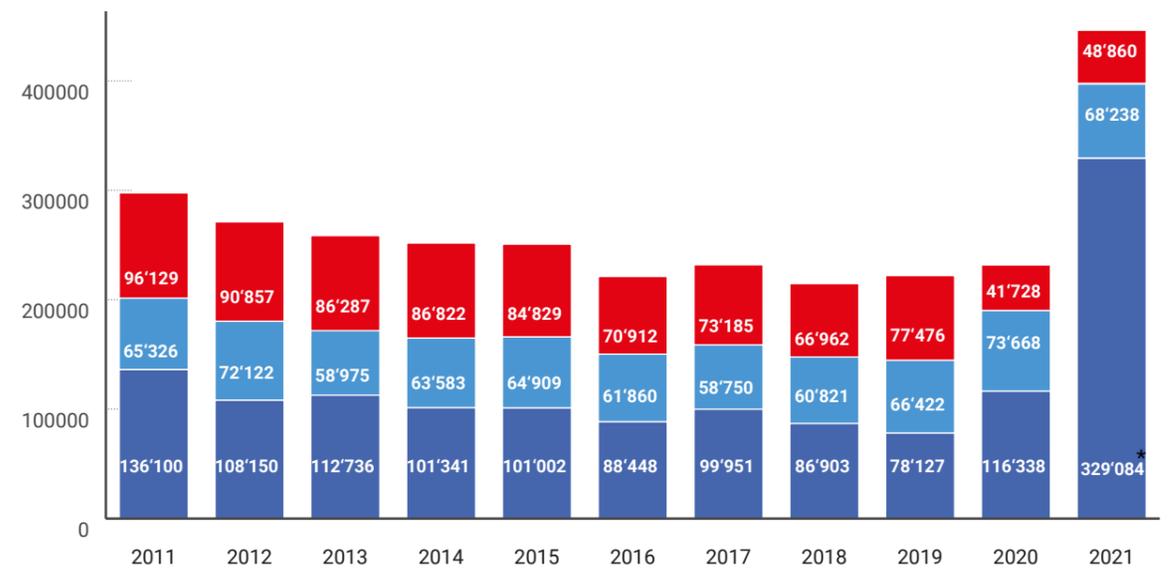
LOGIERNÄCHTE



WINTER 2020/2021



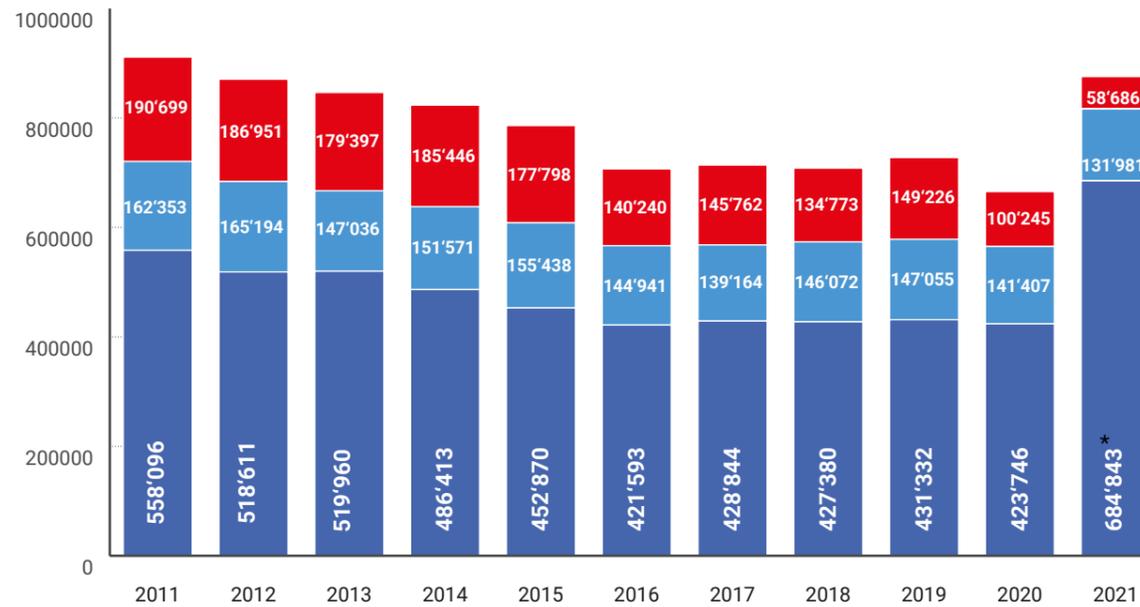
SOMMER 2021



* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020
 Aufteilung Parahotellerie Winter/Sommer gem. Daten digitales Meldewesen

- Ferienwohnungen
- Hotels
- Gruppenunterkünfte

TOTAL GESCHÄFTSJAHR 2020/2021



■ Ferienwohnungen
■ Hotels
■ Gruppenunterkünfte

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Land	2019/20 Total	2019/20 Pos.	2020/21 Total	2020/21 Abw. in %	2020/21 Abw. Absolut	2020/21 Pos.	Marktanteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
Schweiz	448'351	1	672'640	50.03%	224'289	1	82.35%	17.65%	82.96%
Deutschland	71'964	2	96'035	33.45%	24'071	2	11.76%	66.61%	89.99%
BeNeLux	31'016	3	28'347	-8.61%	-2'669	3	3.47%	19.66%	87.83%
Frankreich	3'930	4	6'924	76.19%	2'994	4	0.85%	4.80%	71.59%
UK	3'384	5	413	-87.79%	-2'971	11	0.05%	0.29%	20.39%
Aussereuropa	2'542	6	2'554	0.48%	12	7	0.31%	1.77%	74.98%
Italien	1'015	8	3'148	210.15%	2'133	6	0.39%	2.18%	83.96%
Nordics	837	9	862	3.03%	25	9	0.11%	0.60%	93.27%
Middle Europe	1'073	7	3'824	256.43%	2'751	5	0.47%	2.65%	89.54%
Spanien	788	10	1'307	65.81%	519	8	0.16%	0.91%	76.81%
Russland	252	11	768	204.95%	516	10	0.09%	0.53%	89.72%
Total	565'152		816'824	44.53%	251'672		100%	100%	83.84%
Gruppenunterkünften & Camping	100'245		58'686	-41.46%	-41'559		6.70%		
Pauschalen	166'470			-100.00%	-166'470				
Gesamttotal Logiernächte	831'867		875'510	5.25%	43'643				

Schweiz = CH, LIE / Deutschland = DE, AUT / BeNeLux = BE, NL, LUX / Frankreich = FR / England, Schottland, Wales, Nordirland = UK, IRL / Italien = IT / Russland = RU, UKR, Baltische Staaten, Belarus / Nordics = NOR, SWE, DNK, FIN / Spanien = SP, PRT / Middle Europe = CZ, PL, HUN, / Aussereuropa = Asien, Amerika, Afrika, Ozeanien

WINTER

HOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2020-30.4.2021)

Land	2019/20 Hotel	2019/20 A-Dauer	2019/20 Pos	2020/21 Hotel	2020/21 Abw. in %	2020/21 Abw. Absolut	2020/21 A-Dauer	2020/21 Pos	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
Schweiz	50'393	3.0	1	57'271	13.65%	6'878	2.8	1	89.85%	50.26%	10.15%
Deutschland	7'563	5.0	2	3'280	-56.63%	-4'283	4.3	2	5.15%	33.63%	50.7%
BeNeLux	5'216	3.5	3	1'620	-68.94%	-3'596	4.0	3	2.54%	45.42%	25.0%
Frankreich	838	3.6	5	802	-4.30%	-36	2.9	4	1.26%	36.64%	12.4%
UK	1'468	3.8	4	178	-87.87%	-1'290	2.6	7	0.28%	51.30%	2.8%
Asien	602	2.2	6	27	-95.51%	-575	2.8	10	0.04%	13.37%	0.4%
Italien	232	2.1	10	177	-23.71%	-55	2.3	6	0.28%	29.02%	2.7%
Nordics	134	2.5	11	7	-94.78%	-127	2.5	12	0.01%	12.96%	0.1%
Amerika	283	2.7	8	56	-80.21%	-227	2.0	8	0.09%	22.40%	0.9%
Middle Europe	463	4.5	7	204	-55.94%	-259	2.5	5	0.32%	54.69%	3.2%
Spanien	236	3.8	9	54	-77.12%	-182	2.0	9	0.08%	17.53%	0.8%
Russland	86	2.5	12	30	-65.12%	-56	1.2	11	0.05%	38.46%	0.5%
Afrika & Ozeanien	73	2.7	13	2	-97.26%	-71	1.7	12	0.00%	1.48%	0.0%
Übrige	152	4.3		35	-76.97%	-117	4.5		0.05%	21.47%	0.5%
Total	67'739	3.2		63'743	-5.90%	-3'996	2.8		100%	48.30%	100.0%

PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2020-30.4.2021)

Land	2019/20 FeWo	2019/20 Pos	2020/21 FeWo	2020/21 Abw. in %	2020/21 Abw. Absolut	2020/21 Pos	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
Schweiz	241'389	1	313570	29.90%	72'181	1	88.14%	56.20%	11.86%
Deutschland	44'839	2	33049	-26.29%	-11'790	2	9.29%	38.24%	78.34%
BeNeLux	17'307	3	2022	-88.31%	-15'285	4	0.57%	8.12%	4.79%
Frankreich	968	4	2260	133.47%	1'292	3	0.64%	45.60%	5.36%
UK	1'114	5	0	-100.00%	-1'114	11	0.00%	0.00%	0.00%
Aussereuropa	732	6	1172	60.13%	440	6	0.33%	0.00%	2.78%
Italien	179	10	981	447.82%	802	7	0.28%	37.10%	2.32%
Nordics	452	7	215	-52.54%	-237	10	0.06%	26.67%	0.51%
Middle Europe	245	9	1272	419.07%	1'027	5	0.36%	37.14%	3.01%
Spanien	129	8	575	345.40%	446	9	0.16%	57.25%	1.36%
Russland	54	11	644	1091.70%	590	8	0.18%	0.00%	1.53%
Total	307'408		355'759*	15.73%	48'351		100%	51.95%	100%

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020
Aufteilung Parahotellerie Winter/Sommer gem. Daten digitales Meldewesen

Schweiz = CH, LIE / Deutschland = DE, AUT / BeNeLux = BE, NL, LUX / Frankreich = FR / England, Schottland, Wales, Nordirland = UK, IRL / Italien = IT / Russland = RU, UKR, Baltische Staaten, Belarus / Nordics = NOR, SWE, DNK, FIN / Spanien = SP, PRT / Middle Europe = CZ, PL, HUN, / Aussereuropa = Asien, Amerika, Afrika, Ozeanien

SOMMER

HOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2021)

Land	2020 Aufenth.D			2021			Abw. Aufenth.D			Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
	Hotel	auer	Pos	Hotel	Abw. in %	Absolut	auer2	Pos				
Schweiz	61'090	2.1	1	56'680	-7.22%	-4'410	2.1	1	83.06%	49.44%	16.94%	
Deutschland	6'817	3.0	2	6'474	-5.04%	-343	2.9	2	9.49%	67.35%	56.01%	
BeNeLux	2'022	2.6	3	1'947	-3.73%	-75	2.5	3	2.85%	56.45%	16.85%	
Frankreich	1'670	2.2	4	1'387	-16.93%	-283	2.3	4	2.03%	70.51%	12.00%	
UK	265	2.2	8	169	-36.23%	-96	2.2	9	0.25%	51.37%	1.46%	
Asien	366	1.7	6	175	-52.19%	-191	1.8	8	0.26%	109.38%	1.51%	
Italien	423	1.8	5	433	2.36%	10	1.7	5	0.63%	85.74%	3.75%	
Nordics	109	2.2	11	47	-56.88%	-62	1.9	13	0.07%	81.03%	0.41%	
Amerika	160	1.5	10	194	21.25%	34	1.8	7	0.28%	70.80%	1.68%	
Middle Europe	254	1.8	9	169	-33.46%	-85	2.5	10	0.25%	42.25%	1.46%	
Spanien	277	2.8	7	254	-8.30%	-23	2.0	6	0.37%	83.83%	2.20%	
Russland	71	1.7	12	48	-32.39%	-23	1.6	12	0.07%	60.76%	0.42%	
Afrika & Ozeanien	32	1.6	13	133	315.63%	101	3.2	11	0.19%	96.38%	1.15%	
Übrige	111	1.7		128	15.32%	17	1.8		0.19%	191.04%	1.11%	
Total	73'668	2.2		68'238	-7.37%	-5'430	2.2		100%	51.70%	100%	

PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2021)

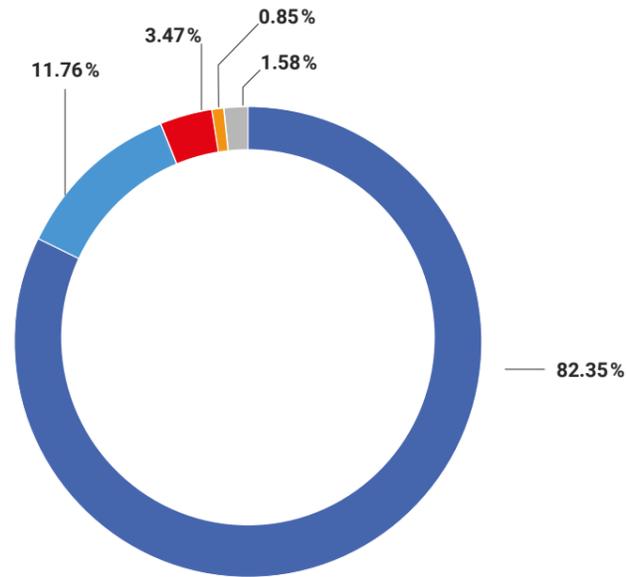
Land	2020 FeWo		2021 FeWo		Abw. Absolut		Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
	Pos		Pos	Abw. in %	Pos	Pos			
Schweiz	95'479	1	244'430	156.00%	148'951	1	74.28%	43.80%	25.72%
Deutschland	12'745	2	53'374	318.78%	40'629	2	16.22%	61.76%	63.05%
BeNeLux	6'471	3	22'876	253.51%	16'405	3	6.95%	91.88%	27.02%
Frankreich	454	6	2'697	493.98%	2'243	4	0.82%	54.40%	3.19%
UK	537	4	84	-84.31%	-453	10	0.03%	100.00%	0.10%
Aussereuropa	31	5	743	2297.13%	712	7	0.23%	0.00%	0.88%
Italien	181	8	1'662	818.47%	1'481	6	0.51%	62.90%	1.96%
Nordics	142	7	590	315.42%	448	8	0.18%	73.33%	0.70%
Middle Europe	111	11	2'153	1839.39%	2'042	5	0.65%	62.86%	2.54%
Spanien	146	10	429	193.84%	283	9	0.13%	42.75%	0.51%
Russland	41	9	46	12.11%	5	11	0.01%	0.00%	0.05%
Total	116'338		329'084*	182.87%	212'746		100%	48.05%	100%

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

Aufteilung Parahotellerie Winter/Sommer gem. Daten digitales Meldewesen

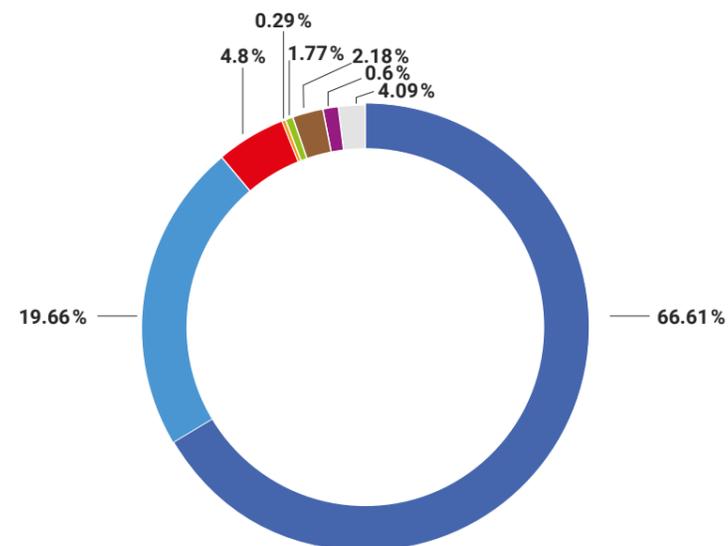
Schweiz = CH, LIE / Deutschland = DE, AUT / BeNeLux = BE, NL, LUX / Frankreich = FR / England, Schottland, Wales, Nordirland = UK, IRL /
Italien = IT / Russland = RU, UKR, Baltische Staaten, Belarus / Nordics = NOR, SWE, DNK, FIN / Spanien = SP, PRT /
Middle Europe = CZ, PL, HUN, / Aussereuropa = Asien, Amerika, Afrika, Ozeanien

MARKTANTEIL SCHWEIZ 82.35 % / AUSLAND 17.65 %



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

MARKTANTEIL AUSLAND



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



Grösster Gletscher der Alpen

BERICHT ZU DEN ÜBERNACHTUNGSZAHLEN

ALETSCHE ARENA 2020/2021

ALLGEMEIN

Durch die Pauschalisierung der Übernachtungen in den Ferienwohnungen und die Einführung des digitalen Meldewesens (noch nicht flächendeckend im Einsatz), gibt es bei den Übernachtungen der Ferienwohnungen eine neue Erhebungsmethode, die auch die Zweitwohnungsübernachtungen mitberücksichtigt.

In den nächsten Jahren wird die Aletsch Arena einen immer exakteren Überblick von Anzahl und Herkunft der Logiernächte erhalten – Kennzahlen, die für die Planung der Marketingaktivitäten sehr wichtig sind.

In der Hotellerie verzeichnet die Aletsch Arena im Winter durch die internationale Covid-19 Massnahmen und das damit zusammenhängende zurückhaltende Reiseverhalten der ausländischen Gäste ein Minus von 5.9%. Der Sommer lag in die Hotellerie bei Minus 7.37%, dies aber nach dem Rekordsommer 2020. Im Vergleich zum pre-Covid Sommer 2019 wäre dies ein Plus von 2.73%.

Die Gruppenunterkünfte erlitten im Winter mit -83.6% einen Totaleinbruch. Im Sommer gelang gegenüber 2020 wieder eine Zunahme mit +19.2%.

2020/2021 konnte der Schweizer Markt in der Hotellerie nochmals mit 2.83% zulegen. Ein massiver Verlust erfolgte aus den ausländischen Märkten. So verloren die Märkte UK und Asien durch Reiseverbote und Lockdown während dem ganzen Jahr über 80%. In Sommer war wieder ein vermehrtes Reiseaufkommen wahrnehmbar.

Ein repräsentativer Überblick in der Parahotellerie ist leider im Jahr der Umstellung nicht möglich.

«2020/2021 ist durch die Umstellung auf Pauschalisierung und digitales Meldewesen kein repräsentativer Vergleich der Übernachtungen möglich.»

MÄRKTE



-5.90%

Hotellerie
Winter



+15.73%*

Parahotellerie
Winter



-7.37%

Hotellerie
Sommer



+182.87%*

Parahotellerie
Sommer

* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020
Aufteilung Parahotellerie Winter/Sommer gem. Daten digitales Meldewesen

HOTELLERIE IM VERGLEICH MIT DEN DESTINATIONEN DES WALLIS (ZAHLEN DES BFS)

Destination	UN20/21	Ankünfte	A-Dauer	%vs. 19/20
Zermatt	1 051 729	418 625	2,5	-4.76%
Saastal	403 247	134 898	3	5.63%
Crans-Montana	234 896	94 945	2,5	6.23%
Leuk - Leukerbad Region	230 494	112 305	2,1	9.05%
Sierre-Anniviers	156 118	75 282	2,1	-4.50%
Goms	150 928	70 643	2,1	3.32%
Brig-Simplon	145 920	65 993	2,2	-2.96%
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	130 783	57 878	2,3	0.21%
Aletsch Arena (real)	131 981	54 992	2,4	-6.67%
Aletsch Arena (BfS)	128 768	52 941	2,4	-6.16%
Martigny Région	98 152	57 427	1,7	-19.61%
Sion-Région	94 471	55 188	1,7	8.75%
Rund um Visp	74 978	33 663	2,2	1.05%
Ovronnaz	73 722	34 515	2,1	12.35%
Région Dents du Midi	64 020	33 150	1,9	-11.63%
Grächen	59 700	23 710	2,5	3.32%
Pays du St-Bernard	51 693	35 951	1,4	25.14%
Chablais	42 212	22 651	1,9	22.40%
Blatten-Belalp	39 466	16 384	2,4	-13.90%
Nendaz	37 119	20 196	1,8	29.55%
Val d'Hérens	36 137	18 931	1,9	-4.30%
Lötschental	34 217	17 568	1,9	12.68%
Vallée du Trient	23 572	12 370	1,9	42.41%
Anzère	23 334	10 209	2,3	-1.19%

HOTELLERIE IM VERGLEICH MIT DEN DESTINATIONEN DES WALLIS (ZAHLEN DES BFS)

Destination	UN20/21	Ankünfte	A-Dauer	%vs. 19/20
Graubünden	4.990.238	1.808.672	2.8	2.13%
Bern	3.917.288	1.913.847	2	5.37%
Wallis	3.385.676	1.475.423	2.3	0.06%
Ticino	2.890.581	1.185.696	2.4	46.55%
Zürich	2.376.493	1.231.327	1.9	-10.89%
Waadtland	1.910.328	963.756	2	7.65%
Genf	1.293.396	611.191	2.1	-8.77%
Luzern	1.285.736	652.662	2	4.23%
St. Gallen	833.208	390.371	2.1	9.43%
Basel-Stadt	683.632	378.2	1.8	-6.03%

JAHRESRECHNUNG

ERFOLGSRECHNUNG

Im Herbst 2020 wurde in allen sechs Destinationsgemeinden das neue Kurtaxenreglement durch die Urversammlungen angenommen. Die neuen Kurtaxenreglemente traten nach Genehmigung durch den Staatsrat am 1. November 2020 in Kraft. Die Erhöhung der Kurtaxe und Pauschalisierung für Ferienwohnungen und Maiensässe hat zur Folge, dass sich die Kurtaxeneinnahmen der Aletsch Arena AG gegenüber dem Vorjahr um CHF 1'063'480 auf CHF 2'856'370 erhöht haben. Die Veranlagung einer Sporttaxe in der Gemeinde Bettmeralp wurde mit der Einführung des neuen Kurtaxenreglementes hinfällig. Die Bruttoeinnahmen und -ausgaben des neuen Webshops der Aletsch Arena AG werden in der Erfolgsrechnung neu transparent und offen ausgewiesen. Im Vorjahr wurden diese Erträge noch unter den Nebenerträgen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen.

«Die Aletsch Arena AG führt das Innotour-Projekt „Aletsch Kollektiv“. Umgesetzt wird u. a. eine Systemarchitektur mit der Synergien genutzt, die Wettbewerbsfähigkeit sowie der wirtschaftliche Erfolg der Destinationen gestärkt werden.»

Insgesamt resultiert im sechsten ordentlichen Geschäftsjahr ein Gesamtertrag von CHF 5'779'890. Demgegenüber beträgt der Aufwand total CHF 5'760'219. Die Digitalisierungsstrategie wurde mit Einführung des digitalen Meldewesens, der digitalen Gästekarte, des neuen Webshops und eines neuen Internetauftritts konsequent umgesetzt und weiterverfolgt. Zu erwähnen ist, dass die Aletsch Arena AG das Innotour-Projekt „Aletsch

Kollektiv“ führt. Umgesetzt wird dabei unter anderem eine Systemarchitektur, mit der Synergien genutzt werden können und die Wettbewerbsfähigkeit sowie der wirtschaftliche Erfolg der Destinationen gestärkt werden sollen. Für zukünftige touristische Produkte und Projekte wurden zudem Rückstellungen in Höhe von CHF 280'000 gebildet und die anteilige Rückvergütung an die Destinationsgemeinden hat sich aufgrund der Mehrerträge bei den Kurtaxen um CHF 110'576 erhöht. Auch für Werbung, Marketing und Sponsoring sind mit CHF 218'441 zusätzliche Mittel eingesetzt worden. Die Jahresrechnung per 31.10.2021 weist einen Reingewinn von CHF 19'671 aus.

BILANZ

Im Rahmen der operativen Tätigkeiten der Aletsch Arena AG gab es seit der Vermögensübertragung verschiedene Investitionen in der Destination, welche auf die Gemeindepereimeter bezogen werden können. Diesbezügliche zweckgebundene Rückstellungen in Höhe von CHF 269'010 wurden im Geschäftsjahr 2020/21 aufgelöst. Weiter wurde für das Projekt Foxtrail eine Rückstellungen in Höhe von CHF 30'000 aufgelöst und für zukünftige touristische Produkte und Projekte wurden Rückstellungen in Höhe von CHF 280'000 neu gebildet. Gegen die Homologation der Kurtaxenreglemente der Gemeinden Riederalp, Bettmeralp und Fiesch wurde beim Bundesgericht Einsprache erhoben. Der Bundesgerichtsentscheid ist noch hängig. Um das finanzielle Risiko auch für das laufende Geschäftsjahr abzudecken wurde eine weitere Rückstellung von CHF 100'000 gebildet. Die Rückstellungen für touristische Produkte und Projekte wurden insgesamt um CHF 80'990 erhöht und betragen neu CHF 963'217.

Der ausgewiesene Gewinn beträgt CHF 19'671. Vorbehaltlich des Beschlusses der Generalversammlung wird der neue kumulierte Bilanzgewinnvortrag in die Eröffnungsbilanz von CHF 38'669 übernommen.

Grösster Gletscher der Alpen



BILANZ

	2020–2021		2019–2020	
Aktiven				
Umlaufvermögen				
Kassa	17'987.70		40'184.05	
Postkonto	297'288.99		227'199.48	
Raiffeisenbank	2'285'521.85		1'886'735.12	
Flüssige Mittel	2'600'798.54	67.73 %	2'154'118.65	81.40 %
Debitoren Allgemein	1'181'779.60		374'014.40	
Delkredere	-74'000.00		-30'000.00	
Durchlaufkonto	6'093.22		0.00	
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	1'113'872.82	29.01 %	344'014.40	13.00 %
Verrechnungssteuer				
Übrige kurzfristige Forderungen	8'185.79		5'757.96	
Total übrige kurzfristige Forderungen	8'185.79	0.21 %	5'757.96	0.22 %
Vorräte	3'001.00		3'001.00	0.11 %
Aktive Rechnungsabgrenzungen	80'861.35	2.11 %	88'764.75	3.35 %
Total Umlaufvermögen	3'806'719.50	99.14 %	2'595'656.76	98.09 %
Anlagevermögen				
Finanzanlagen	201.00	0.01 %	201.00	0.01 %
Mobile Sachanlagen	32'750.00	0.85 %	50'400.00	1.90 %
Immobilien Sachanlagen	1.00	0.00 %	1.00	0.00 %
Total Anlagevermögen	32'952.00	0.86 %	50'602.00	1.91 %
Total Aktiven	3'839'671.50	100.00 %	2'646'258.76	100.00 %

	2020–2021		2019–2020	
Passiven				
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	644'878.83	16.81 %	340'911.38	12.89 %
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00	0.00 %	0.00	0.00 %
Kreditoren Umsatzsteuer	16'393.63		2'000.75	
Kreditoren MWST	6'374.30		14'561.90	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	633.95		12'828.30	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	23'401.88	0.61 %	29'390.98	1.11 %
Transitorische Passiven	1'135'050.62		394'821.98	
Rückstellung 13. ML	105'045.05		81'240.20	
Rückstellung Eventpool Aletsch Arena	121'409.84		90'669.44	
Passive Rechnungsabgrenzungen	1'361'505.51	35.46 %	566'731.62	21.42 %
Total kurzfristiges Fremdkapital	2'029'786.22	52.86 %	937'033.98	35.41 %
RB Aletsch-Goms, 35 7990 2 (KK COVID-19)	478'000.00		478'000.00	
Rückstellungen touristische Produkte und Projekte	963'216.66		882'227.05	
Total langfristiges Fremdkapital	1'441'216.66	37.53 %	1'360'227.05	51.40 %
Total Fremdkapital	3'471'002.88	90.40 %	2'297'261.03	86.81 %
Eigenkapital				
Eigenkapital	180'000.00	4.96 %	180'000.00	6.80 %
Reserven	150'000.00	3.91 %	150'000.00	5.67 %
Gewinnvortrag	18'997.73		5'796.36	
Jahresgewinn	19'670.89		13'201.37	
Bilanzgewinn	38'668.62	1.50 %	18'997.73	0.72 %
Total Eigenkapital	368'668.62	10.10 %	348'997.73	13.19 %
Total Passiven	3'839'671.50	100.00 %	2'646'258.76	100.00 %

ERFOLGSRECHNUNG

	2020–2021		Vorjahr 2019–2020		Differenz
Aufwand					
Lohnkosten	1'172'808.85		1'100'364.65		72'444.20
Sozialleistungen	270'755.40		171'132.22		99'623.18
Übriger Personalaufwand	61'998.44		40'886.94		21'111.50
Personalaufwand	1'505'562.69	26.14 %	1'312'383.81	27.93 %	193'178.88
Verwaltungsaufwand	123'232.66		118'578.64		4'654.02
Aufwand Gesellschaft Organe	98'177.91		84'242.95		13'934.96
Raumaufwand	85'672.62		84'915.86		756.76
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	12'160.45		64'706.15		-52'545.70
Transportaufwand	1'387.52		3'870.91		-2'483.39
Sachversicherungen	3'244.60		1'413.75		1'830.85
Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	942.86		100.00		842.86
Allgemeiner Aufwand	324'818.62	5.64 %	357'828.26	7.62 %	-33'009.64
Informatikaufwand	753'147.69		250'961.08		502'186.61
Destinationsmanagementsystem	44'957.24		39'837.97		5'119.27
Informationstechnologie Management (IT)	798'104.93	13.86 %	290'799.05	6.19 %	507'305.88
Direkter Aufwand	104'141.55		108'185.55		-4'044.00
Aufwand Infrastruktur	801'476.03		225'775.74		575'700.29
Aufwand Verkaufsartikel	48'379.40		48'422.76		-43.36
Übriger Aufwand	21'885.99		17'547.58		4'338.41
Aufwand Material, Waren & Dienstleistungen	975'882.97	16.94 %	399'931.63	8.51 %	575'951.34
Werbung, Marketing, Sponsoring	1'157'038.36		978'750.51		178'287.85
Personalaufwand Marketing	518'287.60		478'134.93		40'152.67
Werbeaufwand	1'675'325.96	29.08 %	1'456'885.44	31.01 %	218'440.52
Übriger Betriebsaufwand	4'597.79	0.08 %	6'542.41	0.14 %	-1'944.62
Eventpool Aletsch Arena	299'996.28		318'200.99		-18'204.71
Kinderanimation	90'491.02		83'443.88		7'047.14
Event und Animation	390'487.30	6.78 %	401'644.87	8.55 %	-11'157.57
Abschreibungen	17'650.00	0.31 %	31'000.00	0.66 %	-13'350.00
Finanzaufwand und Finanzertrag	877.47	0.02 %	-1'864.62	-0.04 %	2'742.09
a.o. Aufwand und Ertrag	64'329.61	1.12 %	104'651.71	2.23 %	-40'322.10
Steuer	2'581.50	0.04 %	3'711.65	0.08 %	-1'130.15
Total Aufwand	5'760'218.84	100.00 %	4'698'592.00	100.00 %	1'061'626.84

	2020–2021		Vorjahr 2019–2020		Differenz
Ertrag					
Hotellerie	389'754.50		318'247.05		71'507.45
Gruppenunterkunft	63'899.50		135'753.20		-71'853.70
Camping	5'179.35		7'826.00		-2'646.65
Ferienwohnungen	2'397'537.00		947'624.10		1'449'912.90
Pauschale	0.00		383'440.33		-383'440.33
Kurtaxen	2'856'370.35	49.42 %	1'792'890.68	38.05 %	1'063'479.67
Sporttaxen Bettmeralp	0.00	0.00 %	41'161.18	0.87 %	-41'161.18
Tourismusförderungstaxe	1'046'838.95	18.11 %	919'534.01	19.52 %	127'304.94
Marketingbeiträge	947'510.40	16.39 %	900'000.00	19.10 %	47'510.40
Veranstaltungen	212'627.67	3.68 %	223'509.37	4.74 %	-10'881.70
Webshop Bruttoeinnahmen	8'037'602.87		319'181.71		7'718'421.16
Webshop Bruttoausgaben	-7'914'534.92		-335'077.79		7'579'457.13
Webshop	123'067.95	-2.14 %	-15'896.08*	0.34 %	138'964.03
Nebenertrag aus Lieferung & Leistung	622'289.35	10.77 %	388'425.09	8.24 %	233'864.26
Ertrag Verkaufsartikel	36'347.25	0.63 %	49'889.28	1.06 %	-13'542.03
Mietertrag	2'253.29	0.04 %	3'057.94	0.06 %	-804.65
Übriger Ertrag	98'557.53	1.71 %	106'236.08	2.25 %	-7'678.55
Ertragsminderungen	-165'973.01	-2.87 %	-32'091.97	-0.68 %	-133'881.04
Total Ertrag	5'779'889.73	100.00 %	4'711'793.37	100.00 %	1'068'096.36

	2020-2021	2019-2020	Differenz
Rekapitulation			
Total Ertrag	5'779'889.73	4'711'793.37	1'068'096.36
Total Aufwand	-5'760'218.84	-4'698'592.00	1'061'606.84
Gewinn	19'670.89	13'201.37	-6'469.52

* Webshop Bruttoausgaben im Vorjahr als Ertrag ausgewiesen

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

1. Angaben über angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechtes (Art. 957 bis 962) erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im 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 Schwes-tergesellschaften 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.

Gegen die Homologation der Kurtaxenreglemente der Gemeinden Riederalp, Bettmeralp und Fiesch wurde beim Bundesgericht Einsprache erhoben. Um das finanzielle Risiko abzudecken, wurde im ausserordentlichen Aufwand eine zusätzliche Rückstellung von CHF 100'000 für das laufende Geschäftsjahr gebildet. Über den ausserordentlichen Ertrag wurden zweckgebunden Rückstellungen der Gemeinden Riederalp (CHF 10'910) und Fiesch (CHF 20'398) aufgelöst, sowie nachträgliche Sporttaxenabrechnungen (CHF 902) und eine Rückzahlung einer periodenfremden Gutschrift (CHF 3'460) ausgebucht.

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

31.10.2021	31.10.2020
CHF 0.00	CHF 10'766.80

8. Anzahl Mitarbeiter

Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:

31.10.2021	31.10.2020	
-	-	nicht über 10 MA
X	X	über 10 MA
-	-	über 50 MA
-	-	über 250 MA

9. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2020/2021 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Weitere gesetzliche Anmerkungen im Sinne von Art. 959c OR sind nicht erforderlich.

Aletsch Arena AG, VR-Präsident, Renato Kronig
Geschäftsführer, Philippe Sproll
Bettmeralp, März 2022



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 2021 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 Fehlbewertungen 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 defizitärer 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.

ALPINE REVISIONS AG


Richard Zetler
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Richard Stücky
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte

Btg. 18. März 2021

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



EINLADUNG GENERALVERSAMMLUNG 2020/2021

Aletsch Arena, März 2022

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Aktionäre der Aletsch Arena AG werden hiermit zur 6. ordentlichen Generalversammlung eingeladen, welche am

Dienstag, 26. April 2022 um 17.00 Uhr, im Gemeindesaal Seidenmatte in Mörel 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 2020/2021 sei zu genehmigen
- b Genehmigung des Jahresabschlusses 2020/2021 (01.11.2020 - 31.10.2021)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2021 ausweisend einen Gewinn von CHF 19'670.89 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 2020/2021 zu entlasten

7 Verwaltungsratswahlen

- a Gesamt-Erneuerungswahlen des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die aktuellen Mitglieder des Verwaltungsrates: Armin Berchtold, Renato Kronig, Marco Tacchella, Chantal Cartier Eyholzer, Thomas Wenger und Alban Albrecht sind für die Periode von 3 weiteren Jahren zu bestätigen
- b Neuwahl Verwaltungsratsmitglieder
Antrag des Verwaltungsrates: Barbara Moosmann, Direktorin Sport Resort Fiesch, ist für die Periode von 3 Jahren als Verwaltungsratsmitglied zu wählen
- c Wahl des Präsidenten
Antrag des Verwaltungsrates: Armin Berchtold ist für die Periode von 3 Jahren in seinem Amt als Verwaltungsratspräsident zu bestätigen

8 Wahl der Revisionsstelle

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

9 Budgetvoranschlag für das Geschäftsjahr 2021/2022 zur Kenntnisnahme

10 Diverses

Gastvortrag von Damian Constantin, CEO VWP
Ehrungen

Dies ist die 6. ordentliche Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Die Jahresrechnung 2020/2021, 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 im Gemeindesaal, Seidenmatte in Mörel

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