

Bericht zum Management- vertrag 2025_2026

der Touristischen Unternehmung Grächen AG
zu Händen des Vorstandes von Grächen &
St. Niklaus Tourismus & Gewerbe

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorwort	4 - 5
Organisation	6 - 7
Unser Team	8
Facts & Figures	10
Marketing	12 - 22
Front Office	22 - 27
Finanzen	28
Bilanz und Erfolgsrechnung	30
Bilanz per 30.04.2026	31
Erfolgsrechnung 2025_2026	32 - 33
Verwendung Taxen 2025_2026	34 - 35
Anlagerechnung 2025_2026	36
Abschreibungen per 30.04.2026	36 - 37
Anhänge Finanzen	38 - 40
Budget 2027_2028	42 - 43
Bericht Revisionsstelle	44
Antrag	45
Protokoll 2024_2025	46 - 49

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Das Geschäftsjahr 2025_2026 stand im Zeichen der Weiterentwicklung und Stabilisierung. Unser Ziel war es, die Attraktivität der Destination Grächen - St. Niklaus und der Hannigalp weiter zu steigern und gleichzeitig die betrieblichen Grundlagen zu stärken.

Mit neuen Attraktionen und dem gezielten Ausbau bestehender Infrastruktur konnten wir das Angebot für unsere Gäste schrittweise erweitern. Ein besonderes Highlight entstand auf der Hannigalp: In Zusammenarbeit mit Adventurly wurden drei Bubble Suites realisiert. Sie ergänzen das bestehende Beherbergungsangebot um ein aussergewöhnliches Übernachtungserlebnis mitten in der Grächner Bergwelt und schaffen einen neuen Anreiz für einen Aufenthalt auf der Hannigalp.

Neben den sichtbaren Neuerungen wurde auch im Hintergrund viel gearbeitet. Der operative Betrieb konnte weiter stabilisiert und professionalisiert werden. Klarere Abläufe und eine engere Abstimmung zwischen den verschiedenen Bereichen bildeten dafür eine wichtige Grundlage.

Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Positionierung Grächens als Aktivitäten-Hub. Durch die Zusammenarbeit mit Partnern aus der Region konnten wir zusätzliche Angebote erschliessen und unseren Gästen eine grössere Auswahl an Erlebnissen bieten. Mit der Einführung der Grächen Card wurde zudem ein Instrument geschaffen, das Leistungen bündelt, den Zugang zu Angeboten erleichtert und den Gästen während ihres Aufenthalts einen konkreten Mehrwert bietet.

Im Schweizer Markt haben wir erste gezielte Schritte unternommen, um die Sichtbarkeit der Destination wieder zu erhöhen. Gleichzeitig wurde der Verkauf eigener Leistungen verstärkt. Dazu gehörten die Vermarktung unserer Werbeflächen sowie die Weiterentwicklung und der aktive Verkauf von Angeboten für Firmen und Hochzeiten.

Ausblick 2026_2027

Im kommenden Geschäftsjahr gilt es, die geschärfte strategische Ausrichtung konsequent in die operative Arbeit zu überführen. Die Instandhaltung der bestehenden Infrastruktur bleibt dabei ebenso wichtig wie die gezielte Weiterentwicklung der Destination.

Ein zentraler Schwerpunkt wird die Digitalisierung sein. Die Website soll hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit optimiert werden. Mit der Einführung eines CRM-Systems schaffen wir die Grundlage für eine gezieltere und persönlichere Gästekommunikation. Gleichzeitig bauen wir unsere Präsenz in den sozialen Medien weiter aus.

Mit schlagkräftigen Werbekampagnen wollen wir Grächen - St. Niklaus im Markt noch sichtbarer machen. Entscheidend wird sein, diese Aufmerksamkeit stärker in konkrete Buchungen und Verkäufe zu überführen. Dazu werden wir attraktive Angebote aktiv vermarkten und Ticketmodelle entwickeln, die noch besser auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppen abgestimmt sind.

Auch die FeWo-Agentur soll organisatorisch und vertrieblich weiter professionalisiert werden. Ergänzend dazu möchten wir unseren Gästen erneut ein abwechslungsreiches Event- und Animationsprogramm bieten, das den Aufenthalt bereichert und zusätzliche Gründe für einen Besuch in Grächen schafft.

Mein Dank gilt allen Mitarbeitenden, Partnern und Leistungsträgern, die mit ihrem Einsatz zur Weiterentwicklung unserer Destination beitragen. Gemeinsam wollen wir den eingeschlagenen Weg fortsetzen und Grächen - St. Niklaus als familienfreundlichen und authentischen Ferienort weiter stärken.



Marco Bumann
Leiter Marketing & Verkauf

ORGANISATION

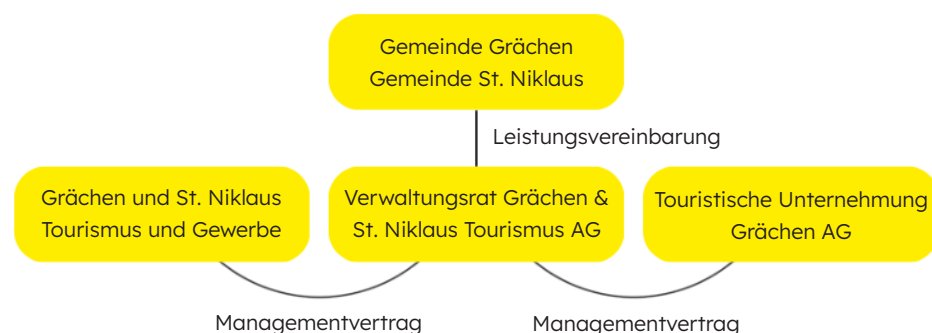
Der vorliegende Bericht wird auf Grundlage des Managementvertrages zwischen der Grächen & St. Niklaus Tourismus AG und der Touristischen Unternehmung Grächen AG erstellt. Der Managementvertrag ersetzt die Leistungsvereinbarung, die früher zwischen dem Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 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 2025_2026 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:



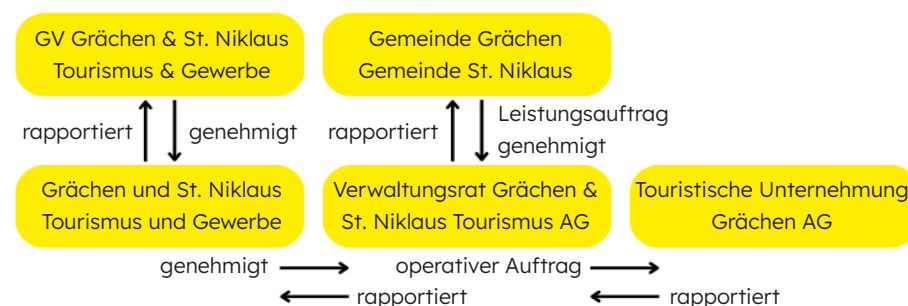
Die Aufgaben lassen sich wie folgt beschreiben:

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

Björn Walter
Schnidrig Patric
Fux Jennifer
Gruber Urban
Loetscher Daniel
Imboden Sandro
Schmid-Fux Josiane
Williner Mélanie
Williner Tobias

Geschäftsleitung

Fux Masha

Hohl Manuel

Schalbatter Johnny

Bumann Marco
Brunner Marc
Imesch Reto
Ruppen Daniela
Schalbatter Ilona

Tourist Office | Administration

Bader Céline
Bosshard Lena
Bumann Marco
Chanton Nadine
Fux Miriam
Hinderberger Jasmin
Hofmann Yannick
Kuonen Xenia

Lernende

Ashinze Gerald
Sandhu Amrit

FeWo-Agentur

Gaspar Klaudia

Präsident/in
Vizepräsident
Vertretung Gemeinde Grächen
Vertretung Skischule
Vertretung VZWG
Vertretung Gemeinde St. Niklaus
Vertretung Gewerbe
Vertretung Hotellerie
Vertretung Restauration

Leiterin Administration |
Mitglied Führungsausschuss
Leiter Tech. Dienst | Leiter HR |
Mitglied Führungsausschuss
Leiter Marketing | Mitglied Führungs-
ausschuss
Leiter Marketing & Verkauf
Leitung TUG Gastro AG
Techn. Leiter
Leiterin Finanzen
Leiterin HR

Lindner Ingrid
Novotny Katja
Truffer Deborah
Truffer Sandra
Walter Elfriede
Walter Susann
Zumstein Tamara

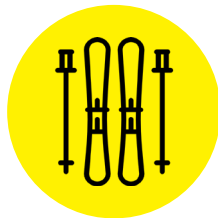
Mediamatiker EFZ
Kaufmann EFZ



FACTS & FIGURES



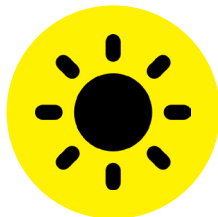
Logiernächte
197'878



Skierdays
161'759



Schneesicherheit
100%



Sonnentage
300



Hotels & Pensionen
17



Instagram
♀ 9'297



Facebook
♀ 9'655



Websitebesucher
137'383

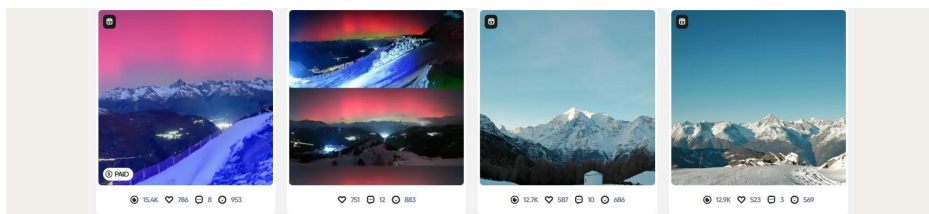
MARKETING

Digital Marketing | Social Media Reporting

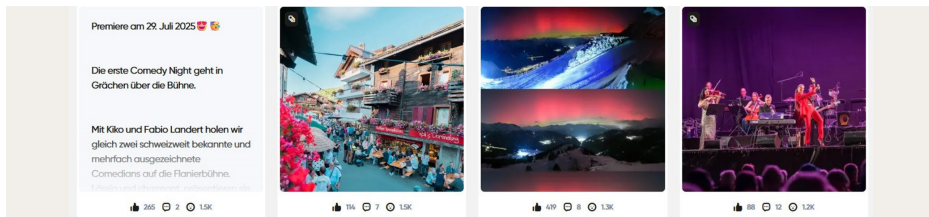
Social Media Zuwachs		Likes erhalten		Impressionen		Reach	
f Facebook	-18	f Facebook	6'200	f Facebook	1.8mio	f Facebook	624'500
@ Instagram	+1'868	@ Instagram	18'900	@ Instagram	1.7mio	@ Instagram	940'100
d TikTok	+276	d TikTok	1'800	d TikTok	30'500	d TikTok	23'900
in LinkedIn	+68	in LinkedIn	456	in LinkedIn	20'700	in LinkedIn	11'800

Digital Marketing | Content Analyse

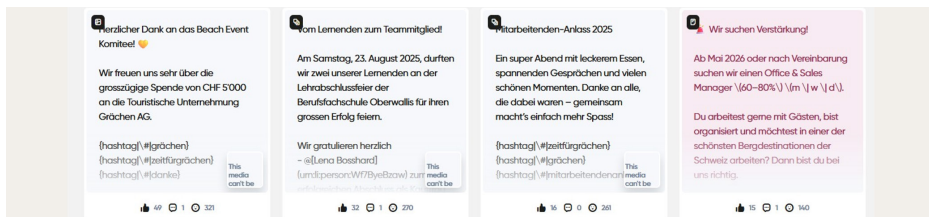
Von den veröffentlichten Instagram Beiträgen zwischen dem 01.05.2025 und dem 30.04.2026 haben die User am meisten mit dem Beitrag der Polarlichter interagiert. Insgesamt hat dieser Post 682 Likes erhalten.



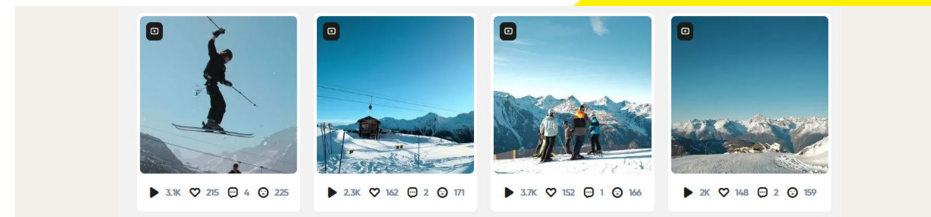
Auf Facebook haben User am meisten mit dem Beitrag zur Comedy Night interagiert. Dieser Beitrag erhielt 265 Likes. Am zweitmeisten wurde mit dem Beitrag zum Flanier Abund interagiert.



Auf LinkedIn erhielt der Beitrag zur Spende vom Komitee des Beach Event mit 49 Reaktionen und 321 Likes am meisten Aufmerksamkeit.



Auf TikTok erreichte das Video vom Rückblick Snowpark Contest mit 3'100 Views und 215 Likes die grösste Reichweite.



Digital Marketing | Influencer Marketing

Während dem vergangenen Geschäftsjahr wurden mit mehreren Influencern und in Kooperation mit Adventurly die Bubble-Suiten auf der Hannigalp beworben. Zusätzlich wurden noch mit kleineren Influencer allgemeines Influencer-Marketing für Grächen und St. Niklaus betrieben. Dazu gehörten ein Influencertrip mit Travelmina in Zusammenarbeit mit Lonely Planet Deutschland vom 18. bis 21. Juni 2025, ein weiterer Trip mit Vanessa und Anthony Crastulo von Lonely Planet Deutschland vom 23. bis 25. September 2025 sowie der Workshop The Alpinist vom 7. bis 9. September 2025.

Durchschnittlich erzielten die Posts eine Reichweite von 25'234, erhielten 481 Likes und 27 Kommentare und wurden von den Benutzern im Schnitt 25 mal gespeichert.

Digital Marketing | Paid Posts

Während des gesamten Geschäftsjahrs wurden gezielt einzelne Beiträge auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen mit einem durchschnittlichen Betrag von CHF 280.00 beworben. Insgesamt wurden dadurch im Total 1'236'257 Impressionen, 484'612 Reichweite sowie 7'422 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 Geschäftsjahr erhielt die Familiendestination Grächen & St. Niklaus national wie international viel mediale Aufmerksamkeit. Im Fokus standen die vielfältigen Sommer- und Winterangebote sowie die Positionierung von Grächen als attraktive und familienfreundliche Ferienregion. Die Destination war dabei sowohl in Print- und Online-Medien als auch über Newsletter, Social Media und verschiedene Kooperationsplattformen präsent.

Neben redaktionellen Beiträgen und Inseraten im Walliser Bote und auf 20 Minuten wurden unter anderem Inhalte für SBB-Newsletter, Freizeit.ch und weitere Medien bereitgestellt. Mit gezielten Promopost-Versänden wurde die Kommunikation sowohl regional als auch überregional verstärkt. Ein besonderes Beispiel war die neue Familienbroschüre «Familien-Zeit», die auch überregional an 9'315 Haushalte in Thun und Spiez verteilt wurde.

Auch im Bereich der klassischen und digitalen Werbung war Grächen sichtbar. Dazu gehörten unter anderem wechselnde Motive auf der Branding Wall am Bahnhof Visp, Präsenz im Race Magazin, im Newsletter und auf Social Media rund um den Gornergrat-Zermatt-Marathon, der Swisscoupon Pass, die Teilnahme an den Blick Winter Awards 2025/2026 in der Kategorie «Familie» sowie ein Cross-Channel-Reporting der Schweizerischen Post. Mit einer einjährigen Goldbach-Kampagne wurden die Themen «Familien-Zeit», «Wander-Zeit» und «Bike-Zeit» in unterschiedlichen Formaten ausgespielt. Die Kampagne richtete sich an die deutschsprachige Schweizer Bevölkerung im Alter von 18 bis 64 Jahren.

Die kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung der eigenen Kommunikationsmittel blieb ebenfalls ein wichtiger Schwerpunkt. Bestehende Broschüren wie «Typisch Grächen» und «Blick hinter die Kulissen» wurden aktualisiert und erweitert. Neu erschienen die Broschüren «Familien-Zeit» und «Alpenblumenweg». Ergänzt wurden die Sommer- und Winter-Panoramakarten, verschiedene Flyer sowie weitere Printprodukte überarbeitet und neu produziert.

Im Bereich Sponsoring und Partnerschaften wurden einheimische Talente und Vereine gezielt unterstützt und kommunikativ begleitet. Dazu gehörten unter anderem die Bike-Athletin Emely Grand, der Skifahrer Giuliano Fux und die Boxerin Sarina Fux. Darüber hinaus engagierte sich Grächen bei verschiedenen einheimischen Vereinen und Veranstaltungen, unter anderem beim Oberwalliser Hallenmasters. Im Grächen Shop wurde das Sortiment um neue Produkte wie ein Quartettspiel ergänzt.



Medien und Kommunikation | Medienreisen

Ein wichtiger Bestandteil der Medienarbeit waren die Kooperationen mit Valais/Wallis Promotion und MySwitzerland. Durch laufende Zuarbeiten für News und redaktionelle Inhalte sowie gemeinsame Medienreisen konnte die mediale Präsenz weiter ausgebaut werden. Dazu gehörte unter anderem eine Medienreise zur Bordierhütte (11. und 12. August 2025) mit der Journalistin Sylvie Kempa für eine Reportage in der Schweizer Familie. Weitere Kooperationen bestanden unter anderem mit kids-tour.ch zum Thema «Familien-Zeit», PostAuto und Salomon im Rahmen der Kampagne «GO GRÄCHEN» sowie mit Bärner Mamis, die über ihre Familienferien in Grächen berichteten.

Medien und Kommunikation | Grächen Inside

Unser Kommunikation-Info-Kanal Grächen Inside konnte im vergangenen Geschäftsjahr wiederum grossen Zuwachs verzeichnen. Per Ende April 2026 waren 2'251 User registriert. Total wurden auf der Plattform bereits 350 Artikel veröffentlicht.

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

Kick-off Sommer 2026 Im Artikel wird Ort, Datum und Zeit für die Informationsveranstaltung mitgeteilt. An der Veranstaltung wird ein Einblick in das Sommerprogramm sowie anstehende Neuerungen präsentiert. Er wurde 306 mal gelesen.

Einladung zur Informationsveranstaltung Strategieschärfung TUG AG: Im Artikel wurde das Datum, Zeit und Ort der Informationsveranstaltung der TUG AG vom Juni 2026 kommuniziert. Generiert wurden 200 Klicks.

Sommermodus an: Der Artikel enthält die aktualisierten Panoramakarten sowie Flyer zu Wandern und Biken. Der Beitrag wurde 166 mal angeklickt.

Projekte und Angebotsentwicklung

Neben der laufenden Kommunikation wurden verschiedene Projekte zur Weiterentwicklung der Familien- und Erlebnisdestination umgesetzt. Das Wolkenland wurde umfassend renoviert und aufgewertet. Dazu gehörten die Neubelebung der Fensterscheiben, neue Formplatten mit SiSu & Friends, Stapelsteine, Sitzsäcke, Hüpfbälle und eine Niedersprungmatte. Ergänzt wurden Maler- und Reparaturarbeiten (Heizkörper, Säulen und Wände) sowie Anpassungen bei Beschriftungen vorgenommen.



Die Steigerung der Attraktivität der Hannigalp bildete weiterhin einen zentralen Schwerpunkt. Für unsere jüngsten Gäste wurde der SiSu & Friends Spieleweg mit fünf abwechslungsreichen Spielstationen geschaffen. Ausgebaut wurde auch der Familienpark durch einen Bikepark mit Zauberteppich als Aufstiegshilfe sowie einen Kiosk. Die bestehende Hütte erfuhr ebenfalls eine Aufwertung und lädt nun als SiSu's Home zum kreativen Gestalten ein. Dort stehen den Kindern Malutensilien zur Verfügung, und ihre Kunstwerke können in zahlreichen Bilderrahmen präsentiert werden. Der Fragende Rundweg wurde mit neuen Schätzfragen ausgestattet und bietet nun als Quiz Edition Spass für die ganze Familie. Der Fotoweg wurde um den Fotopoint «Grand Tour of Switzerland» ergänzt. Mit SiSu's Rätsel entstand zudem im Dorf eine weitere attraktive Aktivität für kleine Rätselfreunde.

Weiter wurden neue Beschilderungen und Wegweiser in der gesamten Destination umgesetzt, um die Orientierung vor Ort zu verbessern. Parallel dazu liefen die Planungen für neue Erlebnisangebote und Themenwege. Ein Schwerpunkt lag auf dem Grächner Zappelpfad, für den Texte, Wegführung sowie Ausstattung und Inhalte konzipiert und geplant wurden.

Kooperationen

Um das touristische Angebot kontinuierlich weiterzuentwickeln und vorhandene Synergien gezielt zu nutzen, wurden im Berichtsjahr verschiedene Kooperationen neu aufgebaut oder erweitert. Dazu zählen:

- die neue Grächen Card: In Zusammenarbeit mit einheimischen und regionalen Leistungsträgern wurde die Grächen Card lanciert – eine Gästekarte mit mehr als 30 Vergünstigungen in und um Grächen St. Niklaus
- der Beitritt zum Verbund Region Oberwallis
- die Errichtung von drei Bubble Suiten in Zusammenarbeit mit Adventurly
- das Keycard-Depot in Form von Ovomaltine-Schokolade in Kooperation mit Ovomaltine
- die Pflege und Weiterentwicklung bestehender Partnerschaften, unter anderem mit PostAuto, der Matterhorn Gotthard Bahn, den Luftseilbahnen St. Niklaus–Jungen und Stalden–Staldenried–Gspion, dem Oberwalliser Bikepass, und KOOR.

Mit diesen Kooperationen verfolgen wir das Ziel, das Angebot in Grächen nachhaltig zu stärken und unseren Gästen ein attraktives und vielseitiges Erlebnis zu bieten.

Erlebnisse 2025_2026

Die Sommer- und Wintererlebnisse waren auch in diesem Geschäftsjahr sowohl bei Einheimischen als auch bei Gästen sehr beliebt. An den zehn Wildtierbeobachtungen nahmen insgesamt 139 Personen teil, während 121 Personen die Air Zermatt besuchten. Für die drei Brunch-Termine verzeichneten wir 348 Anmeldungen. Im Winter genossen 222 Gäste ein Fondue in der Gondel. An den Pistenfahrzeug-Touren «Basic» und «Extended» nahmen insgesamt rund 35 Personen teil. Das Erlebnis «Let It Snow» wurde von vier Personen besucht.

Sommer 2025

Der Veranstaltungssommer 2025 begann Ende Mai mit dem 28. Dekanats- und Cäcilienfest des Bezirks Visp. Mitte Juni folgte das Summer Opening mit Alpaufzug und Season Opening Brunch. Weitere Höhepunkte zum Saisonauftakt waren das 8. Harley-Treffen sowie der Gornergrat Zermatt Marathon.

Im Juli und August präsentierte sich der Grächner Veranstaltungskalender besonders vielseitig. Kulinarische Anlässe wie das Barbecue in der Stafelbar und das Mondschein Raclette ergänzten das Programm ebenso wie das SiSu Familienfest, Summer Live, die Comedy Night und das Kleinkunstfestival. Zweimal lud der Flanier Abund zum gemütlichen Beisammensein entlang der Oberen Dorfstrasse ein. Rund um den Nationalfeiertag sorgten die 1. August-Feier und der Feiertagsbrunch für festliche Stimmung. Auch das Beach Event und Music Stories fanden ihren Platz im Sommerprogramm.

Im September standen mit der Ultra Tour Monte Rosa und dem Volksbiathlon sportliche Anlässe im Mittelpunkt. Der Fotografie-Workshop von The Alpinists, das Mountain Music Festival sowie der Alpabzug mit Schafprämierung setzten weitere Akzente. Nach dem SiSu Kreidenfestival und der Herbstausgabe des Mondschein Raclettes fand die abwechslungsreiche Sommersaison mit dem Season End Brunch am 19. Oktober ihren Abschluss.



Winter 2025_2026

Während der Wintersaison 2025_2026 wurde Gästen und Einheimischen in Grächen ein vielseitiges Veranstaltungs- und Erlebnisprogramm geboten.

Den Auftakt bildete das Season Opening auf der Hannigalp mit Livemusik sowie kostenlosen Ski- und Snowbike-Tests. Erstmals fand der Grächner Wintermarkt statt, der während vier Tagen mit Marktständen, musikalischer Unterhaltung und Besuchen von SiSu für eine stimmungsvolle Atmosphäre im Dorf sorgte. Zum Programm über die Festtage gehörte zudem das traditionelle Altjahresrennen auf der Hannigalp.

Die Konzertreihe «Summit Sounds» wurde an fünf Terminen in der Stafelbar durchgeführt. Im Rahmen der Kinderwochen fanden unter dem Schwerpunktthema «Sinn» unter anderem Zaubershow, Märchenabende, Konzerte und Wettbewerbe im Skigebiet statt. Weitere Veranstaltungen waren der Night Rider, die kulinarische Greechener Bozu-Wandernacht, die Fackelabfahrten, die Fasnacht und der Grand Prix Migros.

In Zusammenarbeit mit dem Verein Maunala fand erneut ein Snowpark Contest im Snowpark auf der Hannigalp statt, bei dem Ski- und Snowboardfahrende ihre Tricks in verschiedenen Kategorien präsentierten.

Ein besonderer Anlass war der Empfang von Giuliano Fux auf der Hannigalp. Anlässlich seines Slalom-Goldes an der Junioren-Weltmeisterschaft wurde der Nachwuchssportler gemeinsam mit Gästen und Einheimischen empfangen und geehrt. Ergänzt wurde das Programm durch buchbare Wintererlebnisse wie das Fondue in der Gondel, die Schneeschuhwanderung aufs Wannihorn, die Let It Snow Tour sowie die Pistenfahrzeugtouren.

Ermöglicht wurde das vielseitige Winterprogramm durch die Zusammenarbeit mit zahlreichen Vereinen, Organisationen und lokalen Partnern.



Events und Erlebnisse 2025_2026

Datum	Event	Organisation	Aufgaben TO
14.06.25	Alpaufzug	Bauernschaft	Kommunikation
14. - 15.06.25	Season Opening	GT	Planung, Organisation, Durchführung
15.06.25	Opening Brunch	TUG Gastro, GT	Kommunikation, Ticketing
28.06.25	Harley Träff	Verein Harley Grächen	Kommunikation, Mitorganisation, Durchführung
05.07.25	Gornergrat Zermatt Marathon	OK Gornergrat Zermatt Marathon	Kommunikation, Sponsor
12.07.25	Tavolata am See	Restaurant Zum See & Walliserkanne	Kommunikation
13.07.25	SiSu Familienfest	GT	Planung, Organisation, Durchführung
17.07.25	Flanier Abund	GT, Leistungsträger	Planung, Organisation, Durchführung
24.07.25	Summer Live	GT	Planung, Organisation, Durchführung
29.07.25	Comedy Night	GT	Planung, Organisation, Durchführung
31.07.25	1. August Feier	GT, Gemeinde Grächen	Planung, Organisation, Durchführung
01.08.25	Feiertags Brunch	TUG Gastro, GT	Planung, Organisation, Durchführung
06.08.25	Kleinkunstfestival	GT	Planung, Organisation, Durchführung
07.08.25	Flanier Abund	GT, Leistungsträger	Planung, Organisation, Durchführung
08. - 10.08.25	Beach Event	Verein Beach Event Grächen	Kommunikation, Officearbeiten
16.08.25	Barbecue in der Stafelbar	TUG Gastro, GT	Planung, Organisation, Durchführung
31.08.25	Music Stories	GT	Planung, Organisation, Durchführung
03. - 06.09.25	Ultra Tour Monte Rosa	OK ULTRA Tour Monte Rosa	Kommunikation, Sponsor, Unterstützung OK

05. - 07.09.25	Adventure Photography Workshop	The Alpinists, GT	Planung, Organisation, Durchführung
19. - 21.09.25	Mountain Music Festival	OK Mountain Music Festival	Kommunikation, Ticketing, Mitarbeit OK
20.09.25	Alpabzug	Bauernschaft, Schäfer	Kommunikation
27.09.25	Volksbiathlon	Schiessverein Grächen	Kommunikation
28.09.25	Kreidenfestival	Verein Obere Dorfstrasse	Kommunikation
div. Daten	Kultursommer	Kulturverein	Kommunikation, Organisation
11.10.25	Einweihung Grand Tour of Switzerland	GT	Planung, Organisation, Durchführung
19.10.25	Season End Brunch	TUG Gastro, GT	Kommunikation, Ticketing
13. - 14.12.25	Season Opening	GT	Planung, Organisation, Durchführung
30.12.25	Altjahres Rennen	Skiclub Grächen	Planung, Kommunikation, Ticketing, Sponsor
div. Daten	Summit Sounds	GT	Planung, Organisation, Durchführung
30. - 31.01.26	Bozuwandernacht	Jugi-Team Grächen, GT	Kommunikation, Ticketing
div. Daten	Kinderwochen	GT	Planung, Organisation, Durchführung
10.02.26	Fackelabfahrt	Schweizer Ski- und Snowboardschule, GT	Planung, Ticketing, Kommunikation
12. - 16.02.26	Fasnacht	Fasnachtszunft, GT	Planung, Kommunikation
14.02.26	Migros Grand Prix	Swiss-Ski, Skiclub Grächen	Kommunikation
07.03.26	Snowpark Contest	GT	Planung, Organisation, Durchführung
14.03.26	Die Gemeinden laden ein	Gemeinden Grächen & St. Niklaus, TUG, GT	Kommunikation

 	Dorfbesichtigung	GT	Planung, Organisation
 	Out Of Mind Escape Games	Out Of Mind Escape Games	Kommunikation
	Wildtiere beobachten & Frühstück	TUG Gastro, GT Air Zermatt, Heliport	Planung, Organisation, Durchführung
	Besuch der Air Zermatt	Zermatt, GT	Planung, Organisation, Durchführung
	Lamatrekking	Dominique Gruber	Kommunikation
	Fondue in der Gondel	TUG Gastro, TUG, GT	Planung, Ticketing, Kommunikation
	Pistenfahrzeug Tour	TUG, GT	Planung, Organisation, Durchführung
	Schneeschuh Tour zum Wannihorn	GT, Toni Gruber	Planung, Organisation
	Let It Snow Tour	TUG, GT	Planung, Organisation, Durchführung

FRONT OFFICE

Das abgeschlossene Geschäftsjahr war geprägt von Neuheiten, Umstellungen und personellen Veränderungen. Gleichzeitig konnten wir den Verein im Bereich Digitalisierung einen weiteren Schritt voranbringen.

Buchungs- und Abrechnungssystem

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir bei der FeWo Agentur einen Systemwechsel vollzogen. Seit dem Geschäftsjahr 2025_2026 arbeiten wir mit Loftbird, einer Tochtergesellschaft von Holidu/TOMAS, zusammen.

Das moderne Buchungs- und Abrechnungssystem ermöglicht uns eine effizientere Abwicklung und stellt gleichzeitig eine enge Anbindung an etablierte Vertriebspartner sicher.

Teamwechsel bei der FeWo-Agentur

Seit dem Geschäftsjahr 2025_2026 arbeiten wir für die Reinigung mit der externen Firma Glanzpunkt zusammen. Dank dieser Auslagerung konnte die Reinigung der bestehenden Ferienwohnungen nahtlos weitergeführt werden. Gleichzeitig entstanden zusätzliche Kapazitäten, wodurch wir neue Wohnungen in die Vermietung aufnehmen konnten.

Im Verlauf des Geschäftsjahres mussten wir uns zudem von Nadine Chanton verabschieden. Wir danken Nadine herzlich für die langjährige Zusammenarbeit und wünschen ihr alles Gute für ihre Zukunft.

Als Nachfolgerin konnten wir Kathrin Capaul für die FeWo Agentur gewinnen. Parallel zur intensiven Einarbeitungsphase wurden die Bereiche Buchhaltung und Finanzen der FeWo Agentur umfassend analysiert. Auf dieser Grundlage konnten wir im laufenden Geschäftsjahr verschiedene Prozesse optimieren und klarer strukturieren.

Grächen Shop: Sommer und Wintergeschäft

Der im Geschäftsjahr 2024_2025 aufgebaute Grächen Shop bietet unseren Gästen die Möglichkeit, ein Stück Grächen mit nach Hause zu nehmen.

Neben verschiedenen Grächen Artikeln wurde das Sortiment unter anderem durch lokales Handwerk sowie neue Grächen Schlüsselanhänger erweitert. Besonders erfreulich entwickelten sich zudem die Verkäufe der Holzkugeln, die von unseren Gästen gesammelt und für die Holzkugelbahn genutzt werden.

Dabei zeigt sich ein deutlicher saisonaler Unterschied: Während der Sommermonate besuchen unsere Gäste den Shop häufiger und nehmen sich vermehrt Zeit, das Sortiment zu entdecken. Entsprechend liegen die Einnahmen im Sommer über jenen des Wintergeschäfts. Auch im neuen Geschäftsjahr entwickeln wir das Sortiment gezielt weiter.

Personelle Veränderungen im Front Office

Neben der Nachfolge von Nadine Chanton konnten wir auch für Susann Walter eine neue Lösung finden. Im Herbst 2025 ist Jasmin Hinderberger als Sales Managerin zu unserem Team gestossen.

Nach einer kurzen Einarbeitungszeit begleitete und verantwortete Jasmin die Einführung des neuen Webshops. Damit verbunden waren verschiedene Anpassungen und Umstellungen in den Abläufen des Front Office Teams. Die neuen Prozesse konnten schrittweise implementiert und im laufenden Betrieb weiterentwickelt werden.

Auch im Finanzbereich kam es zu einer wichtigen personellen Veränderung. Daniela Ruppen, langjährige Leiterin Finanzen der TUG AG, verliess unsere Unternehmung und trat in den wohlverdienten Ruhestand. Als Nachfolgerin konnten wir Ivana Schnidrig für die wichtige Funktion als Leiterin Finanzen GT gewinnen.

Per Beginn des Geschäftsjahres 2026_2027 erfolgte im Bereich Finanzen eine weitere Anpassung. Seit dem 1. Mai 2026 arbeitet Susann Walter gemeinsam mit Ivana Schnidrig bei der Gemeindeverwaltung Grächen als Sachbearbeiterin und unterstützt sie unter anderem bei den Finanzaufgaben für unseren Tourismusverein. Wir freuen uns sehr, mit Ivana Schnidrig und Susann Walter eine nachhaltige und zukunftsorientierte Lösung für den Finanzbereich gefunden zu haben.

Entwicklung Logiernächte

Ausgangslage und Jahresergebnis

Im Geschäftsjahr 2025_2026 wurden in Grächen zum Zeitpunkt der Auswertung insgesamt 197'878 Logiernächte registriert. Gegenüber dem Vorjahr mit 202'185 Logiernächten entspricht dies auf Basis des aktuellen Meldestandes einem Rückgang von 4'307 Nächten beziehungsweise 2.1%. Hinter diesem insgesamt relativ stabilen Jahresergebnis zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen zwischen den einzelnen Beherbergungssegmenten.

Die Ferienwohnungen verzeichneten mit 142'091 Logiernächten eine Zunahme von 11.3 % gegenüber dem Vorjahr. Ebenfalls positiv entwickelten sich die Lager mit 15'575 Logiernächten und einem Plus von 6.8 %. Beim Camping stiegen die registrierten Logiernächte von 1'829 auf 5'515. Mit der Bubble Hannigalp kamen erstmals weitere 328 Logiernächte hinzu.

Bei der Hotellerie weist die Statistik zum Zeitpunkt der Auswertung 34'369 Logiernächte aus. Gegenüber den 58'072 Logiernächten des Vorjahres entspricht dies rechnerisch einem Rückgang von 40.8 %. Dieser Vergleich ist jedoch nur sehr eingeschränkt aussagekräftig. Zum Zeitpunkt der Erstellung der Statistik hatten verschiedene Hotelbetriebe ihre Logiernächte für einzelne Monate (vor allem Februar bis April 2026) noch nicht oder noch nicht vollständig gemeldet.

Die aktuell ausgewiesenen 34'369 Hotel Logiernächte stellen deshalb keinen abschliessenden Jahreswert dar. Der rechnerische Rückgang von 40.8 % darf entsprechend nicht als effektiver Nachfragerückgang der Grächner Hotellerie interpretiert werden. Die definitive Entwicklung kann erst beurteilt werden, sobald die ausstehenden Meldungen vollständig nachgetragen wurden.

Auch das aktuell ausgewiesene Gesamtergebnis von 197'878 Logiernächten beziehungsweise der Rückgang von 2.1 % gegenüber dem Vorjahr ist vor diesem Hintergrund als provisorischer Stand zu verstehen. Mit der Nachmeldung der noch fehlenden Logiernächte wird sich das Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr 2025_2026 entsprechend erhöhen.

Vergleich mit den Ersteintritten

Bei den Ersteintritten zeigt sich im Geschäftsjahr 2025_2026 eine insgesamt stabile bis positive Entwicklung.

Während der Sommersaison wurden insgesamt 31'323 Ersteintritte registriert. Gegenüber dem Vorjahr mit 25'445 Ersteintritten entspricht dies einer deutlichen Zunahme von 23.1 %. Zusätzlich konnte die Sommersaison im Mai 2025 erstmals mit 558 Ersteintritten bereits früh gestartet werden.

Die Wintersaison entwickelte sich weitgehend stabil. Mit insgesamt 161'759 Ersteintritten lag das Ergebnis lediglich 0.8 % unter dem Vorjahreswert von 163'128. Trotz unterschiedlicher Entwicklungen in den einzelnen Monaten konnte die Wintersaison damit erneut auf einem vergleichbaren Niveau gehalten werden.

Insgesamt zeigen die Ersteintritte somit ein positiveres Bild als die derzeit ausgewiesene Logiernächtestatistik. Insbesondere der starke Zuwachs während des Sommers weist auf eine erfreuliche Entwicklung der Nachfrage nach den touristischen Angeboten in der Destination hin. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass die Logiernächtestatistik zum Zeitpunkt der Auswertung noch diverse Meldelücken aufgewiesen hat.

Grächen Card und Verbesserung der Datenqualität

Mit der Einführung der neuen Grächen Card im Geschäftsjahr 2025_2026 wurde gleichzeitig ein zusätzlicher Anreiz für eine korrekte Erfassung der Gäste geschaffen. Die Ausstellung beziehungsweise Nutzung der Gästekarte ist unmittelbar mit der Registrierung der Gäste/Logiernächte verbunden.

Der Anstieg der gemeldeten Ferienwohnungslogiernächte um 11.3 % gegenüber dem Vorjahr ist deshalb grundsätzlich erfreulich. Gleichzeitig kann derzeit nicht abschliessend beurteilt werden, welcher Anteil dieser Entwicklung auf eine höhere tatsächliche Nachfrage und welcher Anteil auf eine vollständigere Erfassung der Übernachtungen zurückzuführen ist.

Hotels und Lager

Während sich die Lager mit einem Plus von 6.8 % positiv entwickelten, fällt insbesondere der Rückgang der Hotelübernachtungen auf. Mit 34'369 Logiernächten liegt die Hotellerie sowohl deutlich unter dem Vorjahreswert als auch unter dem langjährigen Durchschnitt.

Der hohe Zweitwohnungsanteil von über 80 % bleibt gleichzeitig eine strukturelle Herausforderung. Zahlreiche Wohneinheiten werden nicht oder nur sporadisch vermietet. Die Aktivierung zusätzlicher bewirtschafteter Betten und die Stärkung bestehender Beherbergungsbetriebe bleiben deshalb wichtige Handlungsfelder für die zukünftige Entwicklung der Destination.

Schlussfolgerungen

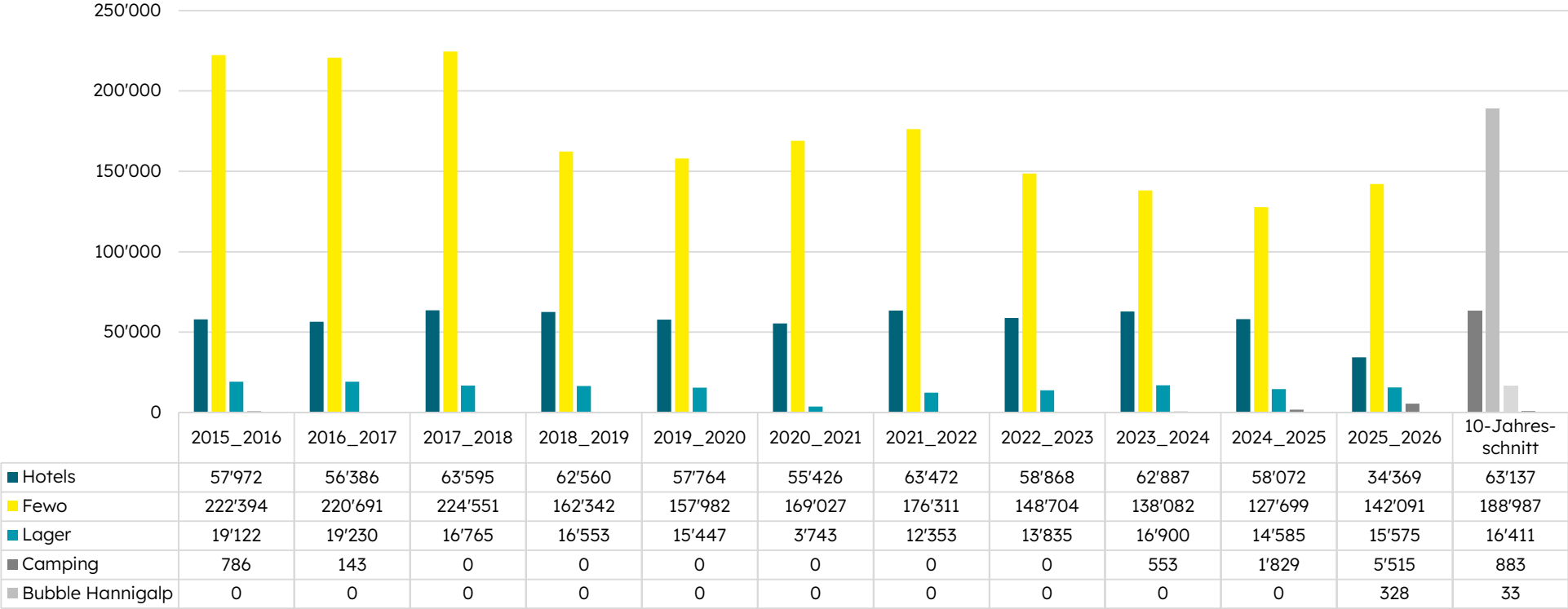
Das Geschäftsjahr 2025_2026 zeigt insgesamt ein differenziertes Bild. Mit einem Rückgang der registrierten Logiernächte um lediglich 2.1 % konnte das Gesamtvolumen gegenüber dem Vorjahr weitgehend gehalten werden.

Positiv hervorzuheben sind die Entwicklungen bei den Ferienwohnungen, Lagern und im Campingbereich. Gleichzeitig stellt der deutliche Rückgang der Hotelübernachtungen eine Herausforderung dar und muss in den kommenden Geschäftsjahren aufmerksam verfolgt werden.

Bei den Ferienwohnungen bleibt die Aussagekraft der langfristigen Statistik aufgrund der Veränderungen bei der Erfassung eingeschränkt. Die Einführung der Grächen Card und die damit verbundene konsequentere Gästeregistrierung bieten jedoch die Chance, die Datenqualität nachhaltig zu verbessern.

Für die kommenden Jahre wird entscheidend sein, nicht allein die absolute Zahl der registrierten Logiernächte zu betrachten, sondern insbesondere die Entwicklung der bewirtschafteten Betten, die Auslastung der einzelnen Beherbergungssegmente und die touristische Wertschöpfung innerhalb der Destination.

Logiernächte Trend 2015 bis 2025



FINANZEN

Der Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe schliesst das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von CHF 3'581. Die Einnahmen aus Kurtaxen sind konstant geblieben. Aus der Direktreservation resultiert ein Einnahmenüberschuss von CHF 17'366. Der Umsatz aus Shopverkäufen beträgt im Geschäftsjahr CHF 13'489. Der Ertrag aus Mitgliederbeiträgen von CHF 58'520 ist vergleichbar mit dem Vorjahr. Nach wie vor muss die Liquidität des Vereins im Auge behalten werden. Die erste Tranche der Liberierung der Aktien der TUG AG wurde im November 2025 bezahlt. Die Aktienliberierung erfolgt über 4 Jahre.

Beim Buchhaltungsabschluss 2025_2026 der FeWo-Agentur, welche seit letztem Geschäftsjahr integrierender Bestandteil der Buchhaltung vom Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe ist, wurden Altlasten aufgedeckt und buchhalterisch ausgebucht.

Erläuterungen Taxen-Rechnung (siehe S. 34 - 35)

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.

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.



BILANZ UND ERFOLGSRECHNUNG

Bilanz letzte 5 Jahre

	30.04.2026	30.04.2025	30.04.2024	30.04.2023	30.04.2022
Umlaufvermögen	478'208	619'282	798'783	945'188	1'163'310
Anlagevermögen	1'054'367	301'969	353'470	502'313	176'809
Total Aktiven	1'532'575	921'251	1'152'253	1'447'501	1'340'119
Fremdkapital	- 1'147'152	- 539'408	- 898'684	- 1'213'760	- 892'013
Rückstellungen	- 160'000	- 160'000	- 80'000	- 64'000	- 281'000
Eigenkapital	- 225'424	- 221'843	- 173'569	- 169'741	- 167'106
Total Passiven	- 1'532'575	- 921'251	- 1'152'253	- 1'447'501	- 1'340'119

Erfolgsrechnung letzte 5 Jahre

01.05. bis 30.04	2025_2026	2024_2025	2023_2024	2022_2023	2021_2022
Tourismus	1'314'178	1'354'789	1'272'667	1'238'622	1'439'280
Marketing	550'719	604'071	720'944	515'626	522'575
Übriger Betriebsertrag	5'827	45'302	- 42'093	24'424	- 23'085
Total Betriebsertrag	1'870'724	2'004'162	1'951'518	1'778'672	1'938'770
Tourismus	- 255'662	- 259'212	- 126'925	- 148'037	- 415'370
Marketing	- 258'534	- 505'824	- 548'300	- 444'216	- 314'205
Personalaufwand	- 832'991	- 830'418	- 818'091	- 772'704	- 839'862
Sachaufwand	- 242'583	- 278'522	- 285'946	- 275'655	- 288'812
Total Betriebsaufwand	- 1'589'770	- 1'873'975	- 1'779'262	- 1'640'612	- 1'858'249
EBITDA	280'954	130'186	172'256	138'060	80'521
Betrieblicher Nebenerfolg	22'926	23'727	-	-	-
Finanzerfolg	- 2'370	- 6'376	- 10'588	- 5'683	- 1'197
Cashflow	301'509	147'538	161'668	132'377	79'324
Abschreibungen	- 152'376	- 101'687	- 92'475	- 121'039	- 61'299
Ausserordentlicher Erfolg	- 15'290	2'424	- 65'366	- 8'704	1'850
Periodenfremder Erfolg	- 130'263	-	-	-	-
Unternehmensgewinn	3'581	48'274	3'827	2'635	19'875

Allgemeiner Hinweis

Die Tabellen enthalten Rundungsdifferenzen.

BILANZ PER 30.04.2026

Aktiven

	30.04.2026		30.04.2025	
	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel	98'783		123'696	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	250'525		137'548	
Andere Forderungen	1'178		39'010	
Warenvorräte	30'570		29'305	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	97'152		289'723	
Umlaufvermögen	478'208	31.2	619'282	67.2
Wertschriften	794'962		14'962	
Beteiligungen	50'000		50'000	
Finanzanlagen	844'962		64'962	
Mobilien und EDV	65'401		86'000	
Maschinen und Werkzeuge	-		1	
Touristische Infrastruktur	144'004		151'006	
Sachanlagen	209'405		237'007	
Anlagevermögen	1'054'367	68.8	301'969	32.8
Total Aktiven	1'532'575	100.0	921'251	100.0

Passiven

Kreditoren	31'098		131'166	
Gutscheine	32'972		30'258	
Kreditoren DIRES	227'665		235'387	
Vorauszahlungen	342		408	
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	183'806		58'259	
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungen	36'306		36'016	
Passive Rechnungsabgrenzungen	634'962		47'915	
Kurzfristiges Fremdkapital	1'147'151	74.9	539'408	58.6
Total Fremdkapital	1'147'151	74.9	539'408	58.6
Rückstellungen für touristische Infrastruktur	160'000		160'000	
Rückstellungen	160'000	10.4	160'000	17.4
Bilanzgewinn	221'843		173'568	
Jahresgewinn	3'581		48'274	
Eigenkapital	225'424	14.6	221'843	24.0
Total Passiven	1'532'575	100.0	921'251	100.0

ERFOLGSRECHNUNG 2025_2026

	01.05.2025 - 30.04.2026		01.05.2024 - 30.04.2025	
	CHF	%	CHF	%
Direktreservation	127'187		94'058	
Kurtaxen	1'077'379		1'108'879	
Mitgliederbeiträge	58'520		61'200	
Shop Information	13'489		40'652	
Diverse Beiträge	37'602		50'000	
Tourismus	1'314'178	70.2	1'354'789	67.6
Tourismusförderungstaxe	345'245		388'058	
Animation	-		113'296	
Events & Erlebnisse	219		-	
Marketing	205'255		102'717	
Marketing	550'719	29.4	604'071	30.1
Ertrag aus Dienstleistungen, übrig. Ertrag	1'134		1'429	
Ertragsminderungen	4'693		43'873	
Übriger Ertrag	5'827	0.3	45'302	2.3
Total Ertrag	1'870'724	100.0	2'004'162	100.0
Direktreservation	109'821		70'882	
Animation	48'555		41'839	
Shop Information	4'471		12'250	
Diverse Beiträge	4'567		4'005	
Touristische Infrastruktur	88'248		130'236	
Tourismus	255'662	13.7	259'212	12.9
Gästeinformation	28'102		-	
Prospekte Drucksachen	9'989		23'686	
Inserate Printmedien	7'980		18'412	
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	18'163		19'525	
Online Marketing	49'237		63'286	
Radio TV Feratel	-		376	
Medien Journalisten PR	8'417		6'484	
Sponsoring-Events	58'056		21'699	
Sponsoring Personen	5'709		-	
CI CD	14'679		34'995	
Werbekampagnen	34'264		62'529	
Stammgästeehrungen	3'251		945	
Sonstige Marketing-Aufwendungen	8'108		34'609	
Kampagnen mit anderen Partnern	-		2'770	
Aufwand Events	12'580		216'509	
Marketing	258'534	13.8	505'824	25.2

	01.05.2025 - 30.04.2026		01.05.2024 - 30.04.2025	
	CHF	%	CHF	%
Löhne und Gehälter	692'256		744'930	
Sozialleistungen	102'400		82'007	
Sonstiger Personalaufwand	30'324		22'079	
Fremdleistungen	8'010		- 18'597	
Personalaufwand	832'991	44.5	830'418	41.4
Raumaufwand	61'403		61'493	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	23'906		27'864	
Versicherungen und Gebühren & Abgaben	2'330		2'267	
Energie und Entsorgung	12'522		22'289	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	98'491		115'504	
Übriger Betriebsaufwand	43'932		49'104	
Sachaufwand	242'583	13.0	278'522	13.9
Betriebsaufwand	1'589'770	85.0	1'873'975	93.5
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg (EBITDA)	280'954	15.0	130'186	6.5
Betrieblicher Nebenerfolg	- 22'926		- 23'727	
Betrieblicher Nebenerfolg	- 22'926	- 1.2	- 23'727	- 1.2
Finanzaufwand	2'510		6'807	
Finanzertrag	- 139		- 431	
Finanzerfolg	2'370	0.1	6'376	0.3
Cashflow	301'509	16.1	147'538	7.4
Abschreibungen Sachanlagen	82'376		101'687	
Abschreibungen Finanzanlagen	70'000		-	
Abschreibungen	152'376	8.1	101'687	5.1
Ausserordentlicher Erfolg	15'290	0.8	- 2'424	- 0.1
Periodenfremder Erfolg	130'263			
Jahresgewinn	3'581	0.2	48'274	2.4

VERWENDUNG TAXEN 2025_2026

	01.05.2025 - 30.04.2026	KT	TFT
	CHF	CHF	CHF
Direktreservation	127'187	127'187	-
Kurtaxen	1'077'379	1'077'379	-
Mitgliederbeiträge	58'520	58'520	-
Shop Information	13'489	13'489	-
Diverse Beiträge	37'602	37'602	-
Tourismus	1'314'178	1'314'178	-
Tourismusförderungstaxe	345'245	-	345'245
Animation	-	-	-
Events & Erlebnisse	219	-	219
Marketing	205'255	-	205'255
Marketing	550'719	-	550'719
Ertrag aus Dienstleistungen, übrig. Ertrag	1'134	1'134	-
Ertragsminderungen	4'693	4'693	-
Übriger Ertrag	5'827	5'827	-
Total Ertrag	1'870'724	1'320'005	550'719
Direktreservation	109'821	109'821	-
Animation	48'555	48'555	-
Shop Information	4'471	4'471	-
Diverse Beiträge	4'567	4'567	-
Touristische Infrastruktur	88'248	88'248	-
Tourismus	255'662	255'662	-
Gästeinformation	28'102	11'241	16'861
Prospekte Drucksachen	9'989	3'996	5'993
Inserate Printmedien	7'980	-	7'980
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	18'163	-	18'163
Online Marketing	49'237	-	49'237
Radio TV Feratel	-	-	-
Medien Journalisten PR	8'417	-	8'417
Sponsoring-Events	58'056	-	58'056
Sponsoring Personen	5'709	-	5'709
CI CD	14'679	-	14'679
Werbekampagnen	34'264	-	34'264
Stammgäste Ehrungen	3'251	-	3'251
Sonstige Marketing-Aufwendungen	8'108	-	8'108
Kampagnen mit anderen Partnern	-	-	-
Aufwand Events	12'580	-	12'580
Marketing	258'534	15'236	243'298

	01.05.2025 - 30.04.2026	KT	TFT
	CHF	CHF	CHF
Löhne und Gehälter	692'256	484'579	207'677
Sozialleistungen	102'400	71'680	30'720
Sonstiger Personalaufwand	30'324	30'324	-
Fremdleistungen	8'010	5'607	2'403
Personalaufwand	832'991	592'191	240'800
Raumaufwand	61'403	42'982	18'421
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	23'906	23'906	-
Versicherungen und Gebühren & Abgaben	2'330	2'330	-
Energie und Entsorgung	12'522	12'522	-
Verwaltungs- und Informatikaufwand	98'491	98'491	-
Übriger Betriebsaufwand	43'932	43'932	-
Sachaufwand	242'583	224'162	18'421
Betriebsaufwand	1'589'770	1'087'251	502'518
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg (EBITDA)	280'954	232'753	48'201
Betrieblicher Nebenerfolg*	-	-	-
Betrieblicher Nebenerfolg*	-	-	-
Finanzaufwand	2'510	2'510	-
Finanzertrag	- 139	- 139	-
Finanzerfolg	2'370	2'370	-
Cashflow	301'509	230'383	48'201
Abschreibungen Sachanlagen	82'376	82'376	-
Abschreibungen Finanzanlagen	70'000	70'000	-
Abschreibungen	152'376	152'376	-
Ausserordentlicher Erfolg	15'290	15'290	-
Jahresgewinn (ohne periodenfremden Erfolg & ohne Nebenerfolg)	110'918	62'717	48'201

* Nebenerfolg fliesst nicht in KT/TFT

ANLAGERECHNUNG 2025_2026

Anlagevermögen			
Bezeichnung	Stand 01.05.2025	Zugang / Abgang 2025_2026	Stand 30.04.2026
Maschinen und Apparate	3'875	-	3'875
Büroeinrichtungen / Mobiliar	28'658	-	28'658
Ausstellungsmaterial	22'709	-	22'709
Panoramakamera	18'287	-	18'287
EDV-Anlage	520'239	23'000	543'239
Flow Trail	185'231	3'680	188'911
Attraktionen Hannigalp	17'210	10'591	27'801
Themenwege / Wanderwege	104'004	17'503	121'507
Dienstbarkeit Skipiste	1	-	1
Signalisation	3'600	-	3'600
Zauberwasser	106'027	-	106'027
Infohäuschen St. Niklaus	1	-	1
Total Anlagevermögen	1'009'842	54'774	1'064'616

ABSCHREIBUNGEN PER 30.04.2026 (degressiv)

Bezeichnung	Buchwert 01.05.2025	Investitionen 2025_2026	Abgänge 2025_2026	Buchwert vor Abschr.
Maschinen und Apparate	1	-	-	1
Büroeinrichtungen / Mobiliar	6'000	-	-	6'000
Ausstellungsmaterial	9'000	-	-	9'000
Panoramakamera	1'000	-	-	1'000
EDV-Anlage	70'000	23'000	-	93'000
Flow Trail	125'000	3'680	-	128'680
Attraktionen Hannigalp	4'000	10'591	-	14'591
Themenwege / Wanderwege	22'002	17'503	-	39'505
Dienstbarkeit Skipiste	1	-	-	1
Signalisation	1	-	-	1
Zauberwasser	1	-	-	1
Infohäuschen St. Niklaus	1	-	-	1
Total Anlagevermögen	237'007	54'774	-	291'781

Abschrei- bungssatz	Abschr. 2025_2026	Buchwert 30.04.2026
30	-	1
25	1'500	4'500
50	4'500	4'500
40	400	600
40	37'200	55'800
20	25'680	103'000
40	5'591	9'000
20	7'505	32'000
20	-	-
20	-	-
20	-	-
20	-	-
	82'376	209'405



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

in CHF

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.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, andere Forderungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen. Auf dem Restbestand werden pauschale Wertberichtigungen von 5% vorgenommen.

Anlagevermögen: Im Berichtsjahr wurde die Abschreibungsmethode von linear auf degressiv geändert. Die vorgenommenen Abschreibungen auf den Buchwert der Sachanlagen basieren auf folgenden Prozentsätzen:

Maschinen und Apparate	30 %
Büroeinrichtung / Mobiliar	25 %
Ausstellungsmaterial	50 %
Panoramakamera	40 %
EDV-Anlagen	40 %
Flow Trail	20 %
Attraktionen Hannigalp	40 %
Themenwege / Wanderwege	20 %

Dienstbarkeit Skipiste	20 %
Signalisation	20 %
Zauberwasser	20 %
Infohäuschen St. Niklaus	20 %

Sofortabschreibungen wurden im Geschäftsjahr keine vorgenommen.

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

Auf die Aktien der TUG AG wurde eine Wertberichtigung von CHFT 70 gemacht.

B2 Informationen zu Umrechnungskursen bei Rechnungslegung in anderer Währung

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährung per Bilanzstichtag wurden zum Tageskurs vom 30. April 2026 gemäss Kursliste der ESTV umgerechnet. 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

	30.04.2026	30.04.2025
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	- 145'552	- 2'424
KTG-Beiträge, Januar - April 24	-	- 3'243
Korrekturen DIRES und Kassa Skidata GT	-	819
a.o. Erfolg DIRES	1'988	-
Aufwände ZSUAG, Avalua, Weiterverrechnung TUG und QST aus VJ	- 17'278	-
Periodenfremder Erfolg aus Ausbuchungen & Bereinigungen BH FeWo-Agentur aus Vorjahren	- 130'263	-

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

in CHF

D Zusätzliche Angaben 30.04.2026 30.04.2025

D1 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

Pensionskasse	5'138	4'605
---------------	-------	-------

D2 Im Berichtsjahr wurden einige Konti im Kontenplan umbenannt oder neu eingefügt. Aus diesem Grund können nicht alle Positionen mit den Vorjahreszahlen verglichen werden.

D3 Zu Gunsten von Mountain Music Festival 2026 wurde eine Defizitgarantie von maximal CHF 10'000 gesprochen.

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 müssten.



BUDGET 2027_2028

	CHF	%
Direktreservation	100'000	
Kurtaxen	1'080'000	
Mitgliederbeiträge	55'000	
Shop	12'000	
Diverse Beiträge (Gemeinde)	25'000	
Tourismus	1'272'000	70.2
Tourismusförderungstaxe	340'000	
Einnahmen Events & Erlebnisse	16'000	
Marketing & Sponsoring	183'000	
Marketing	539'000	29.8
Ertrag aus Dienstleistungen, übrig. Ertrag	200	
Ertragsminderungen	-	
Übriger Ertrag	200	0.0
Total Ertrag	1'811'200	100.0
Direktreservation	- 89'000	
Animation	- 56'000	
Shop	- 5'000	
Diverse Beiträge	- 5'000	
Touristische Infrastruktur	- 75'000	
Tourismus	- 230'000	- 12.7
Prospekte Drucksachen	- 30'000	
Inserate Printmedien	- 10'000	
Werbemassnahmen (Strasse, Bahnhof, SiSu's)	- 20'000	
Radio TV Feratel	-	
Onlinemarketing	- 45'000	
Medien Journalisten PR Influencer	- 10'000	
Sponsoring-Events	- 40'000	
Sponsoring Personen	- 12'000	
CI CD	- 10'000	
Werbekampagnen	- 35'000	
Stammgästeehrungen	- 1'000	
Sonstige Marketing-Aufwendungen	- 5'000	
Kampagnen mit anderen Partnern	-	
Marketing	- 218'000	
Aufwand Events	- 14'000	
Aufwand Events	- 14'000	- 0.8

Löhne und Gehälter	- 689'000	
Fremdleistungen	- 174'000	
Sozialleistungen Sozialversicherungen	- 108'000	
Sonstiger Personalaufwand	- 16'000	
Personalaufwand	- 987'000	- 54.5
Raumaufwand	- 62'000	
URE Maschinen, Mobiliar, EDV	- 8'000	
Miete Fahrzeuge Maschinen	- 17'000	
Versicherungen und Gebühren & Abgaben	- 5'000	
Energie und Entsorgung	- 15'000	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 99'300	
Übriger Betriebsaufwand	- 45'000	
Sachaufwand	- 251'300	- 13.9
Aufwand	- 1'700'300	- 93.9
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg (EBITDA)	110'900	6.1
Betrieblicher Nebenerfolg	30'000	
Betrieblicher Nebenerfolg	30'000	1.7
Finanzaufwand	- 5'000	
Finanzertrag	1'000	
Finanzerfolg	- 4'000	0.2
Cashflow	136'900	7.6
Abschreibungen Sachanlagen	- 80'000	
Abschreibungen Finanzanlagen	- 50'000	
Abschreibungen	- 130'000	- 7.2
Ausserordentlicher Erfolg	-	-
Jahresgewinn	6'900	0.4

BERICHT DER REVISIONSSTELLE

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

Brig, 12. August 2026

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) des **Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe** für das am 30. April 2026 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

PROTOKOLL 2024_2025

Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 10. Oktober 2025 Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

10. Oktober 2025; 17:30 Uhr
Gemeindesaal Grächen

Anwesend Vorstand und 18 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 27. September 2024
4. Geschäftsbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2024_2025
5. Jahresrechnung 2024_2025
6. Revisorenbericht
7. Genehmigung Geschäftsbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2024_2025 und Jahresrechnung
8. Entlastung der Organe
9. Prov. Budget 2026_2027
10. Wahl der Revisionsstelle
11. Verschiedenes

Die PPP der ordentlichen Generalversammlung vom 10.10.2025 ist integrierender Bestandteil dieses Protokolls.

1. Begrüssung

BW: Begrüssst die Mitglieder zur ordentlichen Mitgliederversammlung des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe. Begrüssst den anwesenden Teil der designierten Verwaltungsräte der TUG AG: Jenny Fux, Eva White Bachmann, Philipp Lütolf und Sven Ruff. Lässt TW und UG entschuldigen.

BW: Stellt fest, dass gemäss Art. 9 der Vereinsstatuten die Mitgliederversammlung gesetzes- und statutenkonform einberufen wurde. Anwesend sind 18 Stimmen und das absolute Mehr liegt bei 10 Stimmen. Die Einladung erfolgte mittels einfachen Briefes am 17. September 2025 an die Mitglieder des Vereins. BW: Stellt fest, dass die Versammlung beschlussfähig ist und dass keine Anträge eingegangen sind. Erläutert die Traktandenliste.

2. Wahl der Stimmenzähler

BW: Der Vorstand schlägt der Mitgliederversammlung Jasmin Hinderberger und Sandra Truffer als Stimmenzählerinnen vor.

Entscheid:

Jasmin Hinderberger und Sandra Truffer werden einstimmig als Stimmenzählerinnen gewählt.

3. Protokoll der ordentlichen Generalversammlung vom 27. September 2024

BW: Das Protokoll wurde den Mitgliedern gemeinsam mit dem Jahresbericht am 17.09.2025 zugestellt. Der Vorstand beantragt die Genehmigung des Protokolls vom 27. September 2024.

Entscheid:

Das Protokoll vom 27. September 2024 wird einstimmig genehmigt.

4. Geschäftsbericht des Vereins Grächen & St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2024_2025

Inputs Bericht des Präsidenten:

BW: Berichtet, dass er vor einem Jahr das Präsidium von Manuela Amstutz-Biner übernehmen konnte. Im November übernahm der Führungsausschuss die operative Leitung, nachdem CEO Roman Rogenmoser ausgefallen war. Er berichtet, dass der FA bisher eine sehr gute Arbeit geleistet hat. Ein zentrales Thema war die Sanierung der TUG AG. Mit der Zeichnung von CHF 7,2 Millionen wurde ein starkes Zeichen gesetzt. Auch die GT war in dieser Phase stark gefordert und hat einen wichtigen Beitrag zur Zeichnung geleistet. Das Jahr war geprägt von Sparmassnahmen, die sich über die nächsten vier Jahre erstrecken sollen - mit dem Ziel, die Auswirkungen auf die Gäste möglichst gering zu halten. BW: Erwähnt zudem das Projekt „Charming Days“, das ins Leben gerufen wurde, um den Gästen Dank und Wertschätzung entgegenzubringen. Die Aktion wurde sehr positiv aufgenommen und bot eine wertvolle Gelegenheit zum persönlichen Austausch mit den Gästen. Der Abschluss des Geschäftsjahres, geprägt von starken Schneefällen, war besonders herausfordernd, zeigte jedoch zugleich den grossen Zusammenhalt innerhalb der Destination.

Inputs Entwicklung Logiernächte:

BW: Die Unwetter im Sommer 2025 hatten einen deutlich negativen Einfluss auf das Gästeaufkommen. Hinzu kamen die verkürzte Wintersaison sowie eine allgemeine Verunsicherung der Gäste im Zusammenhang mit der Sanierung. BW weist zudem auf die hohe Dunkelziffer bei den Logiernächten hin - insbesondere im Bereich der Ferienwohnungen, wo die Melde- disziplin weiterhin ungenügend ist. Eine weitere Herausforderung stellt der hohe Anteil an Zweitwohnungen in der Destination dar (rund 80 %). Anschliessend geht BW auf die Punkte der Folie 13 ein und übergibt das Wort an JS.

JS: Begrüssst die Versammlung und startet den Jahresrückblick mit der letztjährigen Teilnahme an den Blick Winter Awards. Er informiert, dass die erneute Bewerbung in dieser Woche beim Blick eingereicht wurde. Zudem stellt er verschiedene Kooperationspartner vor, mit denen im letzten Geschäftsjahr gearbeitet wurde. JS: Präsentiert die Ergebnisse der Werbekampagne des Snowspring Open Air und erläutert die laufenden Massnahmen zur Steigerung der Markenbekanntheit. Anschliessend informiert er über die Projekte seines Teams, die im vergangenen Geschäftsjahr abgeschlossen wurden, sowie über jene, die sich aktuell in der Startphase befinden (Folien 17-18). Zum Abschluss geht JS auf die Entwicklung der Events und Erlebnisse der vergangenen Jahre ein, bedankt sich und übergibt das Wort zurück an BW.

5. Jahresrechnung 2024_2026

Inputs:

BW: Präsentiert die Geschäftszahlen und geht auf die Kurtaxen- und Tourismusförderungs-
taxen Rechnung ein.

Diskussion:

- Olivier Andenmatten: Fragt, weshalb der Verein GT einen so hohen Gewinn ausweist, und möchte den Hintergrund hierzu wissen.
- BW: Erklärt, dass man zwar höhere Rückstellungen hätte bilden können, die Entscheidung jedoch im Hinblick auf die Bereitschaft zur Aktienzeichnung getroffen wurde.
- Olivier Andenmatten: Erkundigt sich, in welchem Ausmass das Snowspring Open Air zum Verlust im Bereich Events beigetragen hat.
- JS: Informiert, dass das Minus bei rund CHF 50'000 liegt.
- Olivier Andenmatten: Fragt nach der Auslastung der Bubble Suites.
- JS: Antwortet, dass die Auslastung rund 60 % beträgt und die detaillierte Auswertung am Ende der Saison vorliegen wird.
- Damian Amstutz: Erfragt die Verkaufszahlen der Steinzeittickets und ob dieses Angebot im kommenden Jahr fortgesetzt wird.
- JS: Berichtet, dass in diesem Jahr rund 300 Tickets verkauft wurden. Ob das Angebot weitergeführt wird, soll nach dem Sommer entschieden werden. Der Rückgang des Ra-
batts von 30 % auf 20 % habe sich deutlich bemerkbar gemacht.

6. Revisorenbericht

BW: Bittet den Revisor, Florian Bregy, den Revisorenbericht zu erläutern.

Entscheid:

Der Revisionsbericht wird einstimmig zur Kenntnis genommen.

7. Genehmigung Geschäftsbericht des Vereins Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe 2024_2025 und Jahresrechnung

Entscheid:

**Der Geschäftsbericht 2024_2025 wird einstimmig genehmigt.
Die Jahresrechnung 2024_2025 wird einstimmig genehmigt.**

8. Entlastung der Organe

Entscheid:

Den Organen wird einstimmig Entlastung erteilt.

9. Prov. Budget 2026_2027

Inputs prov. Budget 2026_2027:

BW: Geht auf die wichtigsten Punkte des Budgets ein. Er informiert, dass die Personalkosten voraussichtlich tiefer ausfallen werden als aktuell ausgewiesen. Grund dafür ist die Auslagerung der Reinigung der Ferienwohnungen. Die Reinigungskräfte werden künftig nicht mehr in den Personalkosten der GT berücksichtigt.

Diskussion:

- Olivier Andenmatten: Fragt, ob die CHF 176'000 für die Aktienzeichnung reserviert sind.
- BW: Bestätigt dies.
- DR: Ergänzt, dass der Cashflow den verfügbaren Bargeldbestand darstellt. Mit den CHF 269'000 könne die Aktienzeichnung über CHF 250'000 finanziert werden.
- Olivier Andenmatten: Erfragt, weshalb erneut ein so hoher Ertrag budgetiert wurde.
- JS: Erklärt, dass damit Sicherheiten aufgebaut werden sollen, um die jährliche Zusage für die Aktien der TUG AG langfristig gewährleisten zu können.

Entscheid:

Antrag Genehmigung prov. Budget 2026_2027 wird einstimmig angenommen.

10. Wahl der Revisionsstelle

Entscheid:

Die Wahl der TRS AG als Revisionsstelle wird einstimmig angenommen.

11. Verschiedenes

Schluss: 18:15 Uhr

Verein Grächen und St. Niklaus Tourismus und Gewerbe

Björn Walter
Der Präsident

Masha Fux
Die Protokollführerin





Grächen. Wo Familien aufatmen.