

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
Vorwort	4 - 7
Organisation	8 - 9
Unser Team	10
Facts & Figures	12
Marketing	14 - 22
Front Office	22 - 26
Finanzen	28 - 29
Bilanz und Erfolgsrechnung	30
Bilanz per 30.04.2025	31
Erfolgsrechnung 2024_2025	32 - 33
Anlagenrechnung	34 - 35
Anhänge Finanzen	36 - 38
provisorisches Budget 2026_2027	40 - 41
Bericht Revisionsstelle	42
Antrag	43
Protokoll 2023_2024	44 - 51

## VORWORT

## Geschätzte Vereinsmitglieder

Seit Ende September 2024 darf ich als Präsident von Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe (GT) im Einsatz stehen. Ich habe das Amt von Manuela Amstutz übernommen, die sich mit Engagement für die touristische Entwicklung in unserer Destination eingesetzt hat – ihr gebührt unser aller Dank. Mein Einstieg fiel in eine intensive Zeit. Die wirtschaftlichen und strukturellen Herausforderungen, mit denen wir konfrontiert waren, haben mir rasch gezeigt, wie komplex und gleichzeitig bedeutend die Rolle von GT im touristischen Zusammenspiel ist. Die ersten Monate waren geprägt von vielen Sitzungen, Abklärungen, neuen Einblicken und wegweisenden Entscheidungen.

Per 31. Dezember 2024 hat Roman Rogenmoser die operative Leitung der Touristischen Unternehmung Gächen AG (TUG), TUG Gastro AG und GT abgegeben. Bereits seit November hatte der Führungsausschuss, bestehend aus Masha Fux, Manuel Hohl und Johnny Schalbetter, erfolgreich die Interimsgeschäftsführung unter der Aufsicht von Verwaltungsratspräsident Kurt Schär übernommen. Trotz schwieriger Rahmenbedingungen konnten Stabilität, betriebliche Qualität und neue Impulse sichergestellt werden. Der Erfolg ist einer starken Teamleistung zu verdanken: Vom Pisten- und Bahnbetrieb bis zum Marketing, Tourist Office und der Gastronomie engagieren sich alle mit grossem Einsatz für Grächen - Danke.

Ein zentrales Thema im vergangenen Geschäftsjahr war der erste Teil der Sanierung und Refinanzierung der TUG. Auch wenn der offizielle Erfolg der Rekapitalisierung erst kurz nach Ende unseres Geschäftsjahres kommuniziert werden konnte, hat dieses Thema unsere Arbeit bestimmt. Die grosse Solidarität aus der Bevölkerung, von lokalen Betrieben und von Zweitwohnungsbesitzern hat uns tief beeindruckt. Dass am Ende über 7.2 Millionen Franken gezeichnet wurden, übertraf nicht nur das Ziel, sondern stärkte auch das Vertrauen in die Zukunft der Feriendestination Grächen und St. Niklaus.

In diesem Kontext war auch GT gefordert. Obwohl unser Verein über wenig eigenes Vermögen verfügt – Kurtaxen und Tourismusförderungsbeiträge müssen im Umlauf bleiben – haben wir im Vorstand unser Budget mehrfach durchleuchtet und optimiert, um einen Beitrag zu leisten, ohne die Leistung gegenüber dem Gast spürbar zu reduzieren.

Trotz aller finanziellen und organisatorischen Herausforderungen konnten im vergangenen Geschäftsjahr auch einige schöne Projekte umgesetzt werden. Die "Charming Days" im Winter waren ein liebevolles Zeichen der Wertschätzung gegenüber unseren Gästen – mit kleinen Aufmerksamkeiten, die für Freude sorgten. Zusätzlich wurden der Fragende Rundweg, der neue Fotoweg sowie eine Holzkugelbahn realisiert. Neu sind jetzt auch zehn SiSu-Figuren im ganzen Dorf verteilt.

Diese Angebote machen Grächen für Familien und Kinder noch attraktiver und zeigen, dass auch in schwierigen Zeiten in die Aufenthaltsqualität investiert wird. Auch das Snowspring Open-Air auf dem Dorfplatz setzte ein schönes Schlussbouquet unter die Wintersaison.

Ein Höhepunkt war die Auszeichnung beim Blick Winter Award 2025, bei dem Grächen in der Kategorie "Bestes Skigebiet Familie" den zweiten Platz belegte – ein starkes Zeichen für die Qualität unseres Angebots. Auch das neue "Tourismus Rendez-vous", das erstmals im Januar durchgeführt wurde, zeigte Potenzial. Das Format soll künftig in gleicher oder angepasster Form weitergeführt werden, um den Austausch mit Leistungsträgern zu stärken.

Die Osterwoche stellte uns vor besondere Herausforderungen: Das Skigebiet war bereits geschlossen, viele Betriebe ebenfalls. Ein alternativer Eventkalender entstand – getragen von Vereinen und Bevölkerung. Die massiven Schneefälle mit Stromausfall kurz vor Ostern zeigten, wie wichtig eine gute Zusammenarbeit in einer Krisensituation ist. Wegen der Stromausfälle wurde der Krisenstab einberufen. Die Verbindung zur Aussenwelt war unterbrochen. Das Tourist Office wurde zur Infozentrale. Gemeinde, Feuerwehr, Führungsausschuss und die Mitarbeitenden vom Tourist Office haben gemeinsam eine grossartige Arbeit geleistet. Alle haben schnell und gut zusammengearbeitet, damit die Situation möglichst gut gemeistert werden konnte.

Ein Blick in die Zukunft: Mit dem neuen Projekt "Gesundheitstourismus Grächen" wird an einem weiteren zukunftsfähigen Ganzjahresangebot gearbeitet. Und mit Geschichten wie jener der jungen Emely Grand, die auf dem Flowtrail in Grächen ihre Karriere als Nachwuchs-Downhillerin begann, wird klar: Unsere Investitionen wirken – auch langfristig.

Ich danke allen, die sich im vergangenen Jahr mit Herzblut engagiert haben – sei es im Vorstand, in Projektgruppen, in der Administration oder in der täglichen Arbeit mit unseren Gästen. Danke auch allen, die mich unterstützt haben. GT wird gestärkt, reflektiert und entschlossen in die Zukunft gehen.

Mit herzlichen Grüssen



Björn Walter

Präsident des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe



## **VORWORT**

## Sehr geehrte Damen und Herren

Inhaltlich stand das Geschäftsjahr stark im Zeichen der Umsetzung von Massnahmen, die im Rahmen der Gesamtstrategie Grächen 2023 - 2027 definiert wurden. Ein zentrales Projekt war dabei die aktive Mitgestaltung und Bewerbung des Projekts "Upgrade Jahreskarte", welches sich als wirkungsvolles Instrument zur Gästebindung und Destinationsentwicklung erwiesen hat. Die Marketingaktivitäten rund um dieses Produkt wurden gezielt auf die Ansprache bestehender Wintergäste ausgerichtet, mit dem Ziel, diese zu Jahresgästen zu konvertieren.

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: Mit dieser Erkenntnis machten wir uns an die Werbung für die Destinationskampagne für das Snowspring. Mit einem Mediainvest von lediglich rund CHF 71'000 erzielten wir 14.3 Millionen Sichtkontakte und erreichten 1.57 Millionen unterschiedliche Personen. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das 38 Prozent mehr Sichtbarkeit bei 17 Prozent weniger Budget.

Starke Reichweite braucht erlebbare Inhalte. Im Sommer setzten die Brunches qualitative Akzente auf der Hannigalp, die beiden Flanierabende gemeinsam mit Leistungsträgern brachten weitere Frequenz ins Dorf. Neben der Swiss Ski Summer Challenge, welche junge Sportler nach Grächen brachte, konnten wir beim zweiten «kleinsten Kleinkunst Festival» rund 300 Gäste begeistern. Während der Wintersaison fanden die Summit Sounds in der Stafelbar für jung und alt statt. Für unsere kleineren Gäste boten die Kinderwochen immer etwas zum Erleben. Neu hinzu kam der Snowpark Contest, der an die junge Community adressiert war.

Mit der Belebung des Magazins startete ein redaktioneller Blog über Grächen. Er dient als Always-on-Plattform und verknüpft Storytelling mit Angebotsseiten. Zudem wurden die Zeit-Dimensionen überarbeitet, um nebst Familien weitere Zielgruppen präziser anzusprechen. Das stärkt die Ganzjahrespositionierung: vom Hochsommer über den goldenen Herbst bis hin zum verschneiten Winter.

## Ausblick 2025\_2026

Neben vielen Events und Erlebnissen sind wir erneut Ausführungsort für ein Qualifikations-Rennen des Migros Grand Prix. Die Wanderwege und Infrastruktur werden aktualisiert und parallel lancieren wir eine neue Gästekarte mit attraktiven Angeboten für den Aufenthalt und für Zusatzkäufe. Das Wolkenland erhält ein Lifting mit dem neuen SiSu und seinen Freunden. Zudem erweitern wir das Beherbergungsprofil: Die Bubble Suiten öffnen im Sommer 2025 und setzen einen aufmerksamkeitsstarken Akzent im Bergsommer.





Johnny Schalbetter
Leiter Marketing & Verkauf
Mitglied Führungsauschuss

## **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 2024\_2025 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:



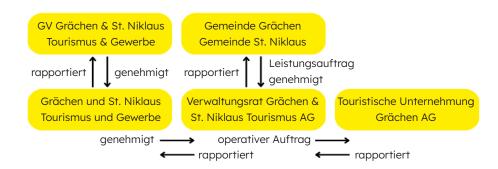
Die Aufgaben lassen sich wie folgt beschreiben:

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

8

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 | Björn Walter Schnidrig Patric

Fux Jennifer
Gruber Urban
Loetscher Daniel

Pollinger Daniela | Imboden Sandro

Schmid-Fux Josiane Williner Mélanie Williner Tobias Präsident/in Vizepräsident

Vertretung Gemeinde Grächen

Vertretung Skischule Vertretung VZWG

Vertretung Gemeinde St. Niklaus

Vertretung Gewerbe Vertretung Hotellerie Vertretung Restaurantion

## Geschäftsleitung

Rogenmoser Roman CEO

Hohl Manuel Leiter Tech. Dienst | Leiter HR |

Mitglied Führungsausschuss

Amstutz Reto Leiter PRD, IT-Elektro
Fux Masha Leiterin Administration

Leiterin Administration | Mitglied

Führungsausschuss

Johnny Schalbetter Leiter Marketing | Mitglied Führungs-

ausschuss

Brunner Marc Leitung TUG Gastro AG

Imesch RetoTechn. LeiterRuppen DanielaLeiterin FinanzenWalter SusannLeiterin Front Office

## **Tourist Office | Administration**

Bader Céline Kuonen Xenia
Bumann Marco Lindner Ingrid
Chanton Nadine Novotny Katja
Hesse Ann Truffer Sandra
Kalbermatter Barbara Walter Elfriede

## Lernende

Bosshard Lena Kauffrau EFZ
Hofmann Yannick Mediamatiker EFZ
Imboden Demi Kauffrau EFZ





# **FACTS & FIGURES**



Logiernächte 202'185



Skierdays 163'128



Schneesicherheit 100%



Sonnentage 300



**Hotels & Pensionen 17** 



Instagram ↑ 7'473



Facebook ۵. **9'631** 



Websitebesucher 157'483





## **MARKETING**

## Digital Marketing | Social Media Reporting

Social Media Zuwachs Likes erhalten		Impressionen		Reach			
<b>f</b> Facebook	+250	<b>f</b> Facebook	5'000	<b>f</b> Facebook	2.6mio	<b>f</b> Facebook	1.6mio
Instagram	+1'100	Instagram	22'400	Instagram	1.6mio	Instagram	654'700
in Linkedin	+72	in Linkedin	274	in Linkedin	11'100	in Linkedin	6'300

## **Digital Marketing | Content Analyse**

Von den veröffentlichten Instagram Beiträgen zwischen dem 01.05.2024 und dem 30.04.2025 haben die User am meisten mit dem Beitrag des Neuschnees interagiert. Insgesamt hat dieser Post 682 Likes erhalten.









Auf Facebook haben User am meisten mit dem Beitrag zum Raclette à discretion interagiert. Dieser Beitrag erhielt 264 Likes. Am zweitmeisten wurde mit dem Beitrag zum German Brand Award interagiert.









Auf LinkedIn erhielt der Beitrag zum Gewinn des German Brand Award mit 57 Reaktionen, drei Kommentaren sowie drei Weiterleitungen am meisten Aufmerksamkeit..



## Digital Marketing | Influencer Marketing

In Zusammenarbeit mit Valais/Wallis Promotion wurde am Winter Season Opening Wochenende ein Takeover auf ihrem Instagram Kanal durchgeführt. Während diesem Takeover konnte den Followern unter anderem die Skipisten von Grächen, die Kulinarik am Berg sowie die Band «GetWings», welche an diesem Tag live bei der Schnööbar auftrat, gezeigt werden.

Für die Bewerbung des Snowspring Open-Airs wurde mit der Influencer-Vermittlungsagentur «Refluenced» zusammengearbeitet. Während der Kamapgne posteten die ausgewählten Influencer Stories sowie Reels zur Bewerbung des Events.



## Digital Marketing | Paid Posts

Während dem gesamten Ges<mark>chäftsjahr wurden gezielt einzelne Beiträge auf den</mark> verschiedenen Social-Media-Kanälen mit einem durchschnittlichen Betrag von CHF 507.00 beworben. Insg<mark>esamt wurden dadurch im Total 4'742'517 Impressio-</mark> nen, 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

Auch im vergangenen Geschäftsight erhielt die Familiendestingtion Grächen sowohl national als auch international viel Aufmerksamkeit in den Medien. Die Schwerpunkte lagen auf unseren Sommer- und Winteraktivitäten, die in einer Vielzahl von Print- und Online-Medie<mark>n, beispielsweise dem Tagesanzeiger Seilbahnen,</mark> Freizeit.ch, Swisscoupon Pass oder SBB Newsletter, sowie auf den verschiedensten Social-Media-Kanälen präsentiert wurden.







Ferienerlebnis hieten und dazu beitragen, dass diese erholt in den Alltag zurückischer sagt Johnny Schalbetter, Marketingletter.

Im Wallis



mmablick auf gewaltige Bergma

## Medien und Kommunikation | Medienreisen

Vom 12. - 15.07.2024 haben wir eine spannende Medienreise mit dem Schwerpunkt Bordierhütte und Gross Bigerhorn organisiert. Eine weitere Medienreise, die sich auf Alpenpass-Wege konzentrierte, fand vom 04. – 06.08.2024 statt.

Beide Medienreisen sind das Ergebnis einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Valais/Wallis Promotion und wurden in einer Vielzahl von Medien, insbesondere auf Social Media veröffentlicht.

## Medien und Kommunikation | Grächen Inside

Unser Kommunikation-Info-Kanal Grächen Inside konnte im vergangenen Geschäftsjahr grossen Zuwachs verzeichnen. Per Ende April 2025 waren 1'280 User registriert. Total wurden auf der Plattform bereits 157 Artikel veröffentlicht.

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

**Zeichnungvereinbarung Rekapitalisierung:** Im Beitrag ist die Zeichnungsvereinbarung der TUG AG zum Download verfügbar. Er wurde 2'007 mal gelesen.

**Save the Date | Informationsveranstaltung Rekapitalisierung:** Im Artikel wurde das Datum, Zeit und Ort der Informationsveranstaltung der TUG AG vom April 2025 kommuniziert. Generiert wurden 1'113 Klicks.

**Rückblick Infoveranstaltung zur Sanierung und Rekapitalisierung:** Der Artikel enthält die wichtigsten Inhalte der Informationsveranstaltung der TUG AG vom 05.03.2025. Die Zeichnungsvereinbarung sowie die Medienmitteilung stehen zum Download bereur. Der Beitrag wurde 898 mal angelickt.



## Kooperationen

KOOR Alpine Games: Mit der Schweizer Trendmarke KOOR haben wir die schönste Outdoor-Spielfläche auf der Hannigalp mit innovativen Outdoor-Spielen vereint. Vor beeindruckender Bergkulisse erleben Familien Spiel und Spass auf höchstem Niveau. Die erfolgreiche Kooperation wird im Sommer 2025 weiter ausgebaut.

**Oberwalliser Bikepass:** Der Oberwalliser Bikepass bietet freien Zugang zu fünf Top-Bikedestinationen, darunter Grächen St. Niklaus. Diese Kooperation stärkt unsere Position als attraktive Bikedestination und macht das vielseitige Angebot für möglichst viele Mountainbiker erlebbar.

Golfclub Matterhorn: Neu im Aktivitäten-Hub Grächen: der Golfclub Matterhorn. Als offizielles Mitglied von GT bereichert er unser Freizeitangebot. Gäste dürfen sich ab Sommer 2025 ausserdem auf exklusive Vorteile auf dem Golfplatz freuen.



## Erlebnisse 2024\_2025

Die Sommer- und Wintererlebnisse fanden auch in diesem Geschäftsjahr grossen Anklang – sowohl bei Einheimischen als auch bei Gästen. An der Wildtierbeobachtung (8 Termine) nahmen 84 Personen teil, die Air Zermatt besuchten 78 Personen. Für die drei Brunch-Termine verzeichneten wir 243 Anmeldungen und das Raclette bei Mondschein war mit 93 Gästen einer der bestbesuchten Erlebnisse. 193 Gäste genossen diesen Winter das Fondue in der Gondel und 19 Personen das Outdoor Fondue am Fass auf der Hannigalp. Die Pistenfahrzeug Tour war mit 81 Teilnehmenden ebenfalls ein Highlight.

### Sommer 2024

Der Sommer 2024 startete mit dem Season Opening am Wochenende des 15. & 16. Juni. Die Freude der Kinder am ersten Maskottchen-Festival konnte auch das regnerische Wetter nicht trüben. Bereits mehrfach erfolgreich ausgetragen, fand daraufhin die Food Night mit Flanier Abund statt – zwei Durchführungen mit gemütlichem Schlendern entlang der Oberen Dorfstrasse und zahlreichen Köstlichkeiten der heimischen Leistungsträger.

Beim anschliessenden Kleinkunstfestival Anfang August, wurden die Gäste zu einem humorvollen Abend mit Artisten & Komiker aus dem In- und Ausland auf die Flanierbühne eingeladen. Im ganzen Dorf fanden indes noch zahlreiche weitere Events wie Summer Live, Music Stories, Kreidenfestival, Herbstbiathlon, Kellerfest oder das Beach Event statt, um einige davon zu nennen. Als Abschluss einer gelungenen Saison trafen sich mutige Frauen und Männer zum Singles Weekend in Grächen und verbrachten gemeinsam ein unterhaltsames Wochenende in der Destination.



## Winter 2024\_2025

Auch der Winter 2024\_2025 hielt ein abwechslungsreiches Programm an Events & Erlebnissen bereit, welches Jung und Alt begeistern und die Gäste, während ihres Aufenthalts in Grächen, bestens unterhalten konnte. Eingeläutet wurde der Winter mit einem musikalischen Season-Opening auf der Hannigalp.

Mit der Veranstaltungs-Reihe «Summit Sounds» bot Grächen seinen Gästen an vier Tagen während der Wintersaison Live-Musik in der Stafelbar. Die kostenlosen Konzerte wurden von den Besuchenden besonders geschätzt.

Auch die Kinderwochen standen erneut auf dem Programm – vier Darbietungen, von der Zaubershow über das Eisschnitzen bis hin zum Auftritt des Feuerkünstlers und einer Zirkusvorstellung, brachten die kleinen Gäste auf dem Dorfplatz zum Staunen.

Im März wurde in Zusammenarbeit mit dem Verein Maunala der erste Snowpark Contest im neuen Snowpark auf der Hannigalp verwirklicht. Ein Wettbewerb in fünf unterschiedlichen Kategorien mit 22 Ski- und Snowboardfahrern, welche ihre Tricks zum Besten gaben. Umrahmt wurde der Contest mit einem Daydance und Barbetrieb, für den richtigen Beat sorgte das DJ-Duo der Kulturchuchi.

Zahlreiche Vereine und Organisationen engagierten sich in Zusammenarbeit mit dem Verein Grächen & St. Niklaus Tourismus & Gewerbe für ein vielfältiges Winterprogramm; unter anderem der Snowbike Worldcup & Swiss Championship, das FMV-Rennen und das jährliche Altjahresrennen, die Fackelabfahrten und die bunte Fasnacht in den Strassen von Grächen.

## Snowspring 2025 | Rückblick

Am letzten März-Wochenende verwandelte sich der Dorfplatz in ein Festivalgelände und das Saison-Ende wurde bereits zum dritten Mal mit dem Snowspring Open-Air gefeiert. Gäste aus dem Wallis und über die Kantonsgrenze hinaus reisten nach Grächen und liessen es sich nicht entgehen, die vier nationalen und internationalen Acts live auf der grossen Bühne zu erleben. Welshly Arms, Kelvin Jones, Dana wie auch Debby sorgten für eine einmalige Stimmung im Publikum.



# Events und Erlebnisse 2024\_2025

Datum	Event	Organisation	Aufgaben TO
15.06.24	Alpaufzug	Bauernschaft	Kommunikation
15.06.24	Oldtimer-Treffen	Walliserhof	Kommunikation
15 16.06.24	Season Opening	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
16.06.24	Opening Brunch	TUG Gastro, GT	Kommunikation, Ticketing
29.06.24	Harley Träff	Verein Harley Grächen	Kommunikation, Mitorga-
			nisation, Durchführung
30.06.24	1. Nationales	GT	Planung, Organisation,
	Mascottchen Festival		Durchführung
11.07.24	Food Night mit Flanier	GT, Leistungsträger	Planung, Organisation,
	Abund		Durchführung
24.07.24	Summer Live	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
25.07.24	Food Night mit Flanier	GT, Leistungsträger	Planung, Organisation,
	Abund		Durchführung
31.07.24	1. August Feier	GT, Gemeinde Grächen	Planung, Organisation,
			Durchführung
01.08.24	Feiertags Brunch	TUG Gastro, GT	Kommunikation, Ticketing
08.08.24	Kleinkunstfestival	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
09 11.08.24	Beach Event	Verein Beach Event	Kommunikation,
		Grächen	Officearbeiten
25.08.24	Swiss Ski Summer	Skiclub Grächen, GT	Planung, Organisation,
	Challenge		Durchführung
25.08.24	Music Stories	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
04 07.09.24	Ultra Tour Monte Rosa	OK ULTRA Tour Monte	Kommunikation, Sponsor,
		Rosa	Unterstützung OK
06 07.09.24	Kellerfest	Gemeinde Grächen	Planung, Kommunikation
14.09.24	Alpabzug	Bauernschaft, Schäfer	Kommunikation
28.09.24	Herbstbiathlon	Schiessverein Grächen	Kommunikation
29.09.24	Kreidenfestival	Verein Obere Dorf-	Kommunikation
		strasse	

12 13.10.24	Singles Weekend	GT	Planung, Organisation, Durchführung
20.10.24	Closing Brunch	TUG Gastro, GT	Kommunikation,
20.10.21	Closing Branen	100 003110, 01	Ticketing
div. Daten	Kultursommer	Kulturverein	Vorstand
14 15.12.24	Season Opening	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
30.12.24	Altjahres Rennen	Skiclub Grächen	Kommunikation.
			Organisation
div. Daten	Summit Sounds	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
11 12.01.25	Snowbike Worldcup &	SBC Grächen, GT	Planung, Kommunikation,
	Swiss Champion <mark>ship</mark>		Ticketing, Sponsor
div. Daten	Kinderwochen	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
11.02 &	Fackelabfahrte <mark>n</mark>	Schweizer Ski- und	Planung, Ticketing,
04.03.25		Snowboardschule, GT	Kommunikation
27.02 -	Fasnacht	Fasnachtszunft, GT	Planung,
04.03.25			Kommunikation
09.03.25	Snowpark Contes <mark>t</mark>	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
16.03.25	FMV-Rennen	Skiclub Grächen, GT	Planung, Ticketing,
			Kommunikation
22 23.03.25	Die Gemeinden laden	Gemeinden Grächen	Planung,
	ein	& <mark>St. Niklaus</mark>	Kommunikation
29.03.25	Snowspring Open-Air	GT	Planung, Organisation,
			Durchführung
08. & 15.04.25	Groove - das Musi-	Primarsc <mark>hule Grächen</mark>	Kommunikation
	cal der Primarschule		
	Grächen		
12.04.25	Gourmet Schleif	Leistungsträger	Kommunikation



•	*	Dorfbesichtigung	GT	Planung, Organisation
<u></u>		Wildtiere beobachten	TUG Gastro, GT	Planung, Organisation,
Α,		& Frühstück		Durchführung
		Besuch der Air	Air Zermatt, Heliport	Planung, Organisation,
		Zermatt	Zermatt, GT	Durchführung
•		Lamatrekking	Dominique Gruber	Kommunikation
	*	Fondue in der Gondel	TUG Gastro, TUG, GT	Planung, Ticketing, Kommunikation
	*	Outdoor Fondue	TUG Gastro, GT	Planung, Organisation, Durchführung
	*	Pistenfahrzeug Tour	TUG, GT	Planung, Organisation, Durchführung
	*	Schneeschuh Tour zum Wannihorn	GT, Toni Gruber	Planung, Organisation

## FRONT OFFICE

Das vergangene Geschäftsjahr war von Veränderungen, Weiterentwicklungen und personellen Wechseln geprägt, die unser Team und unsere Arbeitsweise im Front Office beeinflusst haben.

## Neues Buchungs- und Abrechnungssystem – Loftbird

Ein bedeutender Meilenstein war der Systemwechsel in unserer FeWo-Agentur. Seit diesem Jahr arbeiten wir mit Loftbird, einer Tochtergesellschaft von Holidu/Tomas, zusammen. Dieses moderne Buchungs- und Abrechnungssystem bringt nicht nur eine effizientere Abwicklung mit sich, sondern garantiert auch eine enge Anbindung an bewährte Vertriebspartner. Die Umstellung war intensiv, aber in enger Zusammenarbeit mit unseren Partnern konnten wir einen stabilen Übergang gewährleisten.

## Teamwechsel bei der FeWo-Agentur

Nach langjähriger Zusammenarbeit verabschiedeten wir Brigitte Heinzmann, die in den wohlverdienten Ruhestand ging. Ihr Einsatz und ihre Zuverlässigkeit prägten das Reinigungsteam nachhaltig. Mit Klaudia Gàspàr aus St. Niklaus konnten wir eine motivierte Nachfolgerin gewinnen, die aktuell gemeinsam mit dem Team in die komplexen und vielseitigen Arbeitsprozesse eingeführt wird.



Ein weiteres Highlight war die Eröffnung unseres Grächen Shop im Sommer. Neben unseren Bestsellern wie Sonnenbrillen, T-Shirts von SiSu & Friends, Beanies und Headbands bieten wir auch eine Auswahl an Souvenirs von Postkarten über Sticker bis hin zu Autoaufklebern. Der Shop erfreut sich grosser Beliebtheit bei unseren Gästen und ergänzt unser Angebot mit einem persönlichen Touch.

## Personelle Veränderungen im Front Office

Im Sommer mussten wir uns von Demi Imboden und Ann Hesse verabschieden. Demi schloss ihre Ausbildung bei uns erfolgreich ab und macht sich nun auf zu neuen Herausforderungen. Ann vertieft ihr Wissen im Bereich Data Science und konnte eine spannende Stelle in einem grösseren Unternehmen antreten. Wir danken beiden für ihren engagierten Einsatz und wünschen ihnen weiterhin viel Erfolg. Nach knapp drei Jahren gibt Susann Walter die Leitung des Front Office/Verkauf zum Ende des Geschäftsjahres ab. In Zukunft wird Susann als Sachbearbeiterin Finanzen GT arbeiten - bei dieser neuen Herausforderung wünschen wir ihr viel Erfolg.

## Neue Öffnungszeiten – Mittagspause eingeführt

Zur Optimierung des Ressourceneinsatzes haben wir ab dem Geschäftsjahr 2024\_2025 eine feste Mittagspause von 12:00 bis 13:00 Uhr eingeführt. Diese Anpassung trägt nicht nur zur Entlastung des Teams bei, sondern führt auch zu Einsparungen bei den Personalkosten.





## Entwicklung Logiernächte

## Ausgangslage und Jahresergebnis

Wir blicken auf ein herausforderndes Geschäftsjahr 2024\_2025 zurück. Insgesamt verzeichneten wir 202'185 Logiernächte und liegen damit um 16'237 Nächte bzw. –7.4 % unter dem Vorjahreswert (218'422). Der Rückgang betrifft alle Segmente in ähnlichem Ausmass: Ferienwohnungen –7.5 %, Hotels –7.7 % und Lager –6.0 % (gemäss vorliegenden Meldungen).

Die Ursachen sind klar zu benennen:

- Ein Sommer der Wetterextreme mit Unwettern und Überschwemmungen im Matter- und Saastal während der Hochsaison,
- eine verkürzte Wintersaison mit Betriebsschluss Ende März 2025,
- sowie eine allgemeine Verunsicherung im Zusammenhang mit der Sanierung der TUG AG.

Hinzu kommt: Die in vielen Betrieben weiterhin geltende Mindestaufenthaltsdauer dämpft die Nachfrage – insbesondere im Sommer, wenn Gäste vermehrt spontane Kurzaufenthalte von 1–2 Nächten bevorzugen. Destinationen und Betriebe, die hier flexibler agieren, können Nachfragepeaks besser nutzen und Leerstände reduzieren.

## Vergleich mit den Ersteintritten

Dieselbe Entwicklung ist bei den Ersteintritten erkennbar. Während des Sommers haben die Bahnen einen Rückgang im Vergleich zum Vorsommer um -15.9% verzeichnet. Während des Winters ist eine Abnahme um -2.4% zu verzeichnen. Daraus resultiert, dass die Wintersaison auf einem stabilen Niveau gehalten werden konnte. Im Sommer ist unsere Destination stark wetterabhängig und die Gäste buchen spontan ihren Aufenthalt.

## Ferienwohnungen: Auswirkungen der Kurtaxenpauschale (seit 2018)

Über zehn Geschäftsjahre zeigt die Statistik der Ferienwohnungen einen deutlichen Abwärtstrend: von 221'888 Logiernächten (2014\_2015) auf 127'699 (2024\_2025), ein Minus von -42.4 %. Ein wesentlicher Bruch erfolgte 2018 mit der Einführung der Kurtaxenpauschalisierung und der Registrierung im Base Portal: Seither müssen Vermieter ihre Übernachtungen aktiv eintragen. Zwischen 2017\_2018 und 2018\_2019 sanken die gemeldeten Logiernächte der Ferienwohnungen sprunghaft um -27.7 % und verharren seither auf tiefem Niveau. Das sind Fakten, keine Relativierung des Gästeaufkommens, sondern Ausdruck einer veränderten Erhebungslogik und einer lückenhaften Meldepraxis. Die Datenlage belegt dies eindrücklich: Im August 2025 waren 1'245 Wohnungen im Base Portal registriert. Davon haben lediglich 315 (25.3 %) den ersten Monat des Geschäftsjahres 2024\_2025 vollständig abgeschlossen.

Rund drei Viertel der registrierten Objekte nahmen keine Eintragungen vor. Noch deutlicher ist das Bild per Geschäftsjahresende: Nur 203 Wohnungen (16.3 %) haben das Jahr komplett abgeschlossen. Die Gemeindeverwaltung wird im laufenden Geschäftsjahr sämtliche Eigentümer, die den Mai 2024 nicht abgeschlossen haben kontaktieren, mit dem klaren Ziel, Nachträge vorzunehmen und die Erfassung für das aktuelle Jahr sicherzustellen.

Unter den gegebenen Umständen lassen sich zu den Logiernächten der Ferienwohnungen derzeit keine statistisch relevanten Aussagen treffen.

## Hotels und Lager: Marktumfeld

Neben der Datenthematik bei Ferienwohnungen verzeichneten auch Hotels und Lager Rückgänge. Gründe dafür sind neben den o.g. Ursachen die Normalisierung des Reiseverhaltens (mehr Auslandreisen von Schweizern im Sommer), Wechselkurs- und Inflationsunsicherheiten, die insbesondere Familien belasten, sowie der sehr hohe Zweitwohnungsanteil von über 80 %. Viele Einheiten werden nicht oder nur sporadisch vermietet – "kalte Betten" wirken dämpfend auf die Auslastung der gewerblichen Beherbergung.

## Grächen Card & Datengualität (Base Portal)

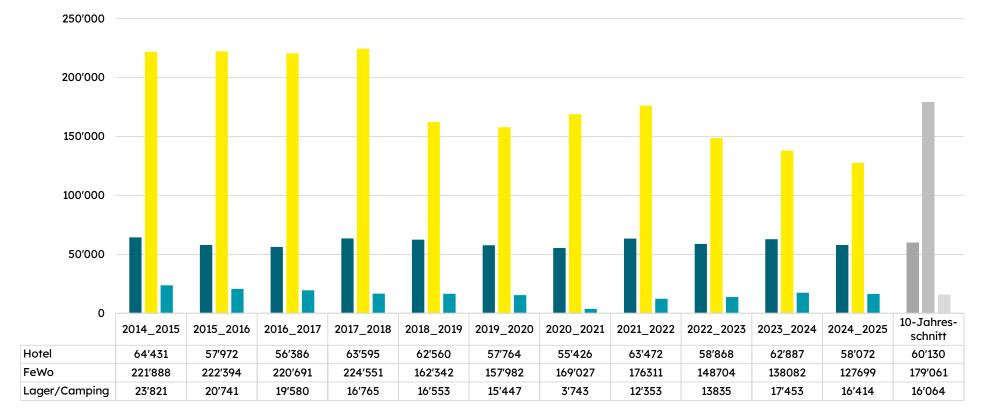
Mit der neuen Grächen Card (ehemals Gästekarte) haben wir im aktuellen Geschäftsjahr 2025\_2026 ein stark nachgefragtes Produkt lanciert, das klaren Mehrwert stiftet und die Gästebindung stärkt. Im operativen Betrieb traten jedoch erhebliche Lücken in der Meldedisziplin zu Tage: Täglich erreichen die Gemeinde Anfragen zu Zugangsdaten für das Base Portal, obwohl in rund 90 % der Fälle bereits ein Login besteht. Das ist alarmierend und bestätigt die Annahme, dass Logiernächte, insbesondere im Ferienwohnungsbereich, über Jahre unvollständig erfasst wurden. Bis zur flächendeckenden Verbesserung der Datenqualität bleiben die Hotelmeldungen die verlässlichste Grundlage unserer Auswertungen.

## Schlussfolgerungen

Der strukturelle Rückgang der Logiernächte wird durch externe Faktoren wie Wetterextreme und wirtschaftliche Unsicherheiten verstärkt. Zugleich legt die Analyse des Base Portals eine erhebliche Dunkelziffer im Ferienwohnungssegment offen. Ob die Grächen Card mittelfristig zu einer höheren Erfassungsqualität beiträgt, wird sich bis Ende Geschäftsjahr 2026 2027 zeigen.



## Logiernächte Trend 2014 bis 2025







## **FINANZEN**

Der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe schliesst das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von CHF 48'274. Die Einnahmen aus Kurtaxen haben sich auf dem Vorjahresniveau eingependelt. Auch im vergangenen Geschäftsjahr ist die Aufarbeitung von alten Dossiers weitergeführt worden und sollte nun abgeschlossen sein. Aus der Direktreservation resultiert ein Einnahmenüberschuss von CHF 23'176. Mit dem Verkauf der neuen SiSu-Figuren sowie Souvenir- und anderen Shopverkäufen konnte ein Umsatz von über CHF 40'000 erzielt werden. Die Marketingbeiträge der TUG AG und der TUG Gastro AG sind wieder auf die ursprünglichen Beträge gesenkt worden. Erstmals verbleibt der Gewinn der FeWo-Agentur als betrieblicher Nebenerfolg bei GT. Die Finanzlage des Vereins kann als sehr stabil bezeichnet werden, wobei die Liquidität ständig im Auge behalten werden muss. Dank des guten Geschäftsverlaufs konnten die Rückstellungen für den Ausbau der touristischen Infrastruktur um CHF 80'000 erhöht werden. Der Totalbetrag dieser Rückstellungen beläuft sich per Ende Geschäftsjahr auf CHF 160'000.

## Taxen-Rechnung

Die Erträge des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe setzen sich aus öffentlichen Mitteln (Kur- und Tourismusförderungstaxen) sowie eigens erwirtschafteten Mitteln zusammen. Eigens erwirtschaftete Mittel sind:

- Erträge aus Dienstleistungen
- Erträge Information/Shop
- Mitgliederbeiträge
- Diverse Erträge

Die Taxen müssen im Interesse der Unterworfenen verwendet werden.

## **Kurtaxen-Rechnung**

Verwendung gemäss dem Gesetz über den Tourismus des Kantons Wallis, Art. 22. Der Kurtaxenertrag dient namentlich zur Finanzierung von

- dem Betrieb eines Informations- und Reservationsdienstes
- der Animation vor Ort
- der Erstellung und dem Betrieb von Anlagen, die dem Tourismus, der Kultur und dem Sport dienen.

Ertrag	CHF
Kurtaxen Hotel/Lager/Camping	206'471.10
Kurtaxenpauschalen FeWo	902'407.63
Total Ertrag	1'108'878.73
Aufwand	CHF
Gästeinformation	958'382.00
Animation	41'839.00
Touristische Infrastruktur	130'236.00
Total Aufwand	1'130'457.00
Verlust	- 21'578.27

Der Verlust wird durch eigen<mark>s erwirtschaftete Mittel ausgeglichen.</mark>

## TFT-Rechnung

Verwendung gemäss dem Reglement TFT der Gemeinde Grächen, Art. 1. Die Mittel werden dem Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe für das touristische Marketing zur Verfügung gestellt.

Ertrag		CHF
TFT Gewerbe		180'856.80
TFT FeWo		129'448.84
Gemeinde St. Niklaus		77°752.10
Marketing- und Sponsorenbeiträge		102'716.87
Einnahmen Events		113'296.00
Total Ertrag		604'070.61
Aufwand		CHF
Aufwand Marketing		477'360.00
Aufwand Events		216'509.00
Total Aufwand		693'869.00
Verlust		- 89'798.39

Der Verlust wird durch eigens erwirtschaftete Mittel ausgeglichen.



# **BILANZ UND ERFOLGSRECHNUNG**

## Bilanz letzte 5 Jahre

	30.04.2025	30.04.2024	30.04.2023	30.04.2022	30.04.2021
Umlaufvermögen	619'282	798'783	945'188	1'163'310	862'131
Anlagevermögen	301'969	353'470	502'313	176'809	238'108
Total Aktiven	921'251	1'152'253	1'447'501	1'340'119	1'100'239
Fremdkapital	- 539'408	- 898'684	- 1'213'760	- 892'013	- 799'008
Rückstellungen	- 160'000	- 80'000	- 64'000	- 281'000	- 154'000
Eigenkapital	- 221'843	- 173'569	- 169'741	- 167'106	- 147'231
Total Passiven	- 921'251	- 1'152'253	- 1'447'501	- 1'340'119	- 1'100'239

# Erfolgsrechnung letzte 5 Jahre

01.05. bis 30.04	2024_2025	2023_2024	2022_2023	2021_2022	2020_2021
Tourismus	1'354'789	1'272'667	1'238'622	1'439'280	1'413'073
Marketing	604'071	720'944	515'626	522'575	486'461
Übriger Betriebsertrag	45'302	- 42'093	24'424	- 23'085	9'466
Total Betriebsertrag	2'004'162	1'951'518	1'778'672	1'938'770	1'909'000
Tourismus	- 217'373	- 126'925	- 148'037	- 415'370	- 436'830
Marketing	- 547'664	- 548'300	- 444'216	- 314'205	- 305'674
Personalaufwand	- 830'418	- 818'091	- 772'704	- 839'862	- 808'657
Sachaufwand	- 278'522	- 285'946	- 275'655	- 288'812	- 259'202
Total Betriebsaufwand	- 1'873'975	- 1'779'262	- 1'640'612	- 1'858'249	- 1'810'363
EBITDA	130'186	172'256	138'060	80'521	98'637
Betrieblicher Nebenerfolg	23'727	-	-	-	-
Finanzerfolg	- 6'376	- 10'588	- 5'683	- 1'197	- 2'358
Cashflow	147'538	161'668	132'377	79'324	96'279
Abschreibungen	- 101'687	- 92'475	- 121'039	- 61'299	- 74'781
Ausserordentlicher Erfolg	2'424	- 65'366	- 8'704	1'850	13'634
Unternehmensgewinn	48'274	3'827	2'635	19'875	35'132

## **Allgemeiner Hinweis**

Die Tabellen enthalten Rundungsdifferenzen.



## **BILANZ PER 30.04.2025**

	30.04.2025		30.04.2024	
	CHF	%	CHF	%
	123'696		42'963	
stungen	137'548		401'784	
	39'010		19'381	
	29'305		5'500	
	289'723		329'155	
	619°282	67.2	798'783	69.3
	14'962		14'962	
	50,000		50'000	
	64'962		64'962	
	86'000		139'001	
	1		1	
	151'006		149'506	
	237'007		288'508	
	301'969	32.8	353'470	30.7
	921'251	100.0	1'152'253	100.0
	stungen	123'696 137'548 39'010 29'305 289'723 619'282 14'962 50'000 64'962 86'000 1 151'006 237'007	CHF %  123'696 137'548 39'010 29'305 289'723  619'282 67.2  14'962 50'000 64'962 86'000 1 151'006 237'007 301'969 32.8	CHF % CHF  123'696 42'963 137'548 401'784 39'010 19'381 29'305 5'500 289'723 329'155  619'282 67.2 798'783  14'962 14'962 50'000 50'000 64'962 64'962 86'000 139'001 1 1 151'006 149'506 237'007 288'508

## **Passiven**

Total Passiven	921'251	100.0	1'152'253	100.0
Eigenkapital	221'843	24.0	173'569	15.1
Jahresgewinn	48'274		3'828	
Bilanzgewinn	173'568		169'741	
Rückstellungen	160'000	17.4	80,000	6.9
Rückstellungen für touristische Infrastruktur	160'000		80'000	
Total Fremdkapital	539'408	58.6	898'684	78.0
Kurzfristiges Fremdkapital	539'408	58.6	898'684	78.0
Passive Rechnungsabgrenzungen	47'915		29'580	
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Bete <mark>iligungen</mark>	36'016		35'659	
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	58'259		50'826	
Vorauszahlungen	408		942	
Kreditoren DIRES	235'387		427'576	
Gutscheine	30'258		21'478	
Kreditoren	131'166		332'623	

# **ERFOLGSRECHNUNG 2024\_2025**

01.05.2024	01.05.2024 - 30.04.2025		01.05.2023 - 30.04.2024		
	CHF	%	CHF	%	
Direktreservation	94'058		70'219		
Kurtaxen	1'108'879		1'112'741		
Mitgliederbeiträge	61'200		60'800		
Information	40'652		3'907		
Diverse Beiträge	50'000		25'000		
Tourismus	1'354'789	67.6	1'272'667	65.2	
Tourismusförderungstaxe	388'058		370'657		
Animation	113'296		92'426		
Marketing	102'717		257'861		
Marketing	604'071	30.1	720'944	36.9	
Ertrag aus Dienstleistungen   übrig. Ertrag	1'429		2'104		
Ertragsminderungen	43'873		- 44'197		
Übriger Ertrag	45'302	2.3	- 42'093	- 2.1	
Total Ertrag	2'004'162	100.0	1'951'518	100.0	
Direktreservation	70'882		63'930		
Information	12'250		1'919		
Diverse Beiträge	4'005		4'303		
Touristische Infrastruktur	130'236		56'773		
Tourismus	217'373	10.9	126'925	6.5	
Prospekte   Drucksachen	23'686		39'356		
Inserate   Printmedien	18'412		4'842		
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	19'525		36'181		
Online Marketing	63'286		79'182		
Radio   TV Feratel	376		-		
Medien   Journalisten   PR	6'484		1'039		
Sponsoring-Events	21'699		22'094		
CI CD	34'995		76'358		
Werbekampagnen	62'529		81'186		
Sonstige Marketing-Aufwendungen	35'553		2'057		
Kampagnen mit anderen Partnern	2'770		16'116		
Aufwand Animationen	41'839		90'437		
Aufwand Events	216'509		99'452		
Marketing	547'664	27.3	548'300	28.1	

	01.05.2024 - 30.04.2025	01	.05.2023 - 30.04.2024	
	CHF	%	CHF	%
Löhne und Gehälter	744'930		729'384	
Sozialleistungen	82'007		90'887	
Sonstiger Personalaufwand	3'481		- 2'180	
Personalaufwand	830'418	41.4	818'091	41.9
Raumaufwand	61'493		61'035	
Unterhalt   Reparaturen   Ersatz	27'864		24'032	
Versicherungen und Gebühren & Abgak	pen <u>2°267</u>		4'358	
Energie und Entsorgung	22'289		12'703	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	115'504		122'737	
Übriger Betriebsaufwand	49'104		61'081	
Sachaufwand	278'522	13.9	285'946	14.7
Betriebsaufwand	1'873'975	93.5	1'779'262	91.2
Betriebsergebnis vor Abschreibunge	en und 130'186	6.5	172°256	88
Finanzerfolg (EBITDA)				
Betrieblicher Nebenerfolg	- 23'727		-	_
Betrieblicher Nebenerfolg	- 23'727	- 1.2	-	-
Finanzaufwand	6'807		13'960	
Finanzertrag	- 431		- 3'372	
Finanzerfolg	6'376	0.3	10'588	0.5
Cashflow	147'538	7.4	161'668	8.3
Abschreibungen Sachanlagen	101'687		92'475	
Abschreibungen	101'687	5.0	92'475	4.7
Ausserordentlicher Erfolg	- 2'424	- 0.1	65'366	3.4
Jahresgewinn	48'274	24	3'827	0.2



# **ANLAGENRECHNUNG 2024\_2025**

	vermo	

Bezeichnung	Stand 01.05.2024	Zugang / Abgang	Stand 30.04.2025
Bezeichnung	01.05.2024	2024_2025	30.04.2023
Büroeinrichtungen	21'066	7'592	28'658
EDV-Anlage	159'719	10'199	169'917
Ausstellungsmaterial	14'876	7'833	22'709
Panoramakamera	18'287	-	18'287
EDV Software	350'322	-	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
Spielweg	53'145	-	53'145
Flow Trail	185'231	-	185'231
Themenweg	-	24'563	24'563
Total Unternehmung	959'655	50'186	1'009'842

Damaich w. w.o.	Stand	Zugang	Stand	Stand
Bezeichnung	01.05.2024	2024_2025	30.04.2025	30.04.2025
Büroeinrichtungen	- 18'066	- 4'592	- 22'658	6,000
EDV-Anlage	- 159'718	- 5'200	- 164'918	5'000
Ausstellungsmaterial	- 5' <mark>876</mark>	- 7'833	- 13'709	9'000
Panoramakamera	- 16 <mark>'287</mark>	- 1'000	- 17'287	1'000
EDV Software	- <mark>225'322</mark>	- 60'000	- 285'322	65'000
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	- 11'010	- 2'200	- 13'210	4'000
Spielweg	- 53'144	-	- 53'144	1
Flow Trail	- 41'931	- 18'300	- 60°231	125'000
Themenweg	-	- 2'563	- 2'563	22'000
Total Unternehmung	- 671'148	- 101'687	- 772'835	237'007

Abschreibungen





## ANHÄNGE FINANZEN

#### **Allgemeine Angaben** A:

in CHF

## Allgemeine Angaben (Unternehmen, Rechnungslegungsgrundsätze)

#### Firma/Name, Rechtsform, Sitz A1

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 amtet die TRS AG, RAB-Register Nr. 505450, als Revisionsstelle. Sie muss jährlich von der ordentlichen Generalversammlung bestätigt werden.

### B: Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnung

#### В Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnung

#### Angewandte Bewertungsgrundsätze, soweit nicht vom Gesetz vorgeschrieben **B1**

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   Wander	wege ·	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 allt das Niederstwertprinzip. Sie sind höchstens zu Anschaffungskosten abzüglich allfälliger Wertberichtigungen bewertet.

#### **B2** Informationen zu Umrechnungskursen bei Rechnungslegung in anderer Währuna

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung per Bilanzstichtag wurden zum Tageskurs vom 30. April 2025 ge<mark>mäss Kursliste der Raiffeisenbank umgerech-</mark> net. Für Forderungen und Verbindlichkeiten in Euro gelangte der Kurs von 0.9121 zur Anwendung. Aufwendungen und Erträge während des Geschäftsjahres wurden jeweils zum Tageskurs umgerechnet.

### Angaben, Aufschl<mark>üsselungen und Erläuterungen zur</mark> C: Bilanz und Erfolgsrechnung

in CHF

#### C BILANZ: Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen

Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu 30.04.2024 Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung, soweit diese nicht bereits aus der Bilanz ersichtlich sind.

#### **BILANZ**

C1	Beteiligung		50'000	50'000
	Grächen & St. Niklaus T	ourismus AG		
	Zweck: Förderung des	Tourismus in Grächen und St.		
	Niklaus und den Aufent	halt der Gäste angenehm zu		
	gestalten			
	Aktienkapital		100'000	100'000
	Beteiligungsquote		100%	100%

### **ERFOLGSRECHNUNG**

C2	Ausserordentlicher Erfolg	- 2'424	65'366
	KTG-Beiträge, Januar - April 24	- 3'243	-
	Korrekturen DIRES und Kassa Sk <mark>idata GT</mark>	819	104
	Kurtaxe 2016-2022/2023 ausbuchen	-	4'222
	TFT 2018/2019 ausbuchen	-	400
	Mitgliederbeiträge ausbuchen	-	1'200
	TUG Namenaktien Wertberichtigung auf 10%	-	59'440



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

in CHF

Zusätzliche Angaben D 30.04.2025 30.04.2024

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtun-D1

Pensionskasse 4'605

#### E: alle anderen Angaben

in CHF

#### Weitere Angaben Ε

#### 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 offenge-







38

# provisorisches Budget 2026\_2027

	CHF	%
Direktreservation	90'000	
Kurtaxen	1'100'000	
Mitgliederbeiträge	60,000	
Information	15'000	
Diverse Beiträge	25'000	
Tourismus	1'290'000	68.8
Tourismusförderungstaxe	380'000	
Animation   Einnahmen Events	20'000	
Marketing	183'000	
Marketing	583'000	31.1
Ertrag aus Dienstleistungen, übrig. Ertrag	2'000	
Ertragsminderungen	-	
Übriger Ertrag	2'000	0.1
Total Ertrag	1'875'000	100.0
Direktreservation	70'000	
Information	8,000	
Diverse Beiträge	4'000	
Touristische Infrastruktur	70'000	
Übriger Aufwand	50'000	
Tourismus	202'000	10.8
Prospekte   Drucksachen	30'000	
Inserate   Printmedien	10,000	
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	12'000	
Radio   TV   Feratel	-	
Onlinemarketing	65'000	
Medien   Journalisten   PR	6'000	
Sponsoring-Events	25'000	
CI CD	10,000	
Werbekampagnen	35'000	
Sonstige Marketing-Aufwendungen	5'000	
Kampagnen mit anderen Partnem	3'000	
Aufwand Events	50'000	
Marketing	251'000	13.4

660,000	
333 333	
95'000	
10000	
900'000	48.0
65'000	
30'000	
ben 4'000	
20'000	
82'000	
50'000	
251'000	13.4
1'604'000	85.6
en und 271'000	14.5
30'000	
30'000	
10'000	
- 5'000	
5'000	0.3
296'000	15.8
120,000	
120000	6.4
-	-
-	10'000 900'000  65'000 30'000 4'000 20'000 82'000 50'000 251'000  1'604'000  en und  271'000  10'000 -5'000 5'000 296'000



## BERICHT DER REVISIONSSTELLE

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung des Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe, Grächen

Brig, 21. August 2025

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) des **Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe** für das am 30. April 2025 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 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 2024\_2025 erfüllt.

Den Organen ist Entlastung zu erteilen.

Grächen, 17. September 2025

Touristische Unternehmung Grächen AG

Kurt Schär

Präsident des Verwaltungsrats TUG AG



## **PROTOKOLL 2023\_2024**

Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 27. September 2024 Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

27. September 2024; 17:00 Uhr Gemeindesaal Grächen

**Anwesend** Vorstand und 55 Mitglieder

Beilagen Präsenzliste

Statuten des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

## Inhaltsverzeichnis | Traktanden

1. Begrüssung

2. Wahl der Stimmenzähler & Protokollführer

3. Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 29. September 2023

- 4. Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2023 2024
- 5. Jahresrechnung 2023\_2024
- 6. Revisorenbericht
- 7. Genehmigung Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2023\_2024 und der Jahresrechnung
- 8. Entlastung der Organe
- 9. Kostenvoranschlag 2025\_2026
- 10. Wahlen
- 11. Wahl der Revisionsstelle
- 12. Verschiedenes

Die PPP der ordentlichen Generalversammlung vom 27.09.2024 ist integrierender Bestandteil dieses Protokolls.

### 1. Begrüssung

MA:Begrüsst die Mitglieder zur ordentlichen Mitgliederversammlung des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe. Lässt TW und PS entschuldigen. Sie stellt fest, dass gemäss Art. 9 der Vereinsstatuten wurde die Mitgliederversammlung gesetzes- und statutenkonform einberufen wurde. Die Einladung erfolgte mittels einfachen Briefes am 12. September 2024. MA stellt fest, dass die Versammlung beschlussfähig ist und dass keine Anträge eingegangen sind. Erläutert die Traktandenliste.

#### Wahl der Stimmenzähler

MA: Der Vorstand schlägt der Mitgliederversammlung Susann Walter und Elfriede Walter als Stimmenzählerinnen und Masha Fux als Protokollführerin vor.

### **Entscheid:**

Susann Walter und Elfriede Walter werden einstimmig als Stimmenzählerinnen und Masha Fux als Protokollführerin gewählt.

## - GRÄCHEN

## 3. Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 29. September 2023

### Inputs:

MA: Das Protokoll wurde den Mitgliedern gemeinsam mit dem Jahresbericht zur Einsicht via Grächen Inside am 12.09.2024 zugestellt. Der Vorstand beantragt die Genehmigung des Protokolls vom 29. September 2023.

### **Entscheid:**

Das Protokoll vom 29. September 2023 wird einstimmig genehmigt.

## Touristischer Jahresbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2023\_2024

### Inputs Bericht der Präsidentin:

MA: Erläutert das Vorwort des Geschäftsberichtes. Informiert, dass der Leiter Marketing beim Traktandum 12 «Verschiedenes» kurz auf die Planung vom Winter 2024\_2025 und Sommer 2025 eingehen wird. Zum Schluss informiert sie die Versammlung über ihre Demissionierung und legt die Gründe für diesen Entscheid dar. Sie dankt den Vorstandsmitgliedern sowie den Mitarbeitenden für die Zusammenarbeit und ihren Einsatz sowie Engagement.

## Inputs Bericht aus dem Marketing:

JS: Begrüsst die Anwesenden. Informiert über die beiden Auszeichnungen, die man im letzten Geschäftsiahr erhielt, und bedankt sich bei seinem Team für deren Einsatz. Ein weiterer Punkt betrifft die Markenbekanntheit. Gemäss einer Umfrage kennt aktuell 50 % der deutschschweizer Bevölkerung Grächen – dort hat GT grosses Potenzial zur Steigerung. Um dies zu erreichen, wurden bereits diverse Veranstaltungen durchgeführt. Besonders hervorgehoben werden das Singles Weekend und das SnowSpring Openair, die beide viele positive Eindrücke hinterlassen haben. In einem nächsten Schritt soll die Zusammenarbeit mit verschiedenen Firmen intensiviert werden. Auf lokaler Ebene wird bereits mit Pomona und dem Zeuahaus Kultur kooperiert. Zukünftig sollen ausserkantonale Partner wie Cook & Flirt und nationale Unternehmen wie Blick, die Post und Schweiz Tourismus (ST) vermehrt eingebunden werden. Perspektivisch sind auch Partnerschaften über die Landesgrenzen hinaus ange-dacht. Der Grächen Shop trägt zudem dazu bei, die Marke weiter zu verbreiten, indem Gäste sie in die Welt hingustragen und somit die Destination bekannter machen. Im Bereich «Digital Marketing» hebt JS die Zusammenarbeit mit Influencern wie den Bärner Mamis hervor und verweist auf die aktive Kooperation mit Bike Wallis in Zusammenarbeit mit Valais/Wallis Promotion (VWP). Zudem erwähnt er die mediale Präsenz durch Berichte bei Canal 9, Pomona, dem Blick im Zusammenhang mit diversen Veranstaltungen und Produkten. Das Wachstum der Social Media Kanäle wird ebenfalls betont, wobei LinkedIn aktuell das "Sorgenkind" ist, an dem im laufenden Geschäftsjahr intensiv gearbeitet wird.

Im Bereich Events und Veranstaltungen informiert JS, dass in der vergangenen Saison wöchentlich insgesamt 5 Erlebnisse angeboten wurden, verteilt über 35 Wochen Saisonzeit. Nur wenige Veranstaltungen mussten aufgrund von Wetter oder Kapazitätsproblemen abgesagt werden. Die Events waren eine Mischung aus internen Aktivitäten und solchen in Zusammenarbeit mit diversen Vereinen. Zum Abschluss gibt er einen kurzen Ausblick auf die geplanten Events und Erlebnisse der kommenden zwei Geschäftsjahre und übergibt das Wort an RR.

### Inputs Logiernächte:

RR: Beginnt mit der Feststellung, dass die Logiernächte einen abnehmenden Trend aufweisen. Der deutliche Einbruch in den Jahren 2018 2019 sei insbesondere auf die Einführung der KT-Pauschalisierung zurückzuführen. Es gibt zudem eine Dunkelziffer, da die Vermieter verpflichtet sind, ihre Übernachtungen zu melden, was nicht immer lückenlos geschieht. Ein interessantes Detail zeigt die Grafik der vermieteten Wohnungen in Grächen: Im Jahr 2019 2020 gab es insgesamt 580 vermietete Wohnungen. Während die Zahl der vermieteten Studios relativ konstant blieb, verzeichneten die grösseren Wohnungen einen massiven Rückgang. Jedes kalte Bett führt zu weniger Gästen im Dorf. Während der Covid-Pandemie wurden vermehrt Ferienwohnungen gekauft, jedoch werden diese nur selten vermietet. Für auswärtige Gäste seien die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht besonders positiv, um Ferien in der Schweiz zu verbringen. Das Skifahren entwickle sich zudem immer mehr zu einem Luxusgut, das sich in Zukunft nicht mehr jeder leisten können wird. Diese Entwicklung sei besorgniserregend, denn der Skiurlaub werde für viele unerschwinglich. Darüber hingus stelle er eine Änderung im Reiseverhalten der Gäste fest: Kürzere Aufenthalte werden vermehrt gegenüber längeren bevorzugt. Dies führt jedoch zu einem höheren Reinigungsaufwand, was den Mangel an Reinigungskräften weiter verschärft. Auch die Auswirkungen des Klimawandels werden zunehmend spürbar, was die Region ebenfalls betrifft. Der starke Boom im Sommer während der Covid-Zeit sei inzwischen stark zurückgegangen. RR zeigt sich bewusst, dass dieser Rückgang bereits seit Jahren besteht und ein erhebliches Problem darstellt. Hier müsse dringend nach Lösungen gesucht werden.

## Diskussion Logiernächte:

In der Diskussion fragte Olivier Andenmatten, wie viele Wohnungen aktuell nicht vermietet werden. RR erklärte, dass diese Zahl noch mit der Gemeinde abgeklärt werden müsse. Sternau Williner wollte wissen, ob die TFT-Abgaben für Betriebe im Dorfzentrum höher seien als ausserhalb des Dorfes. RR stellte klar, dass die TFT im gesamten Gemeindegebiet einheitlich ist, jedoch die Höhe der Abgabe von der Grösse der Wohnung abhängt. Sternau Williner wies zudem darauf hin, dass es auch im Zentrum veraltete Wohnungen gebe, und schlug vor, dass man im Zentrum anders mit der TFT umgehen könnte als in anderen Bereichen. RR bedankte sich für den Input, sieht das Hauptproblem jedoch nicht bei den Taxen.

### Jahresrechnung 2023\_2024

## **Inputs Erfolgsrechnung:**

RR: Geht auf die wichtigsten Positionen der Erfolgsrechnung ein. Die Direktreservationen haben abgenommen, da Gäste zunehmend weniger über das TOMAS-System buchen und direkt auf Plattformen wie Booking ausweichen.

Die Kurtaxeneinnahmen (KT) können jedoch gesteigert werden, vor allem dank der Bereinigung "alter" KT-Fälle. Bei der Tourismusförderungstaxe (TFT) ist ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Die Marketingbeiträge der TUG AG und der TUG Gastro AG wurden erhöht, aber im aktuellen Geschäftsjahr als Sparmassnahmen im Zusammenhang mit der Sanierung der Bergbahnen erneut gekürzt.

Olivier Andenmatten: Möchte wissen, wie ein Rückgang von CHF 50'000 bei den Direktreservationen entstehen konnte. RR: Erklärt, dass bei TOMAS höhere Kommissionen anfallen, und Gäste, die über Booking buchen, weniger zahlen. Viele Vermieter bieten ihre Wohnungen inzwischen direkt über Booking an, anstatt über TOMAS. Olivier Andenmatten: Weist auf die hohen Kommissionen bei Booking hin, woraufhin RR erklärt, dass man Vermieter nicht dazu zwingen könne, TOMAS zu nutzen. Auf die Frage, wie viele Vermieter diese Dienstleistung nicht mehr in Anspruch nehmen, erklärt RR, dass diese Zahl nachgeschaut werden müsse.

Weiter führt RR aus, dass im Bereich der touristischen Infrastruktur mehr Mittel notwendig waren, vor allem für die Wanderwege. Die Kosten für das CI/CD-Rebranding sind höher ausgefallen als im Vorjahr. Den starken Rückgang der Eventausgaben ist auf die Art der Verbuchung zurückzuführen: Die Kosten der Werbekampagne wird separat von den Events verbucht. Die Löhne steigen leicht an, was darauf zurückzuführen ist, dass im Vorjahr noch nicht alle Stellen besetzt waren. Der höhere Betriebsaufwand ergibt sich durch die gestiegenen Informatikkosten, die auch in Zukunft weiter steigen dürften. RR hebt die Sondereffekte hervor, die das Jahresergebnis beeinflussen, wie beispielsweise den Debitorenverlust der TFT TUG, die Abschreibungen der TUG-Aktien und die Rückstellungen für die touristische Infrastruktur. RR: Abschliessend betont er, dass der Verein GT finanziell solide dasteht, jedoch weiterhin wirtschaftlich gehandelt werden müsse.

#### 6. Revisorenbericht

### Inputs:

RR: Bittet den Revisor den Revisionsbericht zu erläutern.

Marcel Pfaffen: Hebt 2–3 Punkte hervor und bestätigt, dass es sich um einen ordentlichen, attestierten Bericht ohne jegliche Einschränkungen handelt. Es wurden Detailprüfungen vorgenommen, und es gab keine Feststellungen, die darauf hindeuten würden, dass die Jahresrechnung nicht korrekt dargestellt sei. Daher könne die Jahresrechnung ordnungsgemäss attestiert werden.

RR: Bedankt sich bei Marcel Pfaffen für seine Ausführungen und fragt die Mitgliederversammlung, ob sie den Bericht zur Kenntnis nehmen.

### **Entscheid:**

Der Revisionsbericht wird einstimmig zur Kenntnis genommen.

 Genehmigung Touristscher Jahresbericht des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2023\_2024 und der Jahresrechnung

## **Entscheid:**

Der Jahresbericht wird einstimmig genehmigt.

Die Jahresrechnung wird einstimmig genehmigt.



### 8. Entlastung der Organe

### **Entscheid:**

Dem Verwaltungsrat wird einstimmig Entlastung erteilt.

### 9. Kostenvoranschlag 2025\_2026

### Ausgangslage:

RR: Erläutert den Prozess der Budgetplanung: Die Budgetplanung beginne jeweils acht Monate im Voraus, was eine sehr genaue Vorhersage schwierig mache, da viele Unwägbarkeiten bestehen.

Das Budget 2024\_2025 wurde nach Abschluss der Jahresrechnung noch einmal überarbeitet. Dieses revidierte Budget werde im Anschluss präsentiert. Danach erfolge die Genehmigung des Kostenvoranschlags für das Jahr 2025\_2026.

## Inputs Revidiertes Budget 2024\_2025 | Kostenvoranschlag 2025\_2026:

RR: Stellt das revidierte Budget 2024\_2025 vor und erklärt, dass die provisorische Nachlassstundung der TUG AG auch Auswirkungen auf das Budget von GT hatte. Auf der linken Seite sei das revidierte Budget zu sehen, auf der rechten Seite das ursprünglich genehmigte. Er erläutert einige Anpassungen, beginnend mit den Mitgliederbeiträgen für die Kurtaxen, die um CHF 50'000 angepasst wurden. Bisher hatte der Verein GT die Differenz der ZWB-Abos (mit einem Rabatt von CHF 100) übernommen, was etwa CHF 100'000 ausmachte – diese Regelung wurde angepasst. Der neue Shop wurde mit Mehreinnahmen von CHF 5'000 budgetiert, und bis heute sind bereits CHF 6'000 in der Kasse, vor allem dank der gut verkauften SiSu-T-Shirts. Er weist darauf hin, dass der Aufwand für die Wanderwege zunehmen werde. Erfreulicherweise habe die Gemeinde Grächen zusätzliche Gelder für das nächste Jahr bereitaestellt. um diese Kosten zu decken. Auch bei Animationen und Events konnten die Einnahmen massiv gesteigert werden. Sämtliche Event-Einnahmen fliessen in die Erträge, und obwohl mehr ausgegeben wird, steigen die Erträge insgesamt, sogar trotz Einsparungen im Marketingbeitrag. Die Positionen im Marketing wurden transparenter gestaltet, und die Werbekampagne wird dieses Mal klar ausgewiesen. Der Aufwand für die touristische Infrastruktur, insbesondere für die Wanderwege, ist gestiegen. Löhne wurden eingespart, indem einige Stellen nicht neu besetzt wurden, was zu einer Reduktion auf CHF 805'000 (von ursprünglich CHF 845'000) führte. Effizienzsteigerungen wurden vorgenommen, und die Informatikkosten wurden nach Abschluss angepasst. Er erklärt weiter, dass man mit einem Gewinn von CHF 15'900 und einem Cashflow von rund CHF 115'900 rechne. Auf Grundlage dieses Budgets wurde der Kostenvoranschlag für das Jahr 2025\_2026 erstellt.

### Diskussion

Ruff Gerold: Fragt, wie viel die ZSUAG für die Buchhaltung berechnet. RR antwortet, dass dies über alle Gesellschaften rund CHF 180'000 beträgt, je nach Aufwand aufgeteilt. Er fügt hinzu, dass die Idee besteht, die Buchhaltung wieder inhouse zu führen, dies jedoch ein Thema sei, das noch näher betrachtet werden müsse.

Olivier Andenmatten: Erkundigt sich nach den Verträgen mit St. Niklaus und fragt, ob dort weiterhin ein Beitrag geleistet wird oder wie die finanzielle Zusammenarbeit geregelt ist. RR: Erklärt, dass man sich auf der Zielgeraden befinde. Es gebe noch ein bis zwei Punkte, die in der nächsten Sitzung geklärt werden müssen. Die Gemeinde St. Niklaus zahlt jährlich einen fixen Beitrag an GT. Sobald der Deal abgeschlossen ist, werden die Mitglieder informiert. Die Kurtaxen (KT) werden nun auch von St. Niklaus in ihrem Gemeindegebiet erhoben, was eine solide Basis schafft. Olivier Andenmatten: Fragt, ob dies in der aktuellen Planung nicht berücksichtigt sei. RR: Versichert, dass dies berücksichtigt ist und erklärt, dass, falls die Verhandlungen scheitern, der Kostenvoranschlag erneut angepasst werden muss.

### **Entscheid:**

Antrag Genehmigung Kostenvoranschlag 2025\_2026 wird einstimmig angenommen.

### 10. Wahlen

MA: Informiert die Versammlung, dass im Jahr 2022 sämtliche Mitglieder zur Wiederwahl gestellt wurden. Seither wurde MW als Nachfolgerin von Kurt Schnidrig gewählt. Der Vorstand schlägt der Generalversammlung die Wahl von Daniel Loetscher und Björn Walter in den Vorstand des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe vor. Die Wahl von Daniel Loetscher soll die Zusammenarbeit mit den ZWBs stärken. Zudem schlägt der Vorstand Björn Walter zur Wahl zum Präsidenten vor.

## **Entscheid:**

Daniel Loetscher wird einstimmig in den Vorstand des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe gewählt.

Björn Walter wird einstimmig in den Vorstand des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe gewählt.

Björn Walter wird einstimmig zum Präsidenten des Vorstandes vom Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe gewählt.

MA: Übergibt das Wort an Daniel Loetscher (DL). DL: Äussert seine Freude über die bevorstehende Arbeit und beschreibt es als grosse Ehre, für diese Position gewählt worden zu sein. Er bedankt sich für das Vertrauen und fügt hinzu, dass er seit seiner Kindheit Gast in Grächen ist. Sein Interesse für Zahlen und sein betriebswirtschaftlicher Hintergrund prägen seine Sichtweise auf die Aufgaben. MA: Übergibt nun das Wort an Björn Walter (BW). BW: Bedankt sich bei MA für ihr Engagement. Er berichtet, dass er im Vorstand der Grächen Apartments zum Präsidenten gewählt wurde. Weiter hofft BW, dass sie im Vorstand gemeinsam eine gute Zeit haben, insbesondere in diesen speziellen Zeiten. Er ist optimistisch, dass sie dies mit einem starken Team "rocken" können. Er hebt hervor, dass gegenseitige Unterstützung wichtig ist und zeigt sich zuversichtlich, dass die Zukunft rosig aussieht. Auch er bedankt sich für das Vertrauen.

### 11. Wahl der Revisionsstelle

## **Entscheid:**

Die Wahl der TRS AG als Revisionsstelle wird einstimmig angenommen.



### 12. Verschiedenes

### **Demission Manuela Amstutz:**

RR: Verabschiedet MA und erklärt, dass er ihren Entscheid nachvollziehen kann. Er bedauert ihren Weggang, ist jedoch zuversichtlich, mit Björn einen guten Ersatz gefunden zu haben. RR: Informiert, dass der Vorstand unter ihrer Leitung trotz intensiver und kontroverser Diskussionen, am Ende immer eine Lösung gefunden hat. Er bedankt sich bei ihr auch im Namen der Mitarbeitenden für ihr Engagement und ihren Einsatz.

### **Ausblick Winter | Sommer:**

RR: Möchte kurz auf die kommende Wintersaison und den anstehenden Sommer eingehen. Besonders erwähnenswert ist der neue FunPark Grächen. Im letzten Winter wurde bereits bei der Stafelbar ein kleiner Freestyle-Park betrieben. In der kommenden Wintersaison entsteht beim Paradiesli-Lift ein Zusammenschluss von insgesamt drei verschiedenen Lines, wodurch alles zentralisiert wird. Diese Initiative erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Verein Maunala. Übergibt JS das Wort.

JS ergänzt, dass neben dem FunPark das Konzept zur Wiederauferstehung des SiSu weiterverfolgt wird. Es werden Gondeln foliert und er bedankt sich beim Theaterverein für die Unterstützung. Ausserdem wird der Shop erweitert, um eine grössere Vielfalt zu bieten und auch Angebote für Erwachsene zu schaffen. Zusammen mit Adventurly werden drei Bubble Suites auf der Hannigalp platziert, um die Übernachtungsmöglichkeiten zu erweitern und die Markenbekanntheit zu steigern. Das Ziel ist es, eine langfristige Zusammenarbeit aufzubauen. Die wichtigsten Informationen rund um das Osterkonzept 2025 werden bis Ende Oktober 2024 durch die Projektmitglieder via Grächen Inside kommuniziert. Des Weiteren wird das Arbeits-Zeit-Produkt sowie Themenwege und Hochzeiten verstärkt beworben.

Abschliessend erwähnt JS, dass auf Grächen Inside neu eine Kategorie "Gast" eingeführt wird. Diese Kategorie wird den bestehenden Newsletter ersetzen.

### Fragerunde:

RR: Lädt die anwesenden Aktionäre der TUG AG herzlich zur anschliessenden GV ein und eröffnet die Fragerunde.

#### Diskussion:

Peter Brigger: Fragt, wie die KT und TFT von CHF 1.5 Millionen eingesetzt werden. Ist der Meinung, dass die Bergbahnen im Sommer für die Gäste inklusive sein sollten und fragt, warum keine Kooperation in Form einer Gästekarte zustande kommt. Er sieht hierin eine Win-Win-Situation.

RR: Erklärt, dass es ein solches System bereits mit der Goldcard gab. Er ist bereit, das Thema zu diskutieren, weist jedoch darauf hin, dass es darauf ankommt, wer die Kosten tragen muss. Mit einer KT von CHF 3,80 sei es schwierig, dies umzusetzen, da die Bahnen in dieser Situation nicht in der Lage sind, die Kosten zu tragen.

Donat Ruppen: Erwähnt, dass der Zuschuss von 5 CHF für die Bergbahnen in der Vergangenheit nur von den Leistungsträgern getragen wurde.

Fränzi Zenklusen: Thematisiert den Gästemangel und äussert, dass so viele Gäste wie möglich generiert werden sollten. Sie kritisiert, dass immer wieder gesagt wird, es gebe zu wenige Wohnungen. Sie weist darauf hin, dass die Statistik der Logiernächte (Hotels, Lager, FeWo) irreführend sei und schlägt vor, die Ferienwohnungen aus dieser Statistik zu entfernen. Sie glaubt nicht, dass es nur an den Ferienwohnungsbesitzern liegt und nennt den hohen Lohnaufwand, den der Verein GT bei dieser Anzahl an Übernachtungen hat.

RR: Ist anderer Meinung und betont, dass gutes Personal fair entlohnt werden müsse. Versichert jedoch, dass die Mitarbeitenden nicht «vergoldet» werden.

Fränzi Zenklusen: Empfindet die 6 Stellen im Marketing als hoch.

RR: Erklärt, dass es sich um sechs Stellen handelt, darunter eine Lernende, eine 80%-Stelle und eine 10%-Stelle. Er betont, dass sie nicht mehr Stellen als früher haben.

Beatrice Ruppen: Fragt wie viele Stellenprozente bei GT existieren.

RR: Erläutert, dass es sich um eine Mischrechnung handelt. Unter anderem wird sein Lohn auf alle drei Unternehmen verteilt.

RR: Gibt an, dass es insgesamt rund 40 Jahresangestellte gibt, und bei Vollauslastung sind es etwa 150 Personen. Bei der TUG Gastro AGW gibt es zwei Jahresangestellte, ansonsten sind alle Mitarbeiter Saisonkräfte.

Sternau Williner: Fragt, wie der Sommer beworben wird, z.B. die Wasserleiten.

RR: Erklärt, dass es bei den Wasserleiten ein grundsätzliches Problem gibt: Wie können diese in Zukunft überhaupt aufrechterhalten werden. Gemeinsam mit der Gemeinde muss geschaut werden, wie die Wasserleiten weiterhin betrieben werden können. Der Tourismus versucht stets die Suonen in der Kommunikation zu berücksichtigen.

Sternau Williner: Erwähnt, dass Zermatt nach den Unwettern postete, welche Attraktionen offen sind.

RR: Bestätigt, dass auch sein Team auf Sozialen Medien und der Webseite entsprechende Informationen veröffentlicht hat.

Donat Ruppen: Möchte zum Abschluss ein paar Worte an RR richten: Trotz Kritik möchte er sich bei RR bedanken. RR habe viel Gutes gemacht und dies stets mit gutem Willen. Er sieht jedoch, dass viele Leistungsträger unzufrieden sind.

RR: Bedankt sich für das Feedback und erklärt, dass er die Entscheidung persönlich getroffen hat. Er erkennt an, dass er nicht immer alles richtig gemacht hat, ist jedoch überzeugt, dass vieles gut war. Er betont, dass er mit Kritik umgehen kann und ohne Groll geht. RR ist optimistisch bezüglich der Zukunft von Grächen.

Schluss: 18:34 Uhr

Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

Manuela Amstutz-Biner

Die Präsidentin

Masha Fux

Die Protokollführerin

51



