

Touristischer Jahresbericht 2023_2024

Zu Händen des Vorstandes von
Grächen & St. Niklaus Tourismus
& Gewerbe

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	4 - 7
Organisation	8 9
Unser Team	10
Facts & Figures	12 - 15
Vorstandsarbeiten und Direktion	16 - 17
Marketing	18 - 28
Front Office	28 - 31
Finanzen	32
Bilanz und Erfolgsrechnung	34
Bilanz per 30.04.2024	35
Erfolgsrechnung 2023_2024	36 37
Anlagenrechnung	38 39
Finanzen Anhänge	40 - 42
Budget 2025_2026	44 45
Bericht Revisionsstelle	46
Antrag	47
Protokoll 2022_2023	48 - 53

VORWORT

Geschätzte Vereinsmitglieder

Es freut mich, Euch den Jahresbericht für das abgeschlossene Jahr 2023_2024 präsentieren zu dürfen. Die vergangenen zwölf Monate waren aussergewöhnlich und turbulent, begleitet von zahlreichen Herausforderungen. Dazu zählten unter anderem der anhaltende Rückgang der Skierdays, Preisanpassungen bei den Bergbahnen sowie im Gastronomiebereich, die Systemumstellung des Vorverkaufs der Jahreskarte und das wohl einschneidendste Ereignis: die Einreichung des Gesuchs um provisorische Nachlassstundung unserer Bergbahnen TUG AG – der Motor unserer Destination.

Sanierung der TUG AG - Konsequenzen für den Verein GT

Die provisorische Nachlassstundung wurde am 08. Februar 2024 vom Bezirksgericht in Visp genehmigt. Im Rahmen der Sanierungsarbeiten musste der Verwaltungsrat der TUG AG diverse operative Sparmassnahmen einleiten. Sparen ist niemals ein leichtes Unterfangen und die Entscheidungen gestalten sich als schwierig. Einerseits müssen Massnahmen definiert werden, um Kosten zu senken, andererseits resultieren ebendiese Massnahmen in einem direkten Leistungsabbau für unsere Gäste. Hier eine Balance zu finden ist gewiss herausfordernd. Die Pflicht des Vorstandes gemeinsam mit dem CEO und seinem Team war, den operativen Betrieb so reibungslos wie möglich fortzuführen.

Unsere oberste Priorität liegt darin, unseren Gästen ein unvergessliches Ferienerlebnis zu bieten. Um dies zu gewährleisten sind wir auf die Unterstützung und Zusammenarbeit aller Leistungsträger angewiesen. Hier ein grosses Dankeschön an die Leistungsträger für ihre Mithilfe.

Meilensteine

Neben diesen herausfordernden Momenten konnten wir auch einige Neuerungen und positive Ereignisse im abgeschlossenen Geschäftsjahr verzeichnen. Im Bereich Erlebnisse und Events hat man in Zusammenarbeit mit dem Verein Obere Dorfstrasse im Sommer 2023 neu die Flanier' Bühne regelmässig bespielt. Dort konnte zum Beispiel erfolgreich das erste Kleinkunstfestival durchgeführt sowie verschiedene Konzerte (Swing & Gin) veranstaltet werden. Auch von grosser Bedeutung war die Wiedereröffnung des Campingplatzes Grächbiel. Dieser Neuanfang, nach sechs Jahren der Schliessung, verhalf das Übernachtungsangebot in unserer Destination zu erweitern und für ein neues Gästesegment zu öffnen.

Im Oktober 2023 lancierten wir das Pilotprojekt Singles Weekend mit Speed Dating in der Gondel, dank der Kollaboration mit Blick.ch mit einem grossen Werbeeffekt. Die zweite Ausführung als Winter Edition war bereits nach kurzer Zeit ausgebucht, insgesamt fanden 240 Speed-Dates an einem Tag statt.

Dank den frühen Schneefällen bis ins Flachland wurde der Vorverkauf der Saisonabos erheblich angekurbelt. Dies hat uns einen guten Start in die Saison ermöglicht. Neu konnte man sich in der Stafel Bar am «Spiswagu» verköstigen. Auch das Familien Berg-Restaurant erscheint mit neuen Farbtupfern.

Des Weiteren konnten Differenzen mit der Nachbargemeinde St. Niklaus erfolgreich bereinigt werden. Wir hoffen damit die Weichen für eine weitere gute Zusammenarbeit gestellt zu haben.

Da es für unsere Destination extrem wichtig ist, dass wir wieder mehr warme Betten anbieten und somit die Logiernächte steigern können, war es von grosser Bedeutung, dass die Bevölkerung das Projekt Grächen Futura im Dezember 2023 bereits zum zweiten Mal souverän bestätigte. Das aktuelle Geschäftsjahr bringt Hoffnung, dass das Projekt Grächen Futura erfolgreich weitergeführt werden kann.

Abschied

Zum Schluss möchte ich mich beim gesamten Vorstand, unserem CEO Roman Rogenmoser, der Geschäftsleitung und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die spannende Zusammenarbeit bedanken. Tagtäglich setzen sie sich mit grossem Engagement für unser Unternehmen und die Entwicklung unserer Destination ein.

Auch wenn ich das Amt nun nach vier Jahren an meine/n Nachfolger/in übergebe, bin ich zuversichtlich, dass unser Verein sich gemeinsam mit den Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern weiterhin unermüdlich für Grächen einsetzen wird. Jetzt ist es an der Zeit, gemeinsam als Einheit konsequent für den Erhalt und die Weiterentwicklung des Tourismus einzutreten. Getragen von diesen Werten werden wir die Region erfolgreich weiterentwickeln und uns als DIE Destination für „Bessere Ferien“ etablieren.

In der Einheit liegt die Stärke!



**Manuela
Amstutz-Biner**
Präsidentin des
Vereins GT

**„Die grössten
Siege werden
oft errungen,
wo die grössten
Hindernisse
überwunden
werden
müssen.“**

Amstutz M.

VORWORT

So wie's isch, isch's güet

Geschätzte Greechener Bevölkerung, Liebe Greechnerin und Greechini

Nach dreieinhalb sehr lehrreichen, intensiven, von vielen Hochs und Tiefs durchzogenen Jahren, habe ich dem Verwaltungsrat meine Demission auf Ende Jahr eingereicht. Dieser Entscheid ist in den letzten Wochen, nach reiflicher Überlegung und einigen schlaflosen Nächten herangereift. Ich habe diesen Schritt im Sinne der Destination und mit Rücksicht auf meine Gesundheit gewählt. Der Zeitpunkt meiner Demission mag überraschend kommen, macht aus meiner Sicht aber durchaus Sinn: Das Unternehmen wurde in den letzten Jahren restrukturiert und stabilisiert, die finanzielle Transparenz hergestellt, die neue Marketingstrategie inklusive neuem Auftritt implementiert und umgesetzt. Was die Sanierung betrifft, befinden wir uns in der entscheidenden Phase. Die positiven Anzeichen, dass die Sanierung gelingen wird, mehren sich. Ich bin überzeugt, dass das Unternehmen nach der Sanierung eine neue Führungsfigur benötigt, welche die Destination nachhaltig weiterentwickeln kann.

Ich möchte mich bei allen, welche mein Team und mich in den letzten gut dreieinhalb Jahren unterstützt haben, bedanken. Die zahlreichen konstruktiven, manchmal hitzig kontroversen Diskussionen, das gemeinsame Denken, Lachen, Entscheiden und Umsetzen werden mir fehlen.

Danken möchte ich insbesondere den kritischen Stimmen im Dorf. Die teilweise unfairen Vorwürfe haben dazu geführt, dass wir intern unsere Argumentation schärfen konnten und näher zusammengerückt sind. Zudem wurden wir bestärkt, dass der Wandel, welchen wir eingeleitet haben, absolut dringend nötig ist und mit aller Konsequenz weiter umgesetzt werden muss.

Ein spezieller Dank geht an den Verwaltungsrat der TUG sowie den Vorstand von Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe. Die Zusammenarbeit war stets durch Respekt und Offenheit geprägt.

Der grösste Dank gebührt meinem Team. Ohne dieses wäre es nicht möglich gewesen, den eingeschlagenen Weg trotz der vorhandenen Widerstände konsequent zu gehen. Es war mir immer eine Freude dieses junge, dynamische, voll neuer Ideen sprudelnde Team führen zu dürfen. Ich bin stolz auf euch. Merci villmal für euren täglichen Support. Ich werde euch vermissen.

Für mich beginnt ab Ende Jahr ein neuer Lebensabschnitt. Wohin die Reise führt, ist momentan nicht ersichtlich und zweitrangig. Wer mich kennt weiss, dass ich mich bis zum letzten Tag für die Destination und die TUG einsetzen werde.

Als Nichtgreechner, aber bekennender Fan der Destination glaube ich weiterhin an das Potential der Ferienregion von Grächen und St. Niklaus. In diesem Sinne sind folgende Hoffnungen meinerseits an das Dorf zu verstehen:

- Ich hoffe auf den Mut und Beharrlichkeit den eingeschlagenen Weg konsequent zu verfolgen.
- Ich hoffe auf den Glauben in das eigene Dorf und auf die Besinnung des Pioniergeistes, welchen Grächen auszeichnet.
- Ich hoffe, dass nach einer Phase der Entzweiung und Polarisierung das Dorf wieder zueinander findet.
- Ich hoffe auf eine Gesprächskultur, welche auf Fakten basiert und von Respekt geprägt ist.
- Ich hoffe auf Offenheit und Weitsicht der Entscheidungsgremien und der Greechener Bevölkerung.
- Ich hoffe, dass sich alle relevanten politischen Kräfte auf die Sachpolitik konzentrieren anstatt ständig diejenigen kritisieren, welche sich zum Wohle des Gemeinwesens einsetzen.
- Ich hoffe, dass meinem/r Nachfolger/in die nötige Unterstützung der Leistungsträgerschaft entgegengebracht wird.
- Ich hoffe auf den Zusammenhalt, den Willen, die Leidenschaft und die Durchsetzungskraft, welche Grächen auszeichnet.
- Ich hoffe auf die Erkennung des riesigen Potentials, welches in der Destination Grächen steckt.
- Ich hoffe, dass mein Team die nötige Wertschätzung erfährt, welche es durch seine tägliche Arbeit für die Destination verdient.

Sollten diese Wünsche in Erfüllung gehen, steht Grächen vor einer blendenden Zukunft.

Mächets güet.

Roman «Roggi» Rogenmoser



**Roman
Rogenmoser**
CEO TUG AG

«Wir müssen bereit sein, uns vom Leben zu lösen, das wir geplant haben, damit wir das Leben finden, das auf uns wartet.»

[Oscare Wilde]

ORGANISATION

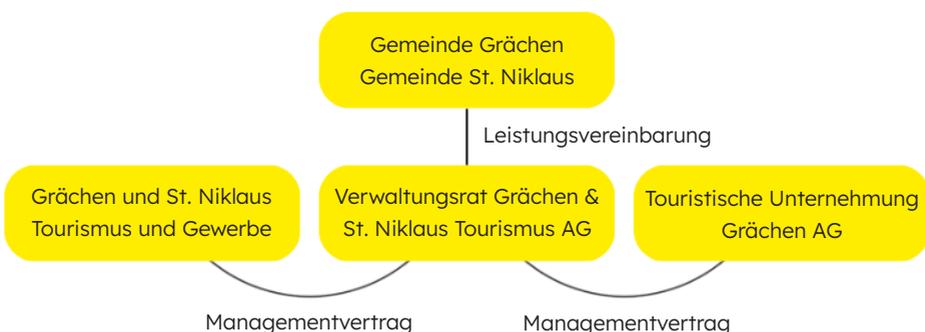
Der vorliegende Bericht wird auf Grundlage des Managementvertrages zwischen der Grächen & St. Niklaus Tourismus AG und der Touristischen Unternehmung Grächen AG erstellt. Der Managementvertrag ersetzt die Leistungsvereinbarung, die früher zwischen dem Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe und der Touristischen Unternehmung Grächen AG bestand.

Mit diesem Bericht legt der Verwaltungsrat der Touristischen Unternehmung Grächen AG dem Verwaltungsrat der Grächen & St. Niklaus Tourismus AG Rechenschaft über die im Managementvertrag festgelegten Aufgaben für das Jahr 2023_2024 dar. Die Grächen & St. Niklaus Tourismus AG legt diesen Leistungsauftrag dem Vorstand und der Generalversammlung von Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe vor und legt ihn anschliessend dem Gemeinderat zur Überprüfung und Verabschiedung vor.

Dieser Bericht dient ausschliesslich dem Reporting-Zweck an die Grächen & St. Niklaus Tourismus AG, an den Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe und an die Gemeinden Grächen und St. Niklaus.

Die zu erbringenden Aufgaben und Leistungen sind in einem Managementvertrag geregelt.

Das Vertragskonstrukt zwischen diesen verschiedenen rechtlichen Einheiten ist wie folgt geregelt:



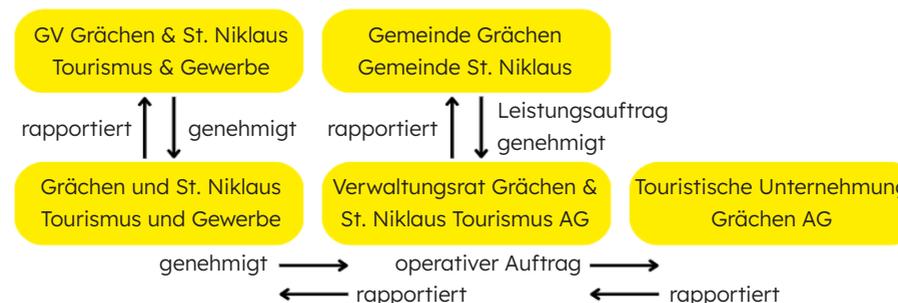
Die Aufgaben lassen sich wie folgt beschreiben:

Die Gemeinden Grächen und St. Niklaus geben den Auftrag für die Erfüllung der touristischen Aufgaben auf ihrem Gemeindegebiet an die Aktiengesellschaft „Grächen & St. Niklaus Tourismus AG“. Aktionär dieser Aktiengesellschaft ist der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe.

Die Aktiengesellschaft „Grächen & St. Niklaus Tourismus AG“ administriert den Leistungsauftrag. Sie überträgt die operativen Aufgaben an die Touristische Unternehmung Grächen AG. Kontrollinstanz zur Überprüfung des Managementvertrages ist der „Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe“. Er tut dies ebenfalls im Auftrag der Aktiengesellschaft „Grächen & St. Niklaus Tourismus AG“.

Für die Verwaltung des Leistungsauftrages bezahlt der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe der Aktiengesellschaft „Grächen & St. Niklaus Tourismus AG“ eine pauschale Entschädigung.

Schematisch lässt sich das Reporting wie folgt zusammenfassen:



Artikel 6.3 des Managementvertrages zwischen der Touristischen Unternehmung Grächen AG und Grächen & St. Niklaus Tourismus AG definiert die Art der Berichterstattung.

6.3 Berichterstattung, Aufsicht und Genehmigung

Die Touristische Unternehmung Grächen AG unterbreitet dem Verwaltungsrat der Grächen & St. Niklaus Tourismus AG und dem Gemeinderat alljährlich ihren Kostenvoranschlag, die revidierte Jahresrechnung sowie ein Tätigkeitsprogramm und einen Jahresbericht zu den in diesem Vertrag definierten Leistungen zur Genehmigung. Der Kostenvoranschlag, die revidierte Jahresrechnung und der Jahresbericht werden jährlich vor der Übermittlung an die Gemeinde durch den Vorstand und die Generalversammlung von Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe genehmigt und die verantwortlichen Organe werden entlastet.

UNSER TEAM

Vorstand

Amstutz-Biner Manuela
Schnidrig Patric
Fux Jennifer
Gruber Urban
Pollinger Daniela
Schmid-Fux Josiane
Schnidrig Kurt | Williner Mélanie
Williner Tobias

Präsidentin
Vizepräsident
Vertretung Gemeinde Grächen
Vertretung Skischule
Vertretung Gemeinde St. Niklaus
Vertretung Gewerbe
Vertretung Hotellerie
Vertretung Restauration

Geschäftsleitung

Rogenmoser Roman
Amstutz Reto
De Lorenzi Claudio | Brunner Marc
Imesch Reto
Meyer Christian | Rogenmoser Roman
Ruppen Daniela

CEO
Pisten- und Rettungsdienst | IT-Elektro
Leitung TUG Gastro AG
Technik | Umweltbeauftragter
Head of Marketing & Products
Finanzen

Tourist Office | Administration

Bumann Marco
Chanton Nadine
Hesse Ann
Kalbermutter Barbara
Kuonen Xenia

Lindner Ingrid
Novotny Katja
Truffer Sandra
Walter Elfriede
Walter Susann, Leiterin Front Office

Lernende

Bosshard Lena
Hofmann Yannick
Imboden Demi

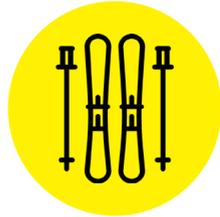
Kauffrau EFZ
Mediamatiker EFZ
Kauffrau EFZ



FACTS & FIGURES



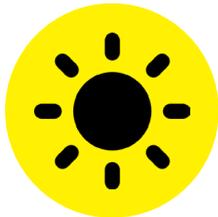
Logiernächte
189'490



Skierdays
167'196



Schneesicherheit
100%



Sonnetage
300



Betten
5'000



Hotels
12



Instagram
♀ 6'333



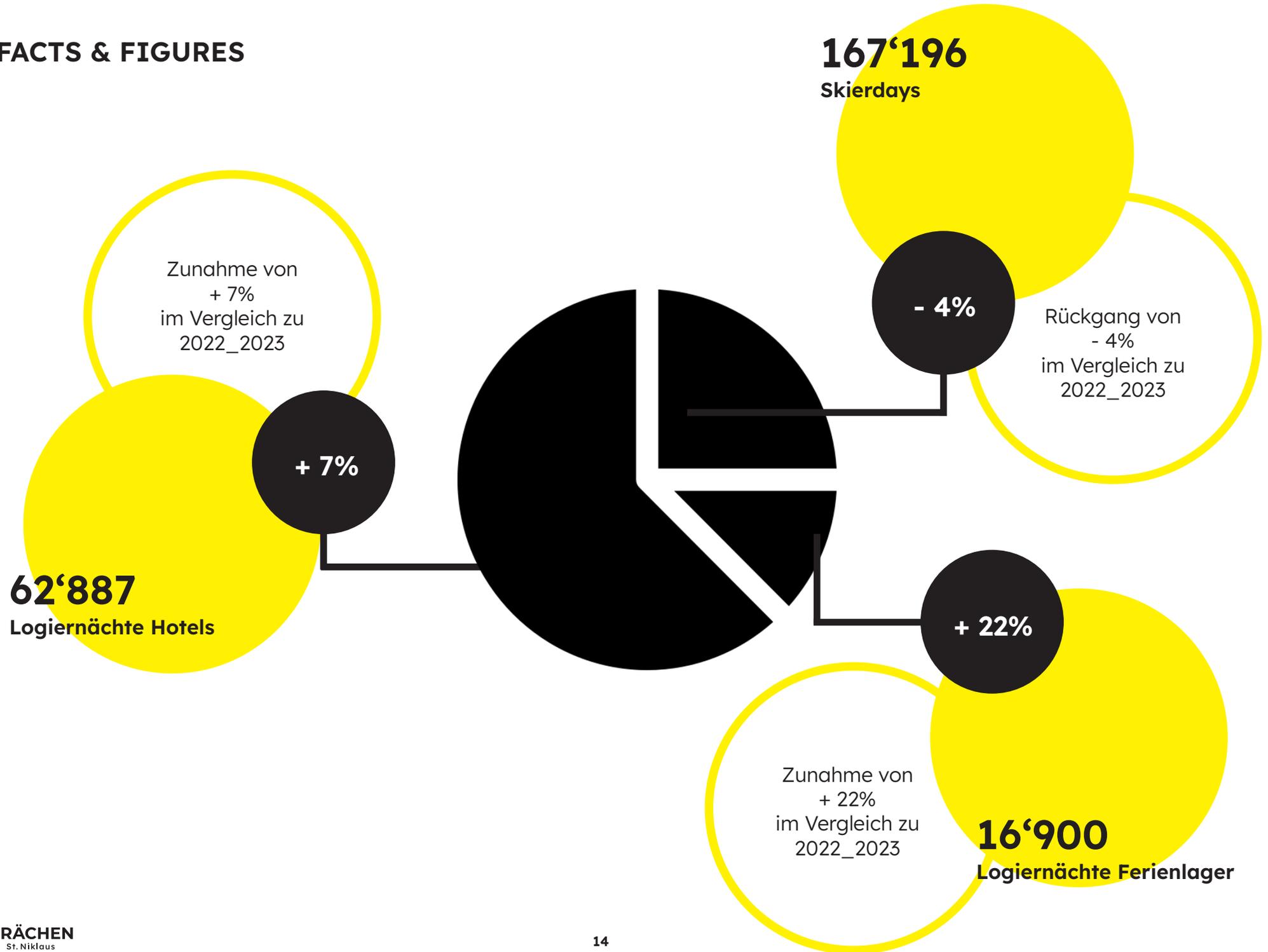
Facebook
♀ 9'577



Websitebesucher pro Jahr
> 280'000



FACTS & FIGURES



VORSTANDSARBEITEN UND DIREKTION

Reorganisation Vorstand GT

An der Generalversammlung vom 29.09.2023 wurde der Rücktritt von Kurt Schnidrig als Vertreter der Hotellerie aus dem Vorstand von GT angekündigt. Wir bedanken uns bei Kurt für seinen langjährigen Einsatz im Vorstand und sein Mitwirken an den Vorstandsarbeiten. Als seine Nachfolgerin wurde Mélanie Williner an der Generalversammlung von den Mitgliedern in den Vorstand gewählt. Neben diesen personellen Änderungen fand eine Migration in einen neuen Server zur zentralen Dokumentenablage statt. Diese schrittweise Einführung konnte erfolgreich umgesetzt werden und steigert die Effizienz des Dokumentenmanagements und der Vorstandssitzungen enorm.

Unterzeichnung der Charta von Grächen

Im Geschäftsjahr 2023_2024 wurde gemeinsam mit dem Vorstand von GT, der Gemeinde Grächen sowie der Geschäftsleitung der TUG AG die Charta von Grächen ausgearbeitet. Diese Charta definiert die gegenseitige Bereitschaft zur konstruktiven und respektvollen Zusammenarbeit sämtlicher involvierten Institutionen zum Wohle der Feriendestination Grächen und St. Niklaus. Diese Charta soll ein starkes Zeichen setzen, dass der Tourismus in Grächen für Einheimische, sowie Zweitheimische wichtig ist und fördert die gemeinsame Weiterentwicklung unserer Tourismusdestination.

Reorganisation Geschäftsleitung & Strategische Weiterentwicklung

Während dem abgeschlossenen Geschäftsjahr hat der ehemalige Leiter Marketing, Christian Meyer, die Unternehmung per Ende November 2023 verlassen. Der CEO, Roman Rogenmoser, fungierte bis ans Ende des Geschäftsjahres als interimistischer Leiter Marketing und seit Mai 2024 wird das Marketingteam unter der neuen Führung von Johnny Schalbetter geleitet (ehem. Eventmanager).

Trotz des Wechsels konnte die zweite Durchführung des Snowspring Open Airs erfolgreich durchgeführt werden. Des Weiteren wird nach wie vor an der abgesehenen Strategie für die Jahre 2023 bis 2027 festgehalten. Sämtliche marketingtechnischen Aktivitäten haben zum Ziel, die definierten Zielgruppen und strategischen Handlungsfelder zu erreichen und abzudecken.

Digitalisierung

Im Rahmen der Digitalisierung wurde die neue Informationsplattform Grächen Inside lanciert. Dank dieses neuen Kommunikationskanals können unsere Zielgruppen (Leistungsträger, Vorstände, Mitglieder, Aktionäre sowie Zweitwohnungsbesitzer) gezielt und effizient erreicht werden. Die Plattform hat sich bereits bewährt und das Ziel der Direktion ist es, so viele Informationen wie notwendig aufzubereiten und via diesem Kanal zu streuen.

Langfristig und zukunftsorientiert sind weitere Projekte in der Pipeline: Ein grosses Anliegen ist es, einen Webshop zu lancieren, durch den sämtliche Skitickets sowie Kombitickets (Skiabo & Fondue in der Gondel, etc.) online zum Kauf angeboten werden können. Durch die Kombitickets kann der Gast mit nur wenigen Klicks die gewünschten und benötigten Produkte erwerben. Zudem können so Zusatzverkäufe (T-Shirt, Grächen Socken, etc.) gepusht werden, was zusätzliche Einnahmen generieren wird. In Zeiten der Digitalisierung braucht die Destination eine vermarktbare Webseite, was durch den Relaunch im letzten Geschäftsjahr erreicht wurde, sowie einen funktionalen und gut strukturierten Webshop. Die Digitalisierung ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Es braucht Durchhaltewillen und kleine Zwischenziele, bis das gewünschte Resultat vorliegt.



MARKETING

Steigerung Markenbekanntheit und Logiernächte

Lediglich 50% der deutschsprachigen Schweizer Bevölkerung kennt die Feriendestination Grächen und St. Niklaus. Diese Erkenntnis resultierte aus einer durchgeführten Marktanalyse (2022_2023) und zeigt den Handlungsbedarf zur Steigerung der Markenbekanntheit klar auf: Nur wer Grächen kennt, kann seine Ferien in Grächen buchen, wodurch wiederum Logiernächte generiert werden. Durch die Kreation einer ganzjährigen Destinationskampagne mit einem starken und aussagekräftigen «Aufhänger», der Grund zur Reise nach Grächen bietet, soll die Bekanntheit innerhalb des Zielmarktes (Deutschschweiz) gesteigert werden. Wichtig hierbei war es sicherzustellen, dass die Bespielung der Kampagne nicht nur punktuell, sondern das ganze Jahr über erfolgt, um ein kontinuierliches Grundrauschen zu garantieren. Während den letzten beiden Geschäftsjahren war der Aufhänger dieser Destinationskampagne das Snowspring Open Air. Nicht nur bietet ein Open Air einen idealen Grund der Reise, vor allem wenn das Line-Up auf grossen Anklang der Zielgruppe trifft, sondern braucht ein Open Air eine gewisse Anlaufzeit (ca. drei Jahre), bis es die gewünschte Anziehung erzielen kann. Mit der schweizweiten Kampagne konnten im abgeschlossenen Geschäftsjahr rund 10.4 Millionen Reichweite und 1.6 Millionen Impressionen generiert werden: Als Vergleich, jede vierte Person in der Deutschschweiz (25%) konnte mit der Destinationskampagne erreicht werden.

Als weitere Massnahme zur Steigerung der Logiernächte wurde der Camping Grächbiel, der sechs Jahre brach lag, im Sommer 2023 wiedereröffnet. Dem beliebten Campingplatz, vor allem dank der idealen Terrassenarchitektur, wurde neues Leben eingehaucht und die Camping Community konnte das Jahr über gezielt auf die Wiedereröffnung aufmerksam gemacht werden. Die Wiedereröffnung des Campings in Grächen stellt eine Aufwertung des touristischen Angebotes innerhalb der Destination dar und ermöglicht, dass Camper Grächen wieder als Ferienort wählen können. Seit Mai 2024 wird der Camping von den Eigentümern betrieben und die Übernachtungen zeigen einen steigenden Trend auf.

Digital Marketing | Social Media Reporting

Social Media Zuwachs

Facebook	+250
Instagram	+864
LinkedIn	+61

Likes erhalten

Facebook	10'700
Instagram	32'500
LinkedIn	267

Impressions

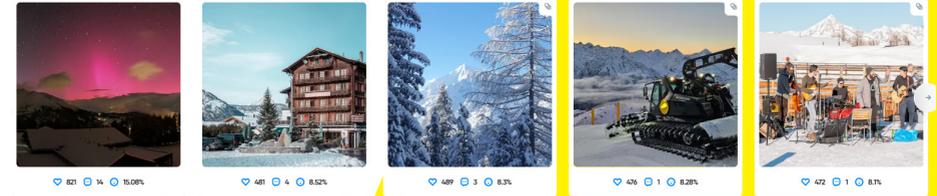
Facebook	4.1 mio.
Instagram	2.2 mio.
LinkedIn	7'200

Reach

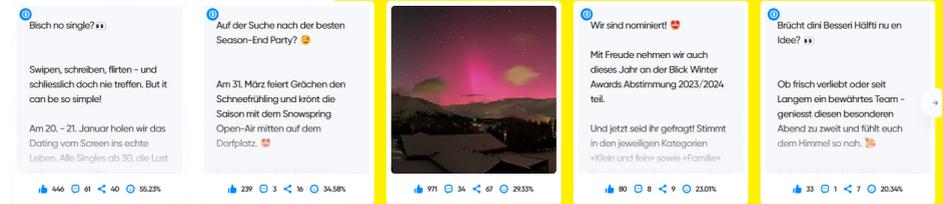
Facebook	2.6 mio.
Instagram	1.3 mio.
LinkedIn	4'300

Digital Marketing | Content Analyse

Von den veröffentlichten Instagram Beiträgen zwischen dem 01.05.2023 und dem 30.04.2024 haben die User am meisten mit dem Beitrag der Polarlichter interagiert. Insgesamt hat dieser Post 821 Likes und 14 Kommentare erhalten.



Auf Facebook haben User am meisten mit dem Beitrag zum Singles Weekend interagiert. Dieser Beitrag erhielt 446 Likes, 61 Kommentare und wurde 40 mal weitergeleitet. Am zweitmeisten wurde mit dem Beitrag über das Snowspring Open Air interagiert, gefolgt von dem Foto der Polarlichter.



Auf LinkedIn erhielt der Beitrag zur Nomination beim iF Design Award 2024 mit 52 Likes, zwei Kommentaren sowie vier Weiterleitungen am meisten Aufmerksamkeit.

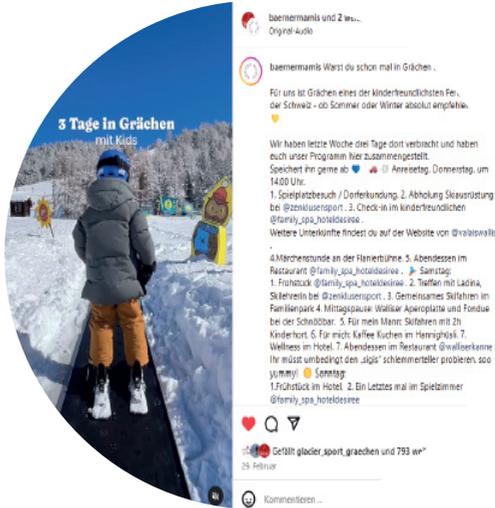


Digital Marketing | Influencer Marketing

In Zusammenarbeit mit Valais/Wallis Promotion führten wir im Februar 2024 eine Influencer-Kooperation mit den Bärner Mamis (@baernermamis) durch. Die fünf Bärner Mamis veröffentlichen auf ihren Plattformen Tipps rund um Ausflüge, Ferienorte & Hotels für Familien. Während ihres dreitägigen Aufenthalts in Grächen entdeckten sie die Spielplätze sowie das Dorf, genossen die Märchenstunde an der Flanierbühne, nahmen Skiunterricht und erholten sich beim Outdoor-Fondue an der strahlenden Sonne. Dadurch entstand Social Media Content sowie ein Blogbeitrag auf ihrer Website.

Digital Marketing | Paid Posts

Während dem gesamten Geschäftsjahr wurden gezielt einzelne Beiträge auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen mit einem durchschnittlichen Betrag von CHF 507.00 beworben. Insgesamt wurden dadurch im Total 4'742'517 Impressionen, 1'091'550 Reichweite sowie 32'480 Klicks generiert. Die durchschnittliche Laufzeit der einzelnen Kampagnen betrug 11 Tage. Die Zielgruppe war hierbei das Wallis, sowie Bern und Zürich und setzte sich im Schnitt aus 54% Männern und 46% Frauen zusammen.



Medien und Kommunikation | Publikationen

Im vergangenen Geschäftsjahr berichteten Medien im In- und Ausland regelmässig über die Familiendestination Grächen. Schwerpunktthemen bildeten primär das erste eidgenössische Frauenschwingfest und verschiedene Berichte über Winterferiendestinationen. Für das Medienhaus Pomona stand das Snowspring Open Air, das Schwingfest sowie das Singles Weekend Winter Edition im Mittelpunkt. Grächen hat das ganze Jahr über eine Vielzahl von kulturellen und sportlichen Veranstaltungen angeboten. Dazu gehören unter anderem Pop-Rock-Konzerte, Blasmusikkurse und die Foodnight mit Flanier' Abund. Diese Aktivitäten zielen darauf ab, sowohl Einheimische als auch Gäste anzusprechen und die Region als attraktives Reiseziel zu fördern.



Zusammenfassung Eidgenössisches Frauenschwingfest
Aus Sport-Clip vom 02.09.2023.

Sport > Schwingen >

Frauenschwingfest Grächen

Angela Riesen krönt sich zur neuen Schwingerkönigin

Die erst 20-jährige Angela Riesen holt beim Eidgenössischen Frauenschwingfest in Grächen erstmals den Titel der Schwingerkönigin.

13:27 Uhr

TEILEN



Hier lernen Kinder das Skifahren am besten



Mountainbike > Flowtrails > Flowtrail Grächen

Medien und Kommunikation | Medienreisen

Vom 22. bis 24. Mai 2023 wurde eine Medienreise mit Fokusthema Wandern in Grächen und Zermatt organisiert. Diese Medienreise war eine Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und wurde im niederländischen Magazin «De Standaard» publiziert.

Eine weitere Medienreise in Zusammenarbeit mit Valais/Wallis Promotion rund um das Thema Mountain Bike fand zwischen dem 16. und 19. Oktober 2023 statt und wurde im Up/down Mountainbike Magazine des Verlags Soul Media publiziert. Das aus der Kollaboration entstandene Bildmaterial konnte danach für die eigenen Social-Media-Kanäle genutzt werden.



Medien und Kommunikation | Medienreisen

Unser Newsletter wurde während den Wintermonaten wöchentlich an durchschnittlich 772 Adressen versandt. Davon haben im Schnitt 508 Personen die Mail geöffnet was einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 66% entspricht. Rund 132 Personen haben auf einen oder mehrere Links im Newsletter geklickt, was 17% entspricht.

Speziell für die Snowspring Kampagne wurden zwei separate Newsletter publiziert. Dieser wurde im Schnitt an 2'488 Empfänger versendet von denen rund 1'485 (60.5%) die Mail geöffnet haben. Insgesamt wurden die eingefügten Links von 233 Personen angeklickt.

Medien und Kommunikation | Grächen Inside

Seit der Lancierung unseres neuen Kommunikation-Info-Kanals Grächen Inside verzeichnet diese Plattform im Schnitt 437 aktive User und insgesamt wurde im letzten Geschäftsjahr 68 Artikel veröffentlicht.

Bei den Top drei gelesenen Artikeln handelt es sich um folgende Beiträge:

Betriebszeiten und Preise 2024_2025: Es wurden über die Betriebszeiten sowie die Preise für die kommende Sommersaison 2024, die Wintersaison 2024_2025 und die Sommersaison 2025 informiert.

Information zum Touristischen Stammtisch: Um die groben Linien unserer Sommeraktivitäten zu präsentieren, haben wir zur Informationsveranstaltung im Gemeindesaal eingeladen.

Der Sommer kann kommen: Im Beitrag ist eine Power Point mit der Zusammenfassung des Infomeetings für den Sommer mit den Leistungsträgern zum Download verfügbar.

Messen

Vom 26. bis 30. Oktober 2023 war unsere Feriendestination an der Suisse Caravan Salon Messe mit einem Stand vertreten. Der Fokus lag auf der Vermarktung des neu eröffneten Campings Grächbiel sowie der Steigerung des Markenbekanntheit. Diese Messe hat jährlich insgesamt 59'000 Besucher. Neben der Vermarktung des Campings wurde ebenfalls ein Gewinnspiel angeboten, an dem 271 Personen teilgenommen haben.



Erlebnisse

Von den angebotenen Erlebnissen wurde die Wildtierbeobachtung im Sommer 2023 gut gebucht: Insgesamt konnte dieses Erlebnis 11 Mal (+4 im Vergleich zum Vorjahr) durchgeführt werden mit einer durchschnittlichen Teilnehmeranzahl von zehn Personen (+1 im Vergleich zum Vorjahr). Die Pistenfahrzeug Tour wurde insgesamt 10 Mal (-4 im Vergleich zum Vorjahr) durchgeführt mit einer durchschnittlichen Teilnehmeranzahl von sechs Personen (eine Person pro Pistenfahrzeug).

Neben den bereits etablierten Erlebnissen wurden im Sommer 2023 erstmals das Wander-Zeit-Ticket sowie das Wander-Zeit-Ticket Plus angeboten. Insgesamt konnten 399 Tickets verkauft werden.

Events

Die erste Durchführung des kleinsten Kleinkunstfestivals ging im Sommer 2023 erfolgreich über die Bühne mit rund 250 Personen vor Ort. Dieses kleine Spektakel wird ebenfalls im aktuellen Geschäftsjahr durchgeführt, mit dem Ziel noch mehr Gäste anzulocken.

Im Winter wurde das Singles Weekend erstmalig in Form einer «Winter Edition» angeboten. Nach kurzer Zeit war dieser Event bereits ausgebucht mit 44 Teilnehmenden und insgesamt 240 Gondel-Dates. Im Vergleich zur ersten Durchführung im Oktober 2023 konnten wir die Teilnehmeranzahl um 34 Personen steigern.

Neben diesen Events wurden im Winter 2023_2024 neu die Kinderwochen ins Leben gerufen. Im Januar starteten wir mit der Eiswoche. Das Highlight war der Künstler, der auf dem Dorfplatz verschiedene Eiskulpturen geschnitzt hat. Darauf folgten im Februar die Zauberwoche, inklusive Zaubershow im Gemeindesaal, die Feuerwoche mit einer einzigartigen Feuershow auf dem Dorfplatz sowie die Märchenwoche inklusive Märchenstunde auf der Flanierbühne/Obere Dorfstrasse. Darüber hinaus konnten die Kinder jeweils am Dienstag ein Foto mit Snowli und Bobi auf der Hannigalp machen, mittwochs wurde eine Eisdisco beim Sportzentrum organisiert und freitags schloss die Woche mit einem Kinderplauschrennen auf der Hannigalp ab.



Snowspring 2024 | Destinationskampagne

Das Snowspring Open Air ist ein strategischer Event, angelegt an die verabschiedete Tourismusstrategie 2023-2027 mit dem Ziel die Markenbekanntheit der Destination zu steigern. Nach der erfolgreichen Erstdurchführung im April 2023, fand im März 2024 das zweite Snowspring Open Air statt. Dieses Grossevent wurde marketingtechnisch von der Destinationskampagne begleitet mit dem Ziel den Ferienort Grächen und St. Niklaus zu promoten. Insgesamt wurden 10.4 Millionen Impressionen (+7.4 Millionen im Vergleich zum Vorjahr) und rund 1.6 Millionen Reichweite mit Kosten in der Höhe von CHF 85'350 generiert. Der geschätzte Gegenwert dieser schweizweiten Kampagne liegt bei CHF 240'500. Dank verschiedenster Kooperationen mit Medienhäusern wie Pomona oder Blick.ch und einem starken Aufhänger (Snowspring) hat jede vierte Person in der Deutschschweiz (25%) mindestens einmal unsere Werbung (online/offline) gesehen.

Snowspring 2024 | Rück- und Ausblick

Trotz der unglücklichen Wetterlage, verzeichnete das Open Air insgesamt 588 Besucher, davon 72 Abendkassen-Verkäufe und 94 Gratistickets (Sponsoring, Kollaborationen und Staff). Am Durchführungstag waren die Strassen nach Zermatt und Saas-Fee aufgrund Schneefalls und Lawinengefahr gesperrt, was viele Besucher an einer Teilnahme verhinderte.

Die Durchführung des Events wurde mit einem budgetierten Defizit von CHF -37'000 vom Vorstand sowie der Generalversammlung im September 2023 genehmigt und konnte schlussendlich mit einem Defizit von CHF -28'792.34 (rund CHF 10'000 weniger als budgetiert) abschliessen. Aus Sicht der Geschäftsleitung sowie des gesamten Vorstands wurde mit dem Snowspring Open Air in die Zukunft der Destination investiert. Die Budgetfreigabe für das Snowspring 2025 wurde erteilt und die Planungsarbeiten laufen.



Events und Erlebnisse 2023 | 24

Datum	Event	Organisation	Aufgaben TO
10.06.23	Alpaufzug	Bauernschaft	Kommunikation
17.06.23	Harley-Treffen	Zweitwohnungsverein	Mithilfe bei der Organisation und Planung
div. Daten	Kultursommer	Kulturverein	Vorstand
01.07.23	Gornergrat Zermatt Marathon	Geschäftsstelle Gornergrat Zermatt Marathon	Kommunikation, offizieller Sponsor
20.07.23	Food Night	GT	Planung, Organisation, Durchführung
03.08.23			
26.07.23	Summer-Live	GT	Planung, Organisation, Durchführung
31.07.23	1. August in Grächen	GT, Gemeinde Grächen	Planung, Organisation, Durchführung
09.08.23	Kleinkunstfestival	GT	Planung, Organisation, Durchführung
11. - 13.08.23	Beach Event	Verein Beach Event Grächen	Kommunikation, Officearbeiten
06 - 09.09.23	Ultra Tour Monte Rosa	OK ULTRA Tour Monte Rosa	Kommunikation, Sponsor, Unterstützung OK
15. - 17.09.23	Singles Weekend	GT	Planung, Organisation, Durchführung
16.09.23	Alpabzug	Bauernschaft, Schäfer	Kommunikation
27.09.23	Very Little Circus	GT	Planung, Organisation, Durchführung
01.10.23	Kreidenfestival	Verein Obere Dorfstrasse, GT	Kommunikation, Unterstützung, Sponsor
14.10.23	Hornusser Event	Hornusser Büren zum Hof	Kommunikation
16. - 17.12.23	Opening Weekend	GT	Planung, Organisation, Durchführung
30.12.23	Altjahres-Rennen	GT, Skiclub Grächen	Kommunikation, Organisation, Durchführung, Unterstützung
06.01.24	Raiffeisen Valais Trophy	GT, Skiclub Grächen	Planung, Organisation, Durchführung, Unterstützung

13. - 14.01.24	Tag der offenen Tür	GT	Planung, Organisation, Durchführung
20. - 21.01.24	Singles Weekend Winter Edition	GT	Planung, Organisation, Durchführung
div. Daten	Summit Sounds	GT	Planung, Organisation, Durchführung
div. Daten	Kinderwochen	GT	Planung, Organisation, Kommunikation
02. - 03.02.24	Bozunacht	GT, Jugi-Team Grächen-St. Niklaus	Planung, Organisation, Kommunikation
08. - 13.02.24	Fasnachtswoche	GT, Fasnachtszunft	Planung, Organisation, Durchführung, Sponsor
14.02.24	Valentins Special	GT	Planung, Organisation, Durchführung
24.02.24	Night Rider	GT	Planung, Organisation, Durchführung
09. - 10.03.24	Die Gemeinden laden ein	Gemeinden Grächen & St. Niklaus	Kommunikation, Planung
31.03.24	Snowsprint Open Air	GT	Planung, Organisation, Durchführung

 	Dorfbesichtigung	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation
 	Besuch der Air Zermatt	Air Zermatt, Heliport Zermatt	Kommunikation, Planung
	Fondue in der Gondel	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation, Durchführung
	Outdoor Fondue	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation, Durchführung
	Pistenfahrzeug fahren	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation, Durchführung
	Wildtiere beobachten & Frühstück	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation, Durchführung
	div. Brunch auf der Hannigalp	Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe	Planung, Organisation, Durchführung
	Lamatrekking	Dominique Gruber	Kommunikation

Kooperationen | Alpine Tech Heroes

Erstmals organisierte SBS die Call of Heroes Schnuppertage für Jugendliche, die an einer Ausbildung als Seilbahn-Mechatroniker/in oder an einem EBA als Seilbahner/in interessiert sind. Die Schnuppertage fanden am 18. und 22. März 2024 in der gesamten Schweiz statt. Gemeinsam mit 48 anderen Seilbahnunternehmen konnten rund 150 Jugendliche für einen Tag Einblick in die Arbeiten eines Seilbahnangestellten erhalten. Die Schnuppertage wurden von einer nationalen Werbekampagne, die mehr als 10.8 Millionen Impressionen generierte, begleitet. Die Kampagne fand medialen Anklang: Insgesamt wurden mehr als 3 Millionen nationale Medienberichte, sowie 225'000 regionale Berichterstattungen publiziert.

Kooperationen | bike-wallis

Das Thema Mountainbike wird für Grächen und die ganze Region rundum immer wichtiger auf dem Weg zu einem nachhaltigen Ganzjahrestourismus. Um die Region noch stärker als Bike-Region zu positionieren, wurde das Projekt «bike-wallis» durch unsere Initiative wiederaufgenommen. In Zusammenarbeit mit den Destinationen bzw. Gemeinden Emmbd-Kalpetran, Moosalp, Staldenried-Gspon, Stalden, Visperterminen, Visp, Zeneggen, Eischoll und Unterbäch wurde auf der Website bike-wallis.ch ein Refresh durchgeführt und eine gedruckte Bikekarte für die Region erstellt. Die Gesamtkosten dieses Projekts werden fair auf die teilnehmenden Destinationen bzw. Gemeinden aufgeteilt. Die Bikekarten sind in jeder Destination kostenlos erhältlich und stellen damit einen grossen Mehrwert für alle Biker in der Region dar.

FRONT OFFICE

Umstellung Channelmanager: T-Manager zu T-Smart

Ein zentrales Projekt in diesem Jahr war die Umstellung unseres Channelmanagers von T-Manager auf T-Smart. Diese neue Plattform bietet eine einfachere Handhabung und ermöglicht unseren Ferienwohnungsvermietern eine effizientere Verwaltung ihrer Buchungen. Um den Übergang so reibungslos wie möglich zu gestalten, haben wir umfassende Schulungen für unsere Partner angeboten. Diese Schulungen wurden sehr gut angenommen und haben dazu beigetragen, dass unsere Vermieter nun besser mit dem neuen System vertraut sind.

Im Rahmen unserer kontinuierlichen Bemühungen um Effizienzsteigerung und Verbesserung der Gästerfahrung haben wir diese Umstellung unseres Channelmanagers vorgenommen. Der Wechsel ermöglicht eine optimierte Verwaltung der Buchungskanäle sowie eine verbesserte Integration der verschiedenen Vertriebspartner. Diese Umstellung wird nicht nur unsere internen Abläufe vereinfachen, sondern auch die Sichtbarkeit der Ferienwohnungen auf den Plattformen erhöhen, was letztendlich zu einer Steigerung der Buchungen führen sollte.

Kurtaxenabrechnungen und Gästekartenmanagement

Ein weiterer wichtiger Schritt war die Übertragung der Kurtaxenabrechnungen und des Gästekartenmanagements an die Gemeinde Grächen. Diese Entscheidung wurde getroffen, um administrative Prozesse zu optimieren. Die Gemeinde hat sich bereit erklärt, diese Aufgaben ab dem Geschäftsjahr 2023_2024 zu übernehmen, was sowohl für uns als auch für unsere Gäste eine erhebliche Entlastung darstellt.

Neugestaltung des Tourist Office

Unser Tourist Office erstrahlt in neuem Glanz! Im Rahmen des neuen Markenauftritts wurden die Schaufenster neu gestaltet, um einladender zu wirken und die Attraktivität unserer Angebote hervorzuheben. Das Interieur wurde modernisiert, und auch die Spielecke für Kinder wurde ansprechender gestaltet. Diese Massnahmen sollen nicht nur das Besuchererlebnis unserer Gäste verbessern, sondern auch ein positives Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter schaffen.

Neue Produkte

Ein herausragendes neues Produkt, das wir in diesem Jahr lanciert haben, ist das Steinzeitticket. In Zusammenarbeit mit der Gornergrat Bahn und Postauto Schweiz können unsere Gäste nun von Grächen aus mit einem attraktiven Rabatt von 30% auf den Gornergrat und zurückreisen. Dieses Angebot hat sich als grosser Erfolg erwiesen, da bereits in der ersten Saison 620 Bilets verkauft wurden. Die positive Resonanz zeigt, dass unsere Gäste an einzigartigen Erlebnissen interessiert sind, die ihnen gleichzeitig einen finanziellen Vorteil bieten.

Zusätzlich haben wir das Wander-Zeit-Ticket sowie das Wander-Zeit-Ticket Plus eingeführt, die sich wie erwartet sehr gut entwickeln. Beide Produkte haben sich schnell in der Wahrnehmung unserer Gäste etabliert und erfreuen sich grosser Beliebtheit. Das Wander-Zeit-Ticket bietet unseren Gästen die Möglichkeit, drei Fahrten zum Preis von zwei zu erwerben, was es zu einer attraktiven Option für Wanderfreunde macht. Mit dem Wander-Zeit-Ticket Plus können sie für einen geringen Aufpreis sogar zur Alpe Jungen fahren, was das Angebot noch interessanter gestaltet.

Im Gegensatz dazu entwickeln sich die Best-Zeit- und Best-Zeit-Tickets Plus, die speziell für Biker in der Region konzipiert wurden, nicht wie gewünscht. Trotz anfänglicher Hoffnungen müssen wir feststellen, dass diese Produkte nicht die erhoffte Nachfrage generieren. Daher ist es notwendig, dieses Angebot zu überdenken und gegebenenfalls anzupassen, um besser auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe einzugehen.

Insgesamt sind wir optimistisch hinsichtlich der zukünftigen Entwicklungen und werden weiterhin daran arbeiten, unser Produktportfolio zu erweitern und zu verbessern, um den Erwartungen unserer Gäste gerecht zu werden.

Entwicklung Logiernächte

Im Vergleich zum vergangenen Geschäftsjahr verzeichnete die Destination einen Verlust von insgesamt 2'985 Logiernächten (1,3%). Während die Logiernächte in den Ferienwohnungen um 7% zurückgingen, konnten die Hotels und Lager ihre Übernachtungszahlen um 7% bzw. 22% steigern.

Im Rahmen des Geschäftsberichts 2023_2024 wurden die Logiernächte der letzten zehn Jahre erneut vollständig analysiert und ausgewertet. Es zeigt sich ein Abwärtstrend, der auf folgende Faktoren zurückgeführt werden kann:

Zum einen hat sich das Reiseverhalten in den vergangenen Jahren verändert. Städtereisen, exotische Fernreisen und kürzere Aufenthalte erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, was sich negativ auf längere Aufenthalte in Bergdestinationen auswirkt. Zudem sind viele Haushalte seit 2018 vermehrt mit wirtschaftlichen Unsicherheiten konfrontiert, was sich auf die Ausgaben für Ferien in der Schweiz niederschlägt (Euro Kurs & Inflation).

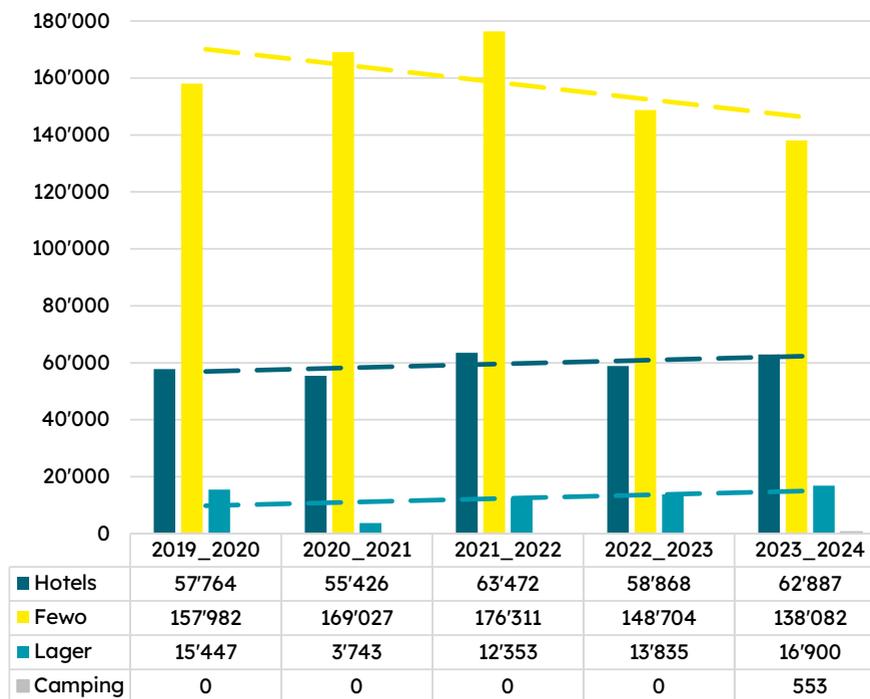
Auch die Covid-19-Pandemie hat Einfluss auf die Logiernächte genommen. In den Jahren 2020_2021 und 2021_2022 konnte unsere Destination zwar von einer erhöhten Nachfrage profitieren, doch inzwischen reisen wieder mehr Schweizerinnen und Schweizer ins Ausland, wodurch die Nachfrage in inländischen Destinationen zurückgeht. Ein weiterer entscheidender Faktor ist der Klimawandel, der zu saisonalen Veränderungen führt und die Logiernächte beeinflusst. Im Winter ergeben sich durch unregelmässigen Schneefall und wärmere Temperaturen in höheren Lagen Risiken, da sich die Saison verkürzt und dadurch weniger Logiernächte verzeichnet werden können. Im Sommer hingegen eröffnen sich Chancen: Bei Hitzewellen im Tal suchen Reisende gerne die kühleren Höhenlagen auf. Neben der Hauptsaison im Sommer und Winter sollte auch das Potenzial der goldenen Herbstmonate verstärkt genutzt und gezielt beworben werden.

Des Weiteren spielt das Phänomen der «kalten Betten» eine Rolle. Grächen weist einen Zweitwohnungsanteil von über 80% auf. Obwohl diese Besitzer zum zahlungskräftigsten Gästesegment gehören, was durchaus positiv für unsere Destination ist, führt es andererseits dazu, dass viele Wohnungen nicht vermietet werden und somit ungenutzt bleiben.

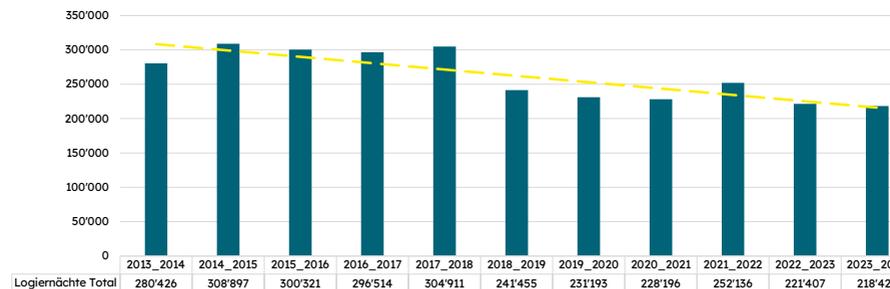
Datenschutz

Kundendaten sind von zentraler Bedeutung, um unsere (potenziellen) Gästen optimal zu bewerben und ihnen die richtigen Produkte anbieten zu können. Nichtsdestotrotz wird es immer wichtiger mit den gesammelten Kundendaten verantwortungsbewusst und sachgerecht umzugehen, u.a. auch seit der Einführung des neuen Datenschutzgesetzes (nDSG) in der Schweiz. Deshalb haben wir unsere Datenschutzbestimmungen mit Hilfe juristischer Unterstützung aktualisiert. Ausserdem wurden Reglemente zum Umgang mit Kundendaten und dem Umgang mit Mitarbeiterdaten erstellt, welche auf dem internen Kommunikationstool «Beekeeper» veröffentlicht und allenfalls laufend aktualisiert werden.

Logiernächte Entwicklung 2019 bis 2024



Logiernächte Trend 2013 bis 2024



FINANZEN

Das vergangene Geschäftsjahr schliesst mit dem höchsten je erwirtschafteten Cashflow von CHF 161'668 ab. Dieser konnte im Vergleich zum Vorjahr um rund CHF 30'000 gesteigert werden. Der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe schliesst das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von CHF 3'828 ab. Zu diesem positiven Resultat führten einerseits die um CHF 90'000 gestiegenen Kurtaxeneinnahmen. Dies ist vor allem auf die konsequente Aufarbeitung der offenen Kurtaxen-Fälle der letzten Jahre zurückzuführen. An dieser Stelle sei die wertvolle Arbeit unserer Auszubildenden, Demi Imboden und Lena Bosshard in Zusammenarbeit mit der Gemeinde verdankt. Andererseits stiegen die Marketingerträge um rund CHF 150'000 an. Die Finanzlage des Vereins kann als sehr stabil bezeichnet werden, wobei die Liquidität ständig im Auge behalten werden muss.

Bilanzmässig verringerte sich das Fremdkapital um rund CHF 315'000. Dank des guten Geschäftsverlaufs konnten Rückstellungen, welche für den Ausbau der touristischen Infrastruktur gebildet wurden, um CHF 16'000 erhöht werden.

Die Sanierung der Touristischen Unternehmung Grächen AG (TUG) tangiert den Verein auf finanzieller Ebene: So mussten etwa die Tourismusförderungstaxe der TUG in der Höhe von rund CHF 55'000 ausgebucht werden. Ebenfalls wurden die Aktien, welche der Verein an der TUG hält, vorsorglich um 90% abgeschrieben. Dies schlägt mit CHF 59'440 in der Bilanz zu Buche.



BILANZ UND ERFOLGSRECHNUNG

Bilanz letzte 5 Jahre

	30.04.2024	30.04.2023	30.04.2022	30.04.2021	30.04.2020
Umlaufvermögen	798'783	945'188	1'163'310	862'131	872'704
Anlagevermögen	353'470	502'313	176'809	238'108	203'508
Total Aktiven	1'152'253	1'447'501	1'340'119	1'100'239	1'076'212
Fremdkapital	- 898'684	- 1'213'760	- 892'013	- 799'008	- 900'113
Rückstellungen	- 80'000	- 64'000	- 281'000	- 154'000	- 64'000
Eigenkapital	- 173'569	- 169'741	- 167'106	- 147'231	- 112'099
Total Passiven	- 1'152'253	- 1'447'501	- 1'340'119	- 1'100'239	- 1'076'212

Erfolgsrechnung letzte 5 Jahre

01.05. bis 30.04	2023_2024	2022_2023	2021_2022	2020_2021	2019_2020
Tourismus	1'272'667	1'238'622	1'439'280	1'413'073	1'518'548
Marketing	720'944	515'626	522'575	486'461	1'183'633
Übriger Betriebsertrag	- 42'093	24'424	- 23'085	9'466	- 16'681
Total Betriebsertrag	1'951'518	1'778'672	1'938'770	1'909'000	2'685'500
Tourismus	- 126'925	- 148'037	- 415'370	- 436'830	- 305'695
Marketing	- 548'300	- 444'216	- 314'205	- 305'674	- 1'091'184
Personalaufwand	- 818'091	- 772'704	- 839'862	- 808'657	- 928'549
Sachaufwand	- 285'946	- 275'655	- 288'812	- 259'202	- 281'388
Total Betriebsaufwand	- 1'779'262	- 1'640'612	- 1'858'249	- 1'810'363	- 2'606'816
EBITDA	172'256	138'060	80'521	98'637	78'684
Finanzerfolg	- 10'588	- 5'683	- 1'197	- 2'358	- 4'891
Cashflow	161'668	132'377	79'324	96'279	73'793
Abschreibungen	- 92'475	- 121'039	- 61'299	- 74'781	- 42'898
Ausserordentlicher Erfolg	- 65'366	- 8'704	1'850	13'634	-
Unternehmensgewinn	3'827	2'635	19'875	35'132	30'895

BILANZ PER 30.04.2024

Aktiven	30.04.2024		30.04.2023	
	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel	42'963		148'056	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	401'784		649'493	
Andere Forderungen	19'381		27'426	
Warenvorräte	5'500		2'000	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	329'155		118'213	
Umlaufvermögen	798'783	69.3	945'188	65.3
Wertschriften	14'962		74'402	
Beteiligungen	50'000		50'000	
Finanzanlagen	64'962		124'402	
Mobilien und EDV	139'001		162'504	
Maschinen und Werkzeuge	1		1	
Touristische Infrastruktur	149'506		215'406	
Sachanlagen	288'508		377'911	
Anlagevermögen	353'470	30.7	502'313	34.7
Total Aktiven	1'152'253	100.0	1'447'501	100.0
Kreditoren	332'623		231'387	
Gutscheine	21'478		15'362	
Kreditoren DIRES	427'576		363'093	
Vorauszahlungen	942		5'328	
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	50'826		58'225	
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungen	35'659		35'570	
Passive Rechnungsabgrenzungen	29'580		504'796	
Kurzfristiges Fremdkapital	898'684	78.0	1'213'760	83.9
Total Fremdkapital	898'684	78.0	1'213'760	83.9
Rückstellungen für touristische Infrastruktur	80'000		64'000	
Rückstellungen	80'000	6.9	64'000	4.4
Bilanzgewinn	169'741		167'106	
Jahresgewinn	3'828		2'635	
Eigenkapital	173'569	15.1	169'741	11.7
Total Passiven	1'152'253	100.0	1'447'501	100.0

ERFOLGSRECHNUNG 2023_2024

	01.05.2023 - 30.04.2024		01.05.2022 - 30.04.2023	
	CHF	%	CHF	%
Direktreservation	70'219		118'626	
Kurtaxen	1'112'741		1'022'302	
Mitgliederbeiträge	60'800		65'900	
Information	3'907		6'793	
Diverse Beiträge	25'000		25'000	
Tourismus	1'272'667	65.2	1'238'622	69.6
Tourismusförderungstaxe	370'657		380'681	
Animation	92'426		32'577	
Marketing	257'861		103'431	
Erlebnistaxe	-		-1'063	
Marketing	720'944	36.9	515'626	29.0
Ertrag aus Dienstleistungen übrig. Ertrag	2'104		15'500	
Ertragsminderungen	-44'197		8'924	
Übriger Ertrag	-42'093	-2.1	24'424	1.4
Total Ertrag	1'951'518	100.0	1'778'672	100.0
Direktreservation	63'930		82'541	
Information	1'919		1'384	
Diverse Beiträge	4'303		4'293	
Touristische Infrastruktur	56'773		32'820	
Aufwand Sommer	-		27'000	
Information	126'925	6.5	148'037	8.3
Prospekte Drucksachen	39'356		24'068	
Inserate Printmedien	4'842		6'852	
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	36'181		33'351	
Online Marketing	79'182		82'901	
Messen	-		6'285	
Medien Journalisten PR	1'039		499	
Sponsoring-Events	22'094		22'441	
CI CD	76'358		50'963	
Werbekampagnen	81'186		-	
Sonstige Marketing-Aufwendungen	2'057		621	
Kampagnen mit anderen Partnern	16'116		2'252	
Aufwand Animationen	90'437		61'764	
Aufwand Events	99'452		152'217	
Marketing	548'300	28.1	444'216	25.0

	01.05.2023 - 30.04.2024		01.05.2022 - 30.04.2023	
	CHF	%	CHF	%
Löhne und Gehälter	729'384		703'330	
Sozialleistungen	90'887		82'142	
Sonstiger Personalaufwand	-2'180		-12'768	
Personalaufwand	818'091	41.9	772'704	43.4
Raumaufwand	61'035		64'978	
Unterhalt Reparaturen Ersatz	24'032		38'164	
Versicherungen und Gebühren & Abgaben	4'358		4'352	
Energie und Entsorgung	12'703		14'283	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	122'737		102'573	
Übriger Betriebsaufwand	61'081		51'305	
Sachaufwand	285'946	14.7	275'655	15.5
Betriebsaufwand	1'779'262	91.2	1'640'612	92.2
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg (EBITDA)	172'256	8.8	138'060	7.8
Finanzaufwand	13'960		24'727	
Finanzertrag	-3'372		-19'043	
Finanzerfolg	10'588	0.5	5'683	0.3
Cashflow	161'668	8.3	132'377	7.4
Abschreibungen Sachanlagen	92'475		121'039	
Abschreibungen	92'475	4.7	121'039	6.8
Ausserordentlicher Erfolg	65'366	3.4	8'704	0.5
Jahresgewinn	3'827	0.2	2'635	0.2

ANLAGENRECHNUNG 2023_2024

Anlagevermögen

Bezeichnung	Anlagevermögen		
	Stand 01.05.2023	Zugang / Abgang 2023_2024	Stand 30.04.2024
Büroeinrichtungen	14'689	6'377	21'066
EDV-Anlage	159'719	-	159'719
Ausstellungsmaterial	1'000	13'876	14'876
Panoramakarte	13'500	4'787	18'287
EDV Software	327'133	23'189	350'322
Maschinenpark	3'875	-	3'875
Infohäuschen St. Niklaus	1	-	1
Wanderweg Grächen	26'296	-	26'296
Dienstbarkeit Skipiste	1	-	1
Signalisation	3'600	-	3'600
Zauberwasser	106'027	-	106'027
Bikepark	17'210	-	17'210
Spieleweg	53'145	-	53'145
Flow Trail	230'388	- 45'157	185'231
Total Unternehmung	956'583	3'072	959'655

Abschreibungen

Buchwert

Bezeichnung	Abschreibungen			
	Stand 01.05.2023	Zugang 2023_2024	Stand 30.04.2024	Stand 30.04.2024
Büroeinrichtungen	- 14'688	- 3'378	- 18'066	3'000
EDV-Anlage	- 159'718	-	- 159'718	1
Ausstellungsmaterial	- 999	- 4'877	- 5'876	9'000
Panoramakarte	- 13'499	- 2'788	- 16'287	2'000
EDV Software	- 164'633	- 60'689	- 225'322	125'000
Maschinenpark	- 3'874	-	- 3'874	1
Infohäuschen St. Niklaus	-	-	-	1
Wanderweg Grächen	- 26'295	-	- 26'295	1
Dienstbarkeit Skipiste	-	-	-	1
Signalisation	- 3'599	-	- 3'599	1
Zauberwasser	- 106'026	-	- 106'026	1
Bikepark	- 8'810	- 2'200	- 11'010	6'200
Spieleweg	- 53'144	-	- 53'144	1
Flow Trail	- 23'388	- 18'543	- 41'931	143'300
Total Unternehmung	- 578'673	- 92'475	- 671'148	288'508



ANHÄNGE FINANZEN

A: Allgemeine Angaben

in CHF

A Allgemeine Angaben (Unternehmen, Rechnungslegungsgrundsätze)

A1 Firma/Name, Rechtsform, Sitz

Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe
Unternehmens-Identifikationsnummer (UID) CHE-107.025.438

A2 Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl der Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt lag im Berichtsjahr über 10.

A3 Name der Revisionsstelle

Der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe unterliegt von Gesetzes wegen der eingeschränkten Revision. Seit dem Geschäftsjahr 2022/2023 amtiert die TRS AG, RAB-Register Nr. 505450, als Revisionsstelle. Sie muss jährlich von der ordentlichen Generalversammlung bestätigt werden.

B: Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnung

B Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnung

B1 Angewandte Bewertungsgrundsätze, soweit nicht vom Gesetz vorgeschrieben

Die für die vorliegende Jahresrechnung angewendeten Grundsätze der Rechnungslegung erfüllen die Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts. Die wesentlichen Abschlusspositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen: Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen. Auf dem Restbestand werden pauschale Wertberichtigungen von 5% (Forderung Ausland) und 2% (Forderung Inland) vorgenommen.

Anlagevermögen: Die vorgenommenen linearen Abschreibungen auf den Sachanlagen basieren auf folgenden Nutzungsdauern:

Büroeinrichtungen Wanderwege	5 Jahre
EDV-Anlage	3 Jahre
Panoramakamera	4 Jahre
EDV Software	4 Jahre
Bikepark	8 Jahre
Spielweg	3 Jahre
Flow Trail	10 Jahre

Sofortabschreibungen wurden im Geschäftsjahr keine vorgenommen.

Bei Wertschriften gilt das Niederstwertprinzip. Sie sind höchstens zu Anschaffungskosten abzüglich allfälliger Wertberichtigungen bewertet.

B2 Informationen zu Umrechnungskursen bei Rechnungslegung in anderer Währung

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung per Bilanzstichtag wurden zum Tageskurs vom 30. April 2024 gemäss Kursliste der Raiffeisenbank umgerechnet. Für Forderungen und Verbindlichkeiten in Euro gelangte der Kurs von 0.9507 zur Anwendung. Aufwendungen und Erträge während des Geschäftsjahres wurden jeweils zum Tageskurs umgerechnet.

C: Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zur Bilanz und Erfolgsrechnung

in CHF

C BILANZ: Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen

Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung, soweit diese nicht bereits aus der Bilanz ersichtlich sind.

BILANZ

	30.04.2024	30.04.2023
C1 Beteiligung	50'000	50'000
Grächen & St. Niklaus Tourismus AG		
Zweck: Förderung des Tourismus in Grächen und St. Niklaus und den Aufenthalt der Gäste angenehm zu gestalten		
Aktienkapital	100'000	100'000
Beteiligungsquote	100%	100%

ERFOLGSRECHNUNG

C2 Ausserordentlicher Erfolg	65'366	8'704
Korrekturen DIRES und Kassa Skidata GT	104	23'042
Kurtaxe 2016-2022/2023 ausbuchen	4'222	-
TFT 2018/2019 ausbuchen	400	-
Mitgliederbeiträge ausbuchen	1'200	-
TUG Namenaktien Wertberichtigung auf 10%	59'440	-
Arbeitslosenkasse KAE Lohnanteil Ferien- und Feiertage 2020/2021	-	- 11'582
Insysta Schlussabrechnung KoMi 308, 2021	-	- 2'756

D: Zusätzliche Angaben, die nicht in anderen Bestandteilen der Jahresrechnung enthalten sind

in CHF

D	Zusätzliche Angaben	30.04.2024	30.04.2023
D1	Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen		
	Pensionskasse	4'228	4'469

E: alle anderen Angaben

in CHF

E Weitere Angaben

E1 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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



KOSTENVORANSCHLAG 2025_2026

	CHF	%
Direktreservation	70'000	
Kurtaxen	1'050'000	
Mitgliederbeiträge	55'000	
Information	12'000	
Diverse Beiträge	50'000	
Tourismus	1'237'000	61.6
Tourismusförderungstaxe	410'000	
Animation	170'000	
Marketing	190'000	
Marketing	770'000	38.3
Ertrag aus Dienstleistungen, übrig. Ertrag	2'000	
Ertragsminderungen	-	
Übriger Ertrag	2'000	0.1
Total Ertrag	2'009'000	100.0
Direktreservation	60'000	
Information	13'000	
Diverse Beiträge	5'000	
Touristische Infrastruktur	85'000	
Übriger Aufwand	-	
Tourismus	163'000	8.1
Prospekte Drucksachen	30'000	
Inserate Printmedien	30'000	
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	25'000	
Radio TV Feratel	5'000	
Onlinemarketing	65'000	
Messen	4'000	
Medien Journalisten PR	6'000	
Sponsoring-Events	25'000	
CI CD	30'000	
Werbekampagnen	70'000	
Sonstige Marketing-Aufwendungen	10'000	
Kampagnen mit anderen Partnern	3'000	
Aufwand Animationen	100'000	
Aufwand Events	190'000	
Marketing	593'000	29.5

Löhne und Gehälter	580'000	
Fremdleistungen	140'000	
Sozialleistungen	90'000	
Sonstiger Personalaufwand	10'000	
Personalaufwand	820'000	40.8
Raumaufwand	65'000	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	30'000	
Versicherungen und Gebühren & Abgaben	4'000	
Energie und Entsorgung	10'000	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	130'000	
Übriger Betriebsaufwand	60'000	
Sachaufwand	299'000	14.9
Betriebsaufwand	1'875'000	93.3
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg (EBITDA)	134'000	6.7
Finanzaufwand	10'000	
Finanzertrag	- 5'000	
Finanzerfolg	5'000	0.2
Cashflow	129'000	6.5
Abschreibungen Sachanlagen	110'000	
Abschreibungen	110'000	5.5
Ausserordentlicher Erfolg	-	-
Jahresgewinn	19'000	1.0

BERICHT DER REVISIONSSTELLE

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Mitgliederversammlung des

Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe, Grächen

Brig, 8. August 2024

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) des **Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe** für das am 30. April 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand 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 dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

TRS AG

Marcel Pfaffen
zugelassener Revisionsexperte
leitender Revisor

Florian Bregy
zugelassener Revisor

ANTRAG

Die Touristische Unternehmung Grächen AG stellt basierend auf diesem Bericht folgenden Antrag an den Verwaltungsrat der „Grächen St. Niklaus Tourismus AG“:

Die Touristische Unternehmung Grächen AG hat den Leistungsauftrag für das Geschäftsjahr 2023_2024 erfüllt.
Den Organen ist Entlastung zu erteilen.

Grächen, 05. September 2024

Touristische Unternehmung Grächen AG

Roman Rogenmoser
CEO

PROTOKOLL 2022 | 23

Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 29. September 2023 Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

29. September 2023; 17:00 Uhr
Gemeindesaal Grächen

Anwesend 19 Mitglieder und 5 Begleitpersonen
Beilagen Präsenzliste
Statuten des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

Inhaltsverzeichnis | Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl der Stimmezähler
3. Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 07. Oktober 2022
4. Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2022_2023
5. Jahresrechnung 2022_2023
6. Revisorenbericht
7. Genehmigung Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2022_23 und der Jahresrechnung
8. Entlastung der Organe
9. Budget 2024_2025
10. Wahlen
11. Wahl der Revisionsstelle
12. Verschiedenes

Die PPP der ordentlichen Generalversammlung vom 29.09.2023 ist integrierender Bestandteil dieses Protokolls.

1. Begrüssung

MA: Begrüssst die Mitglieder zur ordentlichen Generalversammlung des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe. Die stellt fest, dass die Generalversammlung gesetzes- und statutenkonform einberufen wurde. Die Einladung erfolgte mittels einfachen Briefes am 01. September 2023. MA stellt fest, dass die Versammlung beschlussfähig ist.

2. Wahl der Stimmezähler

MA: Der Vorstand schlägt der Generalversammlung Susann Walter als Stimmezählerin vor.

Entscheid:
Susann Walter wird einstimmig als Stimmezählerin gewählt.

3. Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 07. Oktober 2022

Inputs:

MA: Das Protokoll wurde gemeinsam mit dem Jahresbericht zur Einsicht aufgelegt. Der Vorstand beantragt die Genehmigung des Protokolls vom 07. Oktober 2022.

Entscheid:

Das Protokoll vom 07. Oktober 2022 wird einstimmig genehmigt.

4. Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2022_2023

Inputs Bericht der Präsidentin:

MA: Es war ein herausforderndes Jahr mit zwölf Monaten, in denen sich die Auswirkungen von Corona allmählich gelegt haben. Skiferien können nun ohne Einschränkungen genossen werden. Dennoch zeigt sich der Corona-Effekt im Sommer, da Gäste vermehrt nach Strand- und Meeresferien suchen, anstatt ihren Urlaub in den Bergen zu verbringen. Es wurde erkannt, dass Buchungen kurzfristiger getätigt werden. Das Ziel ist es nun, mehr Übernachtungen zu generieren, insbesondere in den weniger frequentierten Zeiten (Nebensaisons). Dies kann nur durch gemeinsame Anstrengungen erreicht werden. Ein herzlicher Dank wird allen Mitgliedern des Vereins für ihren Einsatz und ihre Unterstützung ausgesprochen.

RR: Hebt hervor, dass Grächen erneut die Auszeichnung als Best Ski Resort erhalten hat, was zeigt, dass die Destination auf einem guten Weg ist. Er übergibt das Wort an Christian Meyer, um detaillierter auf den Marketingbericht einzugehen.

Inputs Bericht aus dem Marketing:

CM: Begrüssst die Generalversammlung und erläutert die Marketingmassnahmen der vergangenen Monate. Er betont, dass es nun entscheidend ist, mehr Übernachtungen zu generieren und dass das Wachstumspotential abseits des Familiensegments sehr stark ist. Grächen ist in der Schweiz noch zu wenig bekannt, insbesondere ausserhalb des Familiensegments. Eine 3-Jahres-Roadmap wurde erstellt, um die Bekanntheit zu steigern und die Marktbearbeitung wieder aufzunehmen. Im kommenden Geschäftsjahr wird der Fokus auf der Marktbearbeitung und der Digitalisierung liegen. Es wurde ein Brand Book erstellt, das die Grundlage für die neue Markenpositionierung bildet. Die Panoramakarte wurde überarbeitet und vereinfacht. Im Bereich Animationen fehlt die Nachfrage, insbesondere im Winter. Es wurde erkannt, dass Grächen keine Familiendestination im Sommer und die Anzahl der Familiengäste in den Sommermonaten gering ist. Die Onlinewerbung wurde aufgrund der fehlenden Strategie reduziert. Es wurde jedoch erfolgreich in das Snow Spring Event investiert. Es gab über 3 Millionen Werbeeindrücke im Rahmen dieser Kampagne. Bestehende Events wurden konzeptionell angepasst, um vermehrt Touristen anzuziehen, und das Snow Spring Event wird erneut im März durchgeführt.

Inputs Logiernächte:

RR: Spricht die Entwicklung der Übernachtungszahlen an und nennt drei Gründe dafür: den Corona-Effekt, die Goldcard und die Zeit, die die neue Strategie benötigt, um zu greifen. Er betont, dass die Logiernächte der Hotels am verlässlichsten sind, dass die Logiernächte aber insgesamt mit Vorsicht zu geniessen sind.

5. Jahresrechnung 2022_2023

Inputs Erfolgsrechnung:

Roman Rogenmoser erläutert die Jahresrechnung. Aufgrund einer neuen Buchungsmethode gab es im Dires-Konto auf der Ertrags- sowie der Aufwandsseite zum Teil grosse Veränderungen. Zudem wurde der Flowtrail unter Auflösung der entsprechenden Rückstellungen von der TUG abgekauft. Die Kosten für Corporate Identity/Corporate Design wurden zur Hälfte diesem Geschäftsjahr in der Höhe von CHF 50'963 belastet. Die zweite Hälfte wird dem nächsten Geschäftsjahr belastet. Der Betrag für Events umfasst das Snow Spring Event inkl. Mediegelder sowie alle anderen durchgeführten Veranstaltungen. Die Personalkosten sind niedriger, da einige Stellen vakant waren. Die Abschreibungen sind gestiegen, da Website und der Flowtrail teilweise abgeschrieben wurden.

Diskussion

- Olivier Andenmatten: Erkundigt sich nach dem Betrag, der ins Marketing eingeflossen ist in diesem Jahr.
- RR: Der Betrag, der in diesem Jahr für das Marketing ausgegeben wurde, beträgt CHF 444'216.00. Dieser Betrag beinhaltet die Massnahmen, die Christian zuvor erläutert hat, jedoch ohne die Lohnkosten.
- Peter Brigger: Möchte wissen, wie viel der Flowtrail gekostet hat.
- RR: Der Preis für den Flowtrail betrug etwa CHF 450'000.00.
- Olivier Andenmatten: Wünscht zu wissen, wie viele Biker den Flowtrail nutzten.
- RR: Die genaue Anzahl der Biker, die den Flowtrail gefahren sind, kann nicht ausgewertet werden, aber die Frequenzen waren höher als im Vorjahr.
- Hans Steiner: Möchte wissen, ob folgende Auffassung korrekt ist: Die Events verzeichnen einen Aufwand von CHF 150'000.00. Am Ostersonntag 2023 wurde ein hohes Defizit verzeichnet. Gemäss seiner Interpretation ist die Strategie der TUG AG, einen Event, der rote Zahlen schreibt erneut durchzuführen.
- RR: Bestätigt seine Auffassung. RR erläutert, dass Events wie ein Snow Spring über mehrere Jahre hinweg aufgebaut werden müssen und bringt der Vergleich mit Zermatt Unplugged ein. Diese Veranstaltung verzeichnete rund zehn Jahre rote Zahlen, bis es heutzutage nicht mehr von Zermatt wegzudenken ist und die Saison um eine ganze Woche verlängert.

Inputs Bilanz:

RR erläutert die Bilanz. Die flüssigen Mittel sind aufgrund der laufenden Bezahlung der Intercompany-Rechnungen gesunken. Da die Rechnungen für die Kurtaxen der Ferienwohnungen erst im Februar 2023 gestellt werden konnten, sind die Forderungen per Ende Geschäftsjahr entsprechend hoch. Das Anlagevermögen hat durch den Kauf des Flowtrails und der Aktivierung der Webseite zugenommen.

6. Revisorenbericht

Inputs:

Der Revisor Marcel Pfaffen erläutert den Revisorenbericht. Er weist darauf hin, dass es ein Standardbericht ist. Die Revision wurde am 28. Juli 2023 in Zermatt bei ZSUAG durchgeführt. Die Schlussbesprechung wurde mit Roman Rogenmoser abgehalten. Eingeschränkte Revision aufgrund der Grösse der Unternehmung. Grundsätzlich wurde nicht auf Sachverhalte gestossen, welche nicht dem Gesetz entsprechen.

7. Genehmigung Touristscher Jahresbericht des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2022_2023 und der Jahresrechnung

Der Verwaltungsrat empfiehlt der Generalversammlung den Jahresbericht sowie die Jahresrechnung 2022/23 zu genehmigen.

Entscheid:

**Der Jahresbericht wird einstimmig genehmigt.
Die Jahresrechnung wird einstimmig genehmigt.**

8. Entlastung der Organe

Der Verwaltungsrat beantragt, den verantwortlichen Organen Entlastung zu erteilen.

Entscheid:

Dem Verwaltungsrat wird einstimmig Entlastung erteilt.

9. Budget 2024_2025

Inputs:

RR: Das Budget wurde mit Vorsicht erstellt, da die weitere Zusammenarbeit mit der Gemeinde St. Niklaus noch unklar ist. Je nach Entwicklung der Gespräche mit St. Niklaus hat die GT-Kasse möglicherweise CHF 150'000.00 weniger Geld zur Verfügung, was in diesem Budget berücksichtigt wurde. Das Marketingbudget wurde erhöht, und die TUG und TUG Gastro werden einen höheren Marketingbeitrag an GT leisten, um einem Drittvergleich standzuhalten. Die Löhne wurden aufgrund weniger offener Stellen im neuen Geschäftsjahr angehoben. RR betont, dass das Budget nach den Verhandlungen mit der Gemeinde St. Niklaus erneut überarbeitet werden muss.

Diskussion:

- Peter Brigger: Erkundigt sich nach der Option, die Bergbahnen im Sommer in der Gästekarte zu inkludieren.
- RR: Erklärt, dass die Gästekarten durch die Kurtaxen finanziert werden. Wenn die Bergbahnen in den Sommer-Gästekarten inkludiert werden sollen, müssten die Kurtaxen im Sommer auf etwa CHF 7.00 bis CHF 8.00 erhöht werden. Dies würde eine Anpassung des Kurtaxenreglements erfordern und die Preise für die Kurtaxen-Pauschalen erhöhen.

- Hans Steiner: Stellt die Frage, was die CHF 140'000.00 unter dem Punkt «Fremdleistungen» beinhalten.
- RR: Die Fremdleistungen von CHF 140'000.00 beziehen sich auf Dienstleistungen, die von externen Anbietern erbracht werden, wie beispielsweise, wenn eine Angestellte bei der Gemeinde arbeitet und die Kosten dafür verrechnet werden.
- Damian Amstutz: Äussert den Wunsch nach einer Lösung für die Gästekarte. Er ist der Meinung, dass Gäste bereit wären, höhere Kurtaxen zu zahlen, wenn das Angebot stimmt.
- RR: Betont jedoch, dass die Finanzierung dieser Leistungen eine entscheidende Frage ist und dass die Gäste letztendlich die Kosten tragen sollen.

Entscheid:

Antrag Genehmigung Budget 2024_2025 wird einstimmig angenommen.

10. Wahlen

MA: Verkündet die Demissionierung von Kurt Schnidrig und bedankt sich für seinen langjährigen Einsatz im Vorstand. Der Vorstand schlägt der Generalversammlung Melanie Williner zur Wahl in den Vorstand des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe vor.

Entscheid:

Melanie Williner wird einstimmig in den Vorstand des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe gewählt.

11. Wahl der Revisionsstelle

Der Vorstand beantragt die Wahl der TRS AG als Revisionsstelle zu genehmigen.

Entscheid:

Die Wahl der TRS AG als Revisionsstelle wird einstimmig angenommen.

11. Verschiedenes

Demission Kurt Schnidrig

MA: Bedankt sich bei Kurt Schnidrig für sein langjähriges Engagement und Einsatz im Vorstand.

Ausblick Winter

RR: Informiert, dass der Vorverkauf für die neue Wintersaison am Montag, den 2. Oktober beginnt. Aufgrund des bevorstehenden Starts des Vorverkaufs für das neue Geschäftsjahr 2024 wurden für dieses Jahr keine Preisanpassungen vorgenommen. Im Januar werden die Preise für das neue Jahr bekanntgegeben. Die Wintersaison 2023/24 startet am 16./17. Dezember 2023 mit einem Pre-Opening Weekend. RR erwähnt auch verschiedene Winteranimationen, darunter Altjahresrennen, Ford Trophy, Singles Weekend Winter Edition, Fastnachtswoche, Kinder Specials, Valentinstag und Freestyle Contest.

In Bezug auf die Situation mit der Gemeinde St. Niklaus erklärt RR, dass es noch Unsicherheiten gibt und die finanziellen Vorstellungen beider Seiten weit auseinandergehen. Es wird weiterhin Gespräche geben und die Gemeinde St. Niklaus wird einen Vorschlag erarbeiten. Das Ziel ist es, so schnell wie möglich eine Einigung zu erzielen.

Diskussion

- Hans Steiner: Möchte wissen aus welchem Grund die Verhandlungen mit St. Niklaus bis anhin gescheitert sind.
- RR: Die finanziellen Vorstellungen zwischen den Parteien gehen weit auseinander. Gestern wurden jedoch konkrete Wünsche und Vorstellungen von beiden Seiten bekannt. Die Gemeinde St. Niklaus wird einen Vorschlag erarbeiten, und das Ziel ist es, so schnell wie möglich eine Einigung zu finden.

Schluss: 18:20 Uhr

Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe



Manuela Amstutz-Biner



Masha Fux





SNOW SPRING

OPEN-AIR GRÄCHEN
29. März 2025

SAVE THE DATE



snowspring.ch

Erlebnisbank
RAIFFEISEN Mischabel-Matterhorn

● GRÄCHEN
St. Niklaus

● GRÄCHEN
St. Niklaus

