

GESCHÄFTSBERICHT 2023/2024



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
Content Produktion	24
Social Media	26
Kampagnen	28
Digital Business	32
Logiernächte Aletsch Arena	36
Jahresrechnung	46
Revisionsbericht	53
Einladung GV 2023/2024	54

Impressum

Geschäftsjahr 2023/2024

9. Jahresbericht der Aletsch Arena AG

Verantwortung Aletsch Arena AG, Philippe Sproll

Fotos / Videos

Seite 1, 58 @aletscharena.ch – Jeanette Huber

Seite 2 @aletscharena.ch – Benjamin Weissen

Seite 8, 16, 18, 22, 41, 43, 54 @aletscharena.ch – div. Mitarbeiter AA

Seite 10 @aletscharena.ch – Dennis Brunner

Seite 11, 12, 26, 28, 33, 35, 38, 41, 47, 56-57 @aletscharena.ch – Marco Schnyder

Seite 12 @aletscharena.ch – Christian Pfammatter

Seite 15 @aletscharena.ch – Chantal Stucky

Seite 16 © Kike Abelleira

Seite 24 @aletscharena.ch – Andrea Soltermann

Seite 26 @leo.crtes

Seite 28, 40 @aletscharena.ch – Pascal Gertschen

Seite 36 @aletscharena.ch – Nico Brenner

Seite 44-45 @aletscharena.ch – Markus Eichenberger

VORWORT

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
Sehr geehrte Damen und Herren

Es freut mich sehr, dass wir auf ein weiteres erfolgreiches Jahr in der Aletsch Arena zurückschauen dürfen. Sicherlich war das vergangene Jahr durch gewisse Wetterkapriolen geprägt, welche sich dann leider unmittelbar auf die Gästefrequenzen auswirkten. Aber über alles gesehen, können wir auf treue und zufriedene Gäste zählen.

Bekanntlich ist unser gemeinsames Ziel, die Saisons ausserhalb des Winters weiter zu stärken. Ein wichtiges Element, um die erwähnten Nebensaisonzeiten zu beleben, sind Events. Wir haben bereits sehr erfolgreiche Events, wie den Aletsch Halbmarathon, welche jedes Jahr viele Gäste in unsere Region bringen. Die auf der Riederalp (Der letzte Sander) oder in Fiesch (Rollibock) stattgefundenen Freilufttheater sind wichtige Aushängeschilder. Um diese Thematik auszubauen, haben wir in enger Abstimmung mit den Gemeinden und den Kulturkommissionen bei der Aletsch Arena eine 50%-Stelle als Eventkoordinator geschaffen. Dies ist ein wichtiger Schritt, um den Eventbereich weiter zu stärken. Konkrete Massnahmen in der Umsetzung sind bereits im Bereich des Bike-Tourismus erfolgt. In den letzten Jahren ist «biken» bei Jung und Alt und in jeglichen Gesellschaftsschichten sehr beliebt geworden. Zudem haben die E-Bikes dazu geführt, dass auch weniger sportlich ambitionierte Personen die wunderschönen Landschaften erkunden können.

Als Aletsch Arena setzen wir sehr stark auf die Biker und wir sind daher zusammen mit Bellwald auch als Organisatoren für Enduro Weltcuprennen im Juli 2024 aufgetreten. Das Feedback der Athleten und Betreuer über die Rennen, die Strecken, die Landschaft und unsere Organisation war überwältigend. Entsprechend freudig und positiv sehen wir dem Highlight dieses Jahres entgegen, nämlich der Durchführung von zwei WM-Mountainbike-Rennen in unserer Region. Das wird eine weitere Möglichkeit sein, unsere wunderschöne Region der ganzen Welt zu zeigen.

Wenig Anlass zur Freude gibt das leidige Thema der Kurtaxen. Wir haben mittlerweile in allen Gemeinden gültige Kurtaxenreglemente, aber auf die jeweiligen Kurtaxenverfügungen wurde in den Gemeinden Riederalp, Bettmeralp und Fiesch erneut Aufsichtsbeschwerden beim Kanton erhoben. Es ist einfach nur mühsam, dass wir weiterhin mit viel Geld und Energie, die von den IG's orchestrierten Einsprachen behandeln müssen. Ich appelliere hier einmal mehr an den gesunden Menschenverstand und Fairness der IG-Mitglieder, denn mit solchen unnötigen Aktionen wird die Entwicklung unsere Region gebremst und wichtige Projekte und Investitionen verzögert.

Aus meiner Sicht ist die Zusammenarbeit zwischen den Gemeinden in den letzten Jahren viel besser geworden. Dies wird nun noch verstärkt durch die Gründung des Zweckverbands für den Unterhalt von Infrastrukturen (insbesondere Wander- und Bikewege). Die Bewirtschaftung derselben wird ab dem Frühling 2025 von der Aletsch Arena gemeindeübergreifend koordiniert – wir versprechen uns davon eine noch bessere Qualität zum Nutzen unserer Gäste.

Abschliessend möchte ich an dieser Stelle all unseren Mitarbeitenden der Aletsch Arena AG für den enormen Einsatz zu Gunsten unserer Region von Herzen danken.

Armin Berchtold
Verwaltungsratspräsident



BERICHT DES GESCHÄFTSLEITERS

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
Sehr geehrte Damen und Herren,

Die Übernachtungen im Geschäftsjahr 2023-2024 in unserer Region sind laut unseren offiziellen Statistiken um 2,7 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, und die Destination erreicht mit 1'007'000 Übernachtungen die magische Grenze von einer Million. Diese Zahl ist jedoch mit Vorsicht zu geniessen, da der Anstieg hauptsächlich auf die Anpassung der Kurtaxenregelung für Ferienwohnungen in der Gemeinde Fiesch zurückzuführen ist, die im Dezember 2023 aufgrund einer Entscheidung des Bundesgerichts erfolgte.

Um ein realistisches Bild der Situation zu zeichnen, müssen wir uns auf die tatsächlichen Logiernächte in Hotels und Gruppenunterkünften in unserer Region stützen, da die Übernachtungszahlen in Ferienwohnungen aufgrund der Pauschale nicht verfügbar sind. Die Hotelübernachtungen gingen um 5,9 % zurück, während die Übernachtungen in Gruppenunterkünften um 1,7 % zunahmen.

Nach einem erfolgreichen Winter mit Schnee und stabilen Besucherfrequenzen litt der Sommer unter den starken Niederschlägen im Juni sowie anhaltend schlechtem Wetter bis Mitte August. In dieser Zeit blieben Last-Minute-Buchungen in der Hotellerie größtenteils aus, während Gruppen ihre Aufenthalte überwiegend im Voraus buchten und daher weniger von den Wetterkapriolen betroffen waren. Mit der Rückkehr des schönen Wetters kamen auch wieder mehr inländische Touristen, die die Hotels der Destination bis zum Ende des Sommers gut füllten. Zudem schlossen während der Sommermonate drei Hotels auf der Riederalp ihre Türen, was massgeblich zum Rückgang der Hotelübernachtungen im Jahr 2024 beitrug.

Viele Hoteliers berichteten jedoch, dass eine wachsende Zahl von Gruppen- und Individualgästen aus den internationalen Märkten den Mangel an Schweizer Touristen teilweise ausgleichen konnte. Im Geschäftsjahr 2023–24 besuchten 39'000 Gruppen-Gäste aus den internationalen Märkten unsere Region – direkt von unserer Organisation akquiriert und organisiert. Der von der Aletsch Arena AG über die B2B-Buchungszentrale der Matterhorn Region AG (MRAG) erzielte Umsatz in den Fernmärkten betrug CHF 650'000 und war damit der höchste aller Kooperationspartner der MRAG.

«Gästen aus den internationalen Märkten gleichen den Mangel an Schweizer Touristen teilweise aus»

Für die Aletsch Arena ist es unerlässlich, in diesen Märkten – insbesondere in Asien und Nordamerika – weiterhin aktiv zu sein, um Kunden anzuziehen, die wetterunabhängig reisen und weit im Voraus buchen. Mit einem Tourismusmagneten wie dem Grossen Aletschgletscher sind wir überzeugt, ein grosses Potenzial zu haben, diese Märkte weiterzuentwickeln.



Das Geschäftsjahr 2023/2024 begann mit einer positiven Nachricht: Im Herbst 2023 wies das Bundesgericht die Beschwerden gegen die Kurtaxenreglemente der Gemeinden Riederalp und Bettmeralp ab und ordnete in der Gemeinde Fiesch Korrekturen an. Die Gemeinde Fiesch genehmigte die inhaltlichen Änderungen des Reglements an der Urversammlung Anfang Dezember 2023 einstimmig.

Alle Gemeinden der Region verfügen nun über ein gültiges Reglement, das den vom Bundesgericht definierten Kriterien entspricht. Leider haben wieder die gleichen Zweitwohnungsbesitzer einen neuen Weg gefunden, um gegen das Kurtaxenreglement vorzugehen, die sogenannte Aufsichtsbeschwerde, deren Bearbeitung uns das gesamte Geschäftsjahr 2023–2024 beschäftigt hat und deren Ausgang noch offen ist.

Trotz der Unannehmlichkeiten und der Zeitverschwendung, die diesen unnötigen Rechtsstreit verursacht, konnte sich die Aletsch Arena AG auf die Entwicklung strategisch wichtiger Projekte mit grossem Potenzial für unsere Tourismusdestination konzentrieren.

«Die Aletsch Arena AG hat gemeinsam mit den Gemeinden ein Standortentwicklungsprojekt lanciert»

Standortentwicklung: Die Problematik der Nachfolgeregelung in vielen strategisch wichtigen Tourismusbetrieben, die zum Verschwinden touristischer Angebote und damit zum Attraktivitätsverlust unserer Region führen könnte, hat die Aletsch Arena AG dazu veranlasst, gemeinsam mit den Gemeinden im Jahr 2023 ein Standortentwicklungsprojekt zu lancieren. Ziel ist es, Massnahmen einzuleiten und konkrete Aktivitäten zu entwickeln, um diesem Problem entgegenzuwirken.

Event-Strategie: Mit der neuen Produktentwicklungsstrategie der Aletsch Arena AG, die 2022 eingeführt wurde, erwies es sich schnell als unerlässlich, Ressourcen und Kompetenzen für die Durchführung von Grossveranstaltungen in unserer Destination aufzubauen. Im Rahmen dieses Projekts entwickelte die Aletsch Arena AG im Jahr 2024 eine Strategie zur Einführung und Aufbau von Grossveranstaltungen sowie ein Bewertungssystem zur Einstufung von Events. Diese strategische Grundlage stellt der Destination die notwendige Professionalität, Ressourcen und Instrumente zur Verfügung, um die touristische Saison durch Veranstaltungen zu verlängern.

Unterhalt der Infrastrukturen: Im Jahr 2022 starteten die Gemeinden der Region gemeinsam mit der Aletsch Arena AG und den weiteren Gemeinden der Region ein Projekt zur Schaffung einer zentralen Einheit für den Unterhalt der touristischen Infrastrukturen der Destination. Ziel ist es, eine einheitliche Qualität bei der Bewirtschaftung und Instandhaltung von Wander- und Mountainbikestrecken zu gewährleisten und zugleich Synergien zu nutzen, um die Betriebskosten zu optimieren. Am 3. September 2024 gründeten die Gemeinden der Region, mit Ausnahme der Gemeinde Fieschertal, den Zweckverband für den Unterhalt der Infrastrukturen und übertrugen der Aletsch Arena AG die Leitung der Aktivitäten sowie die Koordination der Arbeiten.

Die letzten beiden Projekte veranlassten die Aletsch Arena AG, eine neue Position innerhalb des Teams zu schaffen: den Koordinator für Events und Infrastrukturen. Chris Eyholzer, langjähriger Betreiber und Eigentümer des Hotels Bettmerhof auf der Bettmeralp, wurde für diese Stelle ausgewählt und nahm seine neue Tätigkeit im Oktober 2024 auf.

Was das Personal der Aletsch Arena betrifft, so hat Geri Berchtold, Leiter Destinationsmanagement, Ende Mai 2024 nach 15 Jahren professioneller, loyaler und engagierter Arbeit das Unternehmen verlassen, um in den Ruhestand zu gehen.

Geri trug mit seinen Management- und Organisationsqualitäten, seinem umfangreichen Netzwerk sowie seiner stets offenen und direkten Kommunikation entscheidend zur positiven Entwicklung der Aletsch Arena AG bei. Die Abteilung Destinationsmanagement wurde nach seinem Abgang in zwei Bereiche unterteilt: den Bereich Gästeinformation, der von Patrick Jenelten, langjähriger Direktor des Hotels Alpfrieden auf der Bettmeralp, geleitet wird, und den Bereich Produkt- und Projektmanagement, der seit Juni von Claudio Della Bianca, ehemaliger Direktor von Bellwald Tourismus, übernommen wurde. Beide sind erfahrene, kompetente sowie innovative und dynamische Fachleute in ihren Bereichen und stellen einen grossen Mehrwert für das Unternehmen dar.

Für die Wintersaison 2023/2024 und die Sommersaison 2024 haben wir ein neues Destinationsmagazin erstellt und veröffentlicht. Es ist eine Neuheit für die Aletsch Arena und enthält spannende sowie unterhaltsame Inhalte und Geschichten, die unser erstklassiges und einzigartiges Tourismusangebot sowie unsere Kultur und Bräuche hervorheben. Wir sind überzeugt, dass wir damit unsere Gäste begeistern und motivieren können, unsere Region nochmals im Sommer oder im Winter zu besuchen.

Zum Abschluss meines Berichts möchte ich noch die Top-Events des Jahres hervorheben. Die Sommersaison begann mit dem Aletsch Halbmarathon, der auch in diesem Jahr wieder 2'300 Athleten anzog und ein grosser Erfolg war. Mitte Juli fand in unserer Region erstmals ein Enduro-Mountainbike-Weltcup-Rennen statt, an dem 224 Amateure und 271 Profis aus 32 Ländern teilnahmen.

DANKSAGUNG

Ein besonderer Dank geht an die Aletsch Bergbahnen (ABAG). Sowohl im Winter 2022/2023 als auch im 2023/2024 begann die Skisaison bereits Ende November. Danach fanden unsere Touristen den ganzen Winter über absolut perfekte Skipisten vor. Mit dem Eggishorn-Projekt hat die ABAG ein visionäres Projekt mit einem einzigartigen und unvergleichlichen Produkt ins Leben gerufen, dass es der Destination ermöglichen wird, weiter zu wachsen und einen 360-Tage-Tourismus anzubieten. Auch die strategische Zusammenarbeit zwischen der Aletsch Arena AG und der ABAG in den Bereichen Marketing, Verkauf und Digitalisierung ermöglicht es der Destination, eine einheitliche Marktpräsenz zu haben, die dem Gast ein optimales Erlebnis bietet.

Diese Veranstaltung wurde strategisch geplant und in unsere Region geholt, parallel zum Enduro-Mountainbike-Rennen der Mountainbike-Weltmeisterschaften, die 2025 im Wallis stattfinden werden. Ziel ist es, die Aletsch Arena als Enduro-Mountainbike-Destination zu etablieren. Die Veranstaltung war ein grosser Erfolg, und die Medienresonanz war enorm – mit 7.5 Millionen Kontakten, die überwiegend über digitale Kanäle generiert wurden.

Unmittelbar danach fand in Fiesch einen Monat lang das Freilichttheater «Rollibock» statt, das 6'300 Menschen in unsere Region lockte und uns die Möglichkeit bot, wesentliche Elemente unserer Kultur und unseres Naturerbes zu präsentieren. Wie bereits «Der letzte Sander» im Jahr 2019 auf der Riederalp war auch diese Theaterveranstaltung ein grosser Publikumserfolg. Ende August versammelten sich dann über 1'000 Athleten aus aller Welt in unserer Destination zum Berglauf «Swiss Alps 100» – einer Veranstaltung, die seit einiger Zeit in der Aletsch Arena stattfindet und sowohl zu einer hohen Zahl an Übernachtungen als auch zu einem starken Wertschöpfungsbeitrag führt.

Diese Events zeigen eindrucksvoll, dass unsere Destination dynamisch und innovativ ist. Dank der engagierten und kompetenten einheimischen Partner, denen wir für ihre ausserordentliche Arbeit danken, wird das Image der Aletsch Arena national und international kontinuierlich gestärkt.

Philippe Sproll
Geschäftsführer

ORGANISATION ALETSCHE ARENA AG

Stand 31.10.2024



Auftrag

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

Aktionäre

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

Verwaltungsrat

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

Revisionsstelle

Alpine Group, Bettmeralp

PERSONELLE SITUATION

Sproll Philippe Geschäftsleiter

Bereichsleitende

Della Bianca Claudio	Leitung Produkt- und Projektmanagement
Jenelten Patrick	Leitung Gäste und Service Center
Kestens David	Leitung Marktmanagement und Verkauf
König Monika	Leitung Marketing und Kommunikation
Müller Benjamin	Leitung Digital Business
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
Heynen Ursina	SGF Schnee, SGF Natur
Noti Jasmine	SGF Familie, Marktmanagement und Verkauf
Perino Fontana Patrizio	SGF Workation, Marktmanagement und Verkauf
Stucky Joel	SGF Outdoor
Hubacher Jessica	Marketing und Kommunikation
Huber Jeanette	Marketing und Kommunikation
Manz Joachim	Digitales Marketing
Salzgeber Aniela	Content Management
Eyholzer Christian	Koordination Events und Unterhalt Infrastrukturen

Gäste und Partner Service, Service Center

Beens Judith	Gäste Service, Kinderanimation
Eyholzer Yvonne	Gäste Service
Ittig Samira	Gäste Service
Zeiter Daniela	Gäste Service
Zumthurn Giulia	Gäste Service
Carstens Milena	Partner Service
Furrer Dagmar	Service Center
Lobeda Yvonne	Service Center
Stricker Fabienne	Service Center

Digital Business, Personal und Finanzen

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

GÄSTEFEEEDBACK, AUSZEICHNUNGEN UND EHRUNGEN



Grösster Gletscher der Alpen

Blick Winter Awards

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

Die Aletsch Arena schaffte es auf den 3. Platz von 27 in der Hauptkategorie «Ski und Snowboard» und in der Kategorie «Familie» mit 48 Teilnehmern. Die Nachbarn von Goms Tourismus räumten bereits zum dritten Mal in Folge in der Kategorie «Langlauf» ab. Mehr zu den [Blick Winter Awards](#)



Skiresort: umweltfreundlicher Skibetrieb

Die Aletsch Arena wurde von Skiresort.de, dem weltweit grössten Testportal von Skigebieten, als Testsieger 2024 in der Kategorie «Umweltfreundlicher Skibetrieb» ausgezeichnet. Die Bergbahnen der Aletsch Bahnen AG werden komplett mit erneuerbaren Energien aus lokalen Quellen betrieben.

[Zum Testbericht](#)



Zu allen Auszeichnungen und Bewertungen der Aletsch Arena

www.aletscharena.ch/auszeichnungen



Grösster Gletscher der Alpen

MOUNTAIN DEVELOPER STUDIE



Grösster Gletscher der Alpen

Unter der Leitung von Mountain Management Consulting führt die Aletsch Arena AG jede Saison eine Online-Studie «Mountain Developer» durch. Die Gästebefragung erfasst das Markenbild, die Markenattribute, Verbesserungsvorschläge sowie die Zufriedenheit der Gäste. Zudem wird die Wahrnehmung der Destination, die Zufriedenheit mit den angebotenen Produkten und 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.

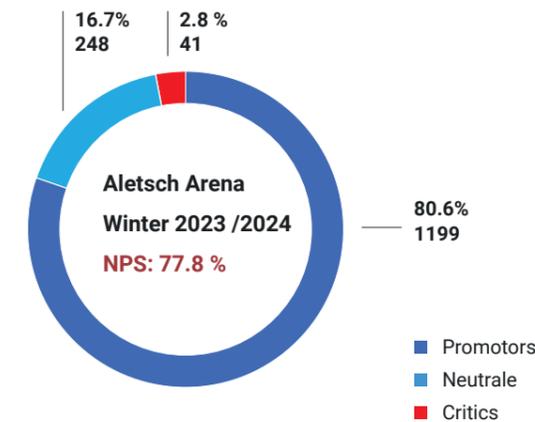
Konkretes Fazit aus der Studie:

Markenbild: Die Aletsch Arena arbeitet konsequent am Image der Marke. «Starke Marken nutzen immer das, was bereits im Kopf der Kunden angelegt ist.» (Christoph Engl). Für die Analyse des Markenimages wurde folgende offene Frage gestellt: «Welche Begriffe fallen dir spontan zur Aletsch Arena ein?» Am meisten genannt wurden «Schnee», «Skifahren», «Gletscher», «Erholung» und «Natur». (Markenpositionierung Aletsch Arena «Das befreiendste Naturerlebnis der Alpen»).

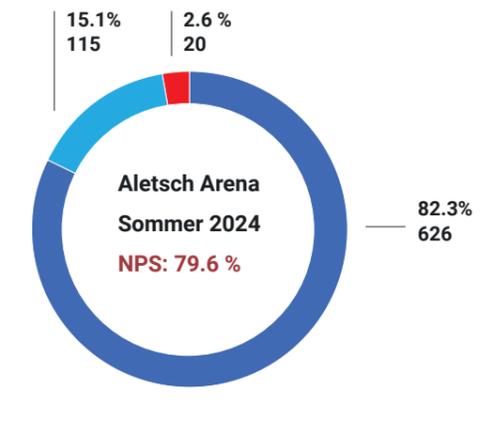
Gäste-Loyalität und Weiterempfehlung: «Wie wahrscheinlich ist es, dass du uns an Freunde/Bekannte weiterempfehlen wirst?». Der Net-Promoter-Score (NPS)* weist im Winter 2023/2024 den sehr erfreulichen Wert von 77.8 % auf. Im Sommer 2024 liegt der NPS bei einem Wert von hohen 79.6 %.

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

NPS – Winter 2023/2024
Best Ski Resort Studie



NPS – Sommer 2024
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.

Grösster Gletscher der Alpen

INFORMATION UND SERVICE CENTER

INFOCENTER / SERVICE CENTER

Die Aletsch Arena AG ist stolz darauf, ihren Gästen und Kunden an vier zentralen Standorten in der Region einen ausgezeichneten Service zu bieten. Unsere Informationsbüros befinden sich auf der Riederalp, der Bettmeralp, in Fiesch und in Mörel, und sind wichtige Anlaufstellen für Besucher, die Informationen, Unterstützung und Beratung suchen.

Das Servicecenter in Mörel fungiert als zentrale Drehscheibe für die Kommunikation. Hier werden sowohl Telefonanrufe entgegengenommen als auch E-Mails beantwortet, um Anfragen effizient und zügig zu bearbeiten. Dadurch erhalten Gäste schnell die benötigten Informationen, was massgeblich zur Zufriedenheit unserer Besucher beiträgt.

Auf der Riederalp und der Bettmeralp ist die Postagentur jeweils in das Informationsbüro integriert. Dadurch bietet die Aletsch Arena den Gästen nicht nur touristische Informationen, sondern auch postalische Dienstleistungen direkt vor Ort an. Dies erhöht den Komfort und die Bequemlichkeit für alle, die während ihres Aufenthalts zusätzliche Services nutzen möchten.

Ziel ist es, mit einem Netzwerk an Informationsbüros und dem Servicecenter stets einen hohen Standard in der Gästebetreuung aufrechtzuerhalten und den Bedürfnissen der Besucher gerecht zu werden.

ERREICHBARKEIT / SERVICEZEITEN

Unsere Informationsbüros sind sowohl während der Winter- als auch der Sommersaison an fünf - sechs Tagen pro Woche für unsere Gäste erreichbar. Während der Hochsaison, in der das Besucheraufkommen besonders hoch ist, erweitert das Servicecenter die Öffnungszeiten und ist an sieben Tagen pro Woche für die Anliegen der Gäste verfügbar. Diese flexiblen Öffnungszeiten garantieren eine lückenlose Erreichbarkeit und tragen dazu bei, dass wir stets schnell auf alle Anfragen reagieren können.

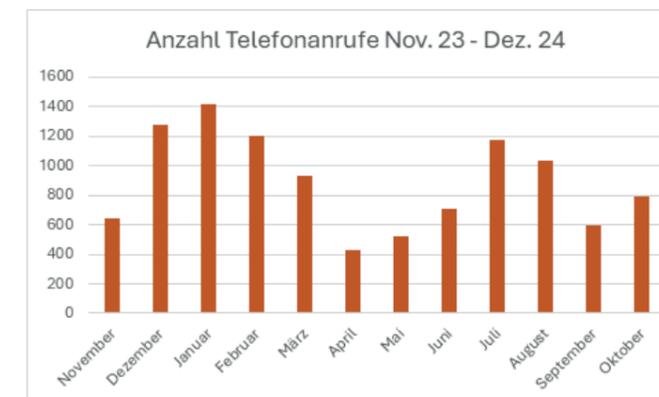
AUSBLICK UND WEITERENTWICKLUNG

Für die Zukunft ist geplant, die Servicequalität weiter zu verbessern und zusätzliche digitale Kommunikationskanäle zu integrieren, um noch schneller auf die Bedürfnisse der Gäste reagieren zu können. Auch die Weiterentwicklung der Services an den einzelnen Standorten bleibt im Fokus, um den Gästen ein noch besseres Erlebnis zu bieten.



TELEFONISCHE ANFRAGEN - E-MAILS

Im Geschäftsjahr 2023-2024 wurden eine Vielzahl an Anrufen über das Servicecenter entgegengenommen. Nachfolgend eine detaillierte Statistik der eingehenden Telefonanrufe, die die hohe Nachfrage und die wichtige Rolle des Servicecenters unterstreicht. Neben den zahlreichen Anrufen wurden vom November 2023 – Oktober 2024 über 21'500 Mails beantwortet.



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.»

NEUE EVENTSTRATEGIE

Die Aletsch Arena AG hat eine neue Eventstrategie entwickelt und setzt künftig neben den zahlreichen kleineren und mittleren Veranstaltungen auch verstärkt auf grössere Events in der Nebensaison. Aus diesem Grund wird auch das Budget erhöht. Um eine faire und transparente Vergabe von Unterstützung für zukünftige Anlässe zu gewährleisten, müssen ab dem Geschäftsjahr 2024/2025 alle Events über ein Antragsformular angemeldet werden. Dieses Formular enthält diverse Kriterien, die sicherstellen, dass alle Anlässe gleichbehandelt werden. Zu diesen Kriterien zählen unter anderem die geographische Besucherreichweite, die Marketing-Reichweite, der primäre Grund für den Besuch der Gäste sowie die Einzigartigkeit der Veranstaltung. Weitere relevante Aspekte werden ebenfalls berücksichtigt, um eine ausgewogene und nachhaltige Förderung sicherzustellen.

Zusätzlich zu der **37. Ausführung des Aletsch Halbmarathons** mit 2'300 Teilnehmenden und dem **Swiss Alps 100** mit über 1'000 Startenden aus 52 Nationen gab es 2024 folgende neuen Grossveranstaltungen in der Aletsch Arena.

UCI MOUNTAIN BIKE ENDURO WORLD CUP / 12. – 14. JULI 2024

Das absolute Highlight des Jahres war der erste Enduro-Weltcup in der Aletsch Arena und in Bellwald. Erstmals organisierten die beiden Destinationen gemeinsam einen Bike-Event und setzten dabei neue Massstäbe in der Enduro-Welt. Die Veranstaltung hat sich als wegweisend etabliert und zeigte eine hervorragende Zusammenarbeit aller Akteure, die Hand in Hand zum Erfolg beitrugen. Insgesamt nahmen 271 Profi-Fahrer und 224 Amateur-Rider aus 32 Nationen teil. Die Reichweite auf Social Media erreichte ein neues Rekordniveau, denn noch nie zuvor konnte ein Event in der Aletsch Arena eine derartige globale Aufmerksamkeit erzielen.

FREILICHTTHEATER «ROLLIBOCK» / JULI – AUGUST 2024

Der Walliser Regisseur Willy-Franz Kurth brachte die Sage des RolliBock als moderne Freilicht-Inszenierung auf die Bühne. Das Theaterstück von Hubert Theler wurde eigens für diese Uraufführung verfasst.

In der imposanten Naturkulisse der Aletsch Arena erwachte der Mythos mit Tempo und Tiefgang zu neuem Leben. Die Inszenierung regte zum Nachdenken an und setzte starke Impulse. Vom 19. Juli bis 17. August 2024 wurde Fiesch – Fieschertal zur Open-Air-Bühne, mit rund 100 einheimischen Mitwirkenden und 6'300 begeisterten Zuschauern.

OL-SCHWEIZER-MEISTERSCHAFTEN / 21. – 22. SEPTEMBER 2024

Simone Niggli-Luder, mit 23 Weltmeistertiteln die erfolgreichste Orientierungsläuferin aller Zeiten, brachte am 21. – 22. September die OL-Schweizermeisterschaften auf die Bettmeralp. Das alpine Gelände stellte höchste technische und körperliche Anforderungen an die knapp 1'400 Teilnehmenden. Vor der beeindruckenden Kulisse des Aletschgletschers kämpften sie um die Schweizer Meistertitel über die Langdistanz. Dank der engagierten Organisation durch den OL-Verein «ol norska» verlief der Anlass reibungslos. Besonders geschätzt wurden die herzliche Gastfreundschaft der Einheimischen und die finanzielle Unterstützung des Eventpools.

DANKSAGUNG

Der Eventpool der Aletsch Arena, getragen von den sechs Destinationsgemeinden, der Aletsch Bahnen AG, dem Verein Aletsch Tourismus und der Aletsch Arena AG, hat im Berichtsjahr neben den etablierten und fest im Kalender verankerten Veranstaltungen auch viele weitere kleinere Events mitfinanziert. Wir bedanken uns bei allen Organisatoren und Veranstaltern für ihr unermüdliches Engagement in den Vereinen.

MARKETING UND VERTRIEB

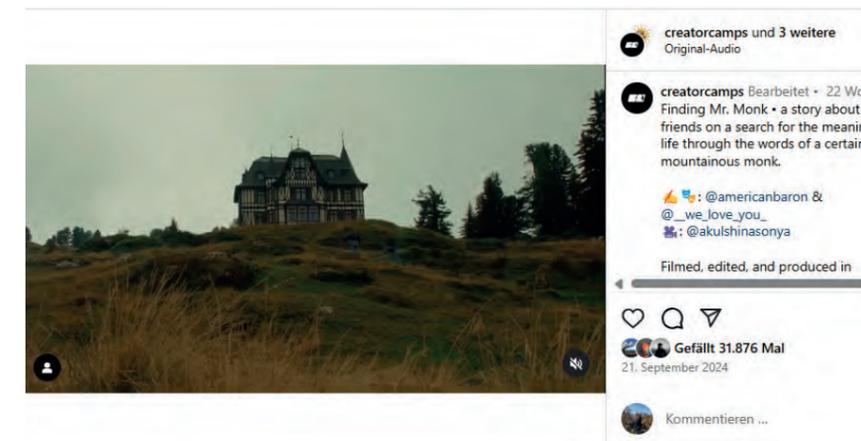


Grösster Gletscher der Alpen

PR UND MEDIEN

Im Geschäftsjahr 2023/24 haben das Marktmanagement- und das Marketing-Team zahlreiche Journalisten willkommen geheissen und persönlich sowie zeitintensiv betreut, um eine schöne Berichterstattung über die Aletsch Arena zu ermöglichen. Insgesamt wurden 113 Journalisten und 58 Influencer aus verschiedenen Ländern empfangen.

Herkunftsland	Anzahl Journalisten	Anzahl Influencer
Schweiz	11	3
Deutschland und Österreich	21	5
BeNeLux	22	1
Frankreich	8	1
UK	15	3
Asien	18	12
Italien	5	0
Nordics	1	0
Amerika	12	22
Middle Europe	1	13
Spanien	3	0
Übrige - international	10	5
Total	127	65



Influencer Summit mit 16 Top-Influencern aus den USA
@creatorcamps 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

Grösster Gletscher der Alpen

MEDIEN-MONITOR

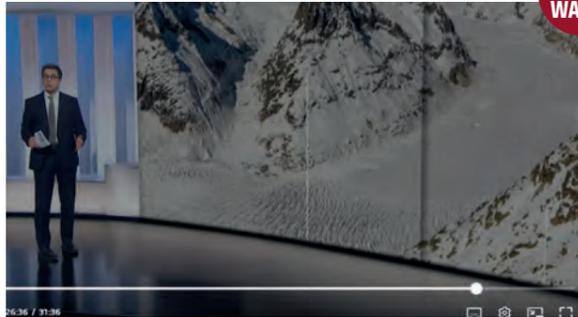
AUSZUG SCHWEIZER MEDIEN

CLICK & WATCH



Kanal 9 / Dokumentarfilm PARADICE 1'400 Vorpremiere- und Kinobesucher

CLICK & WATCH



RTS 19h30 - Un sentier de randonnée offre un panorama unique sur le glacier d'Aletsch

CLICK & READ



Walliserbote - Marc Girardelli und Laurence Rochat Skifahren und Langlaufen in Aletsch-Goms

CLICK & WATCH



Kanal 9 - Gisela Friedrichsen, die bekannteste Gerichtsberichterstatlerin in den Ferien auf der Riederalp.

Walliser Bote 07.03.2024 Regionale Tageszeitung Seite 18, 19 / 86'100 mm² Werbewert: CHF 5'366 Reichweite: 48'222

Das ist das perfekte Paar einer Oberwalliser Winteridee

Marc Girardelli und Laurence Rochat waren Wiltklasse. Das fanden sie zueinander. Die Erzählung über einen speziellen Besuch.

Das ist das perfekte Paar einer Oberwalliser Winteridee. Marc Girardelli und Laurence Rochat waren Wiltklasse. Das fanden sie zueinander. Die Erzählung über einen speziellen Besuch.

Das ist das perfekte Paar einer Oberwalliser Winteridee. Marc Girardelli und Laurence Rochat waren Wiltklasse. Das fanden sie zueinander. Die Erzählung über einen speziellen Besuch.

hotelrevue Nr. 7 Juli 2024

«Good Work» soll die Nebensaison ankurbeln

Das neue B2B-Angebot **Good Work** soll die Nebensaison ankurbeln und die Wirtschaft. Die Aletsch Arven und Grand-Saïentland Tourism überleben darf!

Attraktive Good Work Packages stärken den Wirtschaftsraum Schwyz im internationalen Wettbewerb

3 Co-Working-Spaces in Zolliker

60 Ferienwohnungen

6 Hotels

25.000 Logiernächte

Good Work in der Aletsch Arven in Zahlen

hotelrevue (htr) 65'000 Leser, Auflage: 10'238 - 29.7.2024

NEWSLETTER schneizerfamilie.ch

WEEKENDTIPP

PICKNICK AUF DEM GLETSCHERTISCH

Eine coole Sache: Der Grosse Aletschgletscher lässt sich mit Bergführer ohne grosse Vorkenntnisse begehen. Wer das Abenteuer wagt, sollte sich jedoch warm anziehen.

— Tina Fassbind

Gibt Sicherheit: Der Bergführer stellt seine Gäste fachmännisch an.

Schweizer Familie Nr. 30/31 / 2024 462'000 Leser, Auflage: 113'632 - 11.7.2024

Heilende Bäume

Die Arve ist nicht nur wegen ihrer äusseren Bedingungen ein Naturerlebnis, sondern auch ein Naturerlebnis. Ein Baum, der uns heilt.

«Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass die ätherischen Öle der Arve eine beruhigende Wirkung haben.»

«Das Motto der Arve lautet: Lass die Zeit, dann wirst du alt.»

2x ALETSCHE ENTDECKERPASS

Das Aletsch-Entdeckerpass ist ein Abenteuer für alle, die die Natur erleben wollen.

Ist dein Schlafrythmus im Urlaub geblieben?

zeller schlaf forte

Unterstützt dein Gehirn und durchschlafen, auch nach dem Urlaub.

«Die Arve ist für mich die Königin des Waldes. Sie gibt mir Antworten, Ruhe und Erdung.»

Arve - ein Naturerlebnis, das uns heilt.

Drogistenstern Nr. 30/31 / 2023 907'000 Leser, Auflage: 138'529 - 5.8.2024

AUSZUG INTERNATIONALE MEDIEN - PRINT / ONLINE



Le glacier d'Aletsch, un colosse si sensible

Le Monde – Palmarès 2024 FR

734'000 Leser, Auflage: 309'000 - 14.9.2024



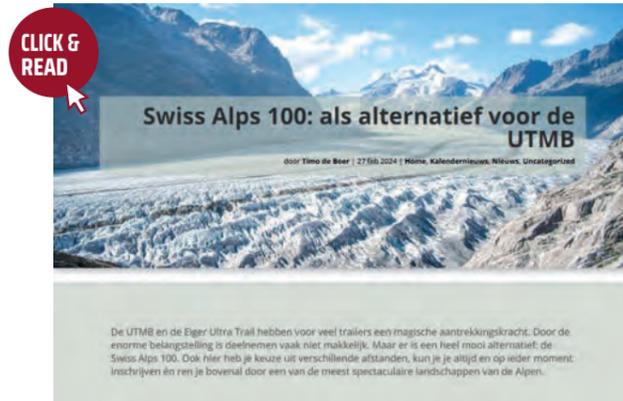
Snowmagazin UK

907'000 Leser, Auflage: 138'529, 5.8.2024



The Telegraph UK

734'000 Leser, Auflage: 309'000
14.9.2024



Mud Sweat Trails - BeNeLux

1.2.2024



ANWB Camping Magazine – BeNeLux

260'000 Leser, Auflage: 35'000, 22.11.2023



Outdoor Magazin DE

294'00 Leser, Auflage: 29'767 – 225'000 Unique User online
5.2.2024



Freundin DE

907'000 Leser, Auflage: 184'000
5.8.2024



Aventuristico ES

500'000 Zuschauer
8.4.2024



Magazin Vrouw & Telegraaf BeNeLux

Mode Fotoshooting in der Aletsch Arena für das Magazin Vrouw
Reisebericht im Magazin Vrouw
Print: 1 Million, Webseite 3,1 Million Leser
15.2.2024



Grösster Gletscher der Alpen



El Mundo Deportivo ES

Aufgabe: 160'000
4.6.2024



Travelnoire USA

the best 6 cities to visit for
your first trip to Switzerland
Auflage: 650'000

Grösster Gletscher der Alpen

CONTENT PRODUKTION



Grösster Gletscher der Alpen

NEUES DESTINATIONSMAGAZIN

Seit Winter 2023/2024 steht den Gästen kostenlos ein Destinationsmagazin «Aletsch Arena» zur Verfügung.

Inhalt: Menschen, Geschichten, Emotionen aus den Dörfern am Grossen Aletschgletscher

Format: A4, 36-seitig

Ziel: die Bindung zu unseren (Stamm-)Gästen zu stärken, sie mit unterhaltsamen Inhalten zu begeistern und durch inspirierenden Sommer-Content ihre Lust auf einen erneuten Besuch in der warmen Jahreszeit zu wecken.



VIDEO- UND BILDPRODUKTIONEN

Die Aletsch Arena hat in Eigenproduktion und gemeinsam mit der Agentur Schnyder Werbung, Levin Studio und Simon Ricklin im Winter 2023/2024 und Sommer 2024 zahlreiche Foto- und Videoshootings durchgeführt. Die Video-Clips und Bildstrecken wurden zielgruppen- und themenspezifisch produziert.

Jodel



Wandern Märjela /Platta



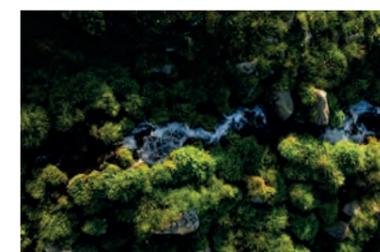
Performer Skifahren



Gletschi Tour



Fauna und Flora



Trailer UCI Enduro World Cup AletschArena Bellwald 2024



Grösster Gletscher der Alpen

SOCIAL MEDIA

EIN PAAR KENNZAHLEN

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

Die Social-Media Community wächst jährlich stetig an.

#aletscharena #myaletschmoment



Instagram

+2'405 Follower

Follower per Ende GJ: 28'127

Interaktionen GJ: 46'144



Facebook

+1'148 Follower

Follower per Ende GJ: 21'020

Erreichte Personen GJ: 3'423'319

Interaktionen GJ: 62'415



YouTube

+82 Abonnenten

Abonnenten per Ende GJ: 1'293

Video-Wiedergabezeit GJ: 1'190 Stunden

Impressionen GJ: 363'445

Instagram – TOP 3 Beiträge (inhouse)

[Reel Destinationsmagazin mit Saul Coltoff](#) (223'752 Impressions)

[Rote Nordlichter](#) (30'014 Impressions)

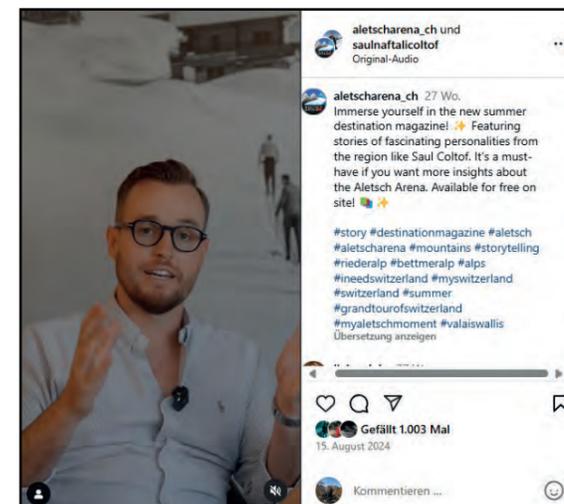
[Reel winter is here](#) (22'746 Impressions)

Facebook – TOP 3 Beiträge (inhouse)

[Sommerferien-Start](#) – Schnee wegräumen (67'298 Impressions)

[Alarmstufe Orange](#) – 1. April (43'636 Impressions)

[Winterrückblick 23/24](#) (40'167 Impressions)



KAMPAGNEN



Grösster Gletscher der Alpen

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

WINTER 2022/2023

Haupt-Kampagne

«Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher

Neben-Kampagnen

«Aletschgletscher trifft Loipe Goms»

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

FRÜHLING 2023

Haupt-Kampagne

«Entdecke den Grossen Aletschgletscher im Bergfrühling»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke den Grossen Aletschgletscher im Bergfrühling

SOMMER 2023

Haupt-Kampagne

«Entdecke die MTB-Trails am Grossen Aletschgletscher»

Online-Verkaufskampagne

Botschaft: Entdecke die MTB-Trails am Grossen Aletschgletscher

«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 fahren – 1 bezahlt

«Stoneman Glaciara Hike & Bike»

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



Grösster Gletscher der Alpen

WEITERE PROMOTIONSMASSNAHMEN

- Promotionen Schweiz: Snow'n'Rail, Concordia-Versicherung, BLS, Raiffeisen-Aktion, abraxas Coop Verkaufsaktionen
- 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)

Die Aletsch Arena setzt auch weiterhin auf eine sehr engen Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus (ST) sowie Valais Wallis Promotion (VWP) und der Matterhorn Region (MRAG), der Walliser Verkaufs- und Vermarktungsorganisation in den Nah- und Fernmärkten. Für die Bearbeitung der Märkten Middle Europe, Spanien, Indien und Japan, welche nicht von der MRAG bearbeitet werden, haben wir erneut Package bei Schweiz Tourismus (ST) eingekauft.

Ab	Bis	Anlass	Markt	B2B/B2C	SGF
06.11.2023	07.11.2023	Key Partner Meetings Schweiz Tourismus	alle	B2B	alle
08.11.2023	08.11.2023	Webinar UK	UK	B2B	alle
14.11.2023	15.11.2023	Summerset Winter Campaign	UK	B2C/B2B	Schnee
23.11.2023	23.11.2023	Sales Calls Region Zürich	CH/int.	B2B	alle
26.11.2023	28.11.2023	KAM Event Dresden	DE	B2B	alle
30.11.2023	30.11.2023	XMAS (KAM) Event UK	UK	B2C/B2B	Schnee
09.01.2024	25.01.2024	Miki Workshops & Sales calls SEA	SEA	B2B	Touring
25.01.2024	28.01.2024	Ferienmesse Bern	CH	B2C	alle
22.02.2024	22.02.2024	Destination training India	IND	B2B	Touring
03.03.2024	06.03.2024	Sales calls Indien	IND	B2B	Touring
14.03.2024	14.03.2024	Media Summer Launch Prag	CZ	B2B	alle
17.03.2024	17.03.2024	Bergsportdag NL	BENELUX	B2C	Outdoor
03.04.2024	03.04.2024	Destination training India	IND	B2B	Touring
16.04.2024	19.04.2024	Trade Workshop & Media Launch Benelux	BENELUX	B2B	alle
20.05.2024	31.05.2024	STE Japan / Sales calls Korea	JP/KOR	B2B	Touring
22.06.2024	22.06.2024	Masskottchenfestival Grächen	CH	B2C	Familien
24.06.2024	29.06.2024	Sales calls UK	UK	B2B	alle
30.07.2024	30.07.2024	Swiss Talk: Webinar Swisstainable	USA	B2B	Natur
07.08.2024	07.08.2024	Online Webinar ST India	IND	B2B	Touring
26.08.2024	28.08.2024	KAM Event BTB Workshop München	DE	B2B	Touring
02.09.2024	04.09.2024	Sales calls Spanien	ESP	B2B	Touring
04.09.2024	04.09.2024	Webinar MRAG	UK/NL/Nordics	B2B	alle
04.09.2024	04.09.2024	Webinar MRAG	DE	B2B	alle
07.10.2024	11.10.2024	KAM Workshop CZ & PL	Middle Europe	B2B	alle
10.10.2024	10.10.2024	KOL Event Düsseldorf	DE	B2B	alle
15.10.2024	15.10.2024	Winter Opening KMM Prag	CZ	B2B	Schnee
18.10.2024	22.10.2024	Autumn Track STM Japan/Korea/Australien	JP/KOR/AUS	B2B	Touring

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

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 insgesamt 205 Reisebüromitarbeiter 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

- Wallis Outdoor Academy
- Destination Guide ADAC
- Winteraktivitäten Wetteronline
- Skigym Kampagne
- Digitale Winterkampagne: Skijanuary

UK

- ST Winter Campaign
- Sidetracked Autumn Campaign
- TTG B2B Campaign

FR

- Campagne « Aller Retour », le magazine voyageurs, été
- Outbrain Campagne hiver

BeNeLux

- Summer and Winter Ambassador Campaign mit Evi Hansen
- Cycling Summer Campaign
- Kampagne mit dem Niederländischen Kletter- und Bergverein (NKBV): Blog, Newsletter, Messe Bergsportdag
- Niederländische Skiverein Valais Exclusive Campaign
- Kooperation Trailrunning.eu (Newsletter, Blog, SwissAlps100)
- Partnerschaft Op-Wintersport.nl/Bergfamilie.nl

IT

- Virgin Active Gyms
- LifeGate Network
- Social Media Campaign



Digitale Winterkampagne Skijanuary - Türchen Nr. 29
Markt DE

Matterhorn Region AG

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

DIGITAL BUSINESS

Im Geschäftsjahr 2023/24 hat die Aletsch Arena die digitale Entwicklung konsequent weiterverfolgt. Durch die stetige Optimierung der Systemgrundlagen, die gezielte Erweiterung digitaler Lösungen und die zeitgemässe Modernisierung des Partnervertrags wurde das digitale Angebot weiter gestärkt. Diese Fortschritte schaffen eine zukunftsfähige Basis für Innovation, Effizienz und eine noch engere Vernetzung mit unseren Partnern.

Die Webseite und der Content Hub werden kontinuierlich optimiert. Neben diversen Optimierungen zur Benutzerfreundlichkeit wurde der Statusbericht optimiert und neu verknüpft. Zudem wurden bedeutende SEO-Massnahmen zur Verbesserung der Sichtbarkeit eingeleitet.

Mit dem Blog wurde eine zusätzliche Plattform geschaffen, um Gäste emotional an die Aletsch Arena zu binden. Durch wertvollen Content sollen die Besucher an unsere Marke gebunden werden und wiederkehren.

Der neu eingeführte Chatbot unterstützt seit Sommer 2024 unseren Gästeservice. Spezialisierungen für bestimmte Unterseiten wie z.B. Unterkünfte, Tickets, Fahrpläne und Winteraktivitäten wurden für gezieltere Unterstützung integriert.

Auch vor Ort werden unsere Gäste besser unterstützt. Fünf neue Touchscreens an zentralen Standorten bieten erweiterte Orientierung und Informationen.

Ein Meilenstein war die Weiterentwicklung des Webshops mit neuen Unterkunftsmasken sowie angepassten Konfigurationen für verschiedene Pässe und Ticketoptionen. Das Handling der Promo-Codes wurde verbessert und neue Nutzungsregeln eingeführt. Im digitalen Meldewesen gab es Optimierungen und neue Anbindungen.

Der Versand automatisierter Mailings, ein neues Marketing-Dashboard sowie eine verfeinerte Segmentierungslogik ermöglichen nun eine noch gezieltere Gäste-Ansprache. Die endgültige Ablösung von Outlook durch das bestehende CRM-System für den Kundenservice erleichtert die Kommunikation und Nachvollziehbarkeit.

Als Basis für die digitale Evolution der Partner wurden der Partnervertrag und die AGB optimiert und als Grundlage für unsere Leistungsträger etabliert. Die Onboardingprozesse und Partnerbeziehungen stehen auf einer neuen Basis.

Im Rahmen der IT- und Cybersicherheit erfolgte ein grundlegender externer Security Check. In diesem Zusammenhang wurde die Datenschutzerklärung revidiert und ausgewählte Massnahmen umgesetzt.

Alle stetigen Entwicklungen unterstreichen unser klares Bekenntnis zur digitalen Transformation der Aletsch Arena. Mit dem langfristigen Ziel das Gästeerlebnis auf ein neues Niveau zu heben, Abläufe effizienter zu gestalten und den Service zukunftsweisend auszurichten.

KENNZAHLEN (01.11.2023 bis 31.10.2024)



PROJEKTE DIGITAL BUSINESS

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

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



CONTENT

CHATBOT EINFÜHRUNG INKL. SPEZIALISIERUNGEN

BLOG GLETSCHERGEFLÜSTER

OPTIMIERUNGEN STATUSBERICHT, SEO UND CONTENT

E-COMMERCE

GO LIVE NEUE UNTERKUNFTSMASKEN

OPTIMIERUNG Produktportfolio und Konfigurationen

ERNEUERUNG HANDLING PROMO-CODES



PARTNER SERVICES

PARTNERVERTRAG UND PROZESSE **MODERNISIERUNG**

VERTRAGSGRUNDLAGEN UNTERKÜFTE WEBSHOP **UMSETZUNG**



CRM

GÄSTE DATENSCHUTZOPTIMIERUNGEN UND SEGMENTIERUNG

KONTAKT SAISONALE MAILINGS

VERBESSERUNG WORKFLOWS UND AUTOMATISIERUNGEN



ALETSCH KOLLEKTIV

Das Aletsch Kollektiv, eine Kooperationsinitiative der Walliser Tourismusdestinationen Aletsch Arena, Bellwald, Blatten-Belalp, Brig-Simplon, Goms und Landschaftspark Binntal, zielt darauf ab, durch Digitalisierung die Gästekommunikation zu verbessern.

Gemeinsam wird ein gemeinsamer Content Hub und eine einheitliche Webplattform betrieben, die Inhalte zentral verwaltet und die Online-Sichtbarkeit der Destinationen steigert.

Es erfolgt ein ständiger Wissensaustausch und Weiterentwicklung der gemeinsamen Dienste.



Gletschergeflüster



IT / PROZESSE

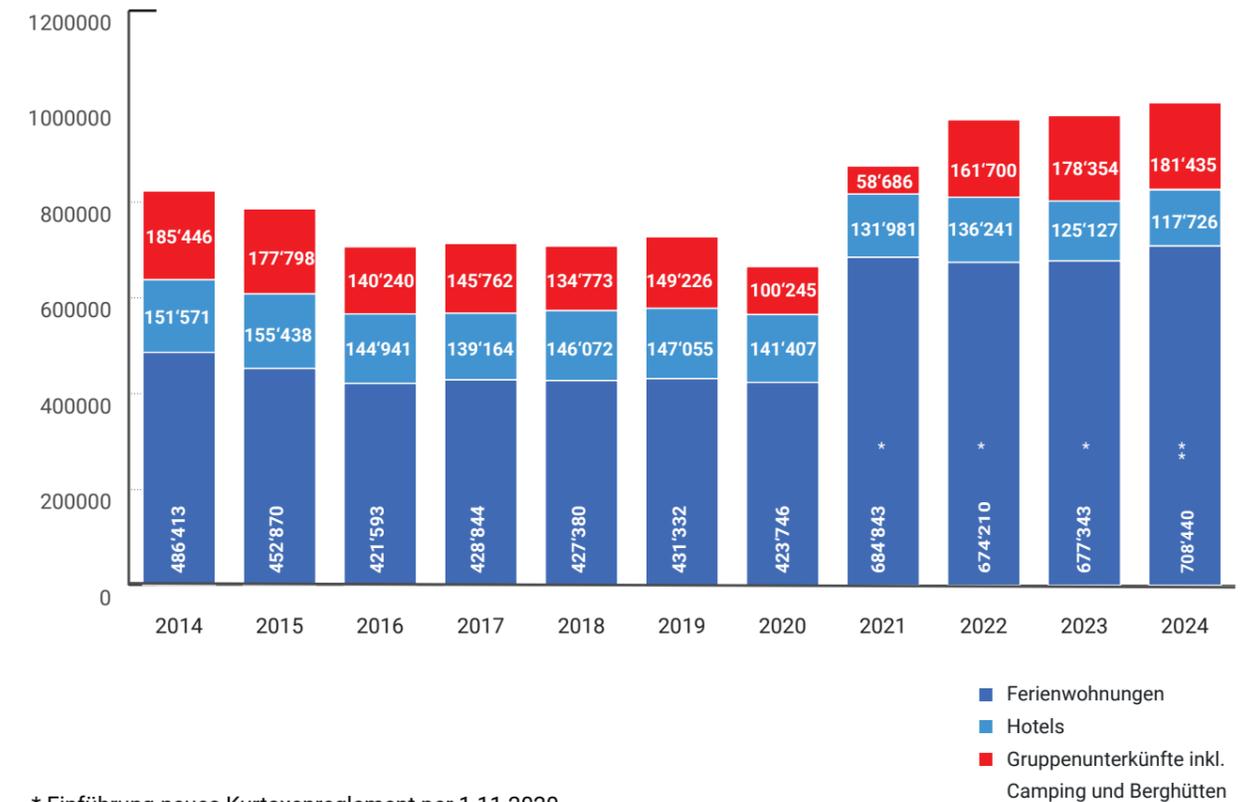
AUSBAU ZUSÄTZLICHE TOUCHSCREENS VOR ORT

UPDATE DATENSCHUTZERKLÄRUNG UND SECURITY CHECK

AUFFRISCHUNG INTERNE TOOLS, KASSASYSTEM, PROZESSE

LOGIERNÄCHTE

LOGIERNÄCHTE 2023/2024



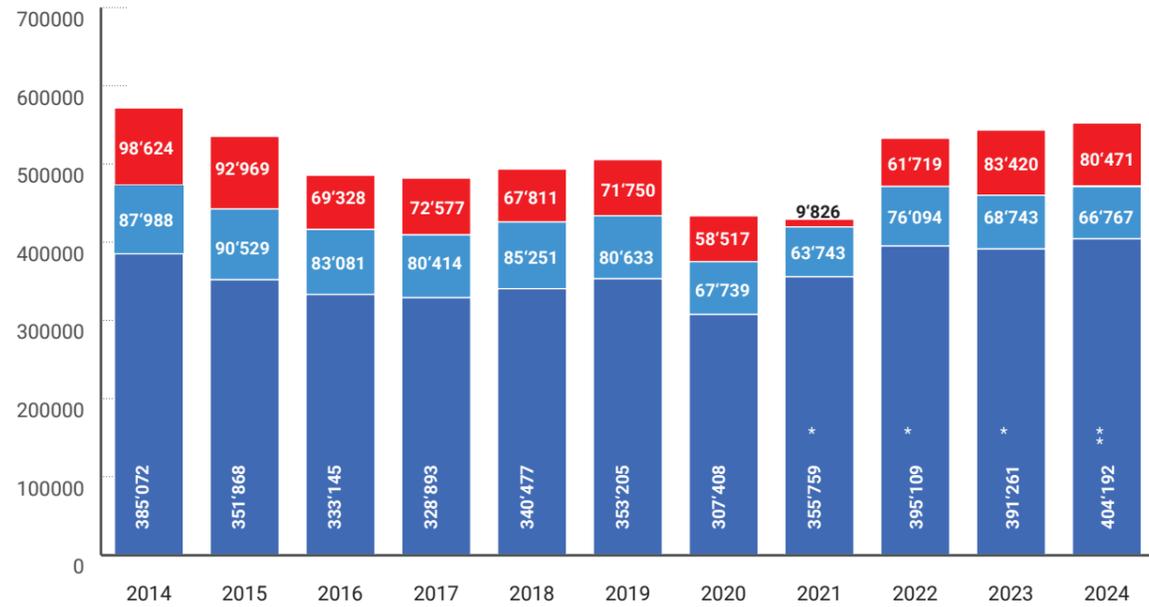
* Einführung neues Kurtaxenreglement per 1.11.2020

** 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.

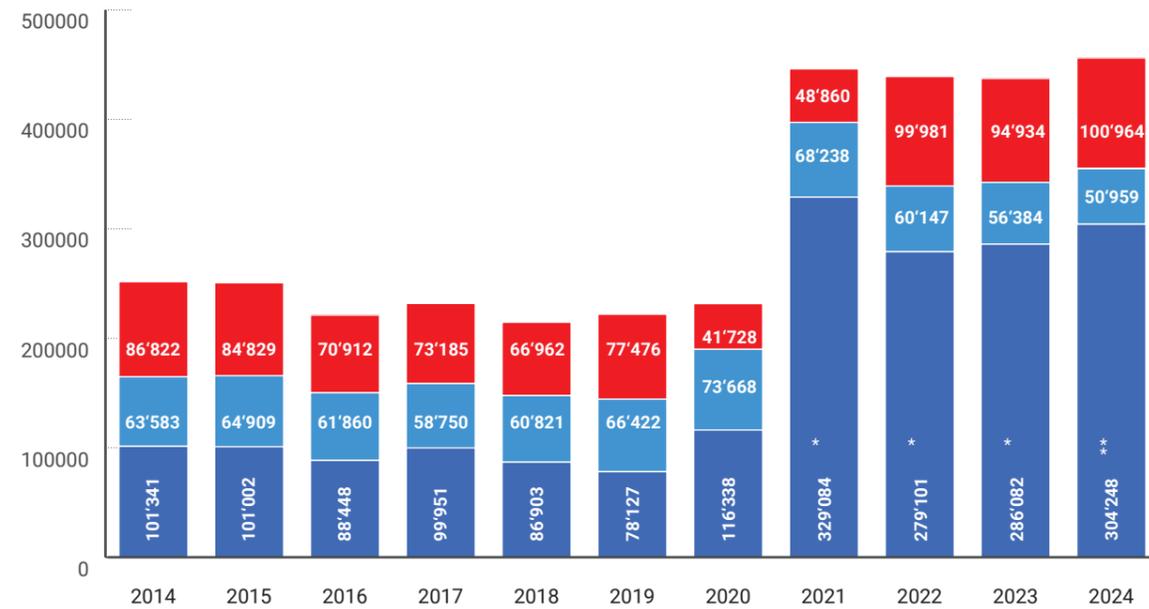
Land	22/23		23/24		Abw.		Marktanteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
	Total	Pos	Total	Abw. in %	Absolut	Pos			
Schweiz	682'709	1	709'130	3.87%	26'421	1	76.18%	23.82%	85.75%
Deutschland	122'911	2	123'648	0.60%	737	2	13.28%	55.77%	90.00%
BeNeLux	71'155	3	68'365	-3.92%	-2'790	3	7.34%	30.83%	89.89%
Frankreich	5'711	5	6'396	11.99%	685	4	0.69%	2.88%	67.12%
UK	4'721	6	3'604	-23.66%	-1'117	7	0.39%	1.63%	51.46%
Aussereuropa	8'474	4	10'606	25.16%	2'132	5	1.14%	4.78%	41.11%
Italien	3'130	7	2'773	-11.41%	-357	6	0.30%	1.25%	59.24%
Nordics	840	11	807	-3.93%	-33	11	0.09%	0.36%	72.37%
Middle Europe	2'238	9	2'430	8.58%	192	9	0.26%	1.10%	70.91%
Spanien	2'335	8	2'218	-5.01%	-117	8	0.24%	1.00%	61.03%
Osteuropa	972	10	871	-10.39%	-101	10	0.09%	0.39%	87.49%
Gesamttotal Logiernächte	980'824		1'007'601	2.73%	26'777		100.00%	100.00%	

WINTER 2023/2024



- Ferienwohnungen
- Hotels
- Gruppenunterkünfte inkl. Camping und Berghütten

SOMMER 2024



* 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 (1.11.2023–30.4.2024)

Land	2022/23			2023/24			Abw. %	Abw. Absolut	Aufenth.		Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
	Hotel	Aufenth. Dauer	Pos	Hotel	Aufenth. Dauer	Pos							
Schweiz	53'967	3.1	1	51'493	-4.58%	-2'474	3.1	1	77.12%	58.38%	22.88%		
Deutschland	7'594	4.5	2	7'165	-5.65%	-429	4.8	2	10.73%	58.81%	46.9%		
BeNeLux	3'777	4.3	3	4'242	12.31%	465	3.8	3	6.35%	70.39%	27.8%		
Frankreich	738	3.6	5	882	19.51%	144	3.1	5	1.32%	43.71%	5.8%		
UK	909	3.4	4	719	-20.90%	-190	2.6	6	1.08%	51.32%	4.7%		
Asien	149	1.9	10	957	542.28%	808	2.0	4	1.43%	26.26%	6.3%		
Italien	325	2.4	7	462	42.15%	137	2.6	7	0.69%	53.97%	3.0%		
Nordics	112	2.9	12	53	-52.68%	-59	2.5	12	0.08%	23.77%	0.3%		
Amerika	325	2.7	7	227	-30.15%	-98	2.8	9	0.34%	13.67%	1.5%		
Middle Europe	391	3.9	6	190	-51.41%	-201	4.1	10	0.28%	26.87%	1.2%		
Spanien	243	3.5	9	229	-5.76%	-14	2.2	8	0.34%	51.23%	1.5%		
Osteuropa	71	4.1	13	53	-25.35%	-18	2.3	12	0.08%	48.62%	0.3%		
Afrika & Ozeanien	117	4.5	11	86	-26.50%	-31	3.0	11	0.13%	38.22%	0.6%		
Übrige	25			9	-64.00%	-16			0.01%	45.00%	0.1%		
Total	68'743	3.0		66'767	-2.87%	-1'976	3.0		100%	56.71%	100.0%		

PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.11.2023–30.4.2024)

Land	2022/23		2023/24		Abw. %	Abw. Absolut	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
	FeWo	Pos	FeWo	Pos					
Schweiz	290'889	1	302820	4.10%	11'931	1	74.92%	57.06%	25.08%
Deutschland	64'176	2	66125	3.04%	1'949	2	16.36%	60.31%	65.23%
BeNeLux	29'330	3	28643	-2.34%	-687	3	7.09%	53.46%	28.26%
Frankreich	1'668	5	1900	13.91%	232	4	0.47%	46.13%	1.87%
UK	439	8	561	27.79%	122	8	0.14%	37.78%	0.55%
Aussereuropa	2'296	4	1471	-35.93%	-825	5	0.36%	37.96%	1.45%
Italien	987	6	698	-29.28%	-289	1	0.17%	56.11%	0.69%
Nordics	258	11	353	36.82%	95	11	0.09%	60.45%	0.35%
Middle Europe	556	7	827	48.74%	271	6	0.20%	48.00%	0.82%
Spanien	274	10	376	37.23%	102	10	0.09%	53.71%	0.37%
Osteuropa	388	9	418	7.73%	30	9	0.10%	54.86%	0.41%
Total	391'261		404'192	3.30%	12'931		100%	57.05%	100%

SOMMER

HOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2024)

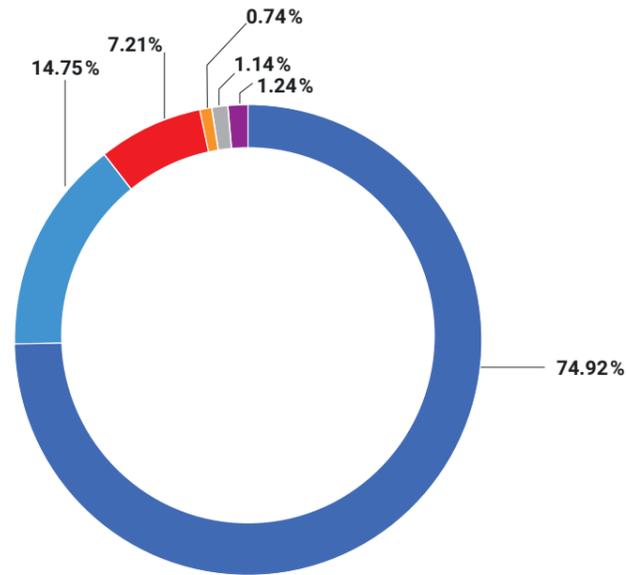
Land	2023 Hotel	Aufenth. Dauer	Pos	2024 Hotel	Abw. %	Abw. Absolut	Pos	Marktanteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	41'252	2.0	1	36'712	-11.01%	-4'540	1	72.04%	41.62%	27.96%
Deutschland	5'681	2.9	2	5'019	-11.65%	-662	2	9.85%	41.19%	35.23%
BeNeLux	2'241	2.5	3	1'784	-20.39%	-457	4	3.50%	29.61%	12.52%
Frankreich	1'373	2.1	5	1'136	-17.26%	-237	6	2.23%	56.29%	7.97%
UK	1'620	2.4	4	682	-57.90%	-938	7	1.34%	48.68%	4.79%
Asien	1'051	1.6	7	2'687	155.66%	1'636	3	5.27%	73.74%	18.86%
Italien	415	1.6	9	394	-5.06%	-21	9	0.77%	46.03%	2.77%
Nordics	209	1.5	11	170	-18.66%	-39	11	0.33%	76.23%	1.19%
Amerika	1'359	2.4	6	1'434	5.52%	75	5	2.81%	86.33%	10.07%
Middle Europe	619	1.7	8	517	-16.48%	-102	8	1.01%	73.13%	3.63%
Spanien	405	1.4	10	218	-46.17%	-187	10	0.43%	48.77%	1.53%
Osteuropa	56	1.4	13	56	0.00%	0	13	0.11%	51.38%	0.39%
Afrika & Ozeanien	89	2.0	12	139	56.18%	50	12	0.27%	61.78%	0.98%
Übrige	14	1.9		11	-21.43%	-3		0.02%	55.00%	0.08%
Total	56'384			50'959	-9.62%	-5'425		100%	43.29%	100%

PARAHOTELLERIE PRO MARKT (1.5.-31.10.2024)

Land	2023 FeWo	Pos	2024 FeWo	Abw. %	Abw. Absolut	Pos	Marktanteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	207'695	1	227'902	9.73%	20'207	1	74.91%	42.94%	25.09%
Deutschland	44'135	2	43'522	-1.39%	-613	2	14.30%	39.69%	57.01%
BeNeLux	26'175	3	24'936	-4.73%	-1'239	3	8.20%	46.54%	32.66%
Frankreich	1'684	5	2'219	31.77%	535	5	0.73%	53.87%	2.91%
UK	947	7	924	-2.43%	-23	6	0.30%	62.22%	1.21%
Aussereuropa	3'013	4	2'404	-20.21%	-609	4	0.79%	62.04%	3.15%
Italien	661	6	546	-17.40%	-115	8	0.18%	43.89%	0.72%
Nordics	261	10	231	-11.49%	-30	11	0.08%	39.55%	0.30%
Middle Europe	672	8	896	33.33%	224	7	0.29%	52.00%	1.17%
Spanien	381	9	324	-14.96%	-57	10	0.11%	46.29%	0.42%
Osteuropa	457	11	344	-24.73%	-113	9	0.11%	45.14%	0.45%
Total	286'082		304'248	6.35%	18'166		100%	42.95%	100%

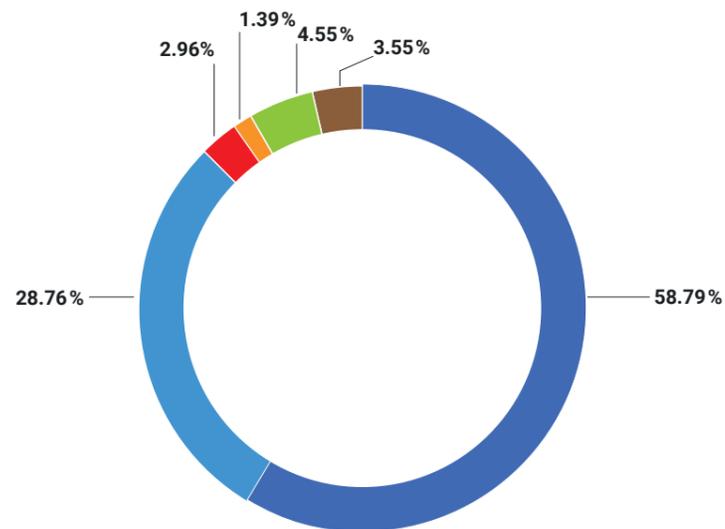


MARKTANTEIL SCHWEIZ 74.92 % / AUSLAND 25.08 %



- 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



Grösster Gletscher der Alpen

ÜBERNACHTUNGSZAHLEN ALETSCH ARENA 2023/2024



-5.91%

Hotellerie



+4.59% **

Parahotellerie



+1.73%

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 23/24	% vs. 22/23	Ankünfte	Ø A-Dauer
Zermatt	1'732'635	0,5%	738'046	2,3
Saastal	348'477	-7,56%	122'629	2,8
Crans-Montana	253'627	-4,49%	105'221	2,4
Leuk - Leukerbad Region	213'901	-3,97%	108'092	2
Brig-Simplon	210'159	-5,92%	100'024	2,1
Sierre-Anniviers	208'886	-5,74%	80'316	2,6
Martigny Région	185'348	10,77%	117'291	1,6
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	176'201	-8,45%	66'415	2,7
Chablais	169'728	11,38%	82'589	2,1
Sion-Région	145'505	-1,9%	96'786	1,5
Aletsch Arena *	132'462	-3,19%	52'782	2,5
Goms	130'933	0,27%	61'036	2,1
Région Dents du Midi	107'520	5,59%	44'448	2,4
Rund um Visp	81'807	-1,94%	44'146	1,9
Pays du St-Bernard	76'870	4,42%	60'904	1,3
Grächen	60'689	-7,52%	26'484	2,3
Blatten-Belalp	57'038	2,98%	29'143	2
Val d'Hérens	51'700	-0,01%	27'823	1,9
Nendaz	39'954	7,39%	21'382	1,9
Lötschental	32'794	3,06%	16'716	2
Vallée du Trient	30'937	-2,01%	26'545	1,2
Anzère	23'988	-10,15%	10'098	2,4
Wallis	4'407'318	-1,35%	2'016'653	2,2

* Zahlen BfS abweichend zu Statistik AA AG



Grösster Gletscher der Alpen

JAHRESRECHNUNG

Erfolgsrechnung

Die Kurtaxeneinnahmen der Aletsch Arena AG betragen rund CHF 3'077'818 und sind im Vergleich zum Vorjahr um CHF 114'415 gestiegen. Der Hauptgrund für die Zunahme ist die Anpassung der Belegungsgrade im Kurtaxenreglement der Gemeinde Fiesch.

Die Einnahmen aus Tourismusförderungstaxen betragen CHF 1'078'011 und sind gegenüber dem Vorjahr nur leicht um CHF 16'742 gestiegen.

«Die eingesetzten Mittel in den Bereichen Marketing, Marktmanagement und Events wurden gegenüber dem Vorjahr wiederum 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 2023/24 rund CHF 15 Mio. umgesetzt. Die Nebenerträge betragen im Geschäftsjahr 2023/24 rund CHF 556'477 und sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 195'039 gesunken, da im Vorjahr noch die Schlussbeiträge aus einem Bike-Regionalentwicklungsprojekt eingeflossen sind.

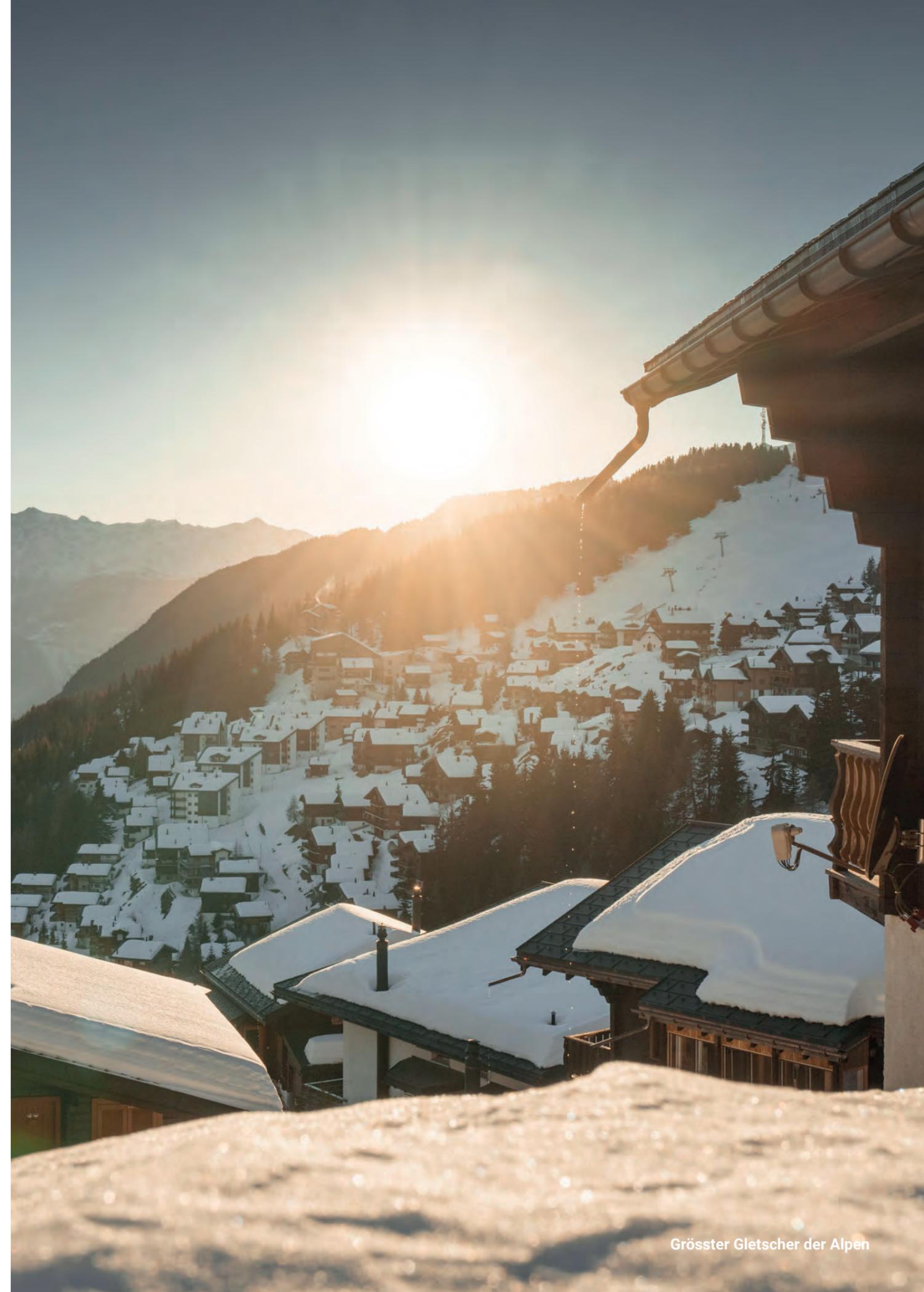
Insgesamt resultiert ein Gesamtertrag von CHF 5'860'328. Gegenüber dem Vorjahr ist der Gesamtertrag um CHF 113'319 gesunken. Demgegenüber beträgt der Aufwand CHF 5'852'227 und ist gegenüber dem Vorjahr um CHF 113'529 gesunken.

Der allgemeine Personalaufwand beträgt CHF 1'656'510 und der allgemeine Betriebsaufwand rund CHF 456'485. Für IT-Systeme und Digitalisierungsprojekte wird ein Aufwand von rund CHF 543'030 ausgewiesen.

Für Marketing und Kommunikation, Marktmanagement und Verkauf und den Aufbau und die Betreuung der strategischen Geschäftsfelder sind insgesamt rund CHF 2'143'479 eingesetzt worden, wovon CHF 827'046 Lohnkosten für die spezifischen Bereiche beinhalten. Damit sind die eingesetzten Mittel in diesen Bereichen um CHF 162'836 erneut erhöht worden. Für Events und Animationen wurden rund CHF 568'087 eingesetzt, was gegenüber dem Vorjahr eine Erhöhung von CHF 70'207 ist.

Bilanz

Insgesamt weist die Aletsch Arena AG eine Bilanzsumme von CHF 3'153'708 aus. Im Rahmen der operativen Tätigkeiten der Aletsch Arena AG wurden im Geschäftsjahr 2023/24 Rückstellungen in Höhe von CHF 92'064 aufgelöst und CHF 105'000 gebildet. Der ausgewiesene Gewinn beträgt CHF 8'101.



BILANZ

	2023 – 2024		2022 – 2023	
Aktiven				
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel	1'557'663	49.4 %	1'682'110	53.7 %
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1'021'722	32.4 %	935'403	29.9 %
Übrige kurzfristige Forderungen	10'708	0.3 %	11'567	0.4 %
Vorräte	10'001	0.3 %	3'001	0.1 %
Aktive Rechnungsabgrenzungen	533'912	16.9 %	478'890	15.3 %
Total Umlaufvermögen	3'134'007	99.4 %	3'110'971	99.3 %

Anlagevermögen				
Finanzanlagen	8'040	0.3 %	7'740	0.2 %
Sachanlagen	11'661	0.4 %	13'651	0.4 %
Total Anlagevermögen	19'701	0.6 %	21'391	0.7 %
Total Aktiven	3'153'708	100.0 %	3'132'362	100.00 %

	2023–2024		2022–2023	
Passiven				
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	763'661	24.2 %	509'330	16.3 %
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	39'188	1.2 %	36'540	1.2 %
Passive Rechnungsabgrenzungen	857'827	27.2 %	1'114'496	35.6 %
Rückstellungen	1'083'000	34.3 %	1'070'064	34.2 %
Total Fremdkapital	2'743'676	87.4 %	2'730'431	87.2 %

Eigenkapital				
Eigenkapital	180'0000	5.7 %	180'000	5.7 %
Reserven	153'600	4.9 %	153'202	4.9 %
Gewinnvortrag	68'331	2.2 %	60'838	1.9 %
Jahresgewinn	8'101	0.3 %	7'891	0.3 %
Total Eigenkapital	410'032	13.0 %	401'931	14.8 %
Total Passiven	3'153'708	100.0 %	3'132'362	100.0 %

ERFOLGSRECHNUNG

	2023 – 2024		2022 – 2023		Differenz
Aufwand					
Lohnkosten	1'385'850		1'325'315		60'535
Sozialleistungen	208'107		212'942		-4'835
Übriger Personalaufwand	62'553		72'301		-9'748
Total Aufwand Personal	1'656'510	28.3 %	1'610'558	27.0 %	45'952
Verwaltungsaufwand	158'963		177'483		-18'520
Aufwand Gesellschaftsorgane	97'413		101'710		-4'297
Raumaufwand und URE	189'276		117'071		72'205
Sachversicherungen	3'563		7'716		-4'153
Übriger Betriebsaufwand	7'270		5'234		2'035
Total allgemeiner Betriebsaufwand	456'485	7.8 %	409'215	6.9 %	47'270
Total IT-Systeme u. Digitalisierungsprojekte	543'030	9.3 %	638'799	10.7 %	-95'759
Aufwand Kooperationen und direkte Beiträge	44'031		46'308		-2'278
Aufwand Infrastruktur	408'202		651'001		-242'799
Aufwand Verkaufs- und Mietartikel	17'891		24'354		-6'463
Übriger Aufwand	2'975		4'618		-1'643
Total direkter und übriger Aufwand	473'099	8.1 %	726'281	12.2 %	-253'183
Marketing und Kommunikation	681'167		764'781		-83'613
Marktmanagement und Vertrieb / Verkauf	412'204		425'533		-13'329
Strategische Geschäftsfelder	223'061		120'752		102'309
Anteil Lohnaufwand Marketing, Marktmanagement und SGF	827'046		669'577		157'469
Total Aufwand Marketing, Marktmanagement und SGF	2'143'479	36.6 %	1'980'643	33.2 %	162'836
Eventpool	495'246		393'643		101'603
Animationsaufwand	72'841		104'237		-31'396
Total Event und Animation	568'087	9.7 %	497'880	8.3 %	70'207
Abschreibungen auf Sachanlagen	5'721	0.1 %	8'441	0.1 %	-2'720
Finanzaufwand und Finanzertrag	3'617	0.1 %	-937	0.0 %	4'554
a.o. Aufwand und Ertrag	300	0.0 %	91'877	1.5 %	-92'177
Steuer	2'500	0.0 %	3'000	0.1 %	-500
Total Aufwand	5'852'227	100.00 %	5'965'756	100.00 %	-113'529

	2023 – 2024		2022 – 2023		Differenz
Ertrag					
Hotellerie	379'849		388'549		-8'701
Gruppenunterkunft	197'071		189'634		7'437
Camping	21'038		14'521		6'517
Ferienwohnungen	2'479'860		2'370'699		109'161
Kurtaxen	3'077'818	52.5 %	2'963'403	49.6 %	114'415
Tourismusförderungstaxe	1'078'011	18.4 %	1'061'269	17.8 %	16'742
Beiträge Marketing	900'0000	15.4 %	915'584	15.3 %	-15'584
Veranstaltungen	222'566	3.8 %	232'643	3.9 %	-10'076
Webshop und Drittportale, Bruttoeinnahmen	15'379'127		12'328'249		3'050'878
Webshop und Drittportale, Bruttoausgaben*	-15'180'743		-12'136'396		-3'044'348
Webshop und Drittportale	198'384	3.4 %	191'854	3.2 %	6'530
Nebenertrag und übrige Beiträge	556'477	9.5 %	751'516	10.4 %	-195'039
Ertrag Verkaufs- und Mietartikel	32'617	0.6 %	36'272	0.6 %	-3'655
Ertragsminderungen	-205'545	-3.5 %	-178'893	-3.0 %	-26'652
Total Ertrag	5'860'328	100.00 %	5'973'647	100.00 %	-113'319

* Webshop Bruttoausgaben im Ertrag ausgewiesen

Rekapitulation	2023 – 2024	2022 – 2023	Differenz
Total Ertrag	5'860'328	5'973'647	113'319
Total Aufwand	-5'852'227	-5'965'756	113'529
Gewinn	8'101	7'891	210

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 Schwestergesellschaften werden in der vorliegenden Jahresrechnung als solche gegenüber direkt oder indirekt Beteiligten ausgewiesen.

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

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

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

Im Berichtsjahr wurden 4 Aktien der Matterhorn Gotthard Verkehrs AG, ehemals im Besitz von Fiesch Fieschertal Tourismus, an die Aletsch Arena AG übertragen. Es sind keine weiteren 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

- 31.10.2024: CHF 0.00

- 31.10.2023: CHF 0.00

8. Anzahl Mitarbeiter

Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:

31.10.2024 über 10 MA

31.10.2023 über 10 MA

9. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Im Januar / Februar 2023 gingen beim Bundesgericht vier Einsprachen gegen die homologierten Kurtaxenreglemente ein. Im September 2023 entschied das Bundesgericht, dass die Belegungsgrade in Artikel 6 der Kurtaxenreglemente der Gemeinden Riederalp und Bettmeralp zulässig sind und wies die Beschwerden ab. In Fiesch fiel der Entscheid des Bundesgerichts zugunsten der Beschwerdeführer aus. Grund war, dass das Verhältnis der durchschnittlichen Belegungsgrade zwischen den Teilgebieten Fiesch Dorf und Fiescheralp vor dem Hintergrund der Umfrageresultate der HES-SO nicht akzeptiert wurde. Die Gemeinde Fiesch passte im November 2023 das Verhältnis der Belegungsgrade von Zweitwohnungsobjekten zwischen Fiesch Dorf und Fiescheralp gemäss HES-SO Umfrage an, und liess die Vorlage in der Urversammlung vom Dezember 2023 bestätigen. Der Staatsrat homologierte das neue Reglement im Januar 2024 mit Rückwirkung auf das Geschäftsjahr ab dem 1. November 2023. Auf das neu homologierte Reglement gingen keine neuen Einsprachen beim Bundesgericht ein, stattdessen haben aber einzelne Zeitwohnungsbesitzer Aufsichtsbeschwerden beim Staatsrat erhoben. Aus Sicht des Verwaltungsrates bestehen aufgrund der neu eingereichten Aufsichtbeschwerden weiterhin rechtliche Unsicherheiten. Gemäss Beurteilung des Verwaltungsrates, hat dies jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf die Fortführungsfähigkeit der Aletsch Arena AG.

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

Aletsch Arena AG,

VR-Präsident, Armin Berchtold

Geschäftsführer, Philippe Sproll

Bettmeralp, März 2024



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 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

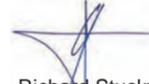
Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

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 so wie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

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

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

ALPINE REVISIONS AG


Richard Stucky
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Manuel Zenklusen
Revisor

Bettmeralp, 14. Februar 2025

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



EINLADUNG GENERALVERSAMMLUNG 2023/2024

Aletsch Arena, April 2024

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Aktionäre der Aletsch Arena AG werden hiermit zur 9. ordentlichen Generalversammlung eingeladen, die am Donnerstag, 3. April 2025 um 17.00 Uhr im Golfhotel Riederhof auf der Riederalp stattfinden wird.

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 Jahresberichtes des Präsidenten und des Geschäftsführers
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht 2023/2024 sei zu genehmigen
- b Genehmigung des Jahresabschlusses 2023/24 (01.11.2023–31.10.2024)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2024 ausweisend einen Gewinn von CHF 8'101 sei zu genehmigen
- c Genehmigung der Verwendung des Jahresgewinnes und Gewinnvortrages
Antrag des Verwaltungsrates: Vom Jahresgewinn seien 5 Prozent den gesetzlichen Reserven zuzuweisen und vom Gewinnvortrag seien CHF 60'000 ebenfalls den gesetzlichen Reserven zuzuweisen
- d Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung seien in globo für das Geschäftsjahr 2023/2024 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 und Barbara Moosmann sind für die Periode von drei weiteren Jahren zu bestätigen
- b Ersatzwahl: Antrag des Verwaltungsrates: Hilar Manz, als Vertreter von Aletsch Tourismus und Bruno Margelisch, als Vertreter der Gemeinden, sind für die Periode von drei Jahren als Verwaltungsratsmitglieder zu wählen
- c Wahl des Präsidenten: 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. Diverses

Vortrag Linus Loser, Mitglied der Konzernleitung SBB

Dies ist die 9. ordentliche Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Die Jahresrechnung 2023/2024, 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 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 16.30 Uhr. Nach der Generalversammlung sind alle Aktionäre herzlich zu einem Aperitif mit Imbiss im Golfhotel Riederhof eingeladen.

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

Aletsch Arena AG

Armin Berchtold
VR Präsident

Philippe Sproll
Geschäftsführer



