

GESCHÄFTSBERICHT

2018/2019

ALETSCH ARENA AG





Impressum

Geschäftsjahr 2018/2019
4. Jahresbericht der Aletsch Arena AG

Verantwortung: Aletsch Arena AG, Raoul Calame

Fotos:

Titelseite: ©aletscharena.ch – Frédéric Huber
S2: ©aletscharena.ch – Christian Pfammatter
S9: ©skiareatest
S10: ©skiareatest
S12: ©aletscharena.ch – Chantal Stucky
S37: ©aletscharena.ch – Frédéric Huber
S47: ©aletscharena.ch – Christian Pfammatter
©aletscharena.ch – Frédéric Huber

© April 2020 Aletsch Arena AG



Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1 Vorwort.....	4
2 Organisation der Aletsch Arena AG	5
3 Aktuelle personelle Situation	6
4 Bericht des Geschäftleiters	7
5 Gästefeedback und Auszeichnungen	9
6 Information und Animation	11
7 Marketing und Vertrieb.....	14
8 E-Business.....	24
9 Logiernächte Aletsch Arena.....	29
10 Jahresrechnung.....	36
11 Anhang Einladung Generalversammlung 2018/2019	45



1 Vorwort

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre
Sehr geehrte Damen und Herren

In den vergangenen Jahren hat sich die Aletsch Arena als Destination massiv weiterentwickelt. Nach der Zusammenführung der Tourismusorganisationen folgte die Fusion der Bergbahnen. Ganz nach dem Zitat von Aristoteles „Wir können den Wind nicht ändern, aber wir können die Segel richtig setzen,“ waren dies wichtige, wegweisende Entwicklungsschritte für unsere Zukunft. Dank den mutigen Entscheiden der Bevölkerung und der Tourismusakteure hat sich die Aletsch Arena fit gemacht, um sich den Herausforderungen im Tourismus zu stellen. So wurde in den letzten Jahren intensiv an der digitalen Transformation und an der Bildung EINER Destination gearbeitet. Diese Arbeiten werden hoffentlich weiterhin vorangetrieben.



Die Aletsch Arena hat ein gewaltiges Alleinstellungsmerkmal: den Aletschgletscher. Wenn sie mich fragen, ist dies aber nur die Spitze des Eisbergs. Mit einer klaren Strategie, einer einheitlichen Stossrichtung und einem überzeugten Miteinander aller Akteure, werden wir all unsere Trümpfe ausspielen können. Gemeinsam sind wir stärker, um die Aletsch Arena in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Ich bin dankbar, dass ich in den vergangenen gut 5 Jahren in der Aletsch Arena einen Beitrag leisten durfte. Herzlichen Dank für das entgegengebrachte Vertrauen und eure Unterstützung.

Veränderung zulassen heisst für mich aber auch, dass jetzt der Zeitpunkt gekommen ist, Platz zu machen für neue Kräfte, Ideen und Impulse. Ich danke allen, die mitgeholfen haben die Aletsch Arena zu stärken: Unseren Gästen, den Aktionären, den Gemeinden, den Leistungsträgern insbesondere den Bergbahnen und dem Verein Aletsch Tourismus, den Mitgliedern des Verwaltungsrats, unserem Geschäftsführer Raoul Calame und allen Mitarbeitenden, die der Aletsch Arena ein Gesicht geben und tagtäglich den Mehrwert für unsere Gäste in den Fokus ihrer Arbeit stellen.

Florian Ruffiner (Verwaltungsratspräsident)

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre
Sehr geehrte Damen und Herren

Stillstand ist Rückschritt (Rudolf von Bennigsen-Foerder). Wenn wir die Logik dieses Zitats einmal spielerisch weiterverfolgen, führt das zu folgender neuen Aussage: Vorwärtsmachen bedeutet Stillstand. Diese neue Aussage wirkt in einem ersten Moment speziell, ist aber nach einer näheren Betrachtung gerade im Tourismus nicht unbedingt abwegig.



Frage: zu welchem Ergebnis kommen wir, wenn Tourismusakteure und -beteiligte:

1. ...für sich individuell vorwärtsmachen?
2. ...in unterschiedliche Richtungen marschieren?
3. ...nur kurzfristig vorantreiben?

Nächste Frage: Zu welchem Ergebnis kommen wir, wenn alle Tourismusakteure und -beteiligte:

1. ...als Teil der gesamten Destination/Region vorwärtsmachen
2. ...in die gleiche Richtung, am gleichen Strang ziehen
3. ...langfristig vorantreiben.

Sie ahnen es bereits voraus, dass das Ergebnis der Beantwortung der zweiten Fragen um ein vielfaches matchentscheidender und gewichtiger ist.

Zwar sind wir Stand heute punkto Angebotsgestaltung, Zusammenarbeit und Strukturen, Digitalisierung schon um ein einiges fitter und wettbewerbsfähiger als noch vor wenigen Jahren, dennoch funktionieren wir immer noch zu stark individuell als Institutionen, Gemeinden, Unternehmen, Personen etc. Ruhen wir uns nicht auf dem Gewonnenen aus, sondern engagieren uns weiterhin konsequent und mutig für unsere gemeinsame EINE Destination Aletsch Arena – das befreidendste Naturerlebnis der Alpen. Ganz im Interesse unsere Gäste.

Raoul Calame (Geschäftsleiter)



2 Organisation der Aletsch Arena AG

Auftrag

Die Aletsch Arena AG führt seit dem 1. November 2015 im Auftrag der Destinationsgemeinden und der Aletsch Bahnen AG die Aufgaben Information, Animation, Werbung und Verkauf für den örtlichen Tourismus in der Aletsch Arena aus. Daneben übernimmt der Verein Aletsch Tourismus die Interessenvertretung gemäss dem kantonalen Tourismusgesetz.

Aktionäre

Gemeinden

Bettmeralp, Fiesch, Fieschertal, Lax, Mörel-Filet, Riederalp

Bergbahnen

Aletsch Bahnen AG

Aletsch Tourismus

Thomas Wenger (Präsident), Christian Eyholzer, Richard Bortis, Sepp Bürcher, Florian Ruffiner, Patrick Jenelten

Verwaltungsrat

Florian Ruffiner

Präsident, Vertreter Aletsch Tourismus

Renato Kronig

Vizepräsident, Vertreter Bergbahnen

Marco Tacchella

Sekretär, externer Vertreter

Valentin König

Mitglied, Vertreter Bergbahnen

Alban Albrecht

Mitglied, Vertreter Gemeinden

Revisionsstelle

Alpine Group, Bettmeralp



3 Aktuelle personelle Situation

Geschäftsleitung Stellenprozente

Calame	Raoul	Geschäftsleiter	100%
Jovanovic	Dragana	Assistentin Geschäftsleiter	50%

Bereichs- und Projektleitende

Petrig	Mathias	Leiter Finanzen & HR	90%
Berchtold	Geri	Leiter Destinationsmanagement	100%
Kestens	David	Leiter Markt- & Produktmanagement	100%
König-Gottspöner	Monika	Leiterin Marketing und Kommunikation	80%
Müller	Benjamin	Projektleiter E-Business	100%
Walker	Jonas	Projektleiter E-Business	100%

Mitarbeitende Back-Office

Blatter	Nadine	MA Marktmanagement	100%
Noti	Jasmine	MA Markt- & Produktmanagement	100%
Luder	Aniela	MA Marketing & Kommunikation	90%
Amacker	Noemie	Praktikantin Marketing & Kommunikation	100%
Stanisci	Rossana	MA Finanzen & HR	60%

Mitarbeitende Gästeservice und KRC

Casto	Patricia	Teamleiterin Gästeservice	80%
Albrecht-Volken	Elisabeth	MA Gästeservice	80%
Imhof-Enz	Astrid	MA Gästeservice	20%
Ruff	Claudia	MA Gästeservice	30%
Tresch	Nadja	MA Gästeservice	100%
Furrer	Dagmar	MA KRC	80%
Jovanovic	Dragana	MA KRC	50%
Schweizer	Sarah	MA KRC	100%

Austritte

Tscherry	Matthis	Leiter Finanzen & HR	100%
Wyer	Natascha	MA Gästeservice	100%
Britsch	Manuel	MA Gästeservice	80%

Temporäre Anstellung

Stucky	Michelle	MA Gästeservice(temporär)	100%
Haldemann	Sabine	Leiterin Kinderanimation Sommer	100%
Schärer	Seraina	Mitarbeiterin Kinderanimation Sommer	100%
Bozic	Biljana	Mitarbeiterin Kinderanimation Winter	100%

Abkürzungen MA = Mitarbeiter/-in, KRC = Kontakt- und Reservationscenter

Jubiläen

Es freut uns, dass folgende Mitarbeiterinnen ihr 10-jähriges Jubiläum in der Tourismusorganisation feiern dürfen: König-Gottspöner Monika und Geri Berchtold. Dazu gratulieren wir herzlich und danken für ihre Treue.



4 Bericht des Geschäftsleiters

Allgemein

Das Geschäftsjahr 2018-2019 können wir aus Sicht der AG als „solides“ Geschäftsjahr bezeichnen. Die Erträge aus den Kur- und Tourismustaxen sind gegenüber Vorjahr insgesamt leicht gestiegen. Die Aufwandpositionen sind weiter optimiert, das Betriebliche insgesamt funktioniert grossmehrerheitlich auf sehr gutem Niveau (Vgl. die verschiedenen Bereichsberichte – Ziffer 6 - 8). So investierten wir noch mehr in die aktive Markt- und Medienbearbeitung, Kommunikationskampagnen, in den aktiven nationalen- und internationalen Verkauf sowie in eine qualitätsbewusste Tourismusinformaton und -animation. Die Leistungsvereinbarungen können und werden vollumfänglich und umfassend wahrgenommen.

Allgemein erfreulich ist, dass die Gästefachfrage aus unseren Märkten stabil bis leicht steigend ist. Ebenso Positives vermelden dürfen wir im Bereich der Weiterempfehlungsrate unserer Gäste (Vgl. NPS-Score) und der markenorientierten Weiterentwicklung der Destination (Vgl. Image-Daten). Ebenso wie im Bereich Preisverleihungen, Auszeichnungen und Gütesiegel. Alles Fakten, welche für eine positive Entwicklung und die Qualität der Destination sprechen.

Einige Errungenschaften, neben vielen, welche dazu beigetragen haben und weiter beitragen werden: Der neue Schlittelweg von der Moosfluh, die Lancierung des Rundwegs auf dem Eggishorn, die Festivitäten rund um die Lancierung des geschichtsträchtigen ÖV-Hubs kurz nach Berichtsjahr (nach dem neuen Infocenter Riederalp im GJ 17-18 nun auch ein neues Infocenter Fiesch im GJ 18-19), die durchgehenden Frühlingfahrten auf die Hohfluh dank gesteigerter Nachfrage, die Eröffnung

der Pumptracks und Kids-Trails für Bike-Begeisterte auf der Bettmeralp und Riederalp, die Einführung des neuen Webshops inkl. dynamic Pricing der Aletsch Bahnen AG u.v.m. Für diesen grossartigen Effort und das Vorantreiben danke ich stellvertretend im Namen der Destination an dieser Stelle herzlich. Ich freue mich bereits heute auf die gemeinsame Umsetzung vieler bereits bekannter Neuigkeiten im Bereich Events und Angebote in der Aletsch Arena. Im Bereich Bike freue mich auf die Fertigstellung des Homologationsdossiers im neuen Geschäftsjahr sowie die etappenweise Umsetzung des Masterplans.

Aus Tourismussicht bedauerlich ist, dass wir mit den verschobenen Kurtaxenabstimmung im Sommer 2019 und der Ablehnung des 2. überarbeiteten Reglements anlässlich der Urversammlungen im November 2019 weiterhin eine grosse Planungsunsicherheit und zuwenig Mittel haben, um strategische Themen schnell und umfassend genug weiterzuentwickeln. Insbesondere die digitale Transformation ist davon extrem stark betroffen. Konsequenz: Obschon überaus viel Ressourcen in fertige Systemlösungen investiert wurden, die Produktleistungen nach unzähligen Diskussionen und Gesprächen verbindlich ausgestaltet waren, haben wir es als Destination nicht geschafft, die geplante e-Gästekarte einzuführen. Ebenso wenig können wir unseren Gast während seiner Reise „vom Sofa zum Sofa“ digital begleiten, wenn wir als Destination die Implementierung und Integration der benötigten Systeme sowie die laufenden Kosten nicht decken können.

Auch in anderen Bereichen stellt die Ablehnung des Kurtaxenreglements eine grosse Herausforderung für die Entwicklung von touristischen Infrastrukturu-



ren dar (Bike u.v.m) Diese Herausforderung insgesamt wird die Aletsch Arena (AG) im neuen und den künftigen Geschäftsjahren sehr stark finanziell herausfordern.

Danksagung

Unseren Aktionären, den Gemeinden, den Aletsch Bahnen AG und dem Verein Aletsch Tourismus danken wir herzlich für die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ebenso herzlich geht dieser Dank an die Vertretenden der Unterkunftsbranchen, des Gewerbes, der Vereine und Organisationskomitees, der Kooperations- und Promotionspartner, der Sponsoring-Partnern, an die Markenbotschafter, die Partnerdestinationen, die Mobilitätspartner, die Bevölkerung sowie die Mitarbeitenden für ihren täglichen Einsatz und die tolle Zusammenarbeit.

Ein besonderer Dank gilt selbstverständlich unseren sehr geschätzten Gästen.



5 Gästefeedback und Auszeichnungen

Aletsch Arena ist erneut mit dem Gütesiegel „Family Destination 2019 - 2021“ ausgezeichnet

Der Schweizer Tourismus-Verband zeichnet 23 Ferienorte als «Family Destination 2019–2021» aus. Die Vergabe des Labels ist an zahlreiche Kriterien gebunden. Diese wurden durch unabhängige Kommissionsmitglieder definiert und von Experten vor Ort über-

prüft. Riederalp, Bettmeralp und Fiesch sind erneut für die nächsten drei Jahre (2019 bis 2021) mit dem Gütesiegel ausgezeichnet worden. Es gilt diese Auszeichnung zu nutzen und uns entsprechend weiter zu positionieren.

Die Aletsch Bahnen AG ist „Skiarea-Testsieger 2019 - Schweiz“

In der Wintersaison 2018/19 stellten sich zahlreiche Unternehmen dem anonymen Qualitätscheck des Internationalen Skiareatests. Die Aletsch Bahnen AG gewannen dabei in der Gesamtwertung und erhielten die Auszeichnung «Skiareatestsieger 2019 – Schweiz». Zudem konnte sich die Bergbahnunternehmung der Aletsch Arena die Auszeichnungen «Beste Kinderangebote –

Gold» und «Fun & Action» sichern. Das Pisten- und Rettungsteams kann sich über die «Pistenrettung Sicherheitstrophy – Gold», «internationalen Pistengütesiegel – Doppelgold» und dem «Internationalen Rodelbahngütesiegel (Moosfluh)» erfreuen. Die Bättmer-Hitza wurde zur beliebtesten Skihütte ausgezeichnet.



Verleihung der Sommer-Awards «Internationaler Skiareatest»: Awards für den Aletsch Halbmarathon und die Aletsch Bahnen AG

Im Sommer 2019 stellten sich Unternehmen dem anonymen Qualitätscheck des Internationalen Skiareatests. Das OK des Aletsch Halbmarathons und die Aletsch Bahnen AG durften gleich mehrere Awards entgegennehmen. Die Preise im Überblick Awards

- EVENT-TROPHY Aletsch Halbmarathon
- BESTES EVENTMANAGEMENT Anton König
- IDEEN & UMSETZUNG Rundweg Eggishorn GOLD
- SICHERHEITS-TROPHY Sommer-Gütesiegel – Cartstrecke
- SOMMER-GÜTESIEGEL-CARTSTRECKE



aletscharena.ch/auszeichnungen

«Mountain Developer Studie»

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

Konkrete Fazits aus den Studien:

Markenimage - Die Aletsch Arena arbeitet konsequent im Markenprozess am Image der Marke. Bei der gestützten Studien-Frage «Welche Attribute ordnen Sie der Aletsch Arena zu?» liegen unsere wichtigsten Marken-Werte «naturnah», «befreiend», «ruhevoll» etc. weit vorne. Eine schöne Bestätigung unserer Gäste, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

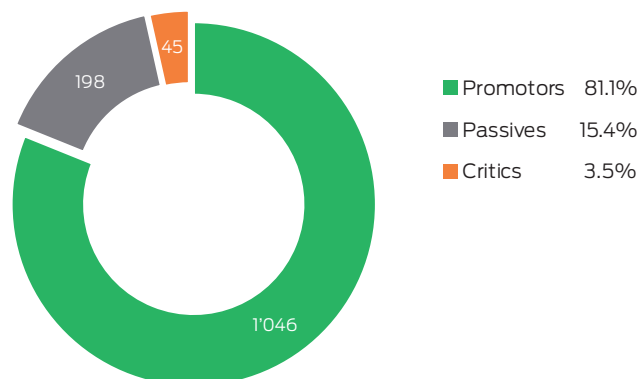
Gäste-Loyalität – «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns an Freunde/Bekannte weiterempfehlen werden?» Der Net-Promoter-Score kurz NPS* weist im Winter 2019/2020 den erfreulichen Wert von 77.7 % auf.

*Der Net Promoter Score (NPS) ist sowohl eine Kennzahl zur Erfassung der Weiterempfehlungsabsicht der Gäste, als auch der Gesamt-Kundenzufriedenheit.

Der grundlegende Gedanke des NPS ist, dass jeder Konsument/Gast in eine der folgenden drei Kategorien eingeteilt werden kann:

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

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





6 Information und Animation

Infocenter und Kontakt- und Reservationscenter (KRC)

Die Aletsch Arena AG betreibt auf der Basis der Leistungsvereinbarung mit den Gemeinden innerhalb der Destination vier Informationsbüros - auf der Riederalp, der Bettmeralp, in Mörel-Filet und in Fiesch. Mit der Gemeinde Lax besteht weiterhin die Vereinbarung zum Betrieb einer touristischen Informationsstelle in den Räumlichkeiten der Gemeindeverwaltung.

Das Kontakt- und Reservationscenter (KRC) ist aktuell in seinem 2. Betriebsjahr und aktuell mit 210 Stellenprozent besetzt. Die Erreichbarkeit und Qualitätsoptimierung konnte weiterhin vorangetrieben werden. Die Prozesse der Kundenanfragen, die Bewirtschaftung der verschiedenen Reservations- und Anmelde Listen wurden weiter optimiert und professionalisiert. Zudem wurden dem KRC weitere Aufgaben zugeteilt, wie die Hotline des Aletsch Halbmarathons oder des Stoneman-Glaciara.

Das KRC bearbeitet auch im Geschäftsjahr 18-19 Einführung rund 80% der Kundenkontakte der Aletsch Arena AG (100% der telefonischen und digitalen Kontakte). In der Folge können Gästebedürfnisse und Anliegen der Leistungsträger rasch erkannt werden. Entsprechend schnell können Informationen, Anliegen und Empfehlungen für Prozess- und Kommunikationsoptimierungen an externe und interne Zuständigkeiten weitergegeben werden.

Mit der Einführung des Kontakt- und Reservationscenter konnten die Zuständigkeiten im Front-Officebereich geschärft werden. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Front-Office-Teams können sich seit der Einführung des KRC professioneller und umfangreicher den

Anfragen der Gäste und Leistungsträger widmen (Schalter).

Digitalisierung in der Information

Deskline 3.0 ist das zentrale System und die Datenbank der Aletsch Arena AG, in welcher sämtliche digitalen verfügbaren Unterkünfte, Veranstaltungen/Events, Ferienschop-Angebote und die Infrastrukturlisten abgebildet werden. Die Aletsch Arena AG hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Angebote im Hinblick auf die künftige Entwicklung zu „digitalisieren“. Es gilt die Angebote auf einschlägigen Plattformen zu präsentieren und buchbar zu machen. Dieses Ziel verfolgt die Aletsch Arena AG auch weiterhin konsequent.

Ferienwohnungsklassifikation

Die Aletsch Arena ist mit rund 1'500 im Reservationssystem erfassten Objekten eine der grössten Ferienwohnungsdestinationen der Schweiz. Nebst der Bewertung ist die Klassifikation des Schweizer Tourismusverbandes (STV) ein wichtiges Kriterium für die Sicherung der Qualitätsstandards im 1 bis 5-Sternebereich. Aktuell sind rund 1'100 Ferienwohnungen klassifiziert.

Events und Animation

Neben den etablierten und grossen Topveranstaltungen wie dem Aletsch Halbmarathon, dem Mitmachzirkus, der Aletsch Golfturnierwoche und dem Gommer Adventsmärt war für die Aletsch Arena AG auch im Berichtsjahr das Kinderanimationsprogramm «Gletschi» von grosser Bedeutung. Begleitete und betreute es doch während der

1'300

Kinder

Sommersaison rund 1'300 Kinder und brachte ihnen viel Spannendes und Interessantes aus der Region näher. Das «Gletschi-Programm» wurde im Sommer 2019 auf Lax/Fiesch/Fieschertal ausgeweitet. Die Besuche auf dem Spielplatz im Fieschertal und im Zauberwald in Ernen waren sehr beliebt und haben dem Gletschiprogramm zu zusätzlicher Attraktivität verholfen.

Zusätzlich zum Kinderanimationsprogramm „Gletschi“ wurde im Sommer 2019 bereits zum zweiten Mal ein begleitetes Jugendprogramm angeboten. Spiel, Spass und insbesondere sportliche Aktivitäten standen im Vordergrund. Golf, Beach-Volleyball, Tennisturniere, Fischen, Seilpark und vieles mehr wurden Jugendlichen zwischen 12 und 16 Jahren angeboten. Die Teilnehmerzahlen sind vielversprechend. Das Angebot wird zukünftig weiter ausgebaut und noch attraktiver gestaltet. Angedacht sind aktuell u.a. Klettern, Abenteurerwanderungen und Biketouren.





Veranstungskalender 01.11.2018 – 31.10.2019

Datum	Event	Organisator	Aufgaben Aletsch Arena AG
23. – 25.11.2018	Gommer Adventsmärt	Fiesch Kultur	Werbung
07. – 09.12.2018	Winteropening Fiescheralp	Verschiedene	Teilkoordination & Werbung
14. – 16.12.2018	Wintertaufe Bettmeralp	Bettmeralp Kultur	Teilkoordination & Werbung
30.12.2018	Aletsch Fakelabfahrt	Skischule Riederalp	Unterstützung
11.02.2019	Podiumsgespräch Klimaerwärmung	Verein Aletsch Kultur	Unterstützung & Werbung
27.02.2019	Showfahren	Skischule Bettmeralp	Unterstützung & Werbung
03.03.2019	Oberwalliser Pelzfellmarkt	Diana Aletsch	
19.03.2019	Seppi Tag	Aletsch Bahnen AG	Unterstützung & Werbung
17.04.2019	Inofveranstaltung Kurtaxenreglment	Destinationsgemeinden	Organisation
19.04. – 21.04.2019	Ostern in der Aletsch Arena	Verschiedene	Teilkoordination & Werbung
05.06.2019	2. Aletsch Frauenlauf	OK Frauenlauf	Unterstützung
16.06.2019	Bezirksmusikfest	Musikgesellschaft Betten	Unterstützung
22.06. – 23.06.2019	Aletsch Halbmarathon	Verein AHM	Unterstützung & Werbung
08.07. – 02.08.2019	Mitmachzirkus	Aletsch Arena AG	Organisation & Werbung
12.07.2019	Gletschifest	Aletsch Arena AG	Organisation & Werbung
14.07.2019	52. Mineralienbörse Fiesch	OK Mineralienbörse	Unterstützung
18.07. – 21.07.2019	Circus Harlekin	Verein Aletsch Kultur	Teilkoordination & Unterstützung
31.07. – 01.08.2019	Nationalfeiertag	Verschiedene	Unterstützung
04.08.2019	Älplerfest Riederalp	Skiclub Riederalp	Unterstützung
10. – 18.08.2019	Aletsch Golfturnier Woche	Golfclub Riederalp	Sponsor Aletsch Arena Turnier
31.08. – 01.09.2019	Eröffnung Fun- & Pumptrack's	Bettmeralp & Riederalp	Unterstützung
07. – 15.09.2019	Herbstgolfturnierwoche	Golfclub Riederalp	Unterstützung
14. – 15.09.2019	Traditionswochenende	Bettmeralp Kultur	Unterstützung & Werbung
15.09.2019	Gilihüsinu	Aletsch Arena AG	Organisation und Werbung
12. – 13.10.2019	Rollibock Trophy	Flug-Taxi	Unterstützung & Werbung

Die Tabelle hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



7 Marketing und Vertrieb

PR und Medien

Die Aletsch Arena AG nahm ihre Funktion in der nationalen und internationalen Medienbetreuung und deren Finanzierung wahr. Insgesamt konnten im Berichtsjahr 2018/19 über 251 Journalistinnen und Journalisten und Influencer

(+18 im Vgl. zum Vorjahr) in 80 Pressebesuche (-11 im Vgl. zum Vorjahr) aus folgenden Ländern in Empfang genommen werden.

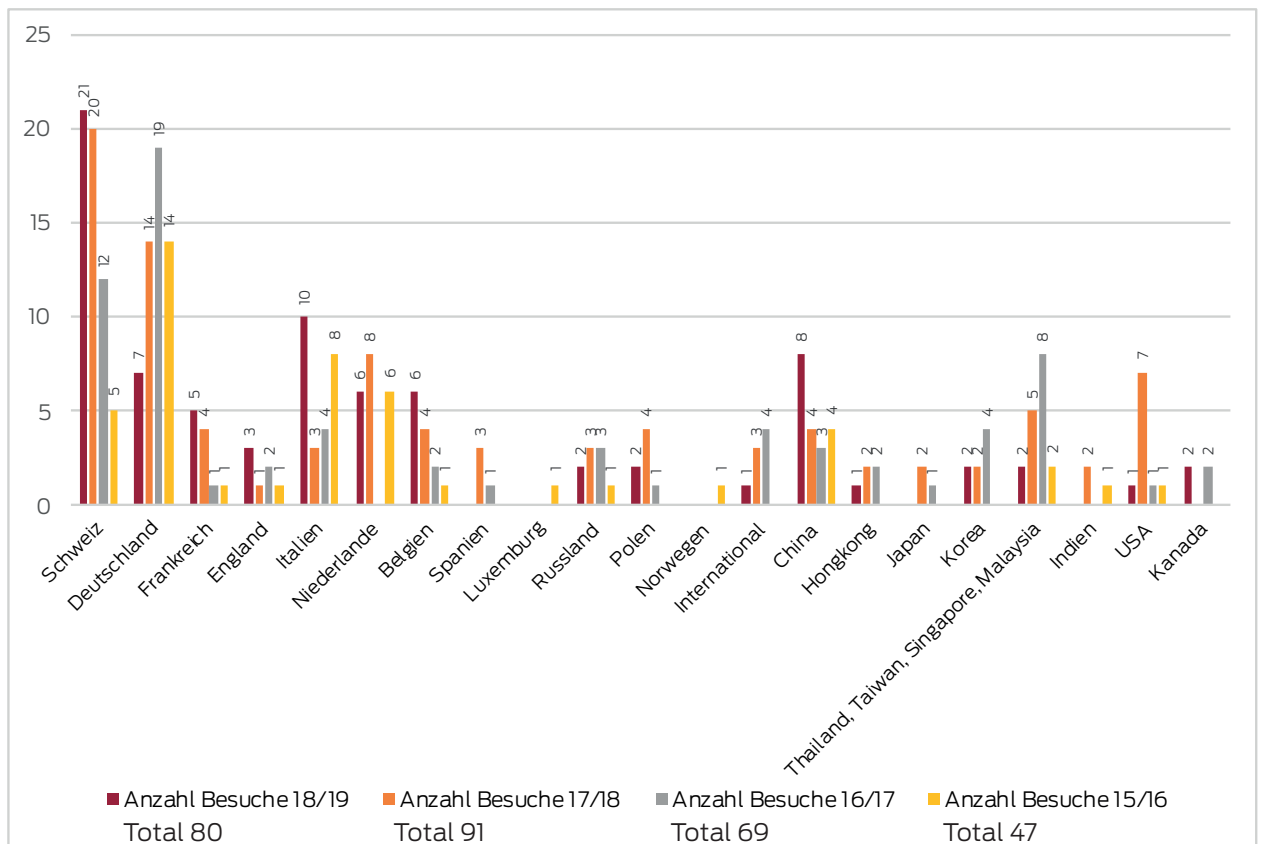
+18

im Vergleich zum Vorjahr

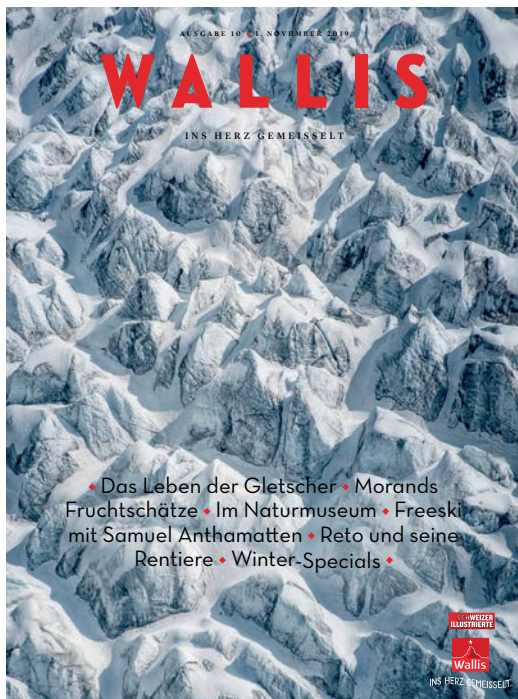
-11

im Vergleich zum Vorjahr

Märkte



Medien-Monitor(Auszug)



«GIANTS IN MOTION»

Man glaubte, sie seien ewig: die Gletscher der Alpen mit ihren riesigen Eismassen. Doch die Klimaerwärmung lässt sie in Rekordtempo schmelzen. Mit dem Fotoprojekt «Giants in Motion» will David Carlier ihre Schönheit festhalten.

Fotos: David Carlier

«Geht hin, schaut und erkennt die Schönheit»

Text: Monique Ryser



David Carlier will mit «Giants in Motion» die Schönheit der Gletscher festhalten. Seine Bilder sind ausgestellt vom 14. 12. 2019 bis 18. 4. 2020 im Panorama-Restaurant Bettmerhorn. www.aletscharena.ch

David Carlier ist als Fotograf und Filmemacher in den Bergen unterwegs. Keine Piste zu steil, kein Fels zu glatt – als Outdoor-Fotograf ist er weltweit mit den besten Extremsportlern unterwegs. Selber Bergexperte, kann er Gefahren einschätzen. Und er weiss: Die Natur ist im Zweifelsfall stärker als der Mensch. Entweder man kann sie lesen und sich nach ihr richten, oder man ist auf verlorenem Posten. Die Gletscher gehörten immer zu seinem Leben. «Sie sind wie eine riesige Schweizer Uhr, die die Zeit in Jahrtausenden misst.» Die Eisströme haben die Landschaft der Schweiz geprägt. Und sie machen sie zum Wasserschloss Europas – von hier aus werden vier grosse Ströme bewässert, die in alle Himmelsrichtungen fließen. Der Genfersee, durch die Rhone gespeisen, ist der grösste Süswasserspeicher Europas. «Wenn ich in der Camargue in Südfrankreich die Rhone ins Mittelmeer fließen sehe, ist es das gleiche Wasser, das bereits durchs Goms geflossen ist», beschreibt es Carlier. Ursprung dieses Lebenselixiers sind Schnee und Eis, die sich im Lauf der Jahreszeiten bilden und wieder schmelzen. Und nun, seit Jahrzehnten, immer mehr schmelzen und nicht mehr nachwachsen. «Wir müssen die Gletscher bewundern, solange wir noch können», sagt der 47-Jährige. Seine Bewunderung äussert sich in Bildern: Schon vor

35 Jahren hat er erstmals Gletscher fotografiert, seit zwei Jahren geht er systematisch und mit grosser Dringlichkeit vor. «Mir wurde bewusst: Eines Tages sind die Gletscher weg, und dann erinnern nur noch Bilder an diese Macht, Kraft und Schönheit.» Mit dem Projekt «Giants in Motion» will er das festhalten, von dem man glaubte, es sei ewig. Mit einem Ultraleichtflugzeug überfliegt er die riesigen Eisfelder und rapportiert, was nach seiner Überzeugung bald nicht mehr existieren wird. «Die Gletscher schmelzen nicht nur in der Länge, sondern auch in der Dicke in rasendem Tempo. Durch Abbrüche gibt es Löcher in der Eisschicht, im Sommer kann die Sonne tief eindringen und so die Schmelze nochmals beschleunigen.» Die Kritik, dass er selber mit einem Ultraleichtflugzeug unterwegs sei, weist er zurück. «Mit Auto und Bergbahnen zu den Gletschern zu gelangen, würde mehr CO₂ ausstossen.» Der Aletschgletscher, grösster Eisstrom Europas, der Rhonegletscher, die Eisfelder des Monte-Rosa- und des Grand-Combin-Massivs sind seine Sujets. «Ich war so wütend, als ich erkennen musste, wie schnell das Eis schmilzt. Jetzt aber kann ich allen nur raten: Schaut sie euch an, setzt euch hin, etwa auf dem Eggishorn mit Blick auf den Aletschgletscher, beobachtet und erkennt die Schönheit und das Leben der Gletscher.»

CH – Wallis Magazin November 2019 – Beilage in der Schweizer Illustrierten DE (Auflage 134'529, Leserschaft 511'000) und l'illustré FR (Auflage 57'945, Leserschaft 272'000)



«Ich staune, dass ich noch lebe»

Art Furrer Der Cowboy, Hotelier, Offizier und Skikrobo von der Riederalp feiert das 60-Jährig-Jubiläum im Walliser Bergführerverband. Der 82-Jährige sagt, letztes Jahr habe er fünf 4000er bestiegen und 90 000 Höhenmeter bestiegen



Gerlinde und Art Furrer vor dem Matterhorn – die beiden haben die halbe Welt durchklettert. Das Matterhorn bleibt Art Furrers Lieblings-Bergtour.

PHOTO: THOMAS HENIGLI

Es wird Fröhlich auf der Riederalp. Eine korcanische Reisegruppe schliesst auf dem Weg zur Gondel hektisch Selfies. Eine Langläuferin eilt mit grossen Schritten dem Apres-Ski entgegen. Am Himmel ziehen Bergdohlen ihre Kreise. Die Sonne scheint – wie fast immer in diesen Tagen. Art Furrer nimmt einen Schluck Fendant und blickt verträumt durch seine Brillengläser. Am Vorabend war er für eine Musical-Premiere in Zürich. Für die kommenden Tage hat eine Crew des Schweizer Fernsehens ihren Besuch angekündigt.

Doch das wichtigste Ereignis kündigt sich am 25. Mai in Naters an. Dann wird Art Furrer vom kantonalen Bergführerverband für das seltene Jubiläum der 60-jährigen Mitgliedschaft ausgezeichnet.

Herr Furrer, lässt sich das heutige Bergsteigen mit dem anno 1959 noch vergleichen?

Art Furrer: Kaum. Alles hat sich verändert – vor allem die Landschaft. Anfänglich waren es fast ausschliesslich einzelne Personen. Nun sind es vermehrt Gruppen. Eine grosse Entwicklung fand bei der Aus-

rüstung statt. Helme kannten wir früher nicht. Das Essen und die Getränke mussten wir selber mitschleppen. Selbst für das Kochen in den Hütten war oft der Bergführer zuständig.

Was hat sich sonst noch verändert?

Früher boten die Hüttenwarte eine einfache, aber nahrhafte Verpflegung an. Und der Schnaps fehlte selten. Zudem sind heute die Hütten moderner. Und mit den Seilbahnen wurde der Anmarsch erleichtert. Notruftelefone in den Hütten gehören zum Standard und das Rettungsweesen hat sich

enorm verbessert. Dazu kam der Einsatz von Helikoptern – auch zur Versorgung.

Wie viele präkäre Situationen hatten Sie in den vergangenen 60 Jahren zu überleben?

Bergsteigen ist kein einfacher Beruf. Immer wieder erlebte man sehr präkäre Situationen. Wetterumschläge, Eis- und Steinschlag, Lawinen, Gletscherspalten und nicht zuletzt das Sichern der Gäste gehören zum täglichen Risiko eines Bergführers. Wenn ich zurückdenke an die vielen Tage, die ich am Berg verbracht habe, staune ich, dass ich noch lebe. War es Glück? War es Zufall? Oder war es der Schutzensel? Ich kenne keinen Bergführer, der nicht an den Schutzensel glaubt. Und klar ist: Das rechtzeitige Abbrechen einer Tour ist die beste Lebensversicherung. Kein anderer ist am Berg so oft umgekehrt wie Reinhold Messner. Deshalb hat er überlebt.

Haben Sie Freunde verloren?

Oft im Leben stand ich auf dem Friedhof am Sarg eines verstorbenen Bergführers. Wir ziehen unsere Uniformen an und stehen Spalier. Dann blicke ich jeweils in die Gesichter der starken Burschen: Aus ihren Augen strahlt Wehmut, es hätte auch mich erwischen können – phladerweich und besinnlich. Aber wie gesagt: Letztlich entscheidet auch der Schutzensel.

Medal finden vor allem die Free-Solo-Aktionen grosse Beachtung. Was denken Sie darüber?

Der Wettkampf und der Konkurrenzdruck gehören zum menschlichen Instinkt. Wettkämpfe im Gebirge und in der Natur haben immer schon stattgefunden. Der Drang zur Erstbesteigung. Das Rennen um die Besteigung aller 8000er, um Matterhorn, zum Nord- oder Südpol. Solche Wettläufe prägen die Zeitgeschichte. Heute konzentriert sich dieses Rennen auf einen Tag: in der Halle oder an einem anderen Ort vor Publikum. Solche Entwicklungen sind nicht aufzuhalten. Aber mit dem klassischen Bergsteigen hat dies wenig zu tun. Jeder ist sich bewusst, dass das Risiko dabei enorm steigt. Wer bis in mein Alter überleben will, dem empfehle ich diese Sportart nicht. Aber die klassischen Expeditionen gibt es noch immer. Allerdings braucht der Höhenalpinismus Zeit und einen erheblichen Aufwand. Schon die Zeit zur Akklimatisierung fehlt in der heute schnelllebigen Welt.

Was sind die wichtigsten Voraussetzungen, um eine Gruppe an den Berg zu führen?

Kollektives Bergsteigen wird immer populärer – hauptsächlich aus Kostengründen. Für den Bergführer steigen die Risiken. Denn in einer Gruppe gibt es immer wieder Teilnehmer, die wesentlich langsamer und schwächer sind als die anderen. Verzögerungen sind Faktoren, die sehr gefährlich werden können. Ich vertraue einem alten Grundsatz: Früh aufstehen und mittags wieder zurück in der Hütte sein. Nachmittags nehmen die Gefahren sprunghaft zu.

Wie wirkt sich die Klimaveränderung auf die Arbeit aus?

Der Berg ist nicht mehr so stabil wie früher. Der Rückgang des Permafrosts lässt die Berge und Gletscher brüchig werden. Ortskenntnisse und die richtige Routenwahl werden immer wichtiger – überlebenswichtig.

Sie feierten unlängst Ihren 82. Geburtstag. Kann man in diesem Alter noch die hohen Berge bestiegen?

Sicher, aber dazu braucht es eine solide Gesundheit und konsequentes Konditionstraining. Vergangenes Jahr habe ich 90 000 Höhenmeter bewältigt. Ich war mit meiner Ehefrau Gerlinde in Nepal noch auf 5000 Meter Höhe. Probleme bekundete ich keine. In der Schweiz bin ich auf fünf 4000er gestiegen.

Sie erklimmen mit Gerlinde alle Schweizer Viertausender. Das muss der ultimative Belastungstest für eine Ehe sein...

Genau. Die Berge haben unsere Ehe jeweils gekittet, eventuell sogar gerettet. Wir haben auch sechs Nordwände durchstiegen und zwölf Expeditionen auf der ganzen Welt gemacht.

Welches sind Ihre Lieblingsrouten?

Meine Lieblingsroute führt aufs Matterhorn. Der Berg steht ganz allein da – das ist ein schon fast mystischer Anblick. Seine Form, seine Einmaligkeit, seine Ausstrahlung. Auch das Allfällhorn bedeutet mir viel. Ich habe zirka 1000 Bergsteiger auf den Gipfel geführt. Das Allfäll ist ein technisch einfacher Viertausender – aber landschaftlich wunderschön, die Landschaft ist einmalig. Dort habe ich sehr viele Menschen das Bergsteigen beigebracht und ihnen zu unvergesslichen Erlebnissen verholfen. Mit Geduld, aber auch mit Schimpf und Schupf.

noch hinaus?
Noch geht es mir sehr gut. Und Wünsche und Ziele dürfen bleiben. Wenn Gott will und mich ein Bergführer begleitet, dann klettere ich nochmals auf den Mont Blanc.

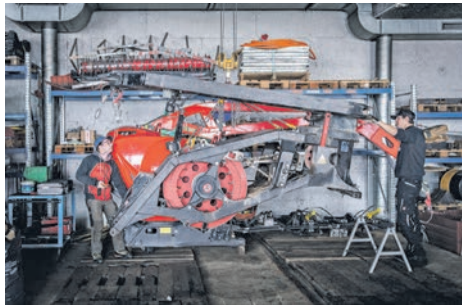
«Ich kenne keinen Bergführer, der nicht an den Schutzensel glaubt.»

CH – ch media – Aargauer Zeitung, Zofinger Tagblatt, Oltnen Tagblatt, Grencher Tagblatt, Solothurner Zeitung - print und online Mai 2019 – Auflage 87'082 Leserschaft 252'540

WALLIS Walliser Bote Samstag, 4. Mai 2019 7

Reportage | Nach Saisonschluss steht für die Mitarbeiter der Bergbahnen das grosse Aufräumen an – Beispiel Bettmeralp

«Wir sind ein eingespieltes Team»



Für die nächste Saison... auf die nächsten Arbeitstage in der Werkstatt für die Pistenzubehöre. Die Halle liegt nur wenige Meter neben der Bergbahn, die nicht mehr gebraucht werden, werden hier abgebaut. «Wir demonstrieren die Ketten, Winden oder Seilspulen und waschen und reinigen die Laufrollen gründlich, so konnte ich die Maschinen für den nächsten Sommer besser einstellen.»



RIEDERALP Die Skigebiete haben ihren Betrieb eingestellt. Nun wartet auf die Bergbahnen eine wichtige Instandhaltung. Und hierfür braucht es viel Handarbeit. Ein Blick hinter die Kulissen der Aletsch-Bühnen.

PHOTO: ALAN BARBER

Es ist ruhig geworden auf der Bettmeralp. Die Strasse durchs Dorf scheint in diesen Tagen wie leer gefügt. Vom Trieb der letzten Wochen und Monate ist nicht mehr viel zu sehen. Die Winterferien 2018/2019 ist wie dem Schmelzen. Aber es ist ein spärliches Leben. Die Arbeiter sind im Spätsommer für die grosse Aufräumarbeiten. Diese sind notwendig, da ein Winter ohne Instandhaltung will nun wieder abgefahren werden. Dazu zählen etwa die Beschleunigungsrollen.

Jeder Handgriff sitzt
Für die Instandhaltung der Skigebiete «Schneeheli» in der Nähe des Stenoi-Passports, sind Tiziano Mingi, Geschäftsinhaber und zweifacher Arbeitskollege des Aletsch-Bühnen wird gerade eine für installierte Schneeheli-

demontiert. Jeder Handgriff sitzt. «Wir sind ein eingespieltes Team, jeder trägt zu demontieren und Montage bei. Am Montag nach Saisonschluss haben wir uns den auf dem Gelände begonnen, erklärt Mingi. «Was wir jetzt machen, dient bereits zur Vorbereitung für die nächste Saison in die nächsten Arbeitstage von der nächsten Altimontierung bis hin zu einer neuen Seilbahn.

Auf dem Gebiet der Bettmeralp stehen nicht weniger als 160 Schneehelien. Ein Grossteil davon wird nun demontiert. Ein bisschen viel Handarbeit, sagt Mingi. Nur nicht im Lärm. Insbesondere hier in den Hütten, werden nicht nur die Schneehelien, sondern auch die Seilbahnen, die werden die kleinen des Schneehelien-gerätes repariert. Demontieren, polieren. «Die Schneehelien sind demontiert. Sie sind im Spätsommer wieder zu installieren. Die nächsten drei Monate. Sie werden nun mit den Pistenzubehören demontiert.»

Seilbahnen, Ketten oder Perennormals
Saisonweise. Eine anschauliche Bettmeralp stehen zwei der unge-

samt fünf Bergbahnen. Auch hier gibt es, jeden Montag zu demontieren und Montage zu prüfen. «Am Montag nach Saisonschluss haben wir uns den auf dem Gelände begonnen, erklärt Mingi. «Was wir jetzt machen, dient bereits zur Vorbereitung für die nächste Saison in die nächsten Arbeitstage von der nächsten Altimontierung bis hin zu einer neuen Seilbahn.

«Was wir jetzt machen, dient bereits zur Vorbereitung für die nächste Saison»

Yves Mingi Aletsch-Bühnen

abhangige, so Mingi. Spartenzeit und Flexibilität sind gefragt. Und in diesen Tagen kommt es denn auch zum Einsatz von den Schneehelien. Diese Montage von Schneehelien, die werden durch Smartphone bis zu Perennormals sind diverse weitere Gegenstände zu finden.

Per GTS durch
Mit dem Pistenzubehören geht zur nächsten Arbeitstage auf 2000 Meter Höhe. Das Gebiet rund um das Bettmeralp ist in diesen Tagen das Zentrum der Instandhaltung. Mit einem Pistenzubehören räumt er hier auch helfen. Mit zwei neue Schneehelien, die hier praktisch jeden Winter von der Aletsch-Bühnen, stehen von 22. bis 23. Juni. Dem bis dahin sollte die zweite der Laufrollen von Schnee befreit sein.

Für die Vorbereitung der Pistenzubehören oder Schneehelien ist ein wichtiges Element. Eine anschauliche Bettmeralp stehen zwei der unge-

lassen sich Geländeverschönerungen oder Schäden an Fahrzeugen werden, erklärt Instandhaltung. Von Bettmeralp führt der Rundgang schliesslich wieder einige Hundert Meter weiter in Richtung Dorf. Die nächste Arbeitstage ist die Werkstatt für die Pistenzubehöre. Die Halle liegt nur wenige Meter neben der Bergbahn, die nicht mehr gebraucht werden, werden hier abgebaut. «Wir demonstrieren die Ketten, Winden oder Seilspulen und waschen und reinigen die Laufrollen gründlich, so konnte ich die Maschinen für den nächsten Sommer besser einstellen.»

Die Aufräumarbeiten in der Aletsch-Bühnen sind ein zentraler Punkt. Neben den Schneehelien, die werden die kleinen des Schneehelien-gerätes repariert. Demontieren, polieren. «Die Schneehelien sind demontiert. Sie sind im Spätsommer wieder zu installieren. Die nächsten drei Monate. Sie werden nun mit den Pistenzubehören demontiert.»

lassen sich Geländeverschönerungen oder Schäden an Fahrzeugen werden, erklärt Instandhaltung. Von Bettmeralp führt der Rundgang schliesslich wieder einige Hundert Meter weiter in Richtung Dorf. Die nächste Arbeitstage ist die Werkstatt für die Pistenzubehöre. Die Halle liegt nur wenige Meter neben der Bergbahn, die nicht mehr gebraucht werden, werden hier abgebaut. «Wir demonstrieren die Ketten, Winden oder Seilspulen und waschen und reinigen die Laufrollen gründlich, so konnte ich die Maschinen für den nächsten Sommer besser einstellen.»

CH – Walliser Bote Mai 2019 – Auflage 18'428 Leserschaft 47'912



RADFÄHREN

Beim „Stoneman Glaciara“ im Schweizer Kanton Wallis spüren die Sportler die Nähe der Berge auf eine sehr eindrucksvolle Weise

RADFÄHREN

dereifen auf der Jagd nach Bestzeiten durch die Gegend zu hetzen – und dabei die Naturschönheiten gar nicht richtig genießen zu können. Gut, auf der Schwäbischen Alb wäre das noch zu verzeihen. Aber im Wallis, umzingelt von eisgepanzerten Viertausendern, ist das fast schon ein Frevel. Und deshalb soll diese Befahrung des „Stoneman Glaciara“ ganz im Zeichen jener sechs Buchstaben stehen: GENUSS.

Konkret heißt das: E-Motor statt eigene PS und ganze drei Tage Zeit für die Runde mit 127 Kilometern und 4700 Höhenmetern. Keine Sorgen um sauer gefahrene Beine, keine Gedanken an leere Akkus, kein banger Blick auf den Zettmesser – einfach nur: entspannt kurbeln, lächeln, staunen und genießen.

Dreimal Stoneman

Der „Glaciara“ ist die dritte Sensationstour mit dem Steinmännchen-Logo des Südtiroler Ex-Rennfahrers Roland Stauder. Sein U-Stoneman Dolomiti (Südtirol, Italien) fand eine Fortsetzung in Deutschland (Stoneman Murrquidi, Erzgebirge), in der Schweiz (Stoneman Glaciara, Wallis) und seit 2018 auch in Österreich (Stoneman Tauern, Salzburger Land). Weitere werden folgen (siehe Interview). Stauder hat die Lizenzrechte an die Agentur „absoolutGPS“ in Sachsen verkauft, die die Vermarktung steuert, weil es für ihn allein zu viel geworden wäre. Er selbst ist als Ratgeber, Guide und Markenbotschafter aber nicht nur ein Boss. Seine große Erfahrung im MTB-Tourismus bürgt für Qualität.

Entsprechend groß sind die Erwartungen beim Start in Fieschi. Mit dabei ist Kurt Schweizer. Ihn als „Bike-Guide“ vorzustellen, wäre eine starke Untertreibung. Der Kurt führt nicht nur den Bike-Shop in Fieschi und ging nicht nur bei unzähligen Amateurrennen an den Start. Er ist auch so etwas wie die gute Seele des „Glaciara“, zudem ein MTB-Pionier der ersten Stunde, der das erste Mal auf so einem Gefährt saß, als man das Jahr 1987 schrieb. Mit ihm geht es durch schönen Lärchenwald hinauf zur Fiescher Alp, wo sich im Winter das Sükarussell dreht. Mit jedem Höhenmeter wird das Panorama imposanter. Im Hintergrund schauen sich die Walliser Viertausender in den Himmel: Dom, Weißhorn und ganz hinten das Matterhorn, das alle Blicke magisch auf sich zieht wie ein Supernovastern. Dann geht es durch einen dunklen, kalten Tunnel, die Nabelschnur zwischen Aletsch- und Fieschergletscher. Zum Aufwachen kehrt Kurt in der urigen „Gletscherstube“ ein. Noch sind sie nicht zu sehen, die Riesengletscher ...

In der „Stube“ erzählt Kurt, dass sie zum „Stoneman“ ein bisschen wie die Jungfrau zum Kinde gekommen seien. Ein MTB-Leuchtturmprojekt, mit dem sie »

Gletscher, Gipfel, große Gefühle

Wer den Mountainbike-Marathon Stoneman Glaciara im Schweizer Kanton Wallis spüren die Sportler die Nähe der Berge auf eine sehr eindrucksvolle Weise

von Günter Kast

Der Eisstrom vergießt Tränen. Er tropft, er schmilzt. Ihm gelingt das, was viele nicht schaffen: Er nimmt ab. Noch aber ist der Große Aletschgletscher ein wahrer Titan. 23 Kilometer lang, bis zu 900 Meter dick. Unvorstellbare 27 Milliarden Tonnen Eis schieben sich durch ein Korsett aus Fels dem Tal entgegen – weiß-grau, zerklüftet, gewaltig anzuschauen. Der Gigant birgt Sagen und Geheimnisse. Hier soll der Rollbock leben, ein gefürchtetes Ungeheuer in Gestalt eines riesenhafte Ziegenbockes mit feurigen Augen und eisigem Fell. Wer sich ihm schutzlos nähert, wird hinabgezogen in finstere Spalten. Die Sage vom Rollbock gehört zu den ältesten im Wallis. Aber muss man sich vor dem seltsamen Eisbewohner wirklich fürchten? Oder muss nicht eher dem Gletscher vor dem Klimawandel bange sein? In nur 50 Jahren wird das Eis komplett verschwunden sein, schätzen Experten. Also nichts wie hin ... „Kämpfä, kämpfä, khum“ – wer kennt ihn nicht, den legendären Slogan, mit dem der Schweizer Kanton Graubünden um Mountainbiker wirbt. Die Botschaft: Die Oberstufen dürfen ruhig mal brennen, hinterher ist's dann doppelt schön. Das stimmt natürlich. Aber manchmal wäre es einfach eine Sünde, mit starrem Blick auf den Vor-

20 Promotion-Magazin von Abinger Garber

nahreisen 3/2019

3/2019 nahreisen

Promotion-Magazin von Abinger Garber 21

DE – nahreisen März 2019 – Auflage 707'459 Leserschaft 5'640'000

Mosimann mit britischer Delegation im Aletschgebiet

Mark Mosimann, Sohn des Schweizer Starkochs Anton Mosimann, besucht mit einer britischen Reisegruppe das Unesco Welterbe Jungfrau-Aletsch.

htr **hotelrevue**
Hotellerie • Gastronomie • Tourismus



Die AletschArena organisierte mit Switzerland Travel Centre den «Mosimann Glacier Trek».

Bild: Monika König / Aletsch Arena

Die Sommerfrische in den Bergen lockt viele Gäste an den Grossen Aletschgletscher. Darunter auch Briten. Die Aletsch Arena organisierte mit Switzerland Travel Centre eine exklusive Reise für eine Charity Aktion aus Grossbritannien: den «Mosimann Glacier Trek».

Vom 10. Bis 13. Juli 2019 begleiteten sie gemeinsam mit Mark Mosimann, Sohn des Schweizer Starkochs Anton Mosimann, eine britische Reisegruppe durch das Unesco Welterbe Swiss Alps Jungfrau-Aletsch. Hintergrund der Reise war ein Spendenaufruf für die britischen Debra-Stiftung, welche Menschen mit einer schmerzhaften, genetischen Hauterkrankung unterstützt.

Der grösste Reiseveranstalter für Ferien in der Schweiz pflegt die Gasttschaft aus den UK systematisch. Auf Initiative von Switzerland Travel

Mark Mosimann

Mark kam 2007 zu Mosimann, nachdem er

UK/CH – htr.ch August 2019



W Sport ▸ Rugby ▸ Wales Rugby Team

The stunning pictures from Wales' Rugby World Cup camp as players settle in to new surroundings

Wales are currently in Switzerland for an altitude training camp

SHARE COMMENTS

By **Matthew Southcombe** Rugby Audience Editor
12:02, 14 JUL 2019 | UPDATED 12:03, 14 JUL 2019

SPORT



The players taking in the views in Switzerland (Image: Owen Watkin/Instagram)

UK/CH – walesonline.co.uk Juli 2019



NOTIZIE

A piedi sull'Aletsch

Sul più vasto ghiacciaio alpino è stato aperto il percorso che tocca 9 punti panoramici

Una nuova, emozionante esperienza sul ghiacciaio dell'Aletsch, sito Unesco. È stato, infatti, inaugurato il percorso a piedi, ad anello, del monte Eggishorn. Parte dalla stazione d'arrivo dell'omonima funivia (a 2.869 m) e conduce a 9 stupendi punti panoramici, segnalati da cartelli informativi, anche in italiano (a sinistra, sotto), che forniscono notizie sul più grande ghiacciaio delle Alpi (a sinistra, sopra), 23 km di lunghezza. Per esempio: se il ghiacciaio si sciogliesse potrebbe fornire 1 litro d'acqua al giorno a tutta la popolazione mondiale per oltre 4 anni. Lungo il percorso c'è anche il Photopoint, un totem che permette di scattare una foto ricordo da scaricare da un sito indicato. La passeggiata è lunga 500 metri, dura un'ora compresa la sosta, non presenta grandi difficoltà ed è adatta a tutti. Per arrivarci si parte da Fiesch; 40 chilometri dopo il Passo del Sempione, e in poco più di un quarto d'ora con la funivia si raggiunge la partenza del sentiero. L'anello dell'Eggishorn può essere considerato il primo approccio all'Aletsch Arena, comprensorio che offre svariati spunti per escursioni di ogni grado di difficoltà. In occasione dell'inaugurazione dell'anello è stato lanciato un concorso video/fotografico su Instagram che terminerà il 27/10; #myaletschmoment (Giuseppa Motta)

INFO Percorso ad anello dell'Eggishorn www.aletscharena.ch
Biglietto funivia Fiesch-Eggishorn: 45 franchi (41 €) a/r.

Mercoledì 318 € 4,00 in Italia

OTTOBRE 2019
BELL'EUROPA (E DINTORNI)

IT - Bell'Europa – Oktober 2019 Leserschaft: 290'000



Tankstation voor de ziel

De onzichtbare krachten in de wereld van rotsen, water en ijs

Ik worstel een beetje met dit onderwerp, een verhaal over *Kraftorte*, krachtplekken in de bergen. Over onzichtbare verschijnselen in de natuur. Over gelofte en bijgeloof. Over ongezonde spanning in het dagelijks bestaan en over ontspanning in de bergen. Ik zoek verklaringen, bewijs, ik wil iets in handen hebben, ik probeer het te begrijpen. Ik ben niet iemand die bij voorbaat aanneemt of gelooft dat er meer is tussen hemel en aarde. Of tussen dat en bergtop.

Tekst: Peter Daalder. Foto's: Karin Stille/Aletsch Arena en Bettina Wimmerburg

Er werd wat gegeminkt toen ik met de *Kraftorte* op de proppen kwam. Het ja, ik. En ja, ik stond ook achter mijn voorstellingen te staan tegen de Aletschgletsjer. En ja, ik deed braaf mee aan de yoga. En ja, ook ik onderging het boedisme. En ja, ik stond met een wicahouche in mijn handen. En met een pendel.

Scappis
We zitten op een bankje op de Fineralp, een alp een paar honderd meter boven Engalberg. In de diepte ligt het 'Sennenetal' en we kijken naar de steile wanden van de Schlessberg, de Gote en de Käsin Spizert, de Bärenhorn en de Tilla, het symbool van Engalberg. Bergen rond de 3000 meter met grote sneeuw- en ijskanten, mille rotzovets, zaker vijftien behoorlijke gletsjerbekken en watermolens die die diepte in stormen, en verder behalve een wat verstopt liggende berghut, niets. Puur natuur, mooi, grilig, groot, geweldig.

Fineralp is aangehouden als een aaneenschakeling van *Kraftorte*, krachtplekken. Er staan talrijke berijzen met de uitgang van de maan dat het ijs krachtplekken. Bij een paar meerjes, tussen twee rotzoblokken, bij een bosje met een minaretbuis, bij een wild stromende beek, een rots van lang geleden afgeblazen rotsen. De waarden van Fineralp vermit een verhaal over de kracht die zij voelde bij twee kleine meerjes. Mooie rustige waterrijen waarin de bergketen van de overkant weerspiegelt.

Het klinkt kinderachtig, maar ik vraag het aan fotograaf Benate. "Maak jij nou iets?" Ik vertel haar van mijn bezoek in Nederland aan wicahoudeleider Kees van Spijk. Scappis, hocus focus, agressie, hij kent de reacties als het gaat om zaken die je niet meteen kunt bespeken en begrijpen. "Er zijn in de natuur meer dingen die je niet kunt zien, maar die er wel zijn", vertelde Van Spijk. "Kan jij wind zien? Nee, maar die is er wel degelijk. Er zijn mensen die het hebben van winden als de Rijn, bene, stield en stocco. Veel van die winden komen juist in bergachtige streken voor. Zwaar hoofdpijn is daarbij een bekend verschijnsel. Stating kun je ook niet zien, maar wel meten. Ook daarvan hebben



Philippe Chenu geniet met zijn pendel van een krachtige jukt bij de Eggishorn, boven de Aletschgletsjer.

HOOGTELIJN 2019 | 55

54 | HOOGTELIJN 2019

NL – Hoogtelijn September 2019 Leserschaft 65'000

跑世界自然遺產：
瑞士阿爾卑斯山阿萊奇冰川半馬

上回談到瑞士瓦萊州(Valais)的悠閒小城Brig以及瑞士意大利邊境，兩日跑84公里的Gondo馬拉松賽。由Brig再向東玩，就會到瑞士另一個著名的山區阿萊奇(Aletsch Arena)，山上的冰川不僅是阿爾卑斯山脈最大的一塊，因為其壯麗，與周邊原始的自然環境與瑞士山民傳統文化，已成為聯合國世界自然遺產，也是瑞士另一個有生之年必去的山區。

阿萊奇冰川長23公里，總面積為414平方公里，差不多有半個香港大，由伯恩州的著名的少女峰延伸至瓦萊州的Bettmerhorn峰。不過全球暖化下，寒帶或高海拔的冰川相繼融化，當冰川萎縮至一個點，無法符合科學上冰川的定義，這就是冰川的死亡。

阿萊奇冰川每年都會消失幾百米，冰川已沒有上世紀的壯觀與澎湃了，若果地球繼續暖下去，預料到末世紀末，整條冰川就會死亡了，所以看就要趁早，早玩早享受。

對於愛跑者，遊覽大自然名勝的最好方法，當然是看看當地有沒有跑步比賽可參加。果然阿萊奇山區有一個相當受歡迎的比賽——6月中的阿萊奇冰川半馬(Aletsch Glacier Half Marathon)，每年吸引2,500名世界各地的跑友參加。山長水遠去到瑞士跑個半馬，聽上去好像很不划算，但比賽值不值得跑，最重要是風景及賽事安排，長度只是其次。

阿萊奇冰川半馬由海拔接近2千米的阿爾卑斯山小鎮Bettmeralp出發。Bettmeralp與馳名的Zermatt一樣，都是只容許小型電動車在鎮內行駛，但Bettmeralp寧靜得多，少一點遊客的喧囂，你真正感受瑞士山區鄉村的風味。沿途有湖、有山，下半段則是賽事的精華，讓你180度飽覽腳下冰川的風景與地貌，左邊看冰川，右邊是壯闊的山脈。

怪不得有網站更把阿萊奇冰川半馬，列為瑞士十大風景最美比賽之首。這個半馬也是一隻越野賽，所以人數只能限2,500人，每五分鐘出發一批跑者。比賽總爬升約1,100米，下降4百多米，大部分爬升都在賽事的末段，終點是Eggishorn峰頂，也是觀賞阿萊奇冰川最佳的位置。

最後提一提著數！瑞士不少比賽都會跟瑞士火車公司SBB合作，參加者可以得到由瑞士任何地方，來回起點的免費火車票，阿萊奇冰川半馬也有提供，算是火車票已省一筆了。所以放跑是遊瑞士的好方法，一生人，只跑瑞士已夠快樂了。明年的阿萊奇冰川半馬於6月21日舉行，11月開始報名。

文：HY / FB Page: 馬拉松 越野跑 看世界 / Run the World

Hongkong – Oktober 2019 Artikel zum Aletsch Halbmarathon



Social Media

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

#aletscharena #myaletschmoment

 Instagram
[instagram.com/aletscharena_ch](https://www.instagram.com/aletscharena_ch)

 Facebook
[facebook.com/aletscharena](https://www.facebook.com/aletscharena)

 twitter
twitter.com/aletschArena_ch

 Youtube
[youtube.com/aletscharena](https://www.youtube.com/aletscharena)

Kampagnen

Das Kampagnenmanagement stellt ein weiterer wichtiger Pfeiler im Rahmen der Marketing und Verkaufstätigkeiten dar. So wurden Kampagnen in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus (Familien-Kampagne, Kids4free) und Valais Wallis Promotion für den Winter 18-19 und Sommer 2019 durchgeführt. Weitere wichtige Vermarktungsmassnahmen sind als eigenständige Kampagnen umgesetzt worden:

Eigene Winterkampagnen

- Winter-Wettbewerb «my.aletscharena.ch»
- Kampagne „Winterstart“
- «Schgi-fer-frii» die Wintersport-Förder-Promotion
- Nebenkampagnen: World Snow Day, Seppi-Tag, Ostern in den Bergen...

Eigene Sommerkampagnen

- Frühlingserwachen – Frühlingsfahrt zur Hohfluh
- Gletschererlebnisse
- Lancierung Rundweg Eggishorn
- Sinneserlebnisse
- Instagram-Wettbewerb #myaletschmoment
- Herbstsonne
- Nebenkampagnen: Hängebrücken Aletsch-Goms, Stoneman-Glaciara...

Weitere Promotionsmassnahmen

- Promotionen CH (Migros-Cumulus, Railway Snow'n'Rail, Concordia-Versicherung, BLS, Grand Tour of Switzerland, ...)
- E-Marketing (Online-Advertising, Social Media, Newsletter-Versand etc.)
- Präsenz auf Informations- und Vertriebsplattformen: loisirs.ch, freizeit.ch, skiresort.de, Wintersportportale allg., ausflugsziele.ch, topin.ch...)
- TV-Livecam-Übertragung (täglich auf SRF 1 und RTS 1)
- Radiospots RRO
- Plakatierung
- Kreation von Broschüren und Flyern und deren Distribution
- usw.



Marktbearbeitung (Marktmanagement)

Der wichtigste Schweizer Markt wurde wieder stark mit oben erwähnten eigenen Kampagnen sowie auch mit zentralen Kampagnen in Zusammenarbeit mit den Dachorganisationen Valais Wallis Promotion (Winter-Kampagne / Sommer-Kampagne) und Schweiz Tourismus (Familien-Kampagne) bearbeitet. Dank diesen Partnerschaften waren wir u.a. vertreten im Seek Magazin (SonntagsZeitung & Schweizer Familie, 1'175'000 Leser, im Le Matin Dimanche 371'000 Leser, in der SonntagsZeitung 558'000 Leser, im Wallis Magazin als Beilage im Schweizer Illustrierte (592'000 Leser) und Magazine Valais, u.a. verteilt als Beilage im L'illustré.

Auch international braucht es Kooperationen mit VWP und ST um uns als

Aletsch Arena wirksam zu positionieren, wobei die wichtigsten Standbeine die Medienarbeit und das Key Account Management sind.

Wir bearbeiteten aktiv die Märkte Deutschland, UK, BeNeLux und Italien sowie die MICE-Partner von VWP. In enger Zusammenarbeit mit der Matterhorn Region AG stellten wir in den Fernmärkten unsere Vertretung sowohl in promotioneller wie kommerzieller Hinsicht sicher.

Damit ergibt sich im Geschäftsjahr 2018/19 insgesamt folgendes Bild (Aktive Präsenz der Aletsch Arena AG an folgenden Fach- und Publikumsmessen (B2C=Fachmesse/-Anlass, B2C=Publikumsmesse/-Anlass):

STM, Luzern	21.-23.10.2019	B2B
Expo Surbtal, Surbtal	11.-13.10.2019	B2C
Aspen Saison Opening, Belgien	4.-6.10.2019	B2B
Präsenz Coop Center Züri, TG	30.9.-5.10.2019	B2C
Foire du Valais, Martinach	28.9.-6.10.2019	B2C
STE, India	10.-20.9.2019	B2B
Bourse d'échange, Martigny	28.5.2019	B2B
Expo Rheinfelden, Rheinfelden	10.-12.5.2019	B2C
ST Ferientag, Luzern	23.-25.4.2019	B2B
Closing Event Snow Centre, London, UK	13.-14.4.2019	B2C
Präsenz Coop Zentrum Riedmatt, Rümlang ZH	4.-28.4.2019	B2C
Grüezi Deutschland Tour, Deutschland	1.-3.4.2019	B2B
Workshop KAM China, Luzern	26.3.2019	B2B
Workshop India, St. Moritz	20.-22.3.2019	B2B
Sales Calles und Luncheon, Hongkong	11.-13.3.2019	B2B
Präsenz Coop Kreuzlingen, TG	6.-16.3.2019	B2C
STE, SEA	4.-8.3.2019	B2B
Destinations Show, London, UK	31.1.-3.2.2019	B2C
BernExpo, Bern	24.-27.1.2019	B2C
Bergsportdag, Nieuwegein, NL	20.01.2019	B2C
CMT, Stuttgart, DE	12.-20.1.2019	B2C
Asia Pacific Workshop ST, Lausanne	13.-16.12.2018	B2B
Salon de la Montagne, Palexpo Genf	2.-4.11.2018	B2C



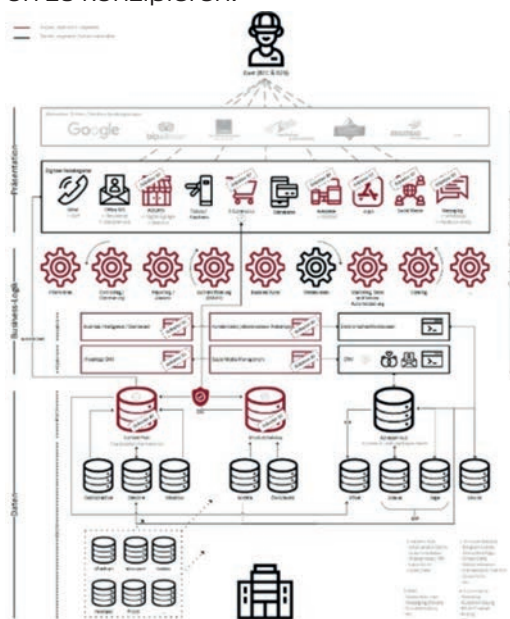
Damit Reiseveranstalter sich persönlich überzeugen können, die Aletsch Arena in ihrem Angebot aufzunehmen, haben wir 2018-19 insgesamt 183 Reisebranchenmitarbeitende zu uns eingeladen. Vor allem in den Fernmärkten ist dies sehr wichtig:

Herkunftsland	2018/2019	2018/2019
	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax
China	10	97
Taiwan	3	17
Korea	2	17
Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia (SEA)	3	13
UK	1	12
USA/ Australien	1	12
Rusland	3	12
Polen, Tschechien	1	1
Niederlande	1	1
Indien	1	1
Total	26	183

8 E-Business

Einleitung

Im Bereich E-Business lag der Fokus auf der Umsetzung der im 2018 erarbeiteten Digitalisierungsstrategie. Vorab galt es, die Systemarchitektur der Destination zu konzipieren.



Mit der Systemarchitektur wurde definiert, welche Rolle die verschiedenen Systeme innerhalb des Unternehmens einnehmen und wie die Systeme über Schnittstellen miteinander interagieren. Dieses Zielbild ist DIE Grundlage für sämtliche bevorstehenden Digitalisierungsprojekte. Im Geschäftsjahr 2018-2019 waren dies unter anderen die Einführung des digitalen Meldewesens bzw. der digitalen Gästekarte und der zentralen CRM-Lösung, sowie konzeptionelle Arbeiten für einen sogenannten Content Hub (Redaktionssystem). Die Kombination der verschiedenen Systeme (Digitale Gästekarte, CRM-Software, Content Hub) wird es der Aletsch Arena AG ermöglichen, zukunftsweisende Webplattformen umzusetzen, in dem der Kunde, mit all seinen Interessen und Vorlieben, im Vordergrund steht.

Die Digitalisierungsstrategie wurde vor Jahresfrist gemeinsam mit den Aletsch Bahnen AG erarbeitet. Entsprechend eng waren die verschiedenen Projekte von Tourismus und Bergbahnen abgestimmt, um das destinationsübergreifende Zielbild gemeinsam umzusetzen. Unter anderem war die Aletsch Arena AG auch bei der Lancierung des neuen Webshops (Dynamic-Pricing) der Aletsch Bahnen AG involviert.

Digitales Meldewesen / Digitale Gästekarte

Das Projekt „Digitales Meldewesen / Digitale Gästekarte“ wurde eng durch die Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG (RWO AG) begleitet. Das Projekt hatte zum Ziel, eine optimale, integrative Systemvariante zu entwickeln, um in der Aletsch Arena eine vernetzte Gästekarte einzuführen. Die Erkenntnisse aus diesem Projekt sollten im Anschluss auch überregional den restlichen Destinationen zu Gute kommen.

Nachdem in einer Projektgruppe, bestehend aus Vertretern von Gemeinden, Bergbahnen, Hotellerie, FeWo, Destination und externen Partnern, die Anforderungen definiert wurden, erfolgte eine Ausschreibung an mögliche Systemanbieter. Insgesamt 4 Anbieter reichten ein Angebot ein, welche anschliessend, mit Hilfe eines Bewertungsrasters, verglichen wurden. Im Februar 2019 konnte schliesslich der Systementscheid gefällt werden und das Projekt ging in die Umsetzung. In diesem Rahmen wurde im Geschäftsjahr 2018-2019 insbesondere auch das Pflichtenheft für das digitale Meldewesen und die digitale Gästekarte erarbeitet.



Abbildung 2: Symbolbild Digitale Gästekarte Aletsch Arena

CRM-Software

Kunden erwarten im Zeitalter der Digitalisierung eine personalisierte Ansprache und das mit dem richtigen Inhalt, zur richtigen Zeit auf dem richtigen Endgerät. Damit auch die Aletsch Arena diesem Kundenbedürfnis in Zukunft gerecht werden kann, soll eine zentrale CRM-Software eingeführt werden. Kundendaten, welche über unterschiedliche Systeme (Gästekarte, Webshop, Webseite, etc.) generiert werden, müssen zentral im CRM zusammengeführt werden, so dass die 360° Kundensicht sichergestellt werden kann.

Wie auch im Projekt „Digitales Meldewesen / Digitale Gästekarte“ gab es auch für die CRM-Software eine System-Evaluation. Insgesamt 9 Systemanbieter reichten ein Angebot ein. Für die Bewertung der Systeme führte die Aletsch Arena AG anschliessend mit jedem Systemanbieter eine Live-Demo durch. Diese Erkenntnisse flossen anschliessend in das finale Bewertungsraster, so dass auf März 2019 der Systemscheid gefällt werden konnte.

Im Rahmen der Erarbeitung der Systemarchitektur wurde definiert, dass das

Zielbild möglichst modular aufgebaut ist. Das heisst, dass einzelne Systeme in Zukunft ausgetauscht werden können, ohne dass das Gesamtkonstrukt in sich zusammenfällt. Diesem Ansatz wird das zukünftige CRM gerecht. Die Datenbank mit den Kundendaten ist im Besitz der Destination und kann ohne Verpflichtungen zu einem neuen CRM-Anbieter übernommen werden.

Datenschutzkonzept

Im Rahmen der Digitalisierung ist es der Aletsch Arena AG ein grosses Anliegen, den Umgang mit Kundendaten datenschutzkonform zu handhaben. Hierzu wurden im Geschäftsjahr 2018-2019 systemübergreifend (Meldewesen, Gästekarte, Webshop, etc.) die verschiedenen Anwendungsfälle mit einer Rechtskanzlei analysiert und die entsprechenden datenschutzrechtlichen Massnahmen definiert. Diese Massnahmen werden nun in den verschiedenen Systemen und fachlichen Dokumenten (Datenschutzbestimmungen, etc.) laufend umgesetzt.



Content Hub

Die zukünftigen Kommunikationskanäle wie Webseite, Web-App, Bildschirme, Newsletter, etc. sollen in naher Zukunft nur noch über ein zentrales Redaktionssystem, einem sogenannten Content Hub, bewirtschaftet werden. Stand heute muss die Aletsch Arena AG bspw. die Inhalte für die App, Webseite und Bildschirme in den Infocentern auf 3 verschiedenen Systemen pflegen. Dieser Aufwand soll mit der Einführung eines Content Hubs reduziert werden. Weiter werden die erfassten Daten in einem einheitlichen Format und maschinenlesbar strukturiert, so dass die Informationen kanalübergreifend genutzt werden können. Die Daten sind so beispielsweise bereits für Suchmaschinen (Google, etc.) optimiert oder kön-

nen auch für neue Technologien, wie Sprachassistenten oder auch Chatbos verwendet werden. Neben diesen Mehrwerten gibt es noch zahlreiche weitere Vorteile, die der Content Hub in Zukunft mit sich bringt.

Wie in den vorangegangenen Projekten bereits erfolgt, galt es auch für den Content Hub eine Evaluationsprozess durchzuführen. Insgesamt fand ein Austausch mit 21 Anbietern statt, wovon 5 Anbieter zu einem Pitch eingeladen wurden. Während diesem Pitch konnten sich die verbleibenden Anbieter dem Projektteam präsentieren und die Argumente vorzeigen, warum sie der richtige Anbieter für die Aletsch Arena sind. Auch dieser Systementscheid konnte indessen gefällt werden.

Webseite aletscharena.ch

Die Webseite aletscharena.ch wurde auch im Geschäftsjahr 2018-2019 weiterentwickelt. Neben der Integration des Webshops der Aletsch Bahnen AG, und einem entsprechenden Redesign des „Buchen-Widgets“, wurde die interaktive Karte prominenter in die Websei-

te integriert. Zusätzlich wurden weitere Optimierungen im Bereich Content und Performance umgesetzt. Im Hinblick des geplanten Neuaufbaus der Webplattformen (Webseite/App), wurden jedoch grössere Änderungen vorerst zurückgestellt.

Kennzahlen der Webseite

	2017-2018	2018-2019	Vergleich
Anzahl Nutzer	924'725	977'684	+5,73%
Durchschn. Besuchszeit auf Seite	00:02:50	00:02:49	-0,40 %

Kennzahlen Webseite aletscharena.ch 2018-2019

977'684
Nutzer

+5,73%
im Vergleich



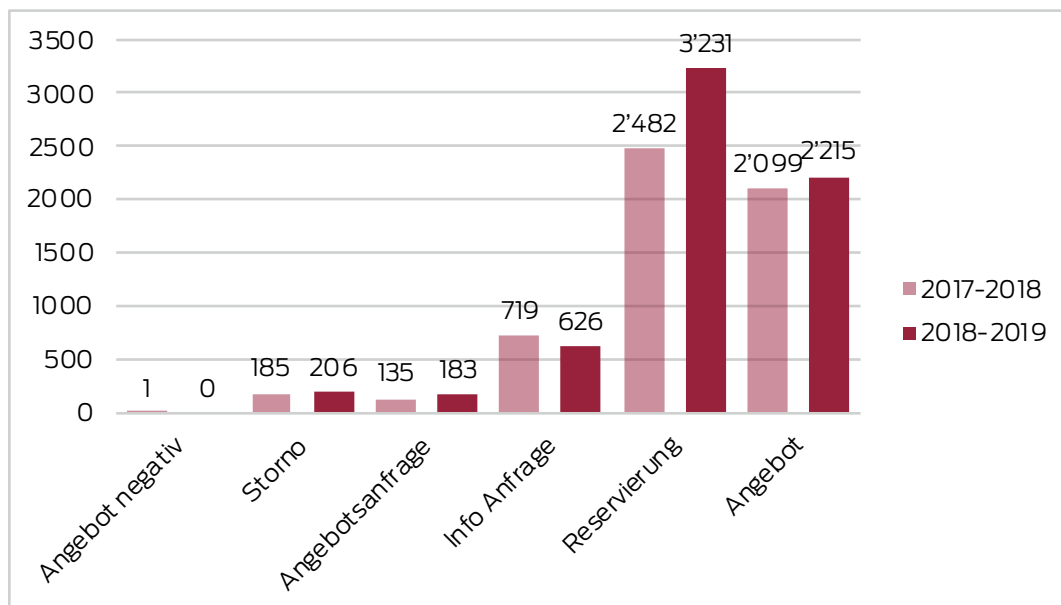
Destinations-Management-System (DMS) Deskline 3.0

Aus dem DMS werden Infrastrukturen (Restaurants, Sportgeschäfte, Gewerbe, etc.), Unterkünfte, Zusatzleistungen und Events zur Verwendung der zahlreichen eigenen Systeme, wie Webseite, App und Newsletter-Tool, aber auch für Fremdsysteme wie RRO, Valais Wallis Promotion oder Schweiz Tourismus herausgezogen.

Kennzahlen DMS Deskline 3.0

Das nachfolgende Diagramm zeigt den Zusammenzug aller Unterkunfts-Transaktionen (inkl. Fremd-Transaktionen), die über das DMS erfolgt sind. Ge-

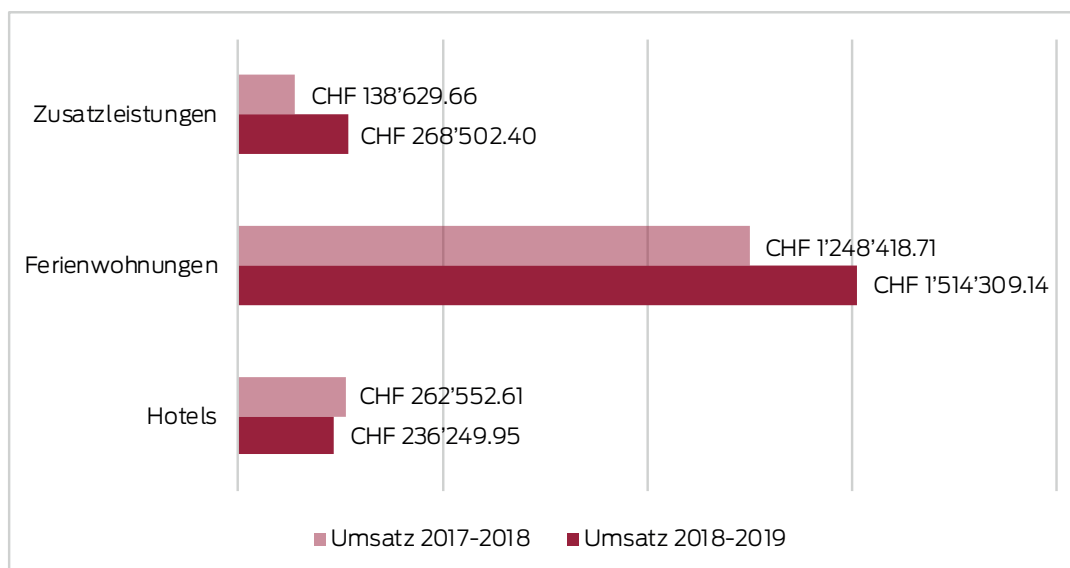
schäftsjahr 2017-2018 mit Geschäftsjahr 2018-2019 stehen in direktem Vergleich. Bei 626 Info-Anfragen handelt es sich um Prospektanfragen. Im Weiteren wurden 183 Angebotsanfragen getätigt, die durch Gäste gemacht wurden, wenn ein Objekt zur angefragten Zeit keine Verfügbarkeiten ausweisen konnte. Von den total 3'231 Reservierungen wurden 80% direkt über die Webseite aletscharena.ch generiert. Die restlichen 16.5% der Buchungen wurden via Schnittstellen von myschweizland.com, e-domizil oder Interhome erzielt. Hier ergab sich eine Steigerung von 287 auf 329 Buchungen, im Vergleich zum Geschäftsjahr 2017-2018.



Statistik Transaktionen DMS Deskline 3.0 2018-2019



Werden die Reservierungen über die Webseite aletscharena.ch (DMS Deskline 3.0) nach Typ unterteilt, dann ergeben sich für die Ferienwohnungen 43%, Hotels 16% und Zusatzleistungen 41% aller Buchungen. Umsatzmässig führt dies zu folgendem Bild:

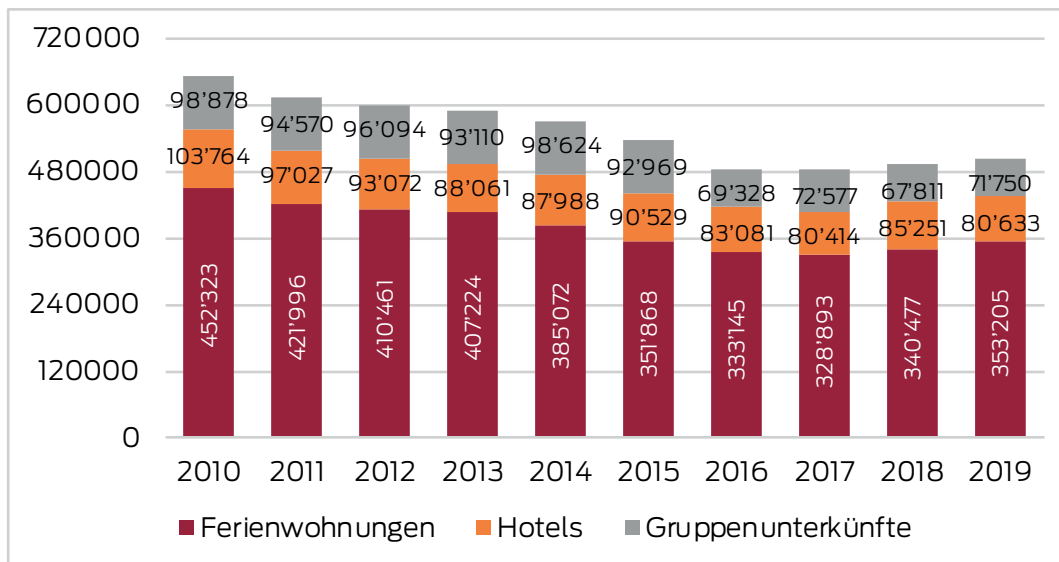


Buchungen / Umsatz DMS Deskline 3.0 2018-2019

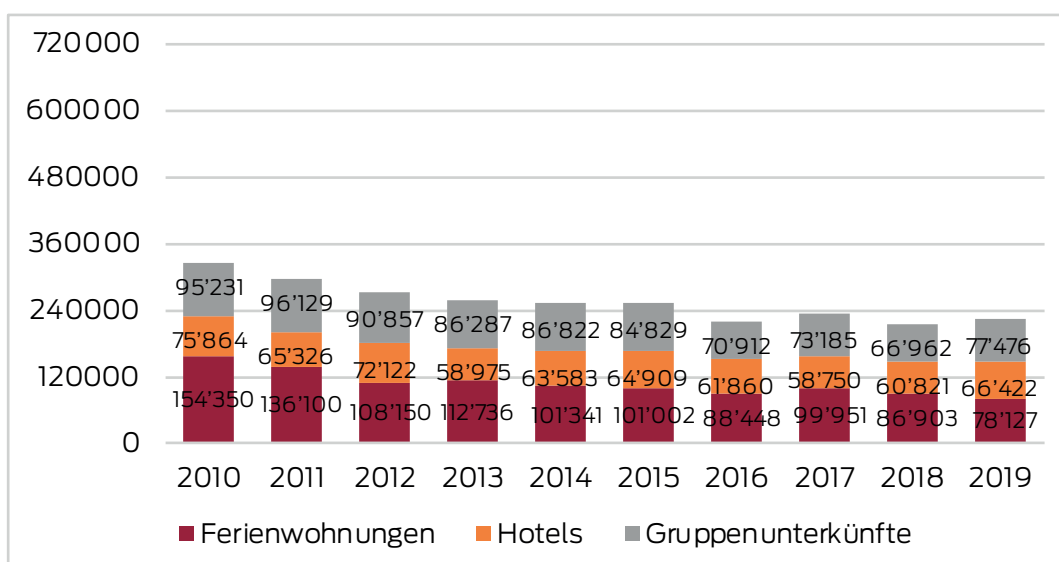


9 Logiernächte Aletsch Arena

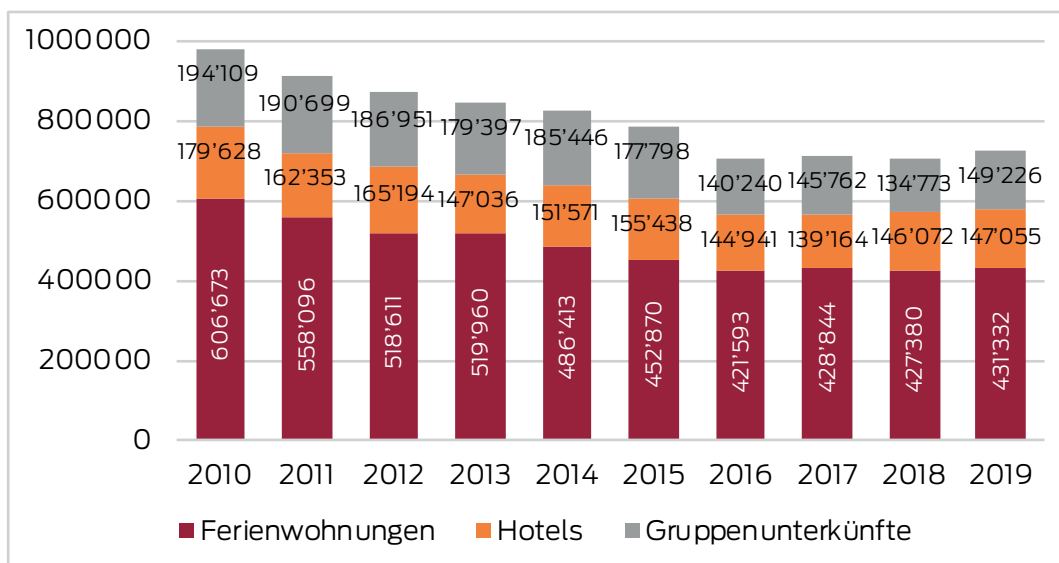
Winter 2018/2019 (November – April)



Sommer 2019 (Mai – Oktober)



Total Geschäftsjahr 2018/2019 (November – Oktober)



Land	2017/18 Total	Pos.	2018/19 Total	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos.	Markt- anteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
Schweiz	402'570	1	409'329	1.68%	6'759	1	70.77%		75.09%
Deutschland	95'375	2	95'285	-0.09%	-90	2	16.47%	56.36%	82.69%
BeNeLux	45'746	3	44'535	-2.65%	-1'211	3	7.70%	26.34%	77.60%
Frankreich	4'471	6	5'265	17.76%	794	5	0.91%	3.11%	50.71%
UK	6'514	5	5'245	-19.48%	-1'269	6	0.91%	3.10%	50.87%
Aussereuropa	11'876	4	12'227	2.95%	351	4	2.11%	7.23%	21.02%
Italien	2'230	7	1'779	-20.22%	-451	7	0.31%	1.05%	36.87%
Middle Europe	1'276	9	1'669	30.80%	393	8	0.29%	0.99%	32.59%
Russland	1'177	10	620	-47.29%	-557	11	0.11%	0.37%	28.85%
Spanien	572	11	1'177	105.78%	605	10	0.20%	0.70%	49.61%
Nordics	1'646	8	1'257		-389	9	0.22%	0.74%	60.72%
Zwischentotal	573'452		578'387	0.86%	4'934		100%	100%	
Mit Gruppenunterkünfte	140'289		149'226	6.37%	8'937				
Mit Pauschalen	151'834		149'430	-1.58%	-2'404				
Gesamttotal Logiernächte	865'575		877'043	1.32%	11'468				

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



Winter

Hotellerie Aletsch Arena pro Markt (1.11.2018-30.4.2019)

Land	2017/18 Hotel	Aufenth. Dauer	Pos.	2018/19 Hotel	Abw. in %	Abw. Absolut	Aufenth. Dauer	Pos.	Markt- anteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
Schweiz	60'392	3.09	1	59'157	-2.05%	-1'235	2.99	1	73.37%	58.01%	
Deutschland	10'258	5.23	2	9'420	-8.17%	-838	4.99	2	11.68%	57.10%	43.86%
BeNeLux	6'945	5.02	3	6'675	-3.89%	-270	4.88	3	8.28%	66.92%	31.08%
Frankreich	1'213	3.91	6	1'081	-10.89%	-132	3.28	6	1.34%	41.66%	5.03%
UK	2'058	5.46	4	1'212	-41.12%	-846	4.46	5	1.50%	47.02%	5.64%
Asien	1'263	1.43	5	1'252	-0.86%	-11	1.42	4	1.55%	16.22%	5.83%
Italien	443	2.49	10	483	9.11%	40	2.23	7	0.60%	43.04%	2.25%
Middle Europe	317	3.52	11	274	-13.52%	-43	2.97	9	0.34%	24.34%	1.28%
Amerika	668	4.78	7	377	-43.59%	-291	3.21	8	0.47%	29.94%	1.75%
Afrika & Ozeanien	141	4.32	13	140	-0.25%	0	4.71	12	0.17%	42.26%	0.65%
Russland	659	4.75	8	148	-77.55%	-511	4.67	11	0.18%	33.53%	0.69%
Spanien	159	3.69	12	86	-46.15%	-73	2.41	13	0.11%	14.42%	0.40%
Nordics	551	6.19	9	156	-71.75%	-395	2.61	10	0.19%	31.54%	0.72%
Übrige	184	4.47		173	-5.84%	-11	4.29		0.21%	50.02%	0.81%
Total	85'251	3.38		80'633	-5.42%	-4'618	3.20		100%		100%

Parahotellerie Aletsch Arena pro Markt (1.11.2018-30.4.2019)

Land	2017/18 FeWo	Pos.	2018/19 FeWo	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos.	Markt- anteil	Anteil Winter	Anteil Ausland
Schweiz	245'254	1	257'400	4.95%	12'146	1	72.88%	83.75%	
Deutschland	66'066	2	63'666	-3.63%	-2'400	2	18.03%	80.81%	66.45%
BeNeLux	23'916	3	25'332	5.92%	1'416	3	7.17%	73.30%	26.44%
Frankreich	930	6	1'953	110.00%	1'023	4	0.55%	73.15%	2.04%
UK	1'649	4	1'730	4.91%	81	5	0.49%	64.84%	1.81%
Aussereuropa	1'254	5	1'569	25.12%	315	6	0.44%	61.05%	1.64%
Italien	617	7	310	-49.76%	-307	10	0.09%	47.26%	0.32%
Middle Europe	57	10	358	528.07%	301	9	0.10%	65.81%	0.37%
Russland	214	9	64	-70.09%	-150	11	0.02%	35.75%	0.07%
Spanien	46	11	397	763.04%	351	8	0.11%	67.98%	0.41%
Nordics	474	8	426	-10.13%	-48	7	0.12%	55.83%	0.44%
Total	340'477		353'205	3.74%	12'728		100%		100%

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



Sommer

Hotellerie Aletsch Arena pro Markt (1.5.-31.10.2019)

Land	2017/18 Hotel	Aufenth. dauer	Pos.	2018/19 Hotel	Abw. in %	Abw. Absolut	Aufenth.	Pos.	Markt-anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	41'589	1.79	1	42'635	2.52%	1'048	1.88	1	64.19%	41.81%	
Deutschland	4'963	2.25	3	7'056	42.18%	2'093	2.73	2	10.62%	42.77%	29.66%
BeNeLux	2'727	3.23	4	3'230	18.43%	503	2.77	4	4.86%	32.38%	13.58%
Frankreich	1'512	1.88	5	1'534	1.42%	22	1.90	5	2.31%	59.10%	6.45%
UK	664	2.29	8	1'377	107.50%	713	3.31	6	2.07%	53.43%	5.79%
Asien	6'329	1.13	2	6'640	4.92%	313	1.11	3	10.00%	86.01%	27.92%
Italien	543	1.55	9	647	19.29%	105	1.81	9	0.97%	57.64%	2.72%
Middle Europe	686	2.25	7	871	26.98%	186	2.16	8	1.31%	77.41%	3.66%
Amerika	709	1.70	6	899	26.84%	190	1.82	7	1.35%	71.49%	3.78%
Afrika & Ozeanien	160	1.72	13	194	21.61%	35	1.80	13	0.29%	58.47%	0.82%
Russland	192	1.98	12	299	55.99%	107	1.92	12	0.45%	67.70%	1.26%
Spanien	266	1.35	11	521	95.97%	255	1.72	10	0.78%	87.91%	2.19%
Nordics	291	1.91	10	345	18.32%	53	1.92	11	0.52%	69.80%	1.45%
Übrige	193	1.75		171	-11.74%	-23	1.61		0.26%	49.39%	0.72%
Total	60'821	1.75		66'422	9.21%	5'601	1.67		100%		100%

Parahotellerie Aletsch Arena pro Markt (1.5.-31.10.2019)

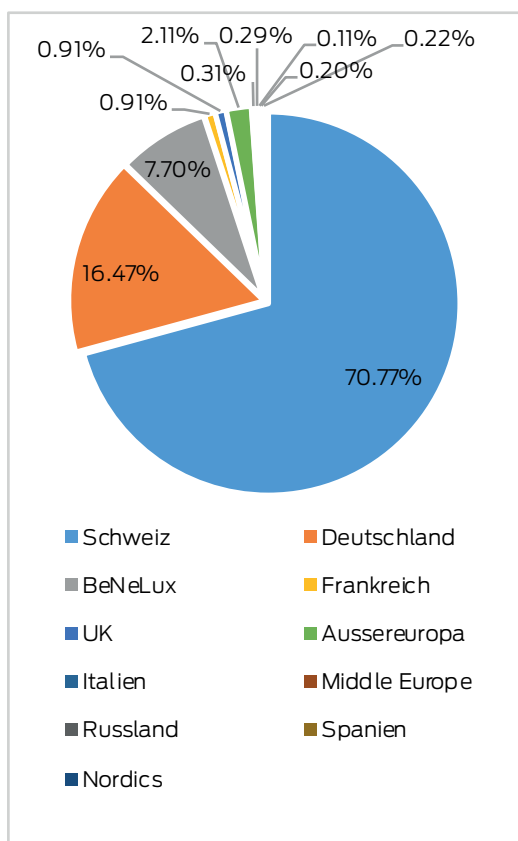
Land	2017/18 FeWo	Pos.	2018/19 FeWo	Abw. in %	Abw. Absolut	Pos.	Markt-anteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	55'326	1	49'950	-9.72%	-5'376	1	63.93%	16.25%	
Deutschland	14'073	2	15'121	7.45%	1'048	2	19.35%	19.19%	53.66%
BeNeLux	12'142	3	9'229	-23.99%	-2'913	3	11.81%	26.70%	32.75%
Frankreich	820	6	717	-12.56%	-103	6	0.92%	26.85%	2.54%
UK	2'138	4	938	-56.13%	-1'200	5	1.20%	35.16%	3.33%
Aussereuropa	1'014	5	1'001	-1.28%	-13	4	1.28%	38.95%	3.55%
Italien	629	7	346	-44.99%	-283	7	0.44%	52.74%	1.23%
Middle Europe	219	9	186	-15.07%	-33	9	0.24%	34.19%	0.66%
Russland	111	10	115	3.60%	4	11	0.15%	64.25%	0.41%
Spanien	102	11	187	83.33%	85	10	0.24%	32.02%	0.66%
Nordics	329	8	337	2.43%	8	8	0.43%	44.17%	1.20%
Total	86'903		78'127	-10.10%	-8'776		100%		100%

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

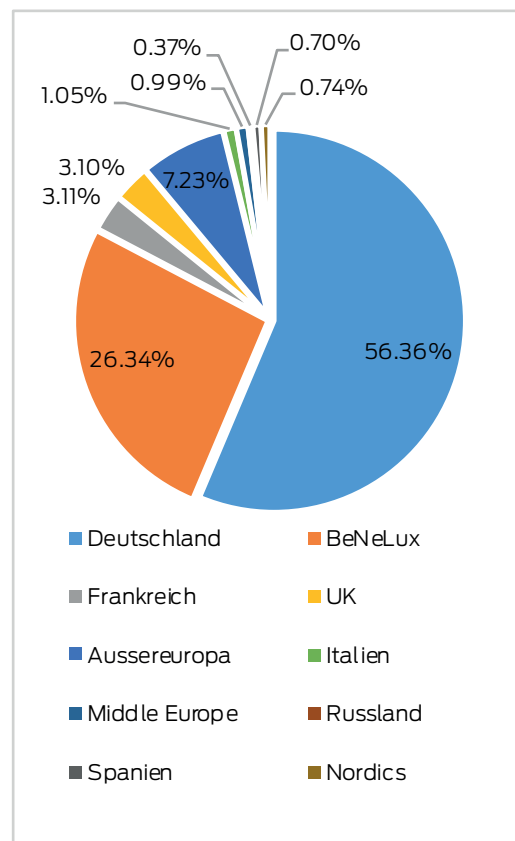


Marktanteile 2017/2018 (Gesamttotal der Logiernächte)

Marktanteil:
Schweiz 70.77% / Ausland 29.23%



Marktanteil Ausland





Bericht zu den Übernachtungszahlen Aletsch Arena 2017/18

Allgemein

Insgesamt verzeichnet die Aletsch Arena ein Plus von 1.32%, was 11'468 Übernachtungen entspricht.

1.32%

leichtes Plus

Sowohl die Hotellerie, die Parahotellerie als die Gruppenunterkünfte erreichten über das gesamte Geschäftsjahr das beste Resultat seit 2015.

-5.41%

Hotellerie Winter

Die Hotellerie verlor im Winter gegenüber Vorjahr um -5.42%, hat dafür im Sommer um +9.21% dazu gewinnen können. Das Gegenteil traf in der Parahotellerie ein: Ein Plus von +3.74% im Winter gegenüber einem Verlust von -10.10% im Sommer. Die Gruppenunterkünfte konnten das ganze Jahr über deutlich dazu gewinnen (+6.37%).

+3.74%

Parahotellerie Winter

+9.21%

Hotellerie Sommer

-10.10%

Parahotellerie Sommer

Märkte

2018/19 konnten wir erneut mehr Schweizer Gäste begrüßen (+1.68%, +6'759 ÜN), genauso wie Gäste aus Frankreich (+17.76%, +794 ÜN). Die Nachfrage aus Deutschland blieb insgesamt stabil, wobei die Hotellerie und die Parahotellerie aus den anderen wichtigen Europäischen Ländern (BeNeLux, UK, IT) ein Minus einfahren musste. Rechnet man jedoch die Gruppenunterkünfte wieder dazu, schafft es die Destination auch in den übrigen Europäischen Ländern auf ein deutliches

Plus (BeNeLux +30%, UK +8%, IT +17%). Auch in Übersee, Middle Europe und in Spanien konnte ein Wachstum festgestellt werden.

Saisonal betrachtet haben vor allem im Winter mehr Schweizer den Weg Richtung Aletsch Arena gefunden (+10'911 ÜN), genauso wie Gäste aus den BeNeLux-Staaten und Frankreich (+1'146 ÜN/+ 891 ÜN), aber weniger aus Deutschland (-3'238 ÜN) und UK (-765 ÜN).

Fast genau das Gegenteil traf im Sommer ein: Weniger Gäste aus der Schweiz und den BeNeLux-Staaten (-4'329 ÜN / -2'410 ÜN), dafür mehr Gäste aus Deutschland (+ 3'141 ÜN).

Die Anzahl Gruppen im Tages- und Übernachtungstourismus sind im Geschäftsjahr 2018-19 wieder stark gestiegen. Hauptsächlich kamen diese Gruppen, nach dem wichtigsten Schweizer Markt, aus den von der Matterhorn Region und der Aletsch Arena aktiv bearbeitete Märkte Taiwan, Hongkong, Korea und China.

Im 2. Jahr seit der gemeinsamen Fernmarktbearbeitung hatten wir durchgehenden täglichen Frühlingsbetrieb zum View Point Hohfluh. Hier verzeichneten die Aletsch Bahnen im Monat Mai 22% mehr Gruppen als im Vorjahr. Dank dem Frühlingsbetrieb konnten ausserdem die Individualfrequenzen um 42% gesteigert werden – erfolgreiche Massnahmen in Zusammenhang mit der Ganzjahresstrategie.



Benchmark

Walliser Hotellerie im Vergleich mit den touristischen Regionen der Schweiz

				2018 / 2019 VS. 2017 / 2018	
Kanton	Übernachtungen	Ankünfte	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	%	REAL
CH	38'659'214	19'289'186	2	4.16%	1'542'959
Zürich	5'822'408	3'362'579	1.7	2.66%	150'702
Bern	5'600'580	2'873'609	1.9	1.61%	88'641
Graubünden	5'219'919	1'975'345	2.6	2.34%	119'373
Wallis	4'209'687	1'823'751	2.3	2.54%	104'421
Genf	3'236'031	1'572'644	2.1	0.62%	20'090
Waadtland	2'983'785	1'490'082	2	2.52%	73'214
Ticino	2'322'239	1'111'247	2.1	2.04%	46'377
Luzern	2'214'637	1'273'481	1.7	2.30%	49'875
Basel-Stadt	1'419'714	756'353	1.9	2.66%	36'797

Hotellerie im Vergleich mit den Destinationen des Wallis *es handelt sich um Zahlen des BfS.

				2018 / 2019 VS. 2017 / 2018	
Destination	Übernachtungen	Ankünfte	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	%	REAL
Zermatt	1'588'037	668'951	2.4	5.97%	89'504
Saastal	434'769	129'018	3.4	-1.72%	-7'600
Crans-Montana	265'002	97'523	2.7	1.08%	2'830
Leukerbad	232'102	116'161	2	4.16%	9'277
Sierre-Anniviers	185'411	68'152	2.7	-1.49%	-2'810
Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz	179'390	62'290	2.9	0.92%	1'644
Brig-Simplon	167'981	80'189	2.1	7.68%	11'987
Martigny Région	163'450	99'421	1.6	1.46%	2'354
Aletsch Arena	149'269	61'364	2.4	-1.78%	-2'706
Goms	129'311	62'017	2.1	0.55%	712
Chablais	124'261	63'665	2	-1.70%	-2'146
Sion-Région	100'160	62'045	1.6	-3.96%	-4'128
Rund um Visp	78'227	42'208	1.9	3.66%	2'764
Ovronnaz	69'102	30'901	2.2	-4.02%	-2'897
Pays du St-Bernard	63'019	46'765	1.3	2.28%	1'405
Grächen	60'388	23'507	2.6	-0.42%	-253
Blatten-Belalp	53'067	26'072	2	4.09%	2'083
Val d'Hérens	40'362	22'634	1.8	-4.52%	-1'911
Anzère	39'546	13'935	2.8	-5.14%	-2'142
Nendaz	30'435	14'913	2	7.39%	2'094
Vallée du Trient	28'402	17'008	1.7	15.91%	3'898
Lötschental	27'996	15'012	1.9	1.68%	462



10 Jahresrechnung

Allgemein

Erfolgsrechnung

Im vierten ordentlichen Geschäftsjahr ist ein Ertragsrückgang von rund CHF 212'333.00 gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Die Aufwände sind gegenüber dem Vorjahr um CHF 136'288.35 tiefer ausgefallen. Es konnten Erträge in der Gesamthöhe von 4'680'243.30 erzielt werden (-4.34%). Demgegenüber schlägt das Total aller Aufwände mit CHF 4'676'338.79 zu Buche (-2.83%).

Die Personalkosten sind um 1.84% leicht tiefer als im Vorjahr. Der allgemeine Aufwand ist um 42.41% auf CHF 294'838.50 zurückgegangen. Die Gründe hierfür sind im wesentlichen der Ausbau des IC Riederalps und Projektmanagementkosten, welche im Vorjahr unter dieser Position erfolgswirksam gebucht worden sind (zu berücksichtigen ist dabei, dass Beteiligungen auch von Seiten Aletsch Bahnen AG und Gemeinde Riederalp erfolgswirksam gebucht worden sind). Der Aufwand für IT ist gegenüber dem Vorjahr um rund 29.47% höher. Der Aufwand für Material, Waren und Dienstleistungen ist mit CHF 833'040.19 um rund 21.60% tiefer als im Vorjahr. Der Grund hierfür ist, dass Pauschalangebote im Geschäftsjahr 2018/2019 grösstenteils nicht mehr über die Aletsch Arena AG abgerechnet wurden. Dies spiegelt sich auch auf der Ertragsseite wieder. Der Werbeauf-

wand hat sich um rund 14.65% gegenüber dem Vorjahr erhöht und beträgt CHF 1'766'589.36. Der Aufwand für Event und Animation hat sich gegenüber dem Vorjahr mit 4.97% unwesentlich verändert.

Die Jahresrechnung per 31.10.2019 weist einen Gewinn von CHF 3'904.51 aus. Dieser Gewinn resultierte aufgrund einer kostenbewussten Führung und der aktuellen Ertragslage.

Bilanz

Die Aletsch Arena AG startete in ihrem vierten ordentlichen Geschäftsjahr mit einem konsolidierten Bilanzgewinn von CHF 1'891.85 in die neue Rechnungsperiode. Der ausgewiesene Gewinn beträgt CHF 3'904.51. Vorbehältlich des Beschlusses der Generalversammlung wird der neue kumulierte Bilanzgewinn von CHF 5'796.36 in die Eröffnungsbilanz übernommen.

Für die Digitalisierungsstrategie wurden Rückstellungen in Höhe von TCHF 37 aufgelöst und gleichzeitig wurden für Projekte in die Infrastruktur rund TCHF 85 an Rückstellungen neu gebildet. Die Rückstellungen für Infrastruktur und touristische Projekte wurden somit insgesamt um TCHF 48 erhöht und betragen neu CHF 712'227.05

Kurtaxen und Pauschalen

Die Logiernächte haben sich gegenüber dem Vorjahr positiv entwickelt. Insgesamt haben sich die Einnahmen für Kurtaxen um CHF 32'231.45 erhöht und betragen CHF 1'788'400.10. Dies entspricht einem Plus von 1.84% gegenüber dem Vorjahr. Die Einnahmen aus Sporttaxen auf der Bettmeralp betragen CHF 43'426.05.

Tourismusförderungstaxe und Marketingbeiträge Bergbahnen

Die Erträge entsprechen den Budgetzahlen und wurden zweckgebunden eingesetzt.





Bilanz

	2018-2019		2017-2018	
		%		%
AKTIVEN				
Umlaufvermögen				
Kassa	39'763.60		31'881.20	
Postkonto	283'165.80		96'565.31	
Raiffeisenbank	1'100'433.35		1'141'956.86	
Flüssige Mittel	1'423'362.75	74.82%	1'270'403.37	66.20%
Debitoren Allgemein	293'478.35		0.00	
Debitoren Kurtaxe	54'107.85		489'215.56	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	54'439.30		62'723.32	
Delkredere	-74'000.00		-83'000.00	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	328'025.50	17.24%	468'938.88	24.43%
Verrechnungssteuer	53.44		19.35	
Übrige kurzfristige Forderungen	22'916.14		12'127.10	
Total Übrige kurzfristige Forderungen	22'969.58	1.21%	12'146.45	0.63%
Vorräte	3'001.00	0.16%	3'001.00	0.16%
Aktive Rechnungsabgrenzungen	43'449.02	2.28%	65'549.45	3.42%
Total Umlaufvermögen	1'820'807.85	95.71%	1'820'039.15	94.84%
Anlagevermögen				
Wertschriften	201.00		201.00	
Finanzanlagen	201.00	0.01%	201.00	0.01%
Maschinen u. Apparate	5'000.00		7'200.00	
Mobiliar u. Einrichtungen	16'800.00		25'200.00	
EDV-Anlagen	59'600.00		66'500.00	
Mobile Sachanlagen	81'400.00	4.28%	98'900.00	5.15%
Immobilie Sachanlagen	1.00	0.00%	1.00	0.00%
Total Anlagevermögen	81'602.00	4.29%	99'102.00	5.16%
Total Aktiven	1'902'409.85	100.00%	1'919'141.15	100.00%



	2018-2019		2017-2018	
PASSIVEN		%		%
Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	415'550.62	21.84%	413'630.40	21.55%
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00		0.00	
Kreditoren Umsatzsteuer	7'501.70		12'828.40	
Kreditoren MWST	2'704.00		609.65	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	559.35		0.00	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10'765.05	0.57%	13'438.05	0.70%
Trans. Passiven	244'589.90		350'492.10	
Rückstellung 13. ML	85'677.30		74'444.25	
Rückstellung Eventpool Aletsch Arena	97'803.57		71'017.45	
Passive Rechnungsabgrenzungen	428'070.77	22.50%	495'953.80	25.84%
Total kurzfristiges Fremdkapital	854'386.44	44.91%	923'022.25	48.10%
Rückstellungen Infrastruktur und touristische Projekte	712'227.05		664'227.05	
Total langfristiges Fremdkapital	712'227.05	37.44%	664'227.05	34.61%
Total Fremdkapital	1'556'613.49	82.35%	1'587'249.30	83.43%
Eigenkapital				
Eigenkapital	180'000.00	9.46%	180'000.00	9.38%
Reserven	150'000.00	7.88%	150'000.00	7.82%
Gewinnvortrag	1'891.85		-78'057.31	
Jahresgewinn	3'904.51		79'949.16	
Bilanzgewinn	5'796.36	0.30%	1'891.85	0.10%
Total Eigenkapital	335'796.36	17.65%	331'891.85	17.29%
Total Passiven	1'902'409.85	100.00%	1'919'141.15	100.00%

Erfolgsrechnung

Aufwand	2018 - 2019		2017 - 2018		Differenz zu Vorjahr 2017 - 2018
		%		%	
Lohnkosten	942'566.20		989'786.10		-47'219.90
Sozialleistungen	218'840.50		212'999.30		5'841.20
Total übriger Personalaufwand	61'300.19		42'814.75		18'485.44
Personal Aufwand	1'222'706.89	26.15%	1'245'600.15	25.88%	-22'893.26
Verwaltungsaufwand	88'457.21		149'395.55		-60'938.34
Aufwand Gesellschaft Organe	86'570.60		86'381.20		189.40
Raumaufwand	91'460.87		95'754.05		-4'293.18
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	23'161.27		172'656.10		-149'494.83
Transportaufwand	3'673.25		5'961.90		-2'288.65
Sachversicherungen	1'223.30		688.40		534.90
Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	292.00		1'140.00		-848.00
Allgemeiner Aufwand	294'838.50	6.30%	511'977.20	10.64%	-217'138.70
Informatikaufwand	107'713.35		78'600.75		29'112.60
Destinationsmanagementsystem	37'421.18		33'501.75		3'919.43
Informationstechnologie Management (IT)	145'134.53	3.10%	112'102.50	2.33%	33'032.03
Direkter Aufwand	571'018.12		473'018.73		97'999.39
Dienstleistungen	0.00		313'805.70		-313'805.70
Aufwand Infrastruktur	199'581.87		198'458.10		1'123.77
Aufwand Verkaufsartikel	49'232.09		44'098.90		5'133.19
Übriger Aufwand	13'208.11		33'155.05		-19'946.94
Aufwand Material, Waren und Dienstleistungen	833'040.19	17.81%	1'062'536.48	22.08%	-229'496.29
Drucksachen, Werbung, Marketing, Sponsoring	1'267'288.96		1'113.123.51		154'165.45
Lohnkosten Marketing	499'300.40		427'750.40		71'550.00
Werbeaufwand	1'766'589.36	37.78%	1'540'873.91	32.02%	225'715.45
Übriger Betriebsaufwand	4'931.01	0.11%	4'413.45	0.09%	517.56
Eventpool Aletsch Arena	298'039.86		321'460.90		-23'421.04
Kinderanimation	94'158.84		52'166.75		41'992.09
Event & Animation	392'198.70	8.39%	373'627.65	7.99%	18'571.05
Abschreibungen	50'350.51	1.08%	15'813.95	0.33%	34'536.56
Finanzaufwand und Finanzertrag	1'597.15	0.03%	1'464.72	0.03%	132.43
a.o. Aufwand und Ertrag	-37'000.00	-0.79%	-58'587.02	-1.22%	21'587.02
Steuer	1'951.95	0.04%	2'804.15	0.06%	-852.20
Total Aufwand	4'676'338.79	100.00%	4'812'627.14	100.00%	-136'288.35



	2018 - 2019		2017 - 2018		Differenz zu Vorjahr 2017 - 2018
Ertrag		%		%	
Hotellerie	333'500.75		327'235.00		6'265.75
Gruppenunterkunft	167'559.60		175'044.40		-7'484.80
Camping	6'213.00		6'235.20		-22.20
Ferienwohnungen	911'546.25		885'354.30		26'191.95
Pauschale	369'580.50		362'299.75		7'280.75
Kurtaxen	1'788'400.10	38.21%	1'756'168.65	35.89%	32'231.45
Sporttaxen Bettmeralp	43'426.05	0.93%	42'297.45	0.86%	1'128.60
TFT Bettmeralp	422'325.00		416'879.60		5'445.40
TFT Fiesch, Fieschertal, Lax	196'194.45		201'839.55		-5'645.10
TFT Riederalp, Mörel-Filet	335'160.66		334'661.02		499.64
Tourismusförderungstaxe	953'680.11	20.38%	953'380.17	19.49%	299.94
Gemeinde Bettmeralp	0.00		0.00		0.00
Gemeinde Riederalp	0.00		0.00		0.00
Beitrag Gemeinde	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Aletsch Bahnen AG	900'000.00		900'000.00		0.00
Marketingbeiträge	900'000.00	19.23%	900'000.00	18.40%	0.00
Sommerpauschalen	0.00		440.00		-440.00
Winterpauschalen	0.00		323'413.30		-323'413.30
Dienstleistungen	0.00	0.00%	323'853.30	6.62%	-323'853.30
Eventpool Aletsch Arena	231'198.70		212'627.65		18'571.05
Sponsoring	0.00		3'000.00		-3'000.00
Veranstaltungen	231'198.70	4.94%	215'627.65	4.41%	15'571.05
Nebenertrag aus Lieferung und Leistung	688'414.36	14.71%	644'321.01	13.17%	44'093.35
Ertrag Verkaufsartikel	74'780.72	1.60%	59'176.70	1.21%	15'604.02
Mietertrag	2'561.78	0.05%	2'741.35	0.06%	-179.57
Übriger Ertrag	100'311.27	2.14%	94'620.10	1.93%	5'691.17
Ertragsminderungen	-102'529.79	-2.19%	-99'610.08	-2.04%	-2'919.71
Total Ertrag	4'680'243.30	100.00%	4'892'576.30	100.00%	-212'333.00
Rekapitulation	2018 - 2019		Vorjahr 2017 - 2018		Differenz zu Vorjahr
Total Ertrag	4'680'243.30		4'892'576.30		-212'333.00
Total Aufwand	4'676'338.79		4'812'627.14		-136'288.35
Gewinn	3'904.51		79'949.16		-76'044.65



Anhang zur Jahresrechnung

1. Angaben über die in der Jahresrechnung 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.

Beim ausserordentlichen Aufwand konnten die Kontokorrente der ehemaligen Tourismusvereine aufgelöst werden. Zudem wurde beim ausserordentlichen Ertrag die Rückstellung des Eventpools aufgelöst, die Quellensteuer zurückgestellt und das Kontrollkonto Verkaufsportale Kreditkarten bereinigt.

4. Bewertungen von Aktiven zu Kurs-/Marktwerten

Es wurden keine Aktiven zum Kurs- oder Marktwert bewertet.

5. Beteiligungen

Es sind keine wesentlichen Beteiligungen vorhanden.

6. Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien

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

7. Nettoauflösung stiller Reserven

	2018/2019
Wesentliche Nettoauflösung stiller Reserven.	CHF -

8. Eigene Anteile

	2018/2019
Es werden keine eigenen Anteile gehalten.	0



9. Beteiligungsrechte und Optionen für Organe und Mitarbeiter

	Anzahl	31.10.2019 Totalwert
Beteiligungsrechte im Eigentum von:		
Leistungs- und Verwaltungsorganen		CHF -
Übrigen Mitarbeitenden		CHF -
		<u>CHF -</u>

10. Sonstige Angaben

	31.10.2019
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten mit Restlaufzeit > 1 Jahr	CHF -
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	CHF 559.35
Gesamtbetrag der für Verbindlichkeiten Dritter bestellten Sicherheiten	CHF -
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven	CHF -
Gesamtbetrag der Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	CHF -

11. Eventualverbindlichkeiten

Es sind keine Eventualverbindlichkeiten vorhanden.

12. Anzahl Mitarbeiter

	31.10.2019
Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:	
nicht über 10	
über 10	x
über 50	
über 250	

13. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2018/19 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Aletsch Arena AG

VR-Präsident, Florian Ruffiner

Geschäftsführer, Raoul Calame

Bettmeralp, März 2020



Bericht der Revisionsstelle



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 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

ALPINE REVISIONS AG

Reinhard Zeiter
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Richard Stucky
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte

Brig, 28. Februar 2020

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



11 Anhang Einladung GV 2018/2019

Aletsch Arena, 3. Juni 2020

Einladung Generalversammlung 2018/19

Sehr geehrte Damen und Herren

Gemäss den Lockerungsmassnahmen des Bundesrates vom 27. Mai 2020 in Bezug auf Covid-19 dürfen Generalversammlungen unter Einhaltung der Schutzkonzepte ab 6. Juni 2020 wiederum physisch und vor Ort durchgeführt werden.

Es freut uns daher sehr, die Aktionäre der Aletsch Arena AG hiermit zur 4. ordentlichen Generalversammlung einzuladen, welche am Mittwoch, 1. Juli 2020 um 17.00 Uhr, im Sport Resort Fiesch (Gebäude 7) stattfindet. Im Anschluss an die Generalversammlung sind die teilnehmenden Aktionäre (nach Möglichkeit und unter Berücksichtigung der Schutzmassnahmen) herzlich zu einem Apéro eingeladen.

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 2018/2019 sei zu genehmigen
 - b. Genehmigung des Jahresabschlusses 2018/19 (01.11.2018 - 31.10.2019)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2019 ausweisend einen Gewinn von CHF 3'904.51 sei zu genehmigen und in die neue Rechnungsperiode zu übernehmen (Übertrag in die Eröffnungsbilanz)
 - c. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates seien in Globo für das Geschäftsjahr 2018/2019 zu entlasten
7. Verwaltungsratswahlen
 - a. Wahl des neuen Vertretenden von Aletsch Tourismus:
Antrag des Verwaltungsrates: Als neuen Vertreter von Aletsch Tourismus sei Thomas Wenger für eine Periode von 2 Jahren als VR-Mitglied zu wählen
 - b. Kenntnisnahme der Rücktrittserklärung des aktuellen Präsidenten, Florian Ruffiner, per 1.7.2020
 - c. Neuwahl des Präsidenten
Antrag des Verwaltungsrates: Als neuer Präsident sei Renato Kronig Übergangsmässig bis zur GV 2021 als Nachfolger des scheidenden Präsidenten zu wählen.



8. Wahl der Revisionsstelle
Antrag des Verwaltungsrates: Die Alpine Group AG, 3992 Bettmeralp, sei für ein weiteres Jahr zu bestätigen
9. Verschiedenes
 - a. Budget für das Geschäftsjahr 2019/20 zur Kenntnisnahme
 - b. Diverses

Dies ist die 4. ordentliche Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Der Geschäftsbericht sowie die Jahresrechnung 2018/2019, der Bericht der Revisionsstelle sowie die Statuten liegen 20 Tage vor der Generalversammlung am Sitz der Gesellschaft zur Einsicht der Aktionäre auf (Infocenter Bettmeralp). Jeder Aktionär kann im Anschluss an die GV zudem die Zustellung des Geschäftsberichtes verlangen.

Die Aktionäre erhalten mit der Einladung einen Aktienausweis zugestellt.

Aktionäre können durch einen anderen Aktionär vertreten werden. Bei Vertretung ist die Vollmacht auf dem Aktienausweis vom Vollmachtgeber entsprechend auszufüllen und zu unterzeichnen. Eintrittskontrolle ab 16.40 Uhr im Sportresort Fiesch, Pavillon 7.

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

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

Aletsch Arena AG

Florian Ruffiner

VR Präsident

Raoul Calame

Geschäftsführer

Beilage

- Stimmrechts- und Aktienausweis





Aletsch Arena AG
+41 27 928 58 58 | info@aletscharena.ch | aletscharena.ch

Grösster Gletscher der Alpen