

# GESCHÄFTSBERICHT 2024/2025



**HIER CLIP  
ANSCHAUEN**



# INHALT

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten	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 Service Center	14
Events	16
Marketing und Vertrieb	18
Medien-Monitor	20
Produkt- und Projektmanagement	22
Content Produktion	24
Social Media	26
Kampagnen	28
Digital Business	32
Logiernächte Aletsch Arena	36
Jahresrechnung	46
Revisionsbericht	53
Einladung GV 2024/2025	54

## Impressum

Geschäftsjahr 2024/2025

10. Jahresbericht der Aletsch Arena AG

Verantwortung Aletsch Arena AG, Philippe Sproll

## Fotos / Videos

Seite 1, 22, 41, 47, 54, 58 @aletscharena.ch – Nico Brenner

Seite 2 @aletscharena.ch

Seite 8, 10, 18, @aletscharena.ch – div. Mitarbeiter AA

Seite 12, 28, 43, 44-45, 54, @aletscharena.ch – Marco Schnyder

Seite 14 @aletscharena.ch – Raphael Wernli

Seite 16 @aletscharena.ch – Sebastian Schieck

Seite 22 @aletscharena.ch – Simon Ricklin

Seite 26 @aletscharena.ch – Webcam

Seite 28 @aletscharena.ch – Pascal Gertschen

Seite 36 @aletscharena.ch – Marianne Wellig Good

Seite 56-57 @aletscharena.ch – Benjamin Weissen

© Aletsch Arena AG – April 2026

# VORWORT

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre  
Sehr geehrte Damen und Herren

Das Geschäftsjahr der Aletsch Arena AG war erneut geprägt von grossen Chancen und Erfolgen, aber auch spürbaren Herausforderungen. Dennoch konnten wir zentrale strategische Meilensteine erreichen, die unsere Destination langfristig stärken. Die Aletsch Arena behauptet sich in einem touristischen Umfeld, das von veränderten Gästebedürfnissen, zunehmender Regulierung, klimatischen Unsicherheiten und intensiver Konkurrenz geprägt ist.

Ein Höhepunkt war die erfolgreiche Durchführung der UCI Enduro-Mountainbike-Weltmeisterschaften 2025. Dieser Anlass zeigte eindrücklich das internationale Potenzial der Aletsch Arena als Ganzjahres- und hochwertige Bike-Destination. Die weltweite mediale Präsenz sowie die positive Resonanz der Athlet\*innen unterstreichen die strategische Bedeutung solcher Events. Gleichzeitig war der Anlass ein Beweis für die hervorragende Zusammenarbeit zwischen Regionen, Gemeinden, Leistungspartnern, Organisationsteams und zahlreichen freiwilligen Helfer\*innen.

Mit diesem Rückenwind blicken wir zuversichtlich auf die geplanten Enduro Bike-Weltcup-Rennen von 2026 bis 2028.

Ein sensibles Thema blieb auch in diesem Jahr die Diskussion rund um die Kurtaxen und die damit verbundenen Einsparungen. Ich möchte dies nicht weiter ausführen – nur so viel: Es ist bedauerlich, dass einige wenige Zweitwohnungsbesitzer unter Führung der IGs unsere Entwicklung bremsen und der gesamten Region potenziellen Schaden zufügen. Wünschenswert wäre ein Wechsel von destruktiver Haltung zu konstruktivem Dialog – der Ball liegt klar bei ihnen.

Der Tourismus steht insgesamt vor grossen Veränderungen: Fachkräftemangel, steigende Kosten, bezahlbarer Wohnraum für Mitarbeitende, der Anspruch an nachhaltiges Wirtschaften und externe Rahmenbedingungen fordern uns stark. Doch ich bin überzeugt, dass die Aletsch Arena dank klarer Strategie, starker Marke, gelebter Kooperation und konsequentem Qualitätsfokus gut gerüstet ist, diese Herausforderungen zu meistern. Mit Verantwortungsbewusstsein, Innovationsbereitschaft und gemeinschaftlichem Engagement wollen wir unsere Destination weiterhin erfolgreich und im Einklang mit Natur, Bevölkerung und Gästen entwickeln.

Unser besonderer Dank gilt unseren Leistungspartnern – den Aletsch Bahnen, Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, Transportunternehmen, Eventorganisatoren und vielen weiteren. Sie prägen mit Mut, Innovationskraft und hoher Dienstleistungsqualität die Attraktivität der Aletsch Arena entscheidend. Ebenso danken wir den Mitarbeitenden der Aletsch Arena AG. Ihr täglicher Einsatz, ihre Professionalität und ihre Identifikation mit der Destination bilden das Fundament unseres Erfolgs – gerade in Zeiten steigender Erwartungen und zunehmender Komplexität.

Armin Berchtold  
Verwaltungsratspräsident



# BERICHT DES GESCHÄFTSLEITERS

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre  
Sehr geehrte Damen und Herren

Das Tourismusjahr 2024/2025 war für die Aletsch Arena ein Jahr mit differenzierten Entwicklungen, wichtigen strategischen Weichenstellungen und bedeutenden Meilensteinen für die Zukunft unserer Destination. Trotz struktureller Herausforderungen im Beherbergungsbereich konnten wir unsere Position im Markt behaupten und neue Impulse für die Weiterentwicklung der Region setzen.

## Stabile Entwicklung mit strukturellen Verschiebungen

Im Geschäftsjahr 2024/2025 verzeichnete die Aletsch Arena insgesamt 998'301 Logiernächte. Dies entspricht einer leichten Abnahme von 0.9 % gegenüber dem Vorjahr und unterstreicht die grundsätzlich stabile Nachfrage nach unserer Destination.

Innerhalb der einzelnen Beherbergungssegmente zeigte sich jedoch ein differenzierteres Bild. Während die Hotellerie trotz der Schliessung einiger Hotels praktisch unverändert geblieben ist (-0,1 %), haben die Gruppenunterkünfte 5,6 % verloren. Dies ist hauptsächlich auf die Absage einiger grosser Reisegruppen zurückzuführen. Auch die Ferienwohnungen sind mit einem leichten Anstieg von 0,1 % stabil geblieben. Diese Zahl bezieht sich jedoch auf die nach der Jahrespauschale berechneten Übernachtungen und entspricht nicht den effektiven Frequenzen. Dieser Anstieg wird jedoch durch die Online-Buchungen auf unserem Portal bestätigt, welches einen Anstieg der Buchungen für Ferienwohnungen um 9,5 % verzeichnet.

Die strukturelle Verschiebung innerhalb des Beherbergungsangebots setzt sich somit fort. Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung im Hotelbereich. Der Schweizer Markt – nach wie vor unser wichtigster Herkunftsmarkt – verzeichnete einen Verlust von 3.7 %. Gleichzeitig konnten wir auf den internationalen Märkten ein Wachstum von 10.1 % erzielen. Diese Entwicklung bestätigt die zunehmende Internationalisierung unserer Nachfrage, verdeutlicht aber auch die Abhängigkeit vom inländischen Markt.

Saisonal betrachtet gingen die Logiernächte im Winter leicht um 2.35 % zurück, während der Sommer ein Wachstum von 3.34 % verzeichnete. Die strategische Ausrichtung auf eine stärkere Ganzjahresdestination mit klarem Sommerprofil trägt somit weiterhin Früchte.

## Strukturwandel im Hotelangebot

Der Rückgang der Hotelübernachtungen ist nicht primär nachfragebedingt, sondern auch strukturell bedingt. Seit mehreren Jahren beobachten wir eine Reduktion des Hotelangebots in der Region. Auch im Geschäftsjahr 2024/2025 mussten vier weitere Hotels ihre Türen schliessen.

Bereits 2020 bedeutete die Schliessung der Art Furrer Hotels mit dem Verlust von über 200 Gästebetten einen markanten Einschnitt für unsere Destination.

«Die strategische Ausrichtung auf eine stärkere Ganzjahresdestination mit klarem Sommerprofil trägt Früchte.»

Neben der reinen Bettenkapazität verloren wir damit einen Betrieb mit nationaler und internationaler Ausstrahlungskraft. Seit 2019 hat die Aletsch Arena rund 30'000 Hotelübernachtungen eingebüsst – ein signifikanter struktureller Verlust.



Die Nachfolgeregelung in touristischen Leitbetrieben stellt eine der grössten Herausforderungen für Schweizer Tourismusdestinationen dar. Die Aletsch Arena bildet hier keine Ausnahme. Um dieser Problematik aktiv zu begegnen, haben die Gemeinden der Region gemeinsam mit der Aletsch Arena vor zwei Jahren das Projekt zur Standortentwicklung lanciert.

Ein zentrales Resultat dieses Prozesses ist die im Herbst 2025 gegründete **Aletsch Hospitality Holding AG**. Dank privater Initiativen und Investitionen verfolgt diese Gesellschaft das Ziel, Tourismusbetriebe mit Nachfolgeproblemen – insbesondere Hotels – zu übernehmen und weiterzuführen. Zwei bedeutende Hotels, die aufgrund fehlender Nachfolgelösungen vor der Schliessung standen, konnten auf diese Weise gesichert werden. Dieses Engagement ist für unsere Region von grosser strategischer Bedeutung und sendet ein starkes Signal für die Zukunftsfähigkeit unseres Hotelstandorts. Den Initianten und Investoren gebührt hierfür unser ausdrücklicher Dank.

«Die Aletsch Hospitality Holding AG hat das Ziel, Tourismusbetriebe mit Nachfolgeproblemen – insbesondere Hotels – zu übernehmen und weiterzuführen.»

#### Finanzierung und strategische Investitionen

Wie alle Schweizer Tourismusorganisationen finanziert sich die Aletsch Arena im Wesentlichen über die Kurtaxe und die Tourismusförderungstaxe (TFT). Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die TFT um rund 10 % angepasst. Diese Erhöhung entspricht in etwa der kumulierten Inflationsentwicklung seit der letzten Revision der entsprechenden Verordnung Ende der 1990er- und Anfang der 2000er-Jahre.

Die zusätzlichen Mittel fliessen gezielt in unsere neue Veranstaltungsstrategie. Ziel dieser Strategie ist die Entwicklung und Akquisition von qualitativ hochstehenden Top-Veranstaltungen, welche die Besucherfrequenz steigern und die strategische Positionierung der Aletsch Arena nachhaltig stärken.

#### UCI Enduro-Mountainbike-Weltmeisterschaften – internationale Strahlkraft

Ein absolutes Highlight des Jahres waren die UCI Enduro-Mountainbike-Weltmeisterschaften, die Anfang September 2025 in der Region Aletsch-Bellwald stattfanden. Insgesamt nahmen 255 Profisportler\*innen im Enduro-MTB, 29 Athlet\*innen im E-MTB Cross-Country sowie 325 Amateur\*innen an den drei Hauptrennen teil. Das Publikumsinteresse war beeindruckend: Über 7'000 Zuschauer\*innen verfolgten die Rennen vor Ort. Darüber hinaus erzielten die Weltmeisterschaften eine internationale digitale Reichweite von über 7 Millionen Followern. Die spektakulären Bilder von Mountainbiker\*innen, die entlang des Grossen Aletschgletschers mit Höchstgeschwindigkeit talwärts fuhren, vermittelten weltweit eine eindrückliche Botschaft über die Einzigartigkeit unserer Landschaft.

Aufbauend auf diesem Momentum haben wir im Sommer die neue Submarke Aletsch Enduro lanciert. Mit einer eigenständigen Markenidentität und einer spezifischen Website richten wir uns gezielt an die Enduro-Mountainbike-Community und positionieren die Aletsch Arena als führende Schweizer Destination für Mountainbike-Enduro-Erlebnisse.

#### Neue Angebote: Workation und MICE

Ein weiterer Meilenstein war die Eröffnung des Coworking-Spaces und Meetingraums Royal auf der Riederalp. Im Einklang mit unserer strategischen Ausrichtung, Arbeit und Erholung in alpiner Umgebung zu verbinden, bietet dieser neue Ort optimale Rahmenbedingungen für Workshops, Retreats und Seminare mit Gruppen von bis zu 50 Personen.

Die Kombination aus professioneller Infrastruktur und inspirierender Naturumgebung stärkt unsere Positionierung als Destination für Workation-Formate sowie für Unternehmen, die Arbeit und psychophysisches Wohlbefinden verbinden möchten.

#### Aletsch Kollektiv – Zusammenarbeit als Erfolgsmodell

Die Zusammenarbeit innerhalb des geografischen Raums Brig, Aletsch und Goms – das sogenannte Aletsch Kollektiv – wurde im Berichtsjahr weiter vertieft. Ursprünglich 2020 im Rahmen eines Innotour-Digitalisierungsprojekts gestartet, wurde die Kooperation Ende 2024 auf die Bereiche Produktentwicklung und internationale Vermarktung ausgeweitet.

Ein sichtbares Resultat dieser Zusammenarbeit war die Erstellung einer Sommer- und Winter-Highlight-Karte, welche die zentralen Sehenswürdigkeiten der Region präsentiert. Die Karte wurde in einer Auflage von 30'000 Exemplaren produziert und war bereits Ende des Sommers vollständig vergriffen – ein klares Zeichen für die hohe Nachfrage.



Im August 2025 wurde das Aletsch Kollektiv für dieses Projekt mit dem OTV-Preis (Oberwalliser Verkehr & Tourismus) für das beste Projekt des Jahres ausgezeichnet. Diese Ehrung bestätigt die strategische Bedeutung regionaler Zusammenarbeit und stärkt die gemeinsame Marktpräsenz.

#### Politische Weichenstellung: Zusammenschluss zur Gemeinde Unnergoms

Ein bedeutendes Ereignis war zudem die Abstimmung Mitte Juni 2025 in den Gemeinden Fiesch, Lax und Bellwald über den Zusammenschluss zur neuen Gemeinde Unnergoms. Mit über 80 % Zustimmung setzte die Bevölkerung ein klares Zeichen für Integration und gemeinsame Zukunftsgestaltung.

Da alle drei Gemeinden stark touristisch geprägt sind, ist dieses Votum auch als Signal für eine vertiefte touristische Zusammenarbeit zu verstehen. Bellwald als traditionsreiche Destination mit hochwertigem Angebot ergänzt die Positionierung der Aletsch Arena in idealer Weise. Im November 2025 gaben Bellwald Tourismus und die Aletsch Arena AG grünes Licht für ein gemeinsames Projekt zur Analyse und Entwicklung einer strukturierten touristischen Zusammenarbeit. Ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam eine noch stärkere und wettbewerbsfähigere Destination formen können.

**Gemeinsam sind wir stärker.**

## DANKSAGUNG

Ein herzlicher Dank gilt den Gemeinden der Aletsch Arena. Sie unterstützen die touristische Entwicklung nicht nur politisch, sondern auch finanziell – sei es bei der Reform der TFT-Verordnung, bei der Mitfinanzierung der Mountainbike-Weltmeisterschaften oder bei der anspruchsvollen Weiterentwicklung der Kurtaxenregelung. Ohne engagierte Gemeinden mit einer klar tourismusorientierten Vision ist eine nachhaltige Destinationsentwicklung nicht möglich. Die konstruktive Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismus erweist sich dabei als zentraler Erfolgsfaktor. Ein besonderer Dank gilt der Aletsch Bahnen AG für die Unterstützung und das entgegengebrachte Vertrauen im Rahmen des Mandats. Ebenso gebührt den Partnern, Leistungsträgern, Mitarbeitenden sowie den Mitgliedern des Verwaltungsrates Anerkennung für ihr Engagement, ihre Professionalität und ihren täglichen Einsatz für die Region. Die Aletsch Arena steht vor Herausforderungen, zugleich aber auch vor bedeutenden Chancen. Mit einer klaren Strategie, regionaler Zusammenarbeit und unternehmerischem Mut wird der Blick zuversichtlich in die Zukunft gerichtet.

# ORGANISATION

## ALETSCH ARENA AG

Stand 31.10.2025



### 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	Manz Hilar (Präsident), Albrecht Fabian, Burgener Tamara, Bürcher Sepp, Kummer-Mattig Michaela, Kummer Katharina, Martig Dominik

### Verwaltungsrat

Berchtold Armin	Präsident
Kronig Renato	Vizepräsident, Vertreter Bergbahnen
Cartier Eyholzer Chantal	Mitglied
Manz Hilar	Mitglied, Vertreter Aletsch Tourismus
Margelisch Bruno	Mitglied, Vertreter Gemeinden
Moosmann Barbara	Mitglied
Tacchella Marco	Mitglied

### Revisionsstelle

Alpine Group, Bettmeralp

Grösster Gletscher der Alpen

# PERSONELLE SITUATION

Stand 31.10.2025

Sproll Philippe                      Geschäftsleiter

### Bereichsleitende

Della Bianca Claudio	Leitung Produkt- und Projektmanagement
Eiche Jonas	Leitung Digital Business
Jenelten Patrick	Leitung Service und Infocenter
Kestens David	Leitung Marktmanagement und Verkauf
König Monika	Leitung Marketing und Kommunikation
Petrig Mathias	Leitung Finanzen und Personal

### Strategische Geschäftsfelder (SGF), Marketing und Kommunikation, Marktmanagement und Verkauf, Koordination Events und Unterhalt, Infrastrukturen

Blatter Nadine	SGF Touring, Marktmanagement und Verkauf
Noti Jasmine	SGF Familie, Marktmanagement und Verkauf
Perino Fontana Patrizio	SGF Workation, Marktmanagement und Verkauf
Sommer Corina	SGF Schnee, SGF Outdoor, SGF Natur
Stucky Joel	SGF Bike
Eyholzer Christian	Koordination Events und Unterhalt Infrastrukturen
Hubacher Jessica	Social Media, Events
Huber Jeanette	Marketing und Kommunikation
Kobler-Wyer Maria	Kommunikation
Manz Joachim	Digitales Marketing
Salzgeber Aniela	Content Management
Brenner Nico	Lernender Mediamatik

### Service- und Infocenter, Gästeservice

Beens Judith	Gäste Service, Kinderanimation
Delft Marion	Gäste Service
Ittig Samira	Gäste Service
Schlag Tanja	Gäste Service
Zeiter Daniela	Gäste Service
Zumthurn Giulia	Gäste Service
Furrer Dagmar	Service Center
Lobeda Yvonne	Service Center

### Digital Business, Partner Service, Finanzen und Personal

Riner Ramona	Digital Business
Martig-Stricker Fabienne	Digital Business, Service Center
Schneider Simone	Digital Business
Carstens Milena	Partner Service
Bieli Melanie	Finanzen
Stanisci Rossana	Finanzen und Personal
Zimmermann Beatrix	Finanzen und Personal

Grösster Gletscher der Alpen

# GÄSTEFEEEDBACK, AUSZEICHNUNGEN UND EHRUNGEN



## Blick Winter Awards

Die Aletsch Arena zählt offiziell zu den besten Skigebieten der Schweiz.

Dank der Unterstützung der Gäste hat es die Aletsch Arena bei den Blick Winter Awards 2024/2025 in der Kategorie «Bestes Skisportgebiet der Schweiz» auf **Platz 3** geschafft.

Insgesamt haben 50'000 Personen abgestimmt. Zur Wahl standen 66 Destinationen.

Mehr zu den [Blick Winter Awards](#).



### Die Sieger auf einen Blick

Das sind die Gewinner der Blick Winter Awards 2024/25:

**Bestes Skisportgebiet der Schweiz**  
 1. Platz: Arosa Lenzerheide GR  
 2. Platz: Zermatt-Matterhorn VS  
 3. Platz: Aletsch Arena VS



## Internationaler Skiareatest – Skiarea Testsieger 2025 Schweiz

Der renommierte, internationale Skiareatest bezieht seine Daten seit 30 Jahren aus umfassenden, anonymen Tests in Tourismusregionen im europäischen Alpenraum.

Die Aletsch Bahnen AG gewann dabei in der Gesamtwertung und erhielt die Auszeichnung «Skiarea-Testsieger 2025 – Schweiz». Zudem konnte sich die Bergbahnunternehmung der Aletsch Arena über folgende Auszeichnungen freuen: Bestes Pistenteam, Internationales Pistengütesiegel, Green Mountain Award, Internationales Schneeschuwander-Gütesiegel und «Bättmerhitta - beliebtestes Bergrestaurant». Der technische Leiter Anton Franzen wurde für sein grosses Engagement mit der Auszeichnung «Leitung Technik» geehrt ([Blog-Beitrag](#)).



## Aletsch Arena Testsieger: Bestes Panorama

Die Aletsch Arena mit dem Blick auf den Aletschgletscher wurde von Skiresort.de, dem weltweit grössten Testportal von Skigebieten, als Testsieger 2025 in der Kategorie «Bestes Panorama» ausgezeichnet.

[Zum Testbericht](#)



## Gewinner Panorama Award Schweiz

Insgesamt 25'456 Stimmen wurden auf [www.panoramatv.com](#) abgegeben – verteilt auf 259 Kamerastandorte des feratel Panoramanezwerks. Der Panorama Award in der Länderkategorie Schweiz geht erstmals an die Riederalp mit dem Standort Moosfluh Bergstation.

[Webcam Moosfluh](#)



## Reiseführer «Lonely Planet»

Der weltweit bekannte Reiseführer «Lonely Planet» empfiehlt für das Jahr 2025 das Wallis als Reisedestination. Der Gebirgskanton steht in diesem Führer bei «Best in Travel 2025» auf der Liste der Top 10 Regionen auf Rang fünf. Als «Top Choice» wird der Aletschgletscher gelistet.

[Mehr zu Lonely Planet](#)



Zu allen Auszeichnungen und Bewertungen der Aletsch Arena

[www.aletscharena.ch/auszeichnungen](http://www.aletscharena.ch/auszeichnungen).

# GÄSTEBEFragung

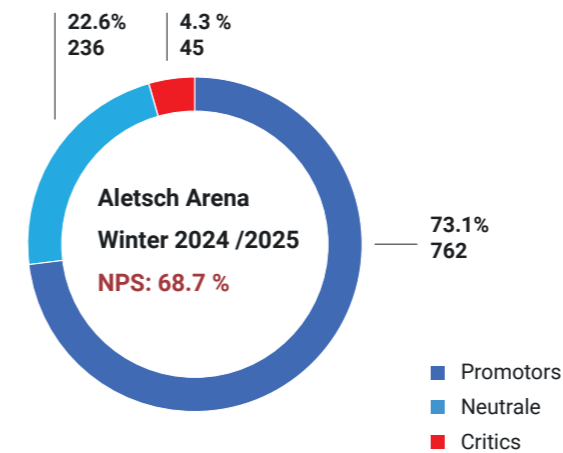
Unter der Leitung von Mountain Management Consulting führt die Aletsch Arena AG regelmässig die Online-Studie «Mountain Developer» durch. Die Gästebefragung erfasst die Einstellung zur Marke, Verbesserungsvorschläge sowie die Zufriedenheit der Gäste. Zudem wird die Wahrnehmung der Destination, die Zufriedenheit mit den angebotenen Produkten und Erlebnissen sowie der Net Promoter Score (NPS) als Mass für die Gesamtzufriedenheit und Loyalität erhoben. Auch positive und negative Erlebnisse während des Aufenthalts fliessen in die Auswertung ein.

## Konkretes Fazit aus der Studie:

- **Gästezufriedenheit** – Im Winter zeigten sich die Gäste sehr zufrieden mit den Faktoren Naturerlebnis, Schneesicherheit, Pistenpräparation, Ruhe und Erholung sowie den Skischulen. Mit über 9 von 10 Punkten zählen diese Aspekte zu den zentralen Wow-Faktoren der Zufriedenheit. 73.1 % der Gäste gaben an, vom Aufenthalt voll begeistert gewesen zu sein.
- **Markenbild** – Die Aletsch Arena arbeitet konsequent am Image der Marke. Für die Analyse des Markenimages wurde folgende Frage gestellt: «Wie sehr treffen folgende Eigenschaften auf die Aletsch Arena zu?» Die folgenden Eigenschaften erhielten 8 oder mehr von 10 Punkten: «erholsam/entspannend», «authentisch/echt», «einzigartig», «sportlich/aktiv», «qualitativ hochwertig» sowie «vielfältig/abwechslungsreich». (Markenpositionierung Aletsch Arena «Das befreiendste Naturerlebnis der Alpen»).
- **Gäste-Loyalität und Weiterempfehlung** – Die Frage «**Wie wahrscheinlich ist es, dass du uns an Freunde / Bekannte weiterempfehlen wirst?**» zeigt einen sehr hohen Weiterempfehlungswert. Der Net-Promoter-Score (NPS) lag im Winter 2024/2025 bei 68.7 %. Im Sommer 2024 erreichte der NPS einen Wert von hohen 79.6 %. Im Sommer 2025 wurde keine Gästenumfrage durchgeführt.

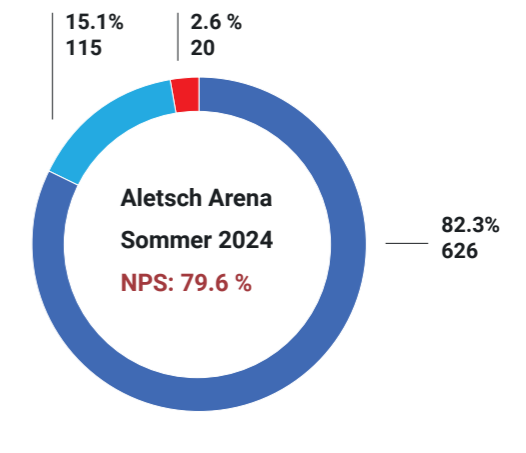
## NPS – Winter 2024/2025

### Mountain Developer Studie



## NPS – Sommer 2024 (2025 keine Umfrage)

### 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.

# INFORMATION UND SERVICE CENTER



## INFOCENTER / SERVICE CENTER

Die Aletsch Arena AG stellt den Gästen in der Region ein flächendeckendes Informations- und Serviceangebot an vier zentralen Standorten zur Verfügung. Die Informationsbüros befinden sich auf der Riederalp, der Bettmeralp, in Fiesch sowie in Mörel und dienen als wichtige Anlaufstellen für Beratung, Unterstützung und Auskünfte.

Das Servicecenter in Mörel übernimmt dabei eine zentrale Koordinationsfunktion. Hier werden eingehende Telefonanrufe und E-Mails gebündelt, effizient bearbeitet und zeitnah beantwortet. So wird sichergestellt, dass die Gäste rasch die gewünschten Informationen erhalten und eine hohe Servicequalität gewährleistet bleibt.

Auf der Riederalp und der Bettmeralp ist die Postagentur jeweils in die Informationsbüros integriert. Dadurch profitieren Gäste nicht nur von touristischen Auskünften, sondern auch von postalischen Dienstleistungen direkt vor Ort.

Ziel bleibt es, mit einem gut abgestimmten Netzwerk aus Informationsbüros und Servicecenter einen konstant hohen Standard in der Gästebetreuung sicherzustellen und den Bedürfnissen der Gäste und Leistungsträger bestmöglich gerecht zu werden.

## ERREICHBARKEIT / SERVICEZEITEN

Die Informationsbüros sind sowohl in der Winter- als auch in der Sommersaison während fünf bis sechs Tagen pro Woche geöffnet. In frequenzstarken Zeiten werden die Öffnungszeiten des Servicecenters erweitert, sodass eine Erreichbarkeit an sieben Tagen pro Woche gewährleistet ist.

Diese flexible Handhabung der Servicezeiten ermöglicht eine durchgängige Betreuung unserer Gäste. Gleichzeitig stellt sie sicher, dass Anfragen zeitnah aufgenommen und effizient bearbeitet werden können.

## AUSBLICK

Auch künftig steht die kontinuierliche Weiterentwicklung der Servicequalität im Mittelpunkt. Geplant ist, zusätzliche digitale Kommunikationskanäle gezielt einzubinden, um noch schneller und bedarfsgerechter auf Anliegen reagieren zu können.

Darüber hinaus wird die Optimierung der Serviceangebote an den einzelnen Standorten weiterverfolgt. Ziel ist es, das Gästelerlebnis nachhaltig zu stärken und die Positionierung der Aletsch Arena als serviceorientierte Destination weiter auszubauen.

## TELEFONISCHE ANFRAGEN

Im Geschäftsjahr 2024/2025 wurden eine Vielzahl an Anrufen über das Servicecenter entgegengenommen. Dies unterstreicht die hohe Nachfrage und die wichtige Rolle des Servicecenters. Zusätzlich wurden über 21'500 Mails beantwortet.

Sprache	Anrufe	Ø Gesprächszeit
Aletsch Arena Deutsch	6131	02:50
Aletsch Arena Englisch	273	03:08
Aletsch Arena Französisch	439	02:44
Aletsch Halbmarathon	55	03:24
Stoneman Glaciara	28	03:24

# EVENTS



«Die Aletsch Arena hat sich einen Namen gemacht. Perfekte Organisation, exzellente Trails und eine positive Stimmung sorgten für eines der besten Rennen seit Langem.»

## TOP EVENTS

Im Geschäftsjahr 2024/2025 bereicherten zahlreiche kulturelle und sportliche Veranstaltungen das Angebot in der Aletsch Arena und stärkten die Attraktivität der Destination über die gesamte Sommersaison hinweg. Als Höhepunkt durfte die Aletsch Arena Weltmeister\*innen küren.

### HIGHLIGHT: UCI ENDURO-MOUNTAINBIKE-WELTMEISTERSCHAFTEN 2025

Die UCI Mountainbike-Weltmeisterschaften im Wallis und in der Aletsch Arena (Enduro) verliefen auf Weltklasse-Niveau und stärkten die internationale Positionierung der Destination nachhaltig. Insgesamt nahmen 550 Athlet\*innen aus 29 Nationen teil, vor Ort wurden 6'580 Zuschauer\*innen gezählt. Das Event generierte rund 7'700 Logiernächte bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3,3 Nächten und sorgte damit für eine spürbare touristische Wertschöpfung. Auch in der medialen Reichweite setzte die Veranstaltung starke Akzente: Über 6,2 Millionen Follower wurden über internationale MTB-Kanäle erreicht, ergänzt durch über 200'000 YouTube-Views und mehr als 490'000 Instagram-Aufrufe. Die Bilder rund um den Aletschgletscher erzielten dabei besondere Aufmerksamkeit und trugen wesentlich zur globalen Sichtbarkeit bei. Die Live-Übertragung verzeichnete innerhalb von zwei Monaten 68'657 Aufrufe und erreichte damit in kurzer Zeit vergleichbare Werte wie etablierte Weltcup-Formate.

Ein zentraler Erfolgsfaktor waren die 302 Volunteers, die über 5'500 Einsatzstunden leisteten. 95 % signalisierten ihre Bereitschaft für ein erneutes Engagement. Die enge Zusammenarbeit zwischen Organisationskomitee, lokalen Partnern und Behörden sowie das durchwegs positive Feedback von Athlet\*innen und Publikum unterstreichen die hohe Professionalität der Durchführung.

Mit der erfolgreichen Austragung der Enduro-WM hat sich die Aletsch Arena international weiter etabliert und ihre Kompetenz als Gastgeberin von Grossanlässen eindrücklich bestätigt.

### Übersicht Events

Mit «Das weisse Zelt» von Nicole et Martin gastierte ein renommiertes, europaweit tourendes Theater-Ensemble auf der Riederalp und bot mit mehreren Aufführungen ein hochwertiges Kulturprogramm für Gäste und Einheimische.

Das Sommer Festival in Lax, organisiert von Relax Kultur, setzte mit einem vielseitigen Programm aus Film, Musik und Familienangeboten zusätzliche Impulse und sprach unterschiedliche Zielgruppen an.

Auch im Laufbereich zeigte sich die Aletsch Arena erneut als starke Eventdestination: Der Aletsch Halbmarathon sowie Swiss Alps 100 waren ausgebucht, der Frauenlauf geniesst grosse Beliebtheit und ebenso bereicherte der Swiss Peaks Laufevent unsere Region.

## DANKSAGUNG

Wir danken allen Organisator\*innen, von kleinen bis hin zu grossen Formaten, herzlich für ihr Engagement. Mit ihrem Einsatz leisten sie einen wertvollen Beitrag zur Vielfalt, zur Wertschöpfung und zur Profilierung unserer Destination. Ein besonderer Dank gilt zudem den Mitgliedern unseres Eventpools: den sechs Destinationsgemeinden, der Aletsch Bahnen AG, dem Verein Aletsch Tourismus sowie der Aletsch Arena AG. Mit ihren jährlichen finanziellen Beiträgen schaffen sie die Grundlage dafür, dass Events jeder Grössenordnung unterstützt und erfolgreich umgesetzt werden können.

# MARKETING UND VERTRIEB

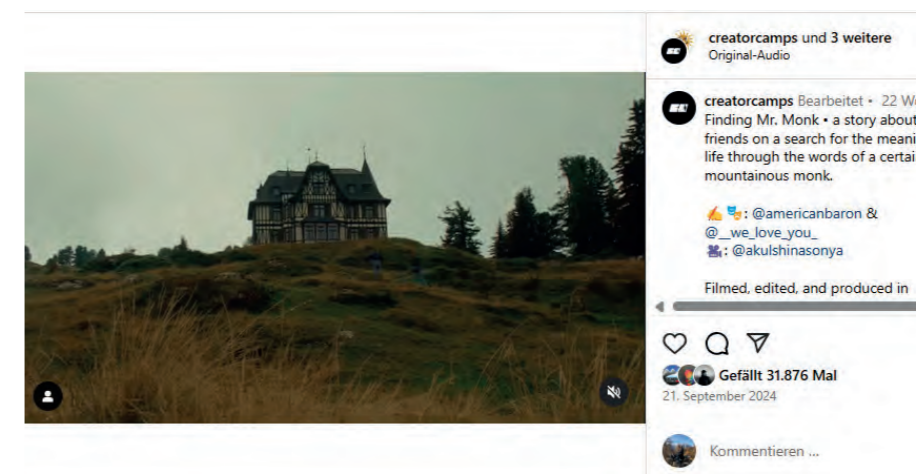


## PR UND MEDIEN

Im Geschäftsjahr 2024/25 haben das Marktmanagement- und das Marketingteam zahlreiche Journalist\*innen willkommen geheissen und sie persönlich sowie mit grossem zeitlichem Engagement betreut, um eine ansprechende Berichterstattung über die Aletsch Arena zu ermöglichen. Insgesamt wurden 166 Journalist\*innen sowie 64 Influencer\*innen aus verschiedenen Ländern empfangen.

Herkunftsland	Anzahl Journalisten	Anzahl Influencer
Schweiz	10	21
Deutschland und Österreich	19	3
BeNeLux	25	2
Frankreich	3	2
UK	5	3
Asien	34	9
Italien	6	2
Nordics	2	2
Nordamerika	13	18
Middle Europe	19	1
Spanien	10	0
International	20	1
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>64</b>

## HERAUSGEPICKT



Influencer Summit mit 16 Top-Influencern aus den USA  
 @creaforcamps mit 2.1 Mio Followern - Beitrag mit 31'876 Likes

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



# PRODUKT- UND PROJEKTMANAGEMENT

**ROYAL**  
Coworking • Meetings



## ROYAL RIEDERALP – COWORKING & MEETING SPACES

### Die Aletsch Arena wird zur Workation-Destination

Im Juli konnte in der Aletsch Arena das Gebäude Royal erfolgreich eröffnet werden. Die Einweihung am 17. Juli stiess auf grosses Interesse. Bereits über 250 Besucher\*innen nutzten in den ersten Monaten den Coworking-Space oder den Meetingraum und bestätigten damit die Nachfrage nach modernen Arbeits- und Begegnungsorten in der Region.

Die Location umfasst sechs zeitgemässe Einzelarbeitsplätze sowie einen grossen Meetingraum für bis zu 60 Personen. Mit Glasfaser-Internet, app-basiertem Zugang, moderner Präsentationstechnik und klimatisierten, lichtdurchfluteten Räumen bietet das Gebäude optimale Voraussetzungen für produktives Arbeiten. Das modulare Konzept richtet sich insbesondere an Digitalnomaden, Führungskräfte, Retreats und kreative Teams.

Mit dem Royal wird das Angebot im Bereich Workation und Business-Gruppen nachhaltig gestärkt und zusätzliches Wertschöpfungspotenzial für die Destination sowie die Aktionäre geschaffen.

[Information und Buchung](#)

## SUBBRAND «ALETSCH ENDURO»

Im Sommer 2025 lancierte die Aletsch Arena mit «Aletsch Enduro» ein eigenständiger Subbrand für ambitionierte Enduro-Mountainbiker und schärfte damit gezielt das Profil im Bike-Segment.

Kern der Lancierung war die Positionierung als spezialisierte Mountainbikewelt für Enduro-Experten – mit neuem Corporate Design, klarer Identität und einer eigenständigen Website. Ergänzend wurden eine neue Bike-Map (Print) mit sieben Trail-Vorschlägen umgesetzt sowie die entsprechende Beschilderung der sieben Enduro-Trails realisiert.

Begleitende Bloggeschichten, erste Merchandise-Artikel und ein konsequenter Fokus auf Community Building stärken die Markenbindung und die Sichtbarkeit in der Zielgruppe. Mit Aletsch Enduro wird gezielt in ein wachstumsstarkes Segment investiert und das Sommerangebot weiter differenziert.

[enduro.aletscharena.ch](https://enduro.aletscharena.ch)



**RIDE THE RUSH**  
Der Song zum Brand

CLICK &  
LISTEN

# CONTENT PRODUKTION



## DESTINATIONSMAGAZIN



## BLOG «GLETSCHERGEFLÜSTER»

Auf dem Blog sind während des vergangenen Jahres regelmässig Geschichten aus der Aletsch Arena erschienen – über interessante Menschen, Kultur oder Natur. Zum Teil werden Artikel aus dem Destinationsmagazin verwendet. Einige Beiträge enthalten Text und Bilder, andere bestehen aus Youtube-Videos oder einer Kombination aus Text und Video.

[blog.aletscharena.ch](https://blog.aletscharena.ch)

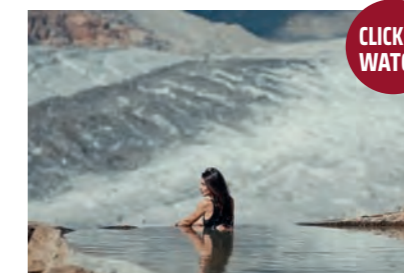
## VIDEO- UND BILDPRODUKTIONEN

Die Aletsch Arena hat in Eigenproduktion und gemeinsam mit Levin Studio, Marvin Kuhr und Simon Ricklin im Winter 2024/2025 und Sommer 2025 zahlreiche Foto- und Videoshootings durchgeführt. Die Video-Clips und Bildstrecken wurden zielgruppen- und themenspezifisch produziert.

### Aletsch Arena Highlights



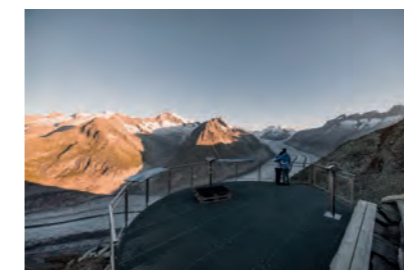
### Highlight Aktivitäten



### Sommer Gletschi Tour



### View Points



### Gletschertour mit Familie Nellen



### Tandem Gleitschirmflug



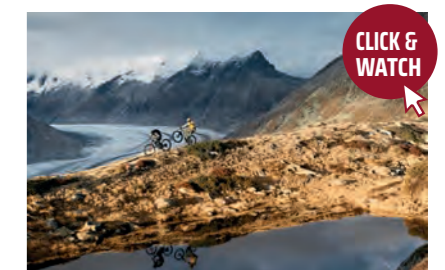
### Workation in der Aletsch Arena



### Trailer MTB World Championship



### Subbrand Aletsch Enduro



Grösster Gletscher der Alpen

# SOCIAL MEDIA

## 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

### ALETSCH ARENA KANÄLE

Kanal	Follower Zunahme	Follower	Interaktionen	Impressionen	Wiedergabezeit
Instagram	+5'093	38'220	71'668		
Facebook	+1'382	22'402	48'455		
LinkedIn	+78	2'023		52'032	
YouTube	+98	1'480		228'954	2'308 Stunden

### TOP Beiträge

#### Instagram

Eröffnung Suonenweg



#### Facebook

Winterbild Bettmeralp mit Nachtskifahren



#### LinkedIn

Icons Aletsch Arena



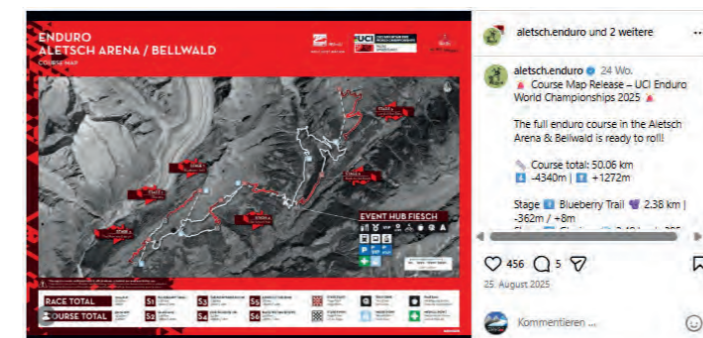
### ALETSCH ENDURO KANÄLE (Lancierung: Sommer 2025)

Kanal	Follower / Abonnenten	Interaktionen	Impressionen	Wiedergabezeit
Instagram	2'184	9'462		
YouTube	10		22'8954	4.9 Stunden

### TOP Beitrag

#### Instagram

Course Map Release



# KAMPAGNEN



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

## WINTER 2024/2025

### Haupt-Kampagne

«Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher

### Neben-Kampagnen

«Aletschgletscher trifft Loipe Goms»

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

### Lead Ad Kampagne

Fokus: Generierung und Aktivierung potenzieller Gäste

## FRÜHLING 2025

### Haupt-Kampagne

«Entdecke den Grossen Aletschgletscher im Bergfrühling»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke den Grossen Aletschgletscher im Bergfrühling

## SOMMER 2025

### Haupt-Kampagne

«Entdecke den Grossen Aletschgletscher»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke den Grossen Aletschgletscher

### Neben-Kampagnen

«Matterhorn trifft Aletschgletscher»

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

### Lead Ad Kampagne

Fokus: Generierung und Aktivierung potenzieller Gäste

### Brand Search Kampagne

Fokus: Präsenz der Aletsch Arena in Suchmaschinen bei allgemeinen Reisesuchanfragen sichern

### Search Kampagne

Fokus: Steigerung der Sichtbarkeit der Aletsch Arena in Suchmaschinen bei allgemeinen Reisesuchanfragen



## WEITERE PROMOTIONSMASSNAHMEN

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

## MARKTBEARBEITUNG (MARKTMANAGEMENT)

In enger Zusammenarbeit mit der Matterhorn Region (MRAG) sowie Valais Wallis Promotion (VWP) und Schweiz Tourismus (ST) werden sowohl Nah- als auch Fernmärkte aktiv bearbeitet.

Seit 2025 werden auch die Tourismusregionen Brig-Simplon und Blatten-Belalp vom Marktmanagement-Team der Aletsch Arena international vermarktet.

### Aktive Präsenz der Aletsch Arena AG an folgenden Fach- und Publikumsmessen und Events:

Ab	Bis	Anlass	Markt	B2B/B2C	SGF
03.11.2024	03.11.2024	Rudy meets Friends: AA Präsenz im Swiss Miniature	CH	B2C	Familien/Touring
04.11.2024	07.11.2024	KAM Event Rhein & Rösti	DE	B2B	alle
18.11.2024	20.11.2024	Sales Calls AUT und STE Wien	AUT	B2B	alle
21.11.2024	21.11.2024	Winter Media Launch Luxemburg	LUX	B2B	Schnee
21.11.2024	21.11.2024	Webinar MRAG	FR	B2B	Schnee
25.11.2024	29.11.2024	Sales Calls IT - Milano + Roma	IT	B2B	alle
16.12.2024	18.12.2024	Sales Calls IT - Firenze	IT	B2B	alle
05.02.2025	13.02.2025	MIKI Alps Roadshow SEA	Singapore/Philippines	B2B	Touring
09.02.2025	11.02.2025	BIT Milano	IT	B2B/B2C	alle
14.02.2025	16.02.2025	Fiets en Wandelbeurs Utrecht	NL	B2C	Outdoor
01.03.2025	02.03.2025	Fiets en Wandelbeurs Gent	BE	B2C	Outdoor
09.03.2025	09.03.2025	Bergsportdag Nieuwegein	NL	B2C	Outdoor
10.03.2025	14.03.2025	KMM und KAM Workshop	Middle Europe	B2B	alle
14.03.2025	16.03.2025	MTB Messe	CZ	B2C	Outdoor / MTB
25.03.2025	27.03.2025	Medienevent und sales calls	SP	B2B	alle
25.03.2025	26.03.2025	Grüezi DE on Tour (Hamburg/Frankfurt)	DE	B2B	alle
01.04.2025	02.04.2025	Swisustainable Media & Nat. Geo Event	BeNeLux	B2B	Natur
12.04.2025	13.04.2025	Testival Frankfurt mit MRAG - Globetrotter	DE	B2C	Outdoor
26.04.2025	26.04.2025	Family fun / Lenzopark, Lenzburg (abraxas Event)	CH	B2C	alle
07.05.2025	22.05.2024	STE Japan / Sales Calls - MIKI Seminar Hongkong	JP / HK	B2B	alle
07.05.2025	07.05.2025	Rosignoli Anlass mit MRAG / ST - Milano	IT	B2B/B2C	Mountain bike /Outdoor
12.05.2025	12.05.2025	Italian Outdoor Festival - Milano	IT	B2B	alle
19.05.2025	30.05.2025	ATTA / Sales Calls USA/CAN	USA/CAN	B2B	alle
24.05.2025	25.05.2025	Testival Stuttgart mit MRAG - Globetrotter	DE	B2C	Outdoor
31.05.2025	01.06.2025	Testival Hamburg mit MRAG - Globetrotter	DE	B2C	Outdoor
02.06.2025	06.06.2025	Trade Event UK inkl. Sales Calls	UK	B2B	alle
21.09.2025	25.09.2025	STM Zermatt	alle	B2B	alle
02.10.2025	02.10.2025	Herbst/Winter Launch Utrecht	NL	B2B	Outdoor/Schnee
14.10.2025	14.10.2025	Mediendinner Hamburg	DE	B2B	alle
25.10.2025	25.10.2025	Lotto im Lenzopark, Lenzburg (abraxas Event)	CH	B2C	alle
30.10.2025	04.11.2025	Walliser Woche im Perry Center Oftringen	CH	B2C	Schnee

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

Grösster Gletscher der Alpen

### Familiarity Trips von Key Accounts

Damit sich Reiseveranstalter vor Ort über die Produkte informieren und diese erleben können, werden sie in die Aletsch Arena eingeladen und begleitet. So wurden 2024/2025 insgesamt 180 Reisebüromitarbeiter\*innen persönlich vor Ort in der Aletsch Arena vom Marktmanagement-Team betreut.

### Mit der Matterhorn Region (MRAG) und Schweiz Tourismus (ST) führten wir viele Kampagnen in den ausländischen Märkten durch:

#### Deutschland

- Fans of Switzerland (WEURO25) (20.5 Mio Kontakte)
- Globetrotter Kooperation
- [Weltwach Podcast](#)
- Stern Content Special

#### BeNeLux

- Verborgen parels - Hidden Gems (110'000 Marketingkontakte)
- Unparallel Switzerland (5 Mio. Marketingkontakte)
- Wide Oyster (150'000 Seitenaufrufe)
- Hors ST: Snowrepublic (2.4 Mio Marketingkontakte)

#### UK

- Surprising Switzerland (National Geographic Traveller)
- JRNJ (50k Social Media Reach)
- SNOW (Social Media Reach)

#### IT

- Rosignoli
- 4bicycle
- The WOM

#### FR

- Le Figaro (14'400 Kontakte)
- Petit Futé
- Recto/Verso
- Outbrain

#### USA/Kanada

- TourRadar: 2.5 Mio. Impressions
- Switzerland Campus (Sales Guide, Webinar, Newsletter): 1 Mio. Impressions
- Mountain Travel Symposium (Networking & Forum)



### Matterhorn Region AG

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

Grösster Gletscher der Alpen

# DIGITAL BUSINESS

Im Geschäftsjahr 2024/25 hat das Team Digital Business der Aletsch Arena unter neuer Führung und in veränderter Teamkonstellation die digitale Entwicklung konsequent weitergeführt und zugleich strategische Grundlagen für die kommenden Jahre geschaffen. Mit der Abstimmung der Vision und Leitlinien, basierend auf den Erkenntnissen der Mountain Developer-Studie, zusätzlichem Gästefeedback sowie den Bedürfnissen unserer Partner, wurde die digitale Ausrichtung weiter geschärft.

Die dabei entwickelten Fokusthemen sind klar definiert und umfassen neben notwendigen Erweiterungen bestehender Systeme und der Sicherstellung der digitalen Zuverlässigkeit insbesondere eine zielgruppenorientierte Gästesprache und -information, den Ausbau der gemeinsamen Nutzung digitaler Grundlagen, eine erweiterte Partneranbindung sowie die Weiterentwicklung der Zusammenarbeit im Aletsch Kollektiv.

Verbundene Analysen wurden teilweise durchgeführt und mehrere Initiativen widerspiegeln sich in neuen digitalen Helfern und Angeboten. Dabei werden gezielt Anwendungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz integriert, insbesondere mit Blick auf mögliche Effizienzgewinne.

Die Websites der Aletsch Arena, von Aletsch Tourismus sowie die des gesamten Aletsch Kollektivs stehen heute auf einer vollständig erneuerten Basis. Neben der technischen Modernisierung wurden Inhalte neu strukturiert, innovative Funktionen integriert und die Barrierearmut fokussiert. Ergänzend wurden Schritte umgesetzt, um die Sichtbarkeit in der zunehmend KI-geprägten Suchlandschaft weiter zu stärken. Für den Sub-Brand Aletsch Enduro wurde zudem eine neue Microsite inklusive Blog realisiert, welche die Zielgruppe spezifisch anspricht.

Auch der Webshop und die digitalen Angebote wurden weiterentwickelt: Neue Produkte wurden aufgeschaltet, Strukturen und Inhalte angepasst sowie saisonale Angebote optimiert. Der Versand der Sommergutscheine wurde verbessert, die E-Mail-Kommunikation visuell modernisiert. Der reibungslose Betrieb während der Hauptsaison war jederzeit gewährleistet.

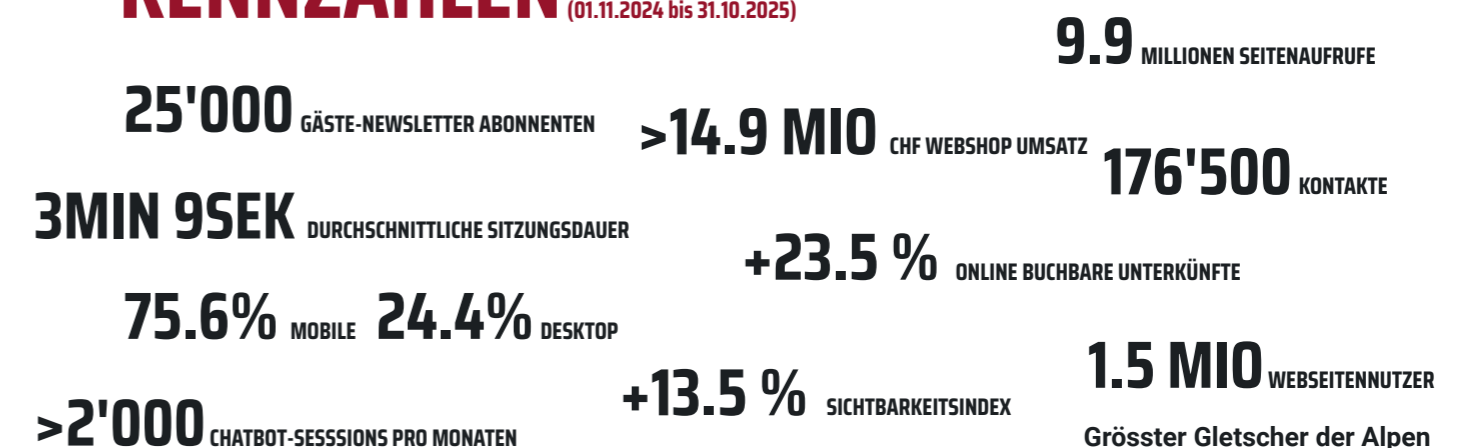
Im Bereich Gästekarte und Meldewesen wurden Prozesse und Workflows weiter den Bedürfnissen angepasst. Der Versand der Jahrgästekarte wurde verfeinert, die Hubspot-Einbindung präzisiert und zusätzliche Anbindungen an Property-Management-Systeme (PMS) und Channel-Manager (CM) umgesetzt.

Auch weitere Kundenkanäle wurden gezielt ausgebaut: Zuverlässigere Systeme bei den Infoscreens sind im Einsatz, der Statusbericht wurde verbessert und eine Initiative bezüglich der Antwortqualität im KI-gestützten Bereich lanciert.

Im Partnerbereich wurde die Partnerplattform zielgruppengerecht erneuert, ein Academy-Bereich aufgebaut und eine Webinar-Serie zu Daten, Buchbarkeit und Bewertungen umgesetzt. Mit der Kampagne «Schön gebucht» wurde zudem ein wichtiger Impuls zur Steigerung der Online-Buchbarkeit gesetzt.

Im Geschäftsjahr 2024/25 wurden damit wesentliche strategische Grundlagen erneuert, zentrale digitale Helfer weiterentwickelt und die Partnerintegration ausgebaut. Die Aletsch Arena baut so ihre digitale Leistungsfähigkeit aus und entwickelt Servicequalität, Effizienz und Zusammenarbeit nachhaltig weiter.

## KENNZAHLEN (01.11.2024 bis 31.10.2025)



# PROJEKTE

Das Team Digital Business der Aletsch Arena verantwortet neben dem Betrieb und der kontinuierlichen Weiterentwicklung der bestehenden Systeme eine Vielzahl von Projekten in fünf zentralen Bereichen. Jeder dieser Bereiche trägt zur Weiterentwicklung der digitalen Infrastruktur, zur Effizienzsteigerung sowie zur Stärkung der Zusammenarbeit innerhalb der Destination bei. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) ist integraler Bestandteil der strategischen Weiterentwicklung.



## CONTENT

*Wie Destinationsinhalte und -angebote digital an die Gäste gelangen*

**RELAUNCH** Websites Aletsch Arena, Aletsch Tourismus und Kollektiv (Typo3 v12)

**NEUSTRUKTURIERUNG** Inhalte, innovative Funktionen und Barrierearmut

**OPTIMIERUNG SEO/GEO** für KI-orientierte Sichtbarkeit

**MICROSITE** Aletsch Enduro inkl. Blog

**VERBESSERUNG** Statusbericht und Infoscreens

## E-COMMERCE

*Pflege des online buchbaren Angebots, der Buchungsprozesse und Umsatzsteigerung*

**WEITERENTWICKLUNG** Produktportfolio, saisonale Konfigurationen

**OPTIMIERUNG** Versand Jahreshäufigkeit 2025/26 und SBB-Ticket-Codeumstellung

**PROFESSIONALISIERUNG** Sommergutscheine und Transaktionsmails

**SICHERSTELLUNG** Upgrades, Systemstabilität in Peak-Seasons

**ANBINDUNGEN PMS und CM** (u.a. Hotelpac, Easybooking, vOffice)



## PARTNER

*Zusammenarbeit mit Leistungsträgern bzgl. Online-Buchbarkeit, Darstellung und Auslastung ihrer Unterkünfte*

**AUSBAU** Partnerplattform inkl. zielgruppengerechter Segmentierung

**AUFBAU** Academy-Bereich

**WEBINAR-SERIE** Daten, Buchbarkeit und Bewertungen

**KAMPAGNE** Onlinebuchbarkeit «Schön gebucht»

# ALETSCH KOLLEKTIV

## WEITERENTWICKLUNG

Zusammenarbeit im Aletsch Kollektiv.

Das Aletsch Kollektiv, eine Kooperationsinitiative der Walliser Tourismusdestinationen Aletsch Arena, Bellwald, Blatten-Belalp, Brig-Simplon und Goms. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Gästekommunikation mit Hilfe der Digitalisierung zu verbessern. Gemeinsam werden ein Content Hub sowie eine einheitliche Webplattform betrieben, über die Inhalte zentral verwaltet und die Online-Sichtbarkeit der Destinationen gestärkt wird. Es erfolgt ein ständiger Wissensaustausch und Weiterentwicklung der gemeinsamen Dienste.



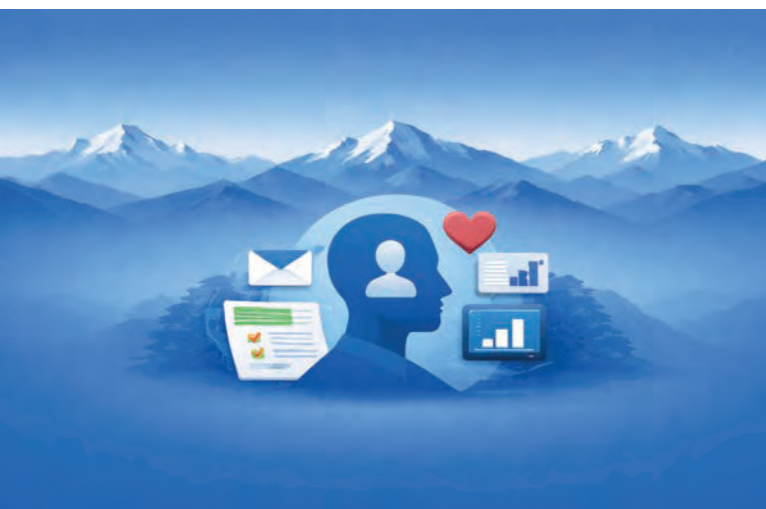
## CRM

*Personalisierung der Kommunikation und Stärkung der Kundenbindung durch gezielte Datennutzung*

**AUSBAU** Newsletter-Strukturen und Interessengruppen

**INITIATIVE** KI-gestützte Qualitätsverbesserung Kundenkommunikation

**AUTOMATISIERUNG** Formulare und Workflows



## IT / PROZESSE

*Modernisierung interner Systeme und die Effizienzsteigerung durch die Digitalisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen*

**ERNEUERUNG** Laptop-Infrastruktur und Schulungen

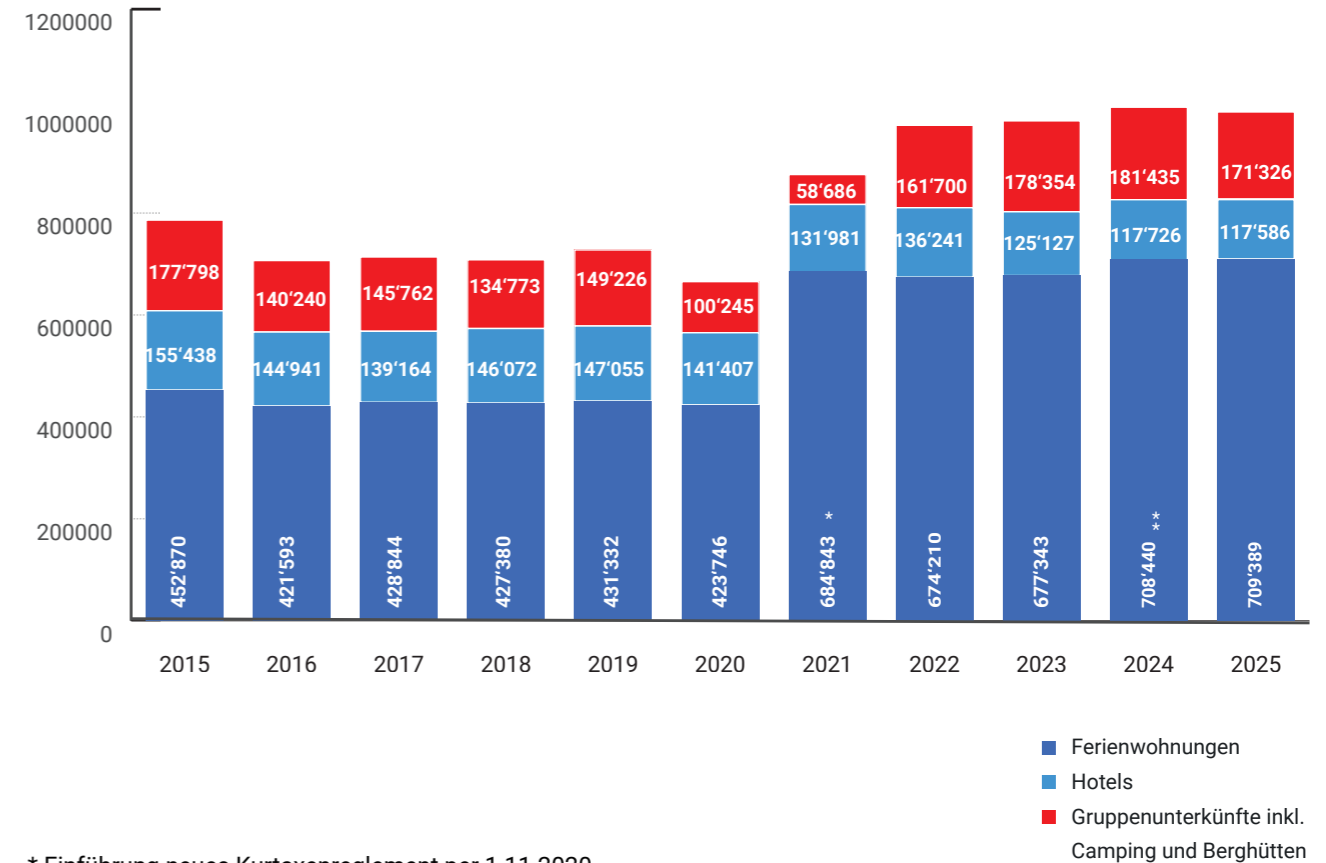
**KONZEPTION** Gemeindecalendar

**EVALUATION** Tools, z.B. für Coworking und Wander-/Bikewege

**OPTIMIERUNG** Systemstabilität und digitale Zuverlässigkeit

# LOGIERNÄCHTE

# LOGIERNÄCHTE 2024/2025\*



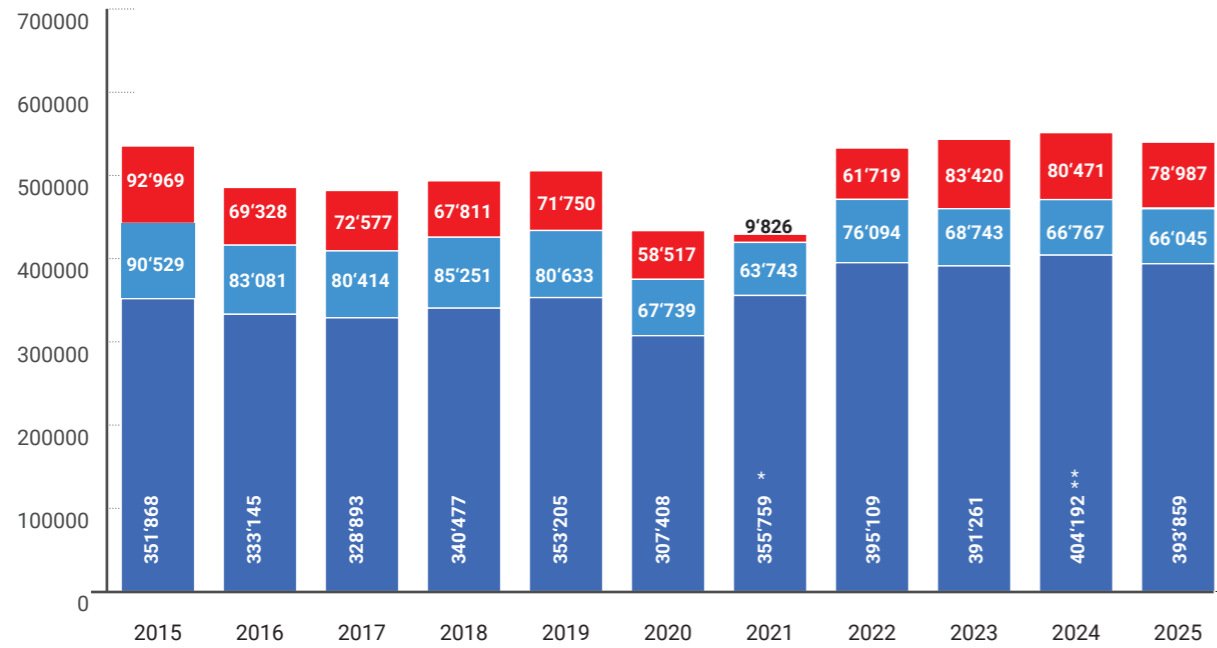
\* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

\*\* Anpassung Kurtaxenreglement in Fiesch per 1.11.2023

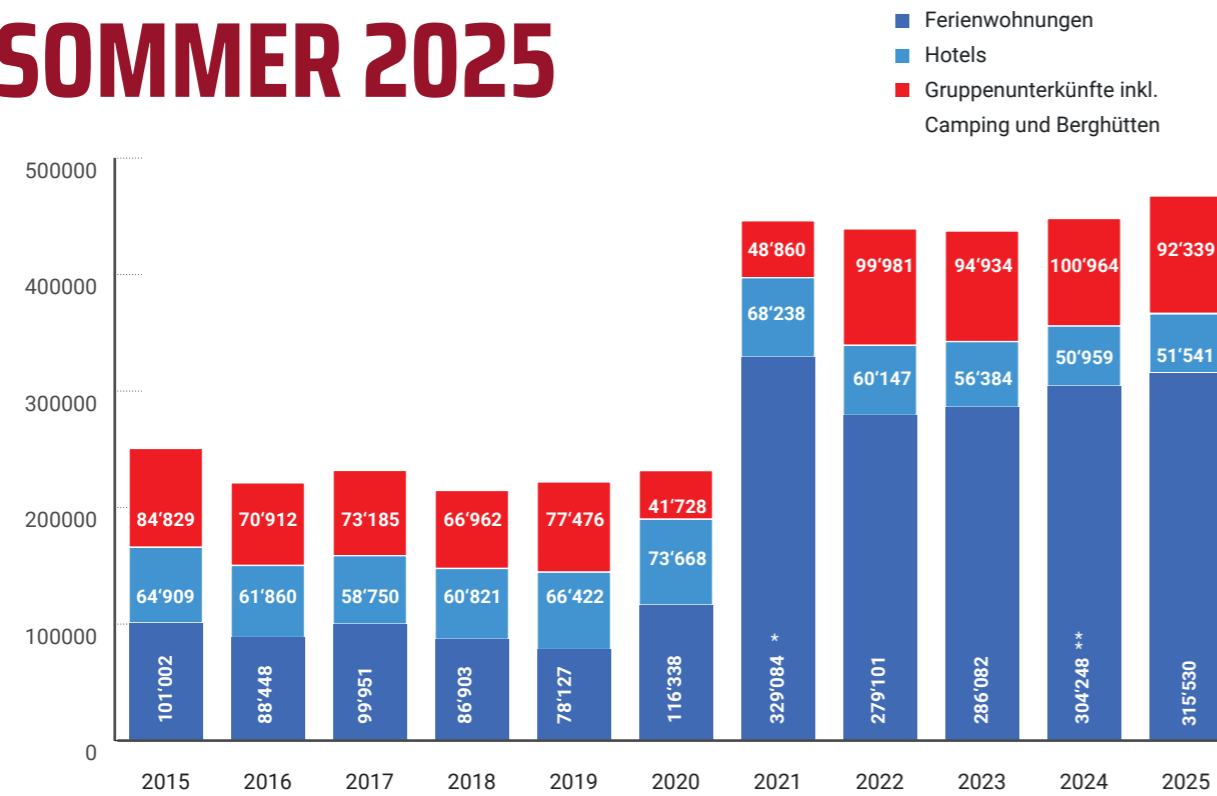
Die angegebenen Übernachtungszahlen in der Parahotellerie entsprechen nicht den tatsächlichen Übernachtungszahlen, sondern basieren auf den Belegungszahlen, die für die Berechnung der Jahrespauschale von Ferienwohnungen und Maiensässe verwendet werden.

Land	23/24 Total	Pos	24/25 Total	Abw %	Abw. Absolut	Pos	Marktanteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
Schweiz	618'928	1	626'337	1.20%	7'409	1	75.74%	24.26%	86.45%
Deutschland	121'831	2	119'087	-2.25%	-2'744	2	14.40%	59.35%	88.17%
BeNeLux	59'605	3	51'767	-13.15%	-7'838	3	6.26%	25.80%	87.48%
Frankreich	6'137	5	6'388	4.08%	251	5	0.77%	3.18%	61.77%
UK	2'886	6	5'630	95.04%	2'743	6	0.68%	2.81%	64.78%
Aussereuropa	9'425	4	9'843	4.43%	418	4	1.19%	4.91%	49.32%
Italien	2'100	8	2'358	12.29%	258	8	0.29%	1.18%	63.83%
Nordics	807	11	1'038	28.57%	231	10	0.13%	0.52%	57.50%
Middle Europe	2'430	7	2'803	15.36%	373	7	0.34%	1.40%	72.07%
Spanien	1'147	9	1'182	3.10%	36	9	0.14%	0.59%	53.32%
Osteuropa	871	10	543	-37.69%	-328	11	0.07%	0.27%	83.60%
<b>Total</b>	<b>826'167</b>		<b>826'975</b>	<b>0.10%</b>	<b>808</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>85.78%</b>
Gruppenunterkünften Camping, Berghütten	181'435		171'326	-5.57%	-10'109		17.16%		
<b>Gesamttotal Logiernächte</b>	<b>1'007'602</b>		<b>998'301</b>	<b>-0.92%</b>	<b>-9'301</b>		<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

# WINTER 2024/2025



# SOMMER 2025



\* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

\*\* Anpassung Kurtaxenreglement in Fiesch per 1.11.2023

Die angegebenen Übernachtungszahlen in der Parahotellerie entsprechen nicht den tatsächlichen Übernachtungszahlen, sondern basieren auf den Belegungszahlen, die für die Berechnung der Jahrespauschale von Ferienwohnungen und Maiensässe verwendet werden.

# WINTER

## HOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2024–30.4.2025)

Land	2023/24			2024/25			Aufenth. Dauer	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
	Hotel	Abw. Absolu	Pos	Hotel	Abw. %	Abw. Absolu				
Schweiz	51'493	3.1	1	49'131	-4.59%	-2'362	2.9	1	74.39%	57.88%
Deutschland	7'165	4.8	2	7'451	3.99%	286	4.5	2	11.28%	52.87%
BeNeLux	4'242	3.8	3	4'640	9.38%	398	4.0	3	7.03%	71.58%
Frankreich	882	3.1	5	1'218	38.10%	336	3.5	4	1.84%	49.88%
UK	719	2.6	6	972	35.19%	253	2.4	6	1.47%	49.02%
Asien	957	2.0	4	1'169	22.15%	212	1.5	5	1.77%	39.07%
Italien	462	2.6	7	376	-18.61%	-86	2.4	8	0.57%	44.08%
Nordics	53	2.5	12	187	252.83%	134	2.9	10	0.28%	42.40%
Amerika	227	2.8	9	380	67.40%	153	2.7	7	0.58%	21.05%
Middle Europe	190	4.1	10	185	-2.63%	-5	2.6	11	0.28%	23.63%
Spanien	229	2.2	8	217	-5.24%	-12	2.2	9	0.33%	39.31%
Osteuropa	53	2.3	12	26	-50.94%	-27	1.5	13	0.04%	29.21%
Afrika & Ozeanien	86	3.0	11	79	-8.14%	-7	1.8	12	0.12%	45.14%
Übrige	9			14	55.56%	5			0.02%	87.50%
<b>Total</b>	<b>66'767</b>	<b>3.0</b>		<b>66'045</b>	<b>-1.08%</b>	<b>-722</b>	<b>3.0</b>		<b>100%</b>	<b>56.17%</b>

## PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2024–30.4.2025)

Land	2023/24		2024/25			Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
	FeWo	Pos	FeWo	Abw. %	Abw. Absolut			
Schweiz	302'820	1	301'704	-0.37%	-1'116	1	76.60%	55.72%
Deutschland	66'125	2	60'151	-9.03%	-5'974	2	15.27%	57.29%
BeNeLux	28'643	3	24'505	-14.45%	-4'138	3	6.22%	54.11%
Frankreich	1'900	4	1'778	-6.42%	-122	4	0.45%	45.06%
UK	561	8	1'488	165.18%	927	6	0.38%	40.79%
Aussereuropa	1'471	5	1'738	18.13%	267	5	0.44%	35.80%
Italien	698	7	673	-3.57%	-25	8	0.17%	44.71%
Nordics	353	11	321	-9.11%	-32	9	0.08%	53.77%
Middle Europe	827	6	971	17.46%	144	7	0.25%	48.09%
Spanien	376	10	284	-24.50%	-92	10	0.07%	45.03%
Osteuropa	418	9	247	-40.94%	-171	11	0.06%	54.43%
<b>Total</b>	<b>404'192</b>		<b>393'859</b>	<b>-2.56%</b>	<b>-10'333</b>		<b>100%</b>	<b>55.52%</b>

# SOMMER

## HOTELLERIE PRO MARKT (1.5.–31.10.2025)

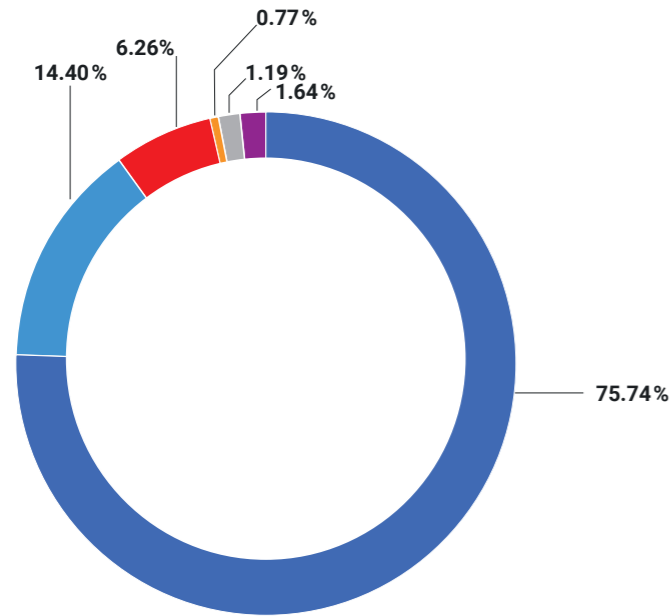
Land	2024 Hotel	Aufenth. Dauer	Pos	2025 Hotel	Abw. %	Abw. Absolut	Aufenth. Dauer	Pos	Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	36'712	1.8	1	35'750	-2.62%	-962	1.9	1	69.36%	42.12%	30.64%
Deutschland	5'019	2.6	2	6'641	32.32%	1'622	2.8	2	12.88%	47.13%	42.06%
BeNeLux	1'784	2.6	4	1'842	3.25%	58	2.5	3	3.57%	28.42%	11.66%
Frankreich	1'136	1.8	6	1'224	7.75%	88	1.8	6	2.37%	50.12%	7.75%
UK	682	1.7	7	1'011	48.24%	329	1.5	7	1.96%	50.98%	6.40%
Asien	2'687	1.4	3	1'823	-32.15%	-864	1.6	4	3.54%	60.93%	11.54%
Italien	394	1.7	9	477	21.07%	83	1.6	9	0.93%	55.92%	3.02%
Nordics	170	1.8	11	254	49.41%	84	1.9	11	0.49%	57.60%	1.61%
Amerika	1'434	2.7	5	1'425	-0.63%	-9	2.7	5	2.76%	78.95%	9.02%
Middle Europe	517	1.5	8	598	15.67%	81	1.7	8	1.16%	76.37%	3.79%
Spanien	218	1.7	10	335	53.67%	117	1.6	10	0.65%	60.69%	2.12%
Osteuropa	56	1.4	13	63	12.50%	7	1.6	13	0.12%	70.79%	0.40%
Afrika & Ozeanien	139	1.8	12	96	-30.94%	-43	1.8	12	0.19%	54.86%	0.61%
Übrige	11			2	-81.82%	-9			0.00%	12.50%	0.01%
<b>Total</b>	<b>50'959</b>	<b>2.0</b>		<b>51'541</b>	<b>1.14%</b>	<b>582</b>	<b>2.0</b>		<b>100%</b>	<b>43.83%</b>	<b>100%</b>

## PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.5.–31.10.2025)

Land	2024 FeWo	Pos	2025 FeWo	Abw. %	Abw. Absolut	Pos	Markt- anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	227'902	1	239'752	5.20%	11'850	1	75.98%	44.28%	24.02%
Deutschland	43'522	2	44'844	3.04%	1'322	2	14.21%	42.71%	59.18%
BeNeLux	24'936	3	20'780	-16.67%	-4'156	3	6.59%	45.89%	27.42%
Frankreich	2'219	5	2'168	-2.31%	-51	5	0.69%	54.94%	2.86%
UK	924	6	2'159	133.56%	1'235	6	0.68%	59.21%	2.85%
Aussereuropa	2'404	4	3'117	29.66%	713	4	0.99%	64.20%	4.11%
Italien	546	8	832	52.39%	286	8	0.26%	55.29%	1.10%
Nordics	231	11	276	19.35%	45	10	0.09%	46.23%	0.36%
Middle Europe	896	7	1'049	17.06%	153	7	0.33%	51.91%	1.38%
Spanien	324	10	347	6.99%	23	9	0.11%	54.97%	0.46%
Osteuropa	344	9	207	-39.87%	-137	11	0.07%	45.57%	0.27%
<b>Total</b>	<b>304'249</b>		<b>315'530</b>	<b>3.71%</b>	<b>11'281</b>		<b>100%</b>	<b>44.48%</b>	<b>100%</b>

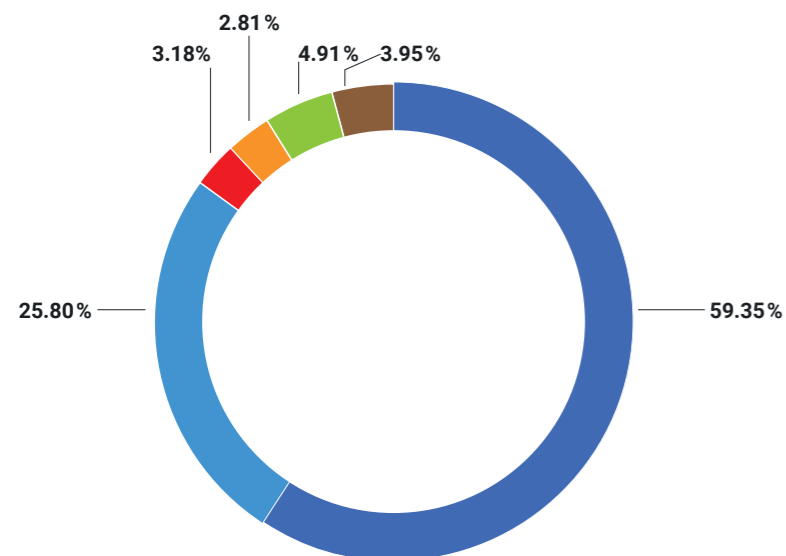


## MARKTANTEIL SCHWEIZ 75.74 % / AUSLAND 24.26 %



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

## MARKTANTEIL AUSLAND



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



Grösster Gletscher der Alpen

## ÜBERNACHTUNGSZAHLEN ALETSCH ARENA 2024/2025



**-0.12 %**

Hotellerie



**+0.13 % \*\***

Parahotellerie



**-5.57 %**

Gruppenunterkunft inkl.  
Camping und Berghütten

\*\* Die angegebenen Übernachtungszahlen in der Parahotellerie entsprechen nicht den tatsächlichen Übernachtungszahlen, sondern basieren auf den Belegungszahlen, die für die Berechnung der Jahrespauschale von Ferienwohnungen und Maiensässe verwendet werden.

## HOTELLERIE IM VERGLEICH MIT DEN DESTINATIONEN DES WALLIS

Destination	UN 24/25	UN 23/24	%vs 23/24	Ankünfte 24/25	Ø A-Dauer
Zermatt	1809882	1732730	4.45%	767464	2.36
Saastal	376345	349600	7.65%	132775	2.83
Martigny Région	187677	185349	1.26%	117695	1.59
Leuk - Leukerbad Region	222753	214840	3.68%	112673	1.98
Brig-Simplon	214635	212097	1.20%	104931	2.05
Crans-Montana	252680	253821	-0.45%	104104	2.43
Sion-Région	140057	147714	-5.18%	86964	1.61
Sierre-Anniviers	193234	209948	-7.96%	77053	2.51
Goms	137227	130752	4.95%	67391	2.04
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	176202	177023	-0.46%	64591	2.73
Pays du St-Bernard	68940	77326	-10.84%	52677	1.31
<b>Aletsch Arena</b>	<b>128350</b>	<b>129073</b>	<b>-0.56%</b>	<b>52109</b>	<b>2.46</b>
Rund um Visp	85046	82161	3.51%	48319	1.76
Région Dents du Midi	105567	106597	-0.97%	44401	2.38
Chablais	78338	62905	24.53%	42972	1.82
Val d'Hérens	58274	53851	8.21%	34459	1.69
Grächen	64567	60138	7.36%	29758	2.17
Blatten-Belalp	56265	56171	0.17%	27125	2.07
Vallée du Trient	31587	26460	19.38%	25175	1.25
Nendaz	39976	38472	3.91%	22517	1.78
Ovronnaz	33025	41825	-21.04%	16054	2.06
Anzère	27264	23988	13.66%	11399	2.39
Lötschental	19649	33197	-40.81%	10192	1.93
<b>Wallis</b>	<b>4507540</b>	<b>4406038</b>	<b>2.30%</b>	<b>2052798</b>	<b>2.20</b>

\* Zahlen BfS abweichend zu Statistik AA AG



# JAHRESRECHNUNG

## Erfolgsrechnung

Die Kurtaxeneinnahmen der Aletsch Arena AG betragen rund CHF 3'056'039 und sind im Vergleich zum Vorjahr um CHF 21'779 leicht gesunken. Der Hauptgrund sind diverse Schliessungen von Hotelbetrieben. Nach Harmonisierung der Reglemente über die Tourismusförderungstaxe in fünf von sechs Destinationsgemeinden betragen die Einnahmen aus Tourismusförderungstaxen CHF 1'207'180 und haben sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 129'169 erhöht.

Der allgemeine Personalaufwand beträgt CHF 1'727'306 und der allgemeine Betriebsaufwand rund CHF 392'939. Für IT-Systeme und Digitalisierungsprojekte wird ein Aufwand von rund CHF 463'548 ausgewiesen. Für Marketing und Kommunikation, Marktmanagement und Verkauf und die Betreuung der strategischen Geschäftsfelder sind insgesamt rund CHF 2'500'412 eingesetzt worden, wovon CHF 992'487 Lohnkosten für die spezifischen Bereiche beinhalten. Damit sind die eingesetzten Mittel in diesen Bereichen um CHF 356'933 erneut erhöht worden. Für Events und Animationen wurden rund CHF 555'649 eingesetzt.

## Bilanz

Insgesamt weist die Aletsch Arena AG eine Bilanzsumme von CHF 2'498'790 aus. Im Rahmen der operativen Tätigkeiten und aufgrund der laufenden Rechtsverfahren im Zusammenhang mit den Reglementen über die Kur- und Tourismusförderungstaxen wurden im Geschäftsjahr 2024/25 Rückstellungen aufgelöst und neu gebildet. Die Rückstellungen per 31.10.2025 betragen rund CHF 1'188'039 und der ausgewiesene Gewinn beträgt CHF 8'047.

«Die eingesetzten Mittel in den Bereichen Marketing, Marktmanagement und Events wurden gegenüber dem Vorjahr erhöht.»

Die direkten Beiträge für Marketingaktivitäten betragen CHF 900'000. Die Bruttoeinnahmen und -ausgaben des Webshops der Aletsch Arena AG werden in der Erfolgsrechnung offen ausgewiesen. Insgesamt wurden über den Webshop im Geschäftsjahr 2024/25 rund CHF 15 Mio. umgesetzt. Die Nebenerträge betragen im Geschäftsjahr 2024/25 rund CHF 679'365 und haben sich gegenüber dem Vorjahr um CHF 122'889 erhöht. Insgesamt resultiert ein Gesamtertrag von CHF 6'066'339. Gegenüber dem Vorjahr ist der Gesamtertrag um CHF 196'011 gestiegen. Demgegenüber beträgt der Aufwand CHF 6'058'292 und hat sich gegenüber dem Vorjahr auch um CHF 196'065 erhöht.



# BILANZ

	2024 – 2025		2023 – 2024	
<b>Aktiven</b>				
<b>Umlaufvermögen</b>				
Flüssige Mittel	1'445'707	57.9 %	1'557'663	49.4 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	683'302	27.3 %	1'021'722	32.4 %
Übrige kurzfristige Forderungen	4'554	0.2 %	10'708	0.3 %
Vorräte	30'001	1.2 %	10'001	0.3 %
Aktive Rechnungsabgrenzungen	309'151	12.4 %	533'912	16.9 %
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>2'472'715</b>	<b>99.0 %</b>	<b>3'134'007</b>	<b>99.4 %</b>

<b>Anlagevermögen</b>				
Finanzanlagen	18'040	0.7 %	8'040	0.2 %
Sachanlagen	8'035	0.3 %	11'661	0.5 %
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>26'075</b>	<b>1.0 %</b>	<b>19'701</b>	<b>0.6 %</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>2'498'790</b>	<b>100.0 %</b>	<b>3'153'708</b>	<b>100.0 %</b>

	2024 – 2025		2023 – 2024	
<b>Passiven</b>				
<b>Fremdkapital</b>				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	413'131	16.5 %	763'661	24.2 %
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	18'058	0.7 %	39'188	1.2 %
Passive Rechnungsabgrenzungen	461'483	18.5 %	857'827	27.2 %
Rückstellungen	1'188'039	47.5 %	1'083'000	34.3 %
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>2'080'710</b>	<b>83.3 %</b>	<b>2'743'676</b>	<b>87.0 %</b>

<b>Eigenkapital</b>				
Eigenkapital	180'000	7.2 %	180'000	5.7 %
Reserven	214'000	8.6 %	153'600	4.9 %
Gewinnvortrag	16'032	0.6 %	68'331	2.2 %
Jahresgewinn	8'047	0.3 %	8'101	0.3 %
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>418'079</b>	<b>16.7 %</b>	<b>410'032</b>	<b>13.0 %</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2'498'790</b>	<b>100.0 %</b>	<b>3'153'708</b>	<b>100.0 %</b>

# ERFOLGSRECHNUNG

	2024 – 2025		2023 – 2024		Differenz
<b>Aufwand</b>					
Lohnkosten	1'424'217		1'385'850		38'367
Sozialleistungen	227'944		208'107		19'837
Übriger Personalaufwand	75'144		62'553		12'592
<b>Total Aufwand Personal</b>	<b>1'727'306</b>	<b>28.5 %</b>	<b>1'656'510</b>	<b>28.3 %</b>	<b>70'796</b>
Verwaltungsaufwand	175'929		158'963		16'966
Aufwand Gesellschaftsorgane	101'192		97'413		3'779
Raumaufwand und URE	108'703		189'276		-80'573
Sachversicherungen	6'243		3'563		2'680
Übriger Betriebsaufwand	871		7'270		-6'398
<b>Total allgemeiner Betriebsaufwand</b>	<b>392'939</b>	<b>6.5 %</b>	<b>456'485</b>	<b>7.8 %</b>	<b>-63'546</b>
<b>Total IT-Systeme u. Digitalisierungsprojekte</b>	<b>463'548</b>	<b>7.7 %</b>	<b>533'030</b>	<b>9.1 %</b>	<b>-69'482</b>
Aufwand Kooperationen und direkte Beiträge	22'212		44'031		-21'818
Aufwand Infrastruktur	368'556		408'202		-39'646
Aufwand Verkaufs- und Mietartikel	20'326		17'891		2'435
Übriger Aufwand	838		2'975		-2'138
<b>Total direkter und übriger Aufwand</b>	<b>411'932</b>	<b>6.8 %</b>	<b>473'099</b>	<b>8.1 %</b>	<b>-61'167</b>
Marketing und Kommunikation	597'438		681'167		-83'730
Marktmanagement und Vertrieb / Verkauf	527'104		412'204		114'900
Strategische Geschäftsfelder	383'383		223'061		160'322
Anteil Lohnaufwand Marketing, Marktmanagement und SGF	992'487		827'046		165'441
<b>Total Aufwand Marketing, Marktmanagement und SGF</b>	<b>2'500'412</b>	<b>41.3 %</b>	<b>2'143'479</b>	<b>36.6 %</b>	<b>356'933</b>
Eventpool	529'494		495'246		34'248
Animationsaufwand	26'155		72'841		-46'686
<b>Total Event und Animation</b>	<b>555'649</b>	<b>9.2 %</b>	<b>568'087</b>	<b>9.7 %</b>	<b>-12'438</b>
<b>Abschreibungen auf Sachanlagen</b>	<b>3'659</b>	<b>0.1 %</b>	<b>5'721</b>	<b>0.1 %</b>	<b>-2'062</b>
<b>Finanzaufwand und Finanzertrag</b>	<b>1'048</b>	<b>0.0 %</b>	<b>3'617</b>	<b>0.1 %</b>	<b>-2'569</b>
<b>a.o. Aufwand und Ertrag</b>	<b>0</b>	<b>0.0 %</b>	<b>300</b>	<b>0.0 %</b>	<b>-300</b>
<b>Steuer</b>	<b>1'800</b>	<b>0.0 %</b>	<b>2'500</b>	<b>0.0 %</b>	<b>700</b>
<b>Total Aufwand</b>	<b>6'058'292</b>	<b>100.00 %</b>	<b>5'852'227</b>	<b>100.00 %</b>	<b>196'065</b>

	2024 – 2025		2023 – 2024		Differenz
<b>Ertrag</b>					
Hotellerie	356'810		379'849		-23'039
Gruppenunterkunft	197'185		197'071		114
Camping	19'203		21'038		-1'835
Ferienwohnungen	2'482'841		2'479'860		2'981
<b>Kurtaxen</b>	<b>3'056'039</b>	<b>50.4 %</b>	<b>3'077'818</b>	<b>52.4 %</b>	<b>-21'779</b>
<b>Tourismusförderungstaxe</b>	<b>1'207'180</b>	<b>19.9 %</b>	<b>1'078'011</b>	<b>18.4 %</b>	<b>129'169</b>
<b>Beiträge Marketing</b>	<b>900'0000</b>	<b>14.8 %</b>	<b>900'0000</b>	<b>15.3 %</b>	<b>0</b>
<b>Veranstaltungen</b>	<b>246'685</b>	<b>4.1 %</b>	<b>222'566</b>	<b>3.8 %</b>	<b>24'119</b>
Webshop und Drittportale, Bruttoeinnahmen	15'189'724		15'379'127		-189'403
Webshop und Drittportale, Bruttoausgaben*	-15'062'251		-15'180'743		118'493
<b>Webshop und Drittportale</b>	<b>127'473</b>	<b>2.1 %</b>	<b>198'384</b>	<b>3.4 %</b>	<b>-70'911</b>
<b>Nebenertrag und übrige Beiträge</b>	<b>679'365</b>	<b>11.2 %</b>	<b>556'477</b>	<b>9.5 %</b>	<b>122'889</b>
<b>Ertrag Verkaufs- und Mietartikel</b>	<b>24'222</b>	<b>0.4 %</b>	<b>32'617</b>	<b>0.6 %</b>	<b>-8'395</b>
<b>Ertragsminderungen</b>	<b>-174'626</b>	<b>-2.9 %</b>	<b>-195'545</b>	<b>-3.3 %</b>	<b>-20'919</b>
<b>Total Ertrag</b>	<b>6'066'339</b>	<b>100.00 %</b>	<b>5'870'328</b>	<b>100.00 %</b>	<b>196'011</b>

\* Webshop Bruttoausgaben im Ertrag ausgewiesen

	2024 – 2025		2023 – 2024		Differenz
<b>Rekapitulation</b>					
<b>Total Ertrag</b>	<b>6'066'339</b>		<b>5'870'328</b>		<b>196'011</b>
<b>Total Aufwand</b>	<b>-6'058'292</b>		<b>-5'862'227</b>		<b>196'065</b>
<b>Gewinn</b>	<b>8'047</b>		<b>8'101</b>		<b>-54</b>

## 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 Obligationenrechts (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 Schwesergesellschaften 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.

Es sind keine ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen in der Erfolgsrechnung enthalten, die einer gesonderten Erläuterung bedürfen.

### 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 u. Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien

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

### 7. Sonstige Angaben

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

- 31.10.2025: CHF 0.00

- 31.10.2024: CHF 0.00

### 8. Anzahl Mitarbeiter

Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:

31.10.2025 über 10 MA

31.10.2024 über 10 MA

### 9. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

13 Zeitwohnungsbesitzer (3 Ralp, 7 Balp, 3 Fiesch) haben Aufsichtsbeschwerden gegen die Kurtaxenreglemente beim Staatsrat erhoben.

Der Staatsrat hat in einem Urteil im November 2025 die Aufsichtsbeschwerden teilweise gutgeheissen. Die betroffenen Gemeinden haben entschieden das Urteil an das Kantonsgericht weiterzuziehen.

Der Verwaltungsrat hat im Rahmen der Erstellung der Jahresrechnung die Fortführungsfähigkeit der Gesellschaft neu beurteilt. Dabei wurden insbesondere die hängigen Verfahren im Zusammenhang mit möglichen Rückerstattungen von in früheren Jahren erhobenen Kurtaxen berücksichtigt. Im Zusammenhang mit diesen Verfahren bestehen mögliche Rückerstattungsansprüche, deren Eintritt und Höhe vom Ausgang der hängigen Verfahren vor den zuständigen Gerichten abhängen.

Im Falle einer für die Gesellschaft ungünstigen Entscheidung mit umfassender rückwirkender Rückerstattungspflicht (Worst-Case-Szenario) könnte die daraus resultierende finanzielle Belastung die Fortführungsfähigkeit der Gesellschaft wesentlich erschweren oder unter Umständen verunmöglichen. Zum Zeitpunkt der Rechnungslegung ist der Eintritt dieses Worst-Case-Szenarios nicht überwiegend wahrscheinlich. Aufgrund der aktuellen Informationslage sowie der eingeleiteten Rechtsmittelverfahren geht der Verwaltungsrat davon aus, dass der Eintritt dieses Worst-Case-Szenarios jedoch nicht überwiegend wahrscheinlich ist und die Gesellschaft ihre Geschäftstätigkeit fortführen kann. Gleichwohl besteht eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit der Fortführungsfähigkeit, da der Ausgang der Verfahren nicht im Einflussbereich der Gesellschaft liegt.

Aletsch Arena AG,

VR-Präsident, Armin Berchtold

Geschäftsführer, Philippe Sproll

Bettmeralp, März 2026



## 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 2025 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 sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Ohne unsere Prüfungsaussage einzuschränken, machen wir auf Anmerkung im Anhang der Jahresrechnung aufmerksam, in der dargelegt ist, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, die erheblichen Zweifel an der Fähigkeit der zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwirft. Würde die Fortführung der Unternehmenstätigkeit verunmöglicht, müsste die Jahresrechnung auf Basis von Veräusserungswerten erstellt werden.

ALPINE REVISIONS AG  
  
 Richard Stucky  
 Dipl. Wirtschaftsprüfer  
 Zugelassener Revisionsexperte  
 Leitender Revisor

  
 Manuel Zenklusen  
 Revisor

Bettmeralp, 10. März 2026

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



## EINLADUNG GENERALVERSAMMLUNG 2024/2025

Aletsch Arena, April 2025

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Aktionäre der Aletsch Arena AG werden hiermit zur 10. ordentlichen Generalversammlung eingeladen, die am **Mittwoch, 1. April 2026, um 17.00 Uhr im Hotel Alpfrieden auf der Bettmeralp** stattfinden wird..

## TRAKTANDEN

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

### 6 Beschlussfassungen betreffend:

- a Genehmigung des Jahresberichtes des Präsidenten und des Geschäftsführers  
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht 2024/2025 sei zu genehmigen
- b Genehmigung des Jahresabschlusses 2024/25 (01.11.2024–31.10.2025)  
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2025 ausweisend einen Gewinn von CHF +8'047 sei zu genehmigen
- c Genehmigung der Verwendung des Jahresgewinnes und Gewinnvortrages Antrag des Verwaltungsrates: Vom Jahresgewinn seien CHF 1'000.- den gesetzlichen Reserven zuzuweisen und der verbleibende Bilanzgewinn sei auf die neue Rechnung vorzutragen
- d Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates  
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung seien in globo für das Geschäftsjahr 2024/2025 zu entlasten

### 7. Ersatzwahl Verwaltungsrat

Antrag des Verwaltungsrates: Als Ersatz für Marco Tacchella soll Xavier Gertschen, Mitglied der Geschäftsleitung der Matterhorn Gotthard Bahn und BVZ Holding, in den Verwaltungsrat gewählt werden

### 8. Wahl der Revisionsstelle:

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

### 9. Diverses

Vortrag Reto Furrer, VR-Präsident Gregor Furrer & Partner Holding AG

Die Jahresrechnung 2024/2025, der Bericht der Revisionsstelle sowie die Statuten liegen 20 Tage vor der Generalversammlung am Sitz der Aletsch Arena AG in Mörel-Filet zur Einsicht der Aktionäre auf. Der Geschäftsbericht wird im Anschluss an die Generalversammlung unter:  
[www.aletscharena.ch/aletsch-arena-ag](http://www.aletscharena.ch/aletsch-arena-ag) aufgeschaltet.

Die Aktionär\*innen erhalten mit der Einladung einen Aktienausweis zugestellt. Aktionär\*innen können durch anderen Aktionär\*innen vertreten werden. Bei Vertretung ist die Vollmacht auf dem Aktienausweis vom Vollmachtgeber entsprechend auszufüllen und zu unterzeichnen. Eintrittskontrolle ab 16.30 Uhr.

Nach der Generalversammlung sind alle Aktionäre herzlich zu einem Aperitif mit Imbiss eingeladen.

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

### Aletsch Arena AG

Armin Berchtold  
VR Präsident

Philippe Sproll  
Geschäftsführer





**Aletsch Arena AG**

+41 27 928 58 58 | [info@aletscharena.ch](mailto:info@aletscharena.ch) | [aletscharena.ch](https://aletscharena.ch)