

GESCHÄFTSBERICHT 2016/17

ALETSCH ARENA AG



Grösster Gletscher der Alpen



Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort.....	3
2	Organisation der Aletsch Arena AG	4
3	Personelle Situation 2016 – 2017.....	5
4	Verwaltungsrats- und Geschäftsführungsaufgaben	6
5	Gästefeedback und Auszeichnungen.....	9
6	Information und Animation.....	10
7	Marketing und Vertrieb.....	12
8	Logiernächte Aletsch Arena.....	18
9	Jahresrechnung	26
10	Anhang Einladung Generalversammlung 2017.....	35
11	Protokoll der 1. ordentlichen Generalversammlung	36



1 Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren

Strukturwandel, Frankenstärke, Klimaveränderung, Digitalisierung: Diese Begriffe haben die Diskussionen um die touristische Entwicklung in den letzten Jahren geprägt und unser Handeln beeinflusst. „I skate to where the puck is going to be, not where it has been - Ich bewege mich dorthin, wo der Puck sein wird, nicht wo er gewesen ist“: Ein Zitat des wohl besten Eishockeyspielers aller Zeiten, Wayne Gretzky, das mir im vergangenen Jahr oft in den Sinn gekommen ist. Mit unseren drei Strategiepfählern EINE Destination, Angebotsgestaltung/Ganzjährigkeit und Digitalisierung richten wir den Blick in die Zukunft, nicht in die Vergangenheit. Wir wollen die Aletsch Arena weiter entwickeln, auf den Wandel reagieren und Akzente setzen.



Auch mit der Aussage „You miss 100% of the shots you don't take - Du verfehlst 100% der Torschüsse, die du nicht machst“ traf Gretzky voll ins Schwarze. Unsere Pläne für die Aletsch Arena werden sich nicht realisieren, wenn wir nicht mit Überzeugung unsere geplanten Massnahmen umsetzen. Zweifellos wird dabei auch mal ein Schuss neben das Tor gehen, aber wir brauchen den Mut und die Möglichkeit, visionäre Projekte anzugehen und zukunftsgerichtete Pläne umzusetzen.

Ich danke allen, die uns dabei helfen: Den Aktionären, den Gemeinden, den Leistungsträgern insbesondere den Bergbahnen und dem Verein Aletsch Tourismus, den Mitgliedern des Verwaltungsrats, unserem Geschäftsführer Raoul Calame, und allen Mitarbeitenden, die der Aletsch Arena ein Gesicht geben und tagtäglich unsere Gäste in den Fokus ihrer Arbeit stellen.

Florian Ruffiner

Verwaltungsratspräsident

«Nichts ist so beständig wie der Wandel.» Dieses Zitat stammt vom griechischen Philosophen Heraklit, welcher vor rund 2'500 Jahren gelebt hat. Zutreffender könnte es auch für die heutige Zeit nicht sein. Unser Umfeld verändert sich stetig und schneller denn je. Wirtschaftliche Bedingungen in den Nah- und Fernmärkten, Wechselkurse, politische Einflüsse und natürlich die stetig wachsenden Gästebedürfnisse fordern kompromisslos Anpassungsfähigkeit und Bestleistungen.



Rückblickend auf das Geschäftsjahr 2016-2017 freue ich mich einiger sehr bedeutender Dinge, welche die Fähigkeit der Destination zur Anpassung und unser Bestreben nach Bestleistungen bestätigen und darüber hinaus grosse Chancen bieten. Die Fusion der Aletsch-Riederalp Bahnen, Bettmeralp Bahnen und der Luftseilbahn Fiesch-Eggishorn sowie der Aletsch Bahnen Management AG zur Aletsch Bahnen AG (Stichwort: EINE Destination). Die Verabschiedung des neuen Freizeitverkehrskonzeptes und der neuen Rollenteilung zwischen den Destinationsgemeinden, den Bahnen und der Tourismusorganisation. (Stichwort: EINE Destination). Die Eröffnung der exklusiven Bikestrecke «Stoneman Glaciara» im Sommer 2017. (Stichwort: Angebotsgestaltung/Ganzjährigkeit). Die Gründung und die Aufnahme des operativen Betriebes der Matterhorn Region AG im Januar 2017 als gemeinsamer Vertriebskanal in den Fernmärkten. Die destinationsübergreifende Zusammenarbeit im Rahmen der STRATOS-Projekte sowie die Destinationsprojekte Gästekarte, in welchen wichtige Etappenziele erreicht werden konnten. (Stichwort: Digitalisierung).

Ich danke all jenen, welche dies ermöglicht haben, sich und damit die Destination mit vollem Engagement fit für die Zukunft machen und sich tagein und tagaus einsetzen, die Gästeerwartungen stets zu übertreffen.

Raoul Calame

Geschäftsführer



2 Organisation der Aletsch Arena AG

Auftrag

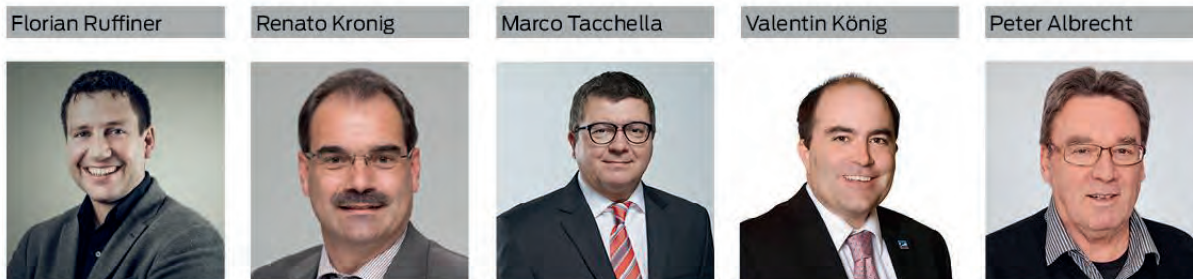
Die Aletsch Arena AG führt seit dem 1. November 2015 (Beginn des ersten ordentlichen Geschäftsjahr) im Auftrag der Destinationsgemeinden und der Aletsch Bahnen AG die Aufgaben Information, Animation, Werbung und Verkauf für den örtlichen Tourismus in der Aletsch Arena aus. Daneben übernimmt der Verein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

Aktionäre

Gemeinden	Bettmeralp, Fiesch, Fieschertal, Lax, Mörel-Filet, Riederalp
Bergbahnen	Aletsch Bahnen AG
Aletsch Tourismus	Detlef Loretan (Präsident), Patrick Jenelten, Christian Eyholzer, Richard Bortis, Sepp Bürcher, Florian Ruffiner

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Florian Ruffiner	Präsident, Vertreter Aletsch Tourismus
Renato Kronig	Vizepräsident, Vertreter Bergbahnen
Marco Tacchella	Sekretär, externer Vertreter
Valentin König	Mitglied, Vertreter Bergbahnen
Peter Albrecht	Mitglied, Vertreter Gemeinden
Raoul Calame	Geschäftsführer



Revisionsstelle

- Alpine Group, Bettmeralp



3 Personelle Situation 2016 – 2017

Name	Vorname	Funktion
Geschäftsführung		
Calame	Raoul	Geschäftsführer
Bereichsleitende		
Imoberdorf	Nadja	Leiterin Finanzen & HR
Berchtold	Geri	Leiter Destination Management
Kestens	David	Leiter Marktmanagement
König-Gottspöner	Monika	Leiterin Corporate Identity & Kommunikation
Walker	Jonas	Leiter E-Business
Back-Office-Mitarbeiter/innen		
Burgener	Nicolas	Manager Events und Animation
Blatter	Nadine	Mitarbeiterin Marktmanagement (Verkauf)
Stanisci	Rossana	Mitarbeiterin Finanzen und HR
Front-Office Mitarbeiter/innen (Infocenter / Gästebetreuung)		
Casto	Patricia	Teamleiterin Gästebetreuung / Front-Office
Schmid-Minnig	Stefanie	Gästeberaterin / Support Finanzen
Imhof-Enz	Astrid	Gästeberaterin
Albrecht	Elisabeth	Gästeberaterin
Clausen	Manuela	Gästeberaterin
Furrer	Dagmar	Gästeberaterin
Ruff	Claudia	Gästeberaterin
Tresch	Nadja	Gästeberaterin
Zenhäusern	Nadine	Gästeberaterin
Wyer	Natascha	Gästeberaterin
Schweizer	Sarah	Gästeberaterin
Stucky	Michelle	Auszubildende
Austritte		
Amodeo	Vincenza	Gästeberaterin
Eyholzer	Elena	Gästeberaterin
Zenhäusern	Nadine	Gästeberaterin
Walpen	Katja	Mitarbeiterin Marktmanagement
Margelisch	Markus	Aussendienstmitarbeiter / Infrastruktur
Temporäre Anstellung		
Haldemann	Sabine	Mitarbeiterin Sommeranimation
Clausen	Marina	Mitarbeiterin Sommeranimation
König	Jeannine	Minigolf
Imhof	Thesa	Minigolf

Den aufgeführten personellen Ressourcen liegen unterschiedliche Beschäftigungsgrade zugrunde.



4 Verwaltungsrats- und Geschäftsführungsaufgaben

Verwaltungsrats- und Geschäftsführungsaufgaben

An der 1. ordentlichen Generalversammlung der Aletsch Arena AG wurde der Verwaltungsrat in globo und einstimmig wiedergewählt. Die Geschäftsführung und sein Team setzte ihre im Juli 2016 begonnene Arbeit in enger Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat weiter fort. Der durch die Strukturoptimierung der neuen Aletsch Arena ausgelöste Wandel (aufgrund der neuen Strategie und der neuen Organisationen) setzte sich in der logischen Folge im operativen Bereich im Geschäftsjahr 2016-2017 weiter durch.

Strategien und Projektlandkarte

Die Destinationsstrategie auf der Grundlage der bestehenden Marke «Aletsch Arena» konnte mit der Ausarbeitung einer Projektlandkarte und weiteren Massnahmepaketen weiter konkretisiert werden. Ergänzend mit den aktuell auszuarbeitenden Leitplanken aus der Eigner- und Unternehmensstrategie, wird die Projektlandkarte im Frühjahr 2018 verabschiedet und präsentiert werden können. Die allgemein für den Gast spannendsten Projekte dürften im Angebots- und Service-Bereich und in der Digitalisierung liegen. Bezogen auf die Aletsch Arena AG bedeutet dies: schrittweise Umsetzung des Masterplans Bike Aletsch Arena, Umsetzung und Betrieb einer (digitalen) Gästekarte, Umsetzung des Eventpools, Umsetzung des Produktmanagements, u.a. für die Matterhorn Region AG.

Projekt Bike

Bezüglich Bike konnte der Masterplan «Konzept zur bikespezifischen Regionsentwicklung «Bike Valais Wallis» für die Region Aletsch allen Gemeinden vorgestellt werden. Die Detailplanung wurde im Herbst in Auftrag gegeben. Mit dem Erstellen der Planungsunterlagen wurde das Büro IBR Ingenieurbüro GmbH in Naters beauftragt. Die Umsetzung und Homologation der ersten Bikestrecken ist für den Herbst 2018 vorgesehen.

Stoneman-Glaciara: Zweifelsohne ein Leuchtturmprojekt bezüglich destinationsübergreifender Produkteentwicklung. Gemeinsam mit den 3 Destinationen Bellwald Tourismus, Obergoms Tourismus und dem Landschaftspark Binntal konnte die Aletsch Arena den Stoneman exklusiv in die Schweiz holen. Die 12 involvierten Destinationsgemeinden konnten die Stoneman-Glaciara-Strecke Ende Juni den Mountainbike-Sportlern zur Nutzung übergeben werden. 127 km und 4'700 Höhenmeter und eine einmalige Landschaft verheissen ein einzigartiges Mountainebike-Erlebnis.

Freizeitverkehrskonzept

Im Sommer 2017 konnte die Aletsch Arena AG unter dem Projektlead der RWO AG gemeinsam mit den Destinationsgemeinden und den Bergbahnen das neue Freizeitverkehrskonzept verabschieden. Das Konzept ist seit dem 1. November 2017 in der Umsetzung. Unverändert bleibt, dass die Gemeinden per Gesetz die Hauptverantwortung für die touristische Infrastruktur (Wanderwege, Feuerstellen, Minigolfanlagen etc.) innehaben. Die Gemeinden werden neu über alle Perimeter einheitlich die Instandhaltung, den Unterhalt und den Betrieb direkt und nicht mehr via Tourismusorganisation sicherstellen. Die Aletsch Arena AG übernimmt darin eine übergeordnete koordinative Rolle und wird sich gemeindeübergreifend für die Qualität und Entwicklung bezüglich der touristischen Infrastruktur einsetzen. Gemeinsam ist man der Überzeugung, damit die Angebotsqualität im Sinne des Gastes steigern zu können und wichtige Grundlagen für künftige Infrastrukturprojekte erarbeitet zu haben.



Gästekarte

Die Aletsch Arena AG arbeitete in zwei Projekten sowohl unter dem Projektlead der RWO AG system- und vertriebsseitig an den Vorbereitungsaufgaben für den Betrieb und die Einführung einer digitalen Gästekarte wie auch destinationsintern an der Angebotsleistung und dessen Finanzbedarf.

Der Projektinhalt, system- und vertriebsseitig wurde „integrativ“ ausgestaltet, sprich muss unzählige Systemansprüche und Schnittstellen berücksichtigen, wie ein integriertes CRM-System, integriertes E-Meldewesen für die Kurtaxenabrechnung, integrierte Zutrittskontrollen und Abrechnungsprozesse, integrierter Shop usw. Das Projekt wird aufgrund der vielen Abhängigkeiten zu Fremdsystemen der Bahnen, Leistungsträger, öV-Bereich etc. wird auch im 2017 und 2018 und darüber hinaus weiterentwickelt werden müssen.

Angebotsseitig arbeitete die Aletsch Arena AG intensiv an den möglichen Leistungen sowie deren Kosten. Dieses Projekt konnte per Ende Berichtsjahr zu etwa 80% abgeschlossen werden. Es ist geplant per Ende Januar 2018 das Teilprojekt der Angebotsleistung sowie dessen Finanzbedarf erfolgreich abschliessen zu können, damit der Finanzbedarf für die Überarbeitung des neuen Kurtaxenreglements bekannt ist.

Kurtaxenreglement

Die Vorbereitungsarbeiten für die Überarbeitung des Kurtaxenreglements konnte durch das Verabschieden des neuen Freizeitverkehrskonzeptes und die laufende Erarbeitung des Finanzbedarfes einer Gästekarte weiter vorangetrieben werden. Die Gemeinden, als Projektauftraggeber und verantwortliche Instanz, baten abzuwarten, welche Auswirkungen die Bundesgerichtsentscheide im Falle Leukerbad und Bellwald haben würden. Es gilt baldmöglichst, die gewonnenen Erkenntnisse zu konsolidieren und die weiteren Schritte einzuleiten. Eine Anpassung des Kurtaxenreglements wird von Seiten der Destinationsgemeinden nachwievor in betrachtgezogen, hängt terminlich aber stark von den genannten Faktoren ab. Sobald die Ergebnisse und die Analyse der erwähnten Bundesgerichtsentscheide vorliegen, werden die Gemeinden die Harmonisierung der Kurtaxenreglemente weiter vorantreiben. Ebenso ist es das Anliegen der Gemeinden sowie des Tourismus, die beteiligten Akteure wieder frühzeitig miteinzubeziehen.

Matterhorn Region AG

Die Matterhorn Region AG nahm am 1. Januar 2017 ihren operativen Betrieb auf. Davor war die Aletsch Arena Projektpartner im Projekt „Kommerzialisierung“, anschliessend wurde sie Aktionär der aus dem Projekt gegründeten Firma und ist damit heute an der Matterhorn Region AG beteiligt.

Erklärtes Ziel ist, gemeinam die Fernmärkte nicht nur „promotionell“ zu bearbeiten sondern auch direkt in den Fernmärkten touristische Produkte und Dienstleistungen vor Ort und via Sales Reps zu verkaufen.

Gemeinsam bearbeiten die Destinationen Aletsch Arena, Brig, Leukerbad, Saas-Fee/Saas-Tal, Verbier sowie die Matterhorn Gotthard-Bahn und Valais Wallis Promotion nun die B2B-Fernmärkte. Das erste operative Geschäftsjahr gestaltete sich aufgrund der Aufbauarbeit als herausfordernd, nichtsdestotrotz konnte die Aletsch Arena als Destination bereits stark profitieren. Ausserdem sind für 2017 und 2018 weitere Gruppen und Kunden aus den bearbeiteten Märkten wie China, Taiwan, Hongkong, Südkorea und Nordamerika zu erwarten.



Operative Reorganisation

Die operative Reorganisation konnte weiter voranschreiten. Die Grösse des Unternehmens und die strategischen Vorgaben verlangten nach einer Professionalisierung und nach Anpassungen in der Aufbau- und Ablauforganisation. So wurde die Zusammenlegung und Zentralisierung der administrativen Bereiche (Finanzen und HR), die Zusammenlegung der Bereiche Events und Animation sowie der verstärkte Ressourceneinsatz im Bereich Marktmanagement (PM, Vertrieb und Verkauf) und E-Business begünstigt.

Im Weiteren entschied sich der Verwaltungsrat für die Zusammenlegung der ehemaligen Backoffice-Räumlichkeiten (ehemalig auf der Bettmeralp, in Fiesch und auf der Riederalp). Im Sommer 2017 konnten die neuen und zeitgemässen Grossraum-Büroräumlichkeiten im ehemaligen Schulhaus Seidenmatte in Mörel-Filet bezogen werden, was die Motivation der Mitarbeitenden und die einfachere Zusammenarbeit stark förderte.

Events

Im Bereich Events engagierte man sich auf strategischer Ebene insbesondere in der Akquise medienwirksamer und wertschöpfungsgenerierender Events. So konnte man Fiesch als Etappenstartort für die Tour de Suisse 2018 gewinnen. Einen herzlichen Dank an die Aletsch Bahnen AG als Veranstalter sowie die Gemeinde Fiesch, welche sich neben der Aletsch Arena AG für einen erfolgreichen Anlass tatkräftig engagieren und stark machen.

Im Weiteren konnte man nach diversen Gesprächen die Veranstalter des Perskindol Swiss Epic überzeugen, die Aletsch Arena neben Grächen und Zermatt als Veranstaltungsort im September 2018 zu berücksichtigen. Die Aletsch Arena AG rechnet damit, dass dieser Anlass sowohl promotionell das Thema Bike in der Aletsch Arena ideal und weiter nach aussen tragen sowie neben dem Aletsch Halbmarathon und dem Freilichtspiel der letzte Sander eine beachtenswerte Wertschöpfung erzielen wird. Nach erfolgreicher Akquise sind die Vertreter der organisierenden Vereine und Veranstalter darauf angewiesen, engagierte Helfer für diese Events zu finden.

Die Aletsch Arena erfreut sich ausserdem, Hauptsponsor des Aletsch Halbmarathons sein zu können. Diese Vereinbarung wurde auf 3-Jahre hin getroffen.

Im Rahmen der Stossrichtung Strukturoptimierung stellte die Geschäftsleitung den Aktionären erstmals im Spätherbst die Idee der Kreation eines Eventfonds vor. Aus diesem Fonds sollen markenrelevante, medienwirksame und wertschöpfungsgenerierende Events finanziert oder mitfinanziert werden können. Ein gemeinsamer Fonds soll die Finanzierung von (neuen) Events, die Planungssicherheit, schnelle Entscheide, einfache Prozesse und Transparenz für alle involvierten Eventpartner ermöglichen. Die Gründung eines solchen Fonds wurde allseits und im Grundsatz vollumfänglich unterstützt. Diese Stossrichtung wird im neuen Geschäftsjahr weiterhin verfolgt, da der Eventfonds noch im Jahr 2017-2018 gegründet wird.



Destinations-Veranstaltungen

Das «Marketing nach innen» gestaltete sich über 6 Gemeinden als Allgemein schwierig. Trotz vier eigens organisierten und durchgeführten Informationsveranstaltungen (zwei öffentliche Informationsveranstaltungen im Dezember und August, sowie zwei öffentlichen Aletsch Arena Foren im April und September), vermochte es die Aletsch Arena AG nicht vollumfänglich auf die einzelnen Bedürfnisse nach einem engen Austausch einzugehen. Auch die Einladungen zu den beiden Aktionärstreffen, die beiden Markenstammtischtreffen im Mai und September, die monatlichen Partnernewsletter und die neu eingeführte tägliche Gletscherpost reichten nicht aus. Die Tourismusorganisation ist weiterhin gefordert nach sinnvollen, geeigneten Lösungen und Plattformen zu suchen und bittet alle Beteiligte, (Aletsch Tourismus, Bergbahnen, Gemeinden, Hotelierverein, Ferienwohnungsverein etc.) ihre Informationen in Zusammenarbeit mit der Aletsch Arena AG zu koordinieren. Die Aletsch Arena AG führt weiterhin einen Jahres-Sitzungskalender, über welchen man sich direkt für die Veranstaltungen anmelden kann.

Danksagung

Unseren Aktionären, den Gemeinden, den Bergbahnen und dem Verein Aletsch Tourismus danken wir herzlich für die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit, sowie für ihren täglichen und unermüdlichen Einsatz für den Gast. Ebenso herzlich geht dieser Dank an die Vertretenden der Unterkunftsbranchen, des Gewerbes, der Vereine und Organisationskomitees, der Kooperations- und Promotionspartner, der Sponsoring-Partnern, an die Markenbotschafter, die Partnerdestinationen, die Mobilitätspartner, die Bevölkerung sowie die Mitarbeitenden für ihren täglichen Einsatz und die tolle Zusammenarbeit. Ein besonderer Dank gilt selbstverständlich unseren sehr geschätzten Gästen.

5 Gästefeedback und Auszeichnungen

Gästabefragungen

Die Aletsch Arena AG befragt saisonal Ihre Gäste zu verschiedensten Themen wie Markenimage, Zufriedenheit, Loyalität, Optimierungsmöglichkeiten. Die Ergebnisse stellen wir mittels nachfolgendem Link gerne zur Verfügung: aletscharena-net.ch/sommerumfrage

Die Aletsch Bahnen AG im Skiarea-Test

Die Bergbahnen der Aletsch Arena sind auf Platz 1 und holen damit Gold in der Gesamtwertung des International Skiareatests 2016. Neben dem Gesamtsieg und dem Aufsteiger des Jahres 2016 wurden die Bergbahnen der Aletsch Arena mit dem internationalen Pistengütesiegel in Gold sowie der Pistenrettungs- und Sicherheits-trophy prämiert.

Die Verantwortlichen von Skiareatest haben im Sommer/Herbst 2017 das Sommererlebnisangebot der Bergbahnen in der Aletsch Arena einem anonymen Test unterzogen und die Aletsch Bahnen AG anlässlich der Preisverleihung vom November 2017 in Innsbruck zum „Testsieger 2017 Schweiz“ gekürt. Gleichzeitig wurden die Aletsch Bahnen AG für die neue Mountain-Carts Strecke von der Mittelstation Moosfluh (Gletscherbahn Moosfluh) nach Riederalp mit dem „Sommer-Gütesiegel“ ausgezeichnet. Sie erzielten überdies Spezialpreise: Bergführer Peter Schwitter erhielt die Rettungs-Trophy für seinen Einsatz bei der Rettung eines Mädchens, das im Herbst 2017 in eine Felsritze fiel. Betriebsleiter Mathias Lorenz erhielt die Betriebsleiter-Trophy und die Kassa-Angestellten der Aletsch Bahnen sind als «freundlichstes Kassateam» prämiert worden.



6 Information und Animation

Infocenter

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

Im Spätsommer 2017 wurde das Infocenter Mörel vollumfänglich in das Back-Office der Aletsch Arena AG in Mörel integriert. Der Standort des ehemaligen Infocenters wird bis zum Ablauf der Kündigungsfrist als Ausstellungsraum für Events zur Verfügung gestellt.

Die Reorganisation der internen Prozesse in Bezug auf Telefon- und E-Mailbeantwortung hat uns auch im Geschäftsjahr 2016/2017 beschäftigt. Ziel ist, gegenüber dem Gast sowie dem Leistungsträger die Qualität steigern zu können. Die Erfahrungen haben klar aufgezeigt, dass die Bearbeitung der Gästeanfragen professionellisiert und vor allem zentralisiert werden müssen. Die Vorbereitungsarbeiten für die Einführung eines Kontakt- und Reservationcenters wurden unternommen, so dass per Winter 17/18 die Aufnahme des Betriebes gesichert ist. Ab diesem Zeitpunkt werden grundsätzlich alle telefonischen und per Mail getätigte Gäste- und Leistungsträger-anfragen über die Zentrale eingehen und gesteuert.

Die Einführung und der Betrieb der Postagenturen in den Infocentern Riederalp und Bettmeralp ist abgeschlossen. Die Mitarbeiterinnen des Front Office Team haben sich ausgezeichnet im neuen Tätigkeitsfeld eingearbeitet.

Digitalisierung in der Information

Deskline 3.0 ist das zentrale System und die Datenbank der Aletsch Arena AG, in welcher sämtliche digitalen verfügbaren Unterkünfte, Veranstaltungen/Events, Ferienschop-Angebote und die Infrastrukturlisten abgebildet werden. Die Aletsch Arena AG hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Angebote im Hinblick auf die künftige Entwicklung zu „digitalisieren“. Es gilt die Angebote auf einschlägigen Plattformen zu präsentieren und buchbar zu machen. Dieses Ziel wird die gesamte Aletsch Arena in den nächsten Jahren noch stark fordern. Mit der Umsetzung des Kooperationsvertrages auf Stufe der Unterkünfte konnte ein erster wichtiger Schritt in Richtung Qualitätssicherung und Vertriebsoptimierung unternommen werden. In einer nächsten Phase gilt es die weiteren Leistungsträger (Restaurants, Sportgeschäfte, usw.) anzugehen.

Ferienwohnungsklassifikation

Die Aletsch Arena ist mit rund 1'500 im Reservationssystem erfassten Objekten eine der grössten Ferienwohnungsdestinationen der Schweiz. Nebst der Bewertung ist die Klassifikation des Schweizer Tourismusverbandes (STV) ein wichtiges Kriterium für die Sicherung der Qualitätsstandards im ein bis 5-Sternebereich. Im Berichtsjahr wurden rund 20% der Ferienwohnungen gemäss diesen Vorgaben kontrolliert und wo notwendig die erforderlichen Korrekturen in der Klassifikation vorgenommen.

Am 01. Februar 2017 wurde vom STV die neue Klassifikationsperiode 2017 – 2021 freigegeben. Bis Ende des Geschäftsjahres konnten bereits 450 Ferienwohnungen neu klassifiziert werden.



Labels und Gütesiegel

Im Jahr 2015/16 hat die Aletsch Arena die Auflagen für das Label Familien Willkommen vollumfänglich erfüllt und das Zertifikat für die Periode 2016–2018 erhalten.

Die neuen angepassten Auflagen der zuständigen STV-Kommission sind seit dem 30. November 2017 bekannt. Die Aletsch Arena wird das beliebte Gütesiegel wieder beantragen und die Neuzertifizierung im Frühjahr 2018 in Angriff nehmen.

Events und Animation

Die Aletsch Arena AG versteht sich selbst als Antreiber von Eventveranstaltungen, betreibt nicht und tritt grundsätzlich nicht als Veranstalter auf. Diese strategische Vorgabe wurde auch im Jahr 2016-17 weiter berücksichtigt.

Neben den grossen Topveranstaltungen wie z.B. dem Aletsch Halbmarathon, dem Älplerfest, dem Gommer Adventsmärt war für die Aletsch Arena AG das Kinderanimationsprogramm «Gletschi» von grosser Bedeutung. Begleitete und betreute es doch während der Sommersaison rund 1'000 Kinder und brachte ihnen viel spannendes und interessantes aus der Region näher. Das «Gletschi-Programm» wurde im Sommer 2017 auf Lax/Fiesch/Fieschertal ausgeweitet. Die Besuche auf dem Spielplatz im Fieschertal und im Zauberwald in Ernen waren sehr beliebt und haben dem Gletschiprogramm an zusätzlicher Attraktivität verholfen.

Veranstaltungskalender

Winter 16/17 – Sommer 2017

Datum	Rückblick
Winter 2017	Fackelabfahrten, Riederalp, Bettmeralp & Fieschertal
15.01.2017	World Snow Day, Aletsch Arena
01.02.2017	3-Stundenrennen, Bettmeralp
22.02./01.03.2017	Showfahren, Skischule Bettmeralp
19.03.2017	Seppi-Tag in der Aletsch Arena
18.06.2017	Aletsch Halbmarathon, Bettmeralp
01.7. – 31.08.2017	Klassische Konzerte, Bettmeralp
01.07.2017	Feuriger Sagenabend, Bettmeralp
09.07.2017	Mineralienbörse, Fiesch
16.07.2017	Gletschi-Fest, Bettmeralp
14.07.2017	Wandernacht «Mythos Aletsch», Riederalp
21. – 25.07.2017	Zirkus Harlekin, Riederalp
29. + 30.07.2017	See-Weekend, Bettmeralp
05. – 13.08.2017	Aletsch Golfturnierwoche, Riederalp
06.08.2017	Älplerfest, Riederalp
13.08.2017	Casselfest, Riederalp
03.09.2017	Herbstbrunch, Riederalp
02. – 10.09.2017	Herbstgolfturnierwoche, Riederalp
15. – 17.09.2017	Traditionswochenende, Bettmeralp

Vorschau Sommer 2018

Datum	Vorschau Sommer 2018
06.06.2018	Frauenlauf, Fiesch
09.06.2018	Sommersaisonstart, Aletsch Arena
14.06.2018	Tour de Suisse, Start Fiesch / Etappenort Fiesch
24.06.2018	Aletsch Halbmarathon, Bettmeralp
19.07 – 22.07. 2018	Zirkus Harlekin, Riederalp
11.07. – 19.08.2018	Freilichtspiel «Der letzte Sander von Oberried», Riederalp
15.07.2018	Gletschi-Fest, Bettmeralp
19.07.2018	Comedy-Night, Lax
20.07. – 21.07.2018	Gommer Open Air, Lax
27.07. – 29.07.2018	Seeweekend, Bettmeralp
01.08.2018	Nationalfeiertag, Aletsch Arena
04.08. – 12.08.2018	Aletsch Golfturnierwoche, Riederalp
05.08.2018	Älplerfest, Riederalp
01.09 - 02.09.2018	Schwingfest, Fieschertal
11.09. – 13.09.2018	Swiss Epic, Aletsch Arena
14.09. – 16.09.2018	Traditionswochenend, Bettmeralp
16.09.2018	Gilihüsine, Bettmeralp
28.10.2018	Sommersaisonende, Aletsch Arena
	(21.10.2018 Riederalp und Bettmeralp)



7 Marketing und Vertrieb

PR und Medien

Die Aletsch Arena AG nahm ihre Funktion in der nationalen und internationalen Medienbetreuung und deren Finanzierung wahr. Insgesamt konnten im Berichtsjahr 2016/17 über 190 Journalistinnen und Journalisten (+70 im Vgl. zum Vorjahr) sowie 70 Pressebesuche (+23 im Vgl. zum Vorjahr) aus folgenden Ländern in Empfang genommen werden.

Märkte	Anzahl Besuche 15/16	Anzahl Besuche 16/17
Schweiz	5	12
Deutschland	14	19
Frankreich	1	1
England	1	2
Italien	8	4
Niederlande	6	
Belgien	1	2
Spanien		1
Luxemburg	1	
Russland	1	3
Polen		1
Norwegen	1	
International		4
China	4	3
Hongkong		2
Japan		1
Korea		4
Thailand, Taiwan, Singapore	2	8
Indien	1	
USA	1	1
Kanada		2

Die Medienbetreuung vor Ort ist eines der wichtigsten Bestandteile der touristischen Medienarbeit. Presseleute sind wichtige Multiplikatoren und begünstigen kostengünstig die Visibilität und Bekanntheit der Aletsch Arena. Eine Übersicht der Berichterstattungen über die Aletsch Arena werden täglich auf aletscharena-net.ch publiziert.

Social Media

Die Aletsch Arena AG stellte eine regelmässige Pflege und Bewirtschaftung der einschlägigen Social Media Plattformen sicher und kommunizierte eigene, Bergbahnen-, Leistungsträger- wie auch Gästeinhalte. [#aletscharena](https://www.facebook.com/aletscharena) [#feelfree](https://www.facebook.com/aletscharena) ([facebook.com/aletscharena](https://www.facebook.com/aletscharena), twitter.com/aletschArena_ch, [youtube.com/aletscharena](https://www.youtube.com/aletscharena), [instagram.com/aletscharena_ch](https://www.instagram.com/aletscharena_ch))



Kampagnen

Das Kampagnenmanagement stellt ein weiterer wichtiger Pfeiler im Rahmen der Marketing und Verkaufstätigkeiten dar. So wurden Kampagnen in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus (Familien-Kampagne) und Valais Wallis Promotion für den Winter 16-17 und Sommer 2017 durchgeführt. Weitere wichtige Vermarktungsmassnahmen sind als eigenständige Kampagnen umgesetzt worden:

Eigene Winterkampagnen

- Dezember-Kampagne „Winterstart“ mit «wir haben Schnee» (Hauptkampagne)
- Januar-Kampagne „Ski-in, Ski-out – Vom Bett aufs Brett“ (Hauptkampagne)
- März-Kampagne „Wintersport im Frühling? Schnee? Sicher! (Hauptkampagne)
- Seppi-Tag 19. März, Fan-Wettbewerb...(Nebenkampagnen)
- Wintersport Förder-Aktion (Nebenkampagnen)

Eigene Sommerkampagnen

- Sinneserlebnisse (Waldbaden, Kraftort, Jodeln...) (Hauptkampagne)
- Gletschererlebnisse (Hauptkampagne)
- Herbstsonne (Hauptkampagne)
- Familien willkommen: Gletschi – das Destinationsmaskottchen (Nebenkampagne)
- Hängebrücke Riederalp – Belalp, Hängebrücke Aspi-Titter...(Nebenkampagne)
- Bike: Lancierung Stoneman Glaciara

Weitere Promotionsmassnahmen

- Promotionen CH (Migros-Cumulus, Railway Snow'n'Rail, eidg. Jodlerfest Brig....)
- E-Marketing (Online-Advertising, Social Media, Newsletter-Versand etc.)
- Präsenz auf Informations- und Vertriebsplattformen: loisirs.ch, freizeit.ch, skiresort.de, Wintersportportale allg., ausflugsziele.ch, topin.ch, swisstrails.ch...)
- TV-Spotschaltungen (Canal 9/Kanal 9)
- TV-Livecam-Übertragung (täglich auf SRF 1 und RTS 1)
- Radiospots RRO
- Plakatierung
- Kreation von Broschüren und Flyern und deren Distribution
- usw.



E-Business

Die Aletsch Arena hat mit der Destinationsstrategie (Stossrichtung „Digitalisierung“) ihr Bekenntnis zur Digitalisierung abgegeben. Die digitale Transformation geschieht nicht von heute auf Morgen – es braucht dafür neue Systeme, Schnittstellenbereinigungen, angepasste oder neue Geschäftsmodelle, neue Aufgabenteilungen, rechtliche Klarheit. In vielerle Hinsicht stand der Bereich „E-Business im 2016-2017“ deshalb im Zeichen der Konsolidierung. Zwar konnten neue Projekte realisiert werden, der Hauptfokus lag jedoch auf der weiteren Vereinheitlichung bzw. Verbesserung der bestehenden (IT-) Systeme und Kommunikationsplattformen.

IT-Infrastrukturprojekte

Nachdem im Vorjahr der Zusammenschluss aller Büroräumlichkeiten der Aletsch Arena AG mit Glasfaser erfolgen konnte, musste im Geschäftsjahr 16-17 die überholte EDV der Infocenter erneuert werden. Dank eines modernen und zeitgemässen Mietmodells kann die gesamte Aletsch Arena AG IT-Infrastruktur nun zeitgleich und rasch den künftigen Anforderungen angepasst werden. Dies geschah auch zeitlich aufgrund Synergieeffekten mit dem Einrichten des neuen Backoffices in Mörel-Filet. Mit den realisierten Projekten kann festgehalten werden, dass die IT-Infrastruktur in der Zwischenzeit auf einem recht guten Niveau ist. Mit der steigenden Abhängigkeit zu IT-Systemen ist deren Optimierung und Aktualisierung eine wichtige Voraussetzung für die digitale Transformation der Aletsch Arena (AG).

Website und Web-Tools aletscharena.ch

Ein Mehrwert und eine Neuheit stellte die Einführung der sogenannten „Gletscherpost“ dar. Einerseits ein digitales Kommunikationsmittel, weil es täglich und automatisch an interessierte Leistungsträger per E-Mail wichtige Gästeinformationen verschickt, andererseits analog, weil es die Leistungsträger vor Ort in ihrem Betrieb für Ihre Gäste aushängen können. Die Gletscherpost beinhaltet die aktuellsten Wetterdaten, offene/geschlossene Anlagen (Sommer/Winter), Veranstaltungen und Hintergrundinformationen aus der Aletsch Arena.

Eine weiteres Plus verkörpert die neu strukturierte Seite „Dienstleistungen/Gewerbe“, auf welcher alle Restaurants, Sportgeschäfte, Lebensmittelgeschäfte dargestellt sind. Auch hier schlägt die Aletsch Arena AG die Brücke zwischen digitalen und analogen Kommunikationsmitteln: Die für die Webseite von den Leistungsträgern zur Verfügung gestellten Informationen werden gleichzeitig auch für die Broschüre „Ferienbegleiter“ verwendet. So lassen sich Synergien effektiv nutzen.

Kennzahlen Website

	2015-2016	2016-2017	Vergleich
Anzahl Nutzer	836'200	841'560	+0,64%
Durchschn. Besuchszeit auf Seite	00:00:49	00:00:52	+5,12 %

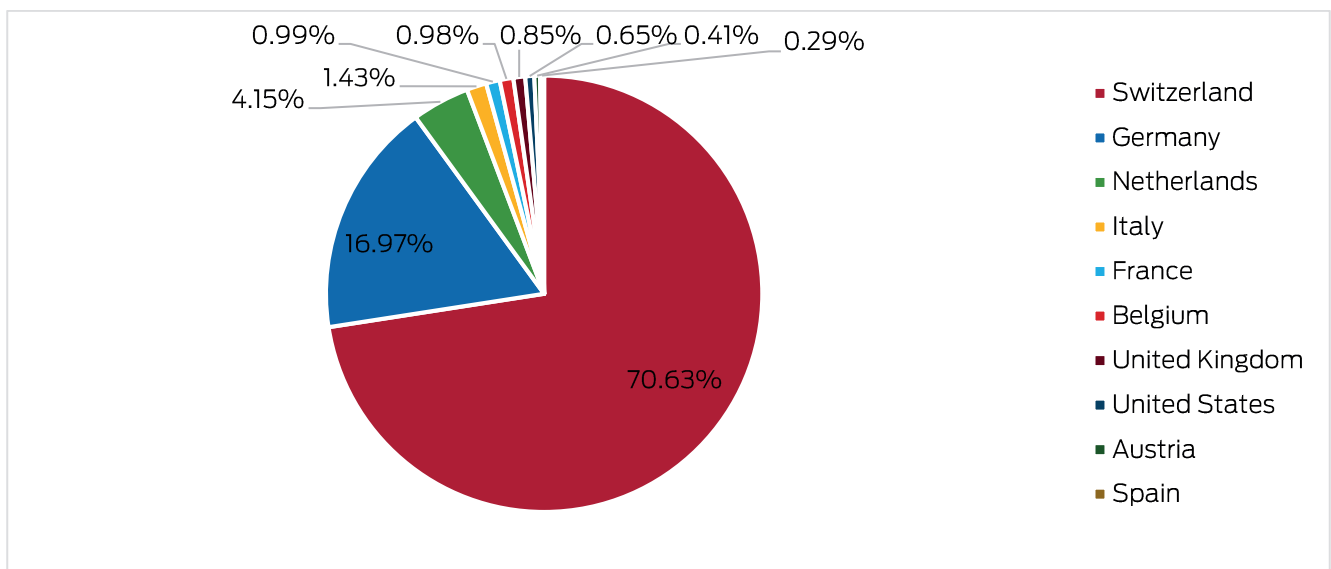
Search Engine Optimisation (SEO)

Ein Grossteil der Besucher gelangen weiterhin via Google auf die Webseite aletscharena.ch. Mit 55,71% aller Sitzungen haben die Zugriffe via Google im Vergleich zum Vorjahr (ca. +7%) zugenommen, die direkten Zugriffe im Gegenzug haben mit 28,14 Prozent im Vgl. zum Vorjahr abgenommen (ca. -9%). Ein klares Signal, dass SEO-optimierte Webseiten künftig die Nase vorn haben werden.



Sitzungen nach Länder

Die untenstehenden Grafiken stellen die Sitzungen nach Länder in der Periode von 01.11.16 bis 31.10.17 dar. Rund 70% der Sitzungen werden aus der Schweiz und 17% aus Deutschland generiert. Danach folgen die BeNeLux Staaten mit rund 5%, die restlichen 8% teilen sich auf verschiedenste Länder auf.



Website aletsch-halbmarathon.ch

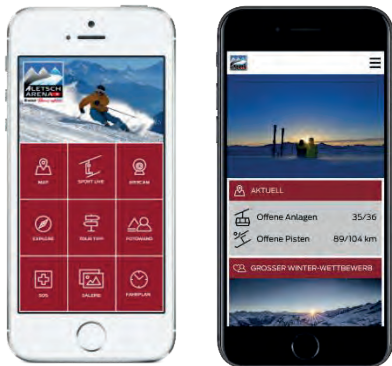
Übersichtlich, informativ und in einem responsiven Design – das ist die neue Webseite des Aletsch Halbmarathons. Als Hauptsponsor des Aletsch Halbmarathons hat sich die Aletsch Arena AG bereit erklärt im Rahmen eines Projektmanagements den Relaunch der Website aletsch-halbmarathon.ch zu koordinieren. Neben dem neuen und heute gängigen responsiven Design wurde unter anderem auch der komplette Inhalt für Suchmaschinen optimiert – um nur einige Highlights der neuen Website zu erwähnen.

Mehrwerte auf der Aletsch Arena App

Die Aletsch Arena App, der digitale Ferienbegleiter, erhielt im vergangenen Geschäftsjahr insgesamt 8 Updates. Die App-Anwender, unsere Gäste, haben auf der App neu Zugriff auf Wandervorschläge, Mountainbike-Routen, Winterwanderwege und vieles mehr. Diese Informationen können zwar auch auf der Website abgerufen werden, jedoch nicht mit genauer Standortangabe des Anwenders. Dies dank dem standardmässig integrierten GPS in den Smartphones. Ebenfalls bereits angedeutet, wurde der Bereich „Dienstleistungen/Gewerbe“ auf der Website neu strukturiert. Auch die App erhielt in diesem Zusammenhang ein Update, so dass Anwender ebenfalls alle Betriebe der Destination abrufen können. Im Rahmen der 8 Updates wurde zudem der Webcam-Viewer optimiert.

Kennzahlen der Aletsch Arena App

	2015-2016	2016-2017	Vergleich
Anzahl Nutzer	12'730	12'812	+0,64%



Destinations Management System Deskline 3.0 (Reservationsssystem)

Aus dem DMS Deskline 3.0 werden die Infrastrukturen (Restaurants, Sportgeschäfte, Gewerbe, etc.), Unterkünfte, Zusatzleistungen und Events zur Verwendung der zahlreichen eigenen Systeme wie Webseite, App und Newsletter-Tool aber auch für Fremdsysteme wie Skidata, RRO oder Schweiz Tourismus herausgezogen.

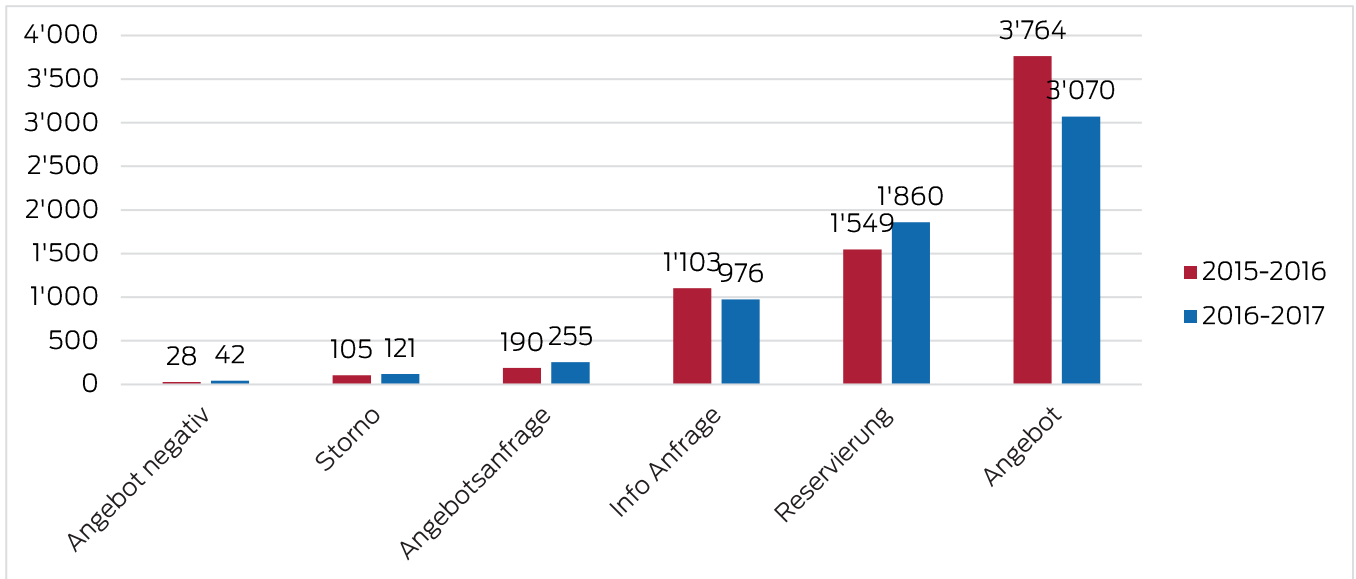
Im vergangenen Geschäftsjahr lag der Fokus für das DMS bei der Optimierung der Datenqualität im Bereich der Unterkunfts-Stammdaten. Insgesamt wurden 7 Vermieter-Workshops (inkl. 2 Hotel-Workshops) mit 105 Teilnehmenden sowie 91 individuelle Schulungen in den Infocentren durchgeführt. Obwohl wir uns grössere Teilnehmerzahlen wünschten, kann festgehalten werden, dass mit der Einführung des Kooperationsvertrages im Sommer 2016 der Content-Score¹ von 68% (Stand: 30.09.16) auf 73% (Stand: 31.10.17) verbessert werden konnte. Dies hat und wird sich weiterhin positiv auf den Verkauf auswirken.

Weiter wurde im Zusammenhang mit dem DMS das Pilotprojekt „Ferienshop“ vorangetrieben. Der Ferienshop soll in Zukunft eine Vielzahl an Zusatzleistungen der Destination zusammenfassen und einfach durch den Gast – in Kombination mit Unterkunftsleistungen – gebucht werden können. Mit der technischen Optimierung beim Online-Verkauf Skipässe und weiteren Test-Produkten neigt sich das Pilotprojekt allmählich dem Ende entgegen. Aktuell arbeitet die Aletsch Arena AG auf Basis der Erkenntnisse und in Zusammenhang mit den strategischen Projekten an einer übergreifenden Vertriebsmodelllösung.

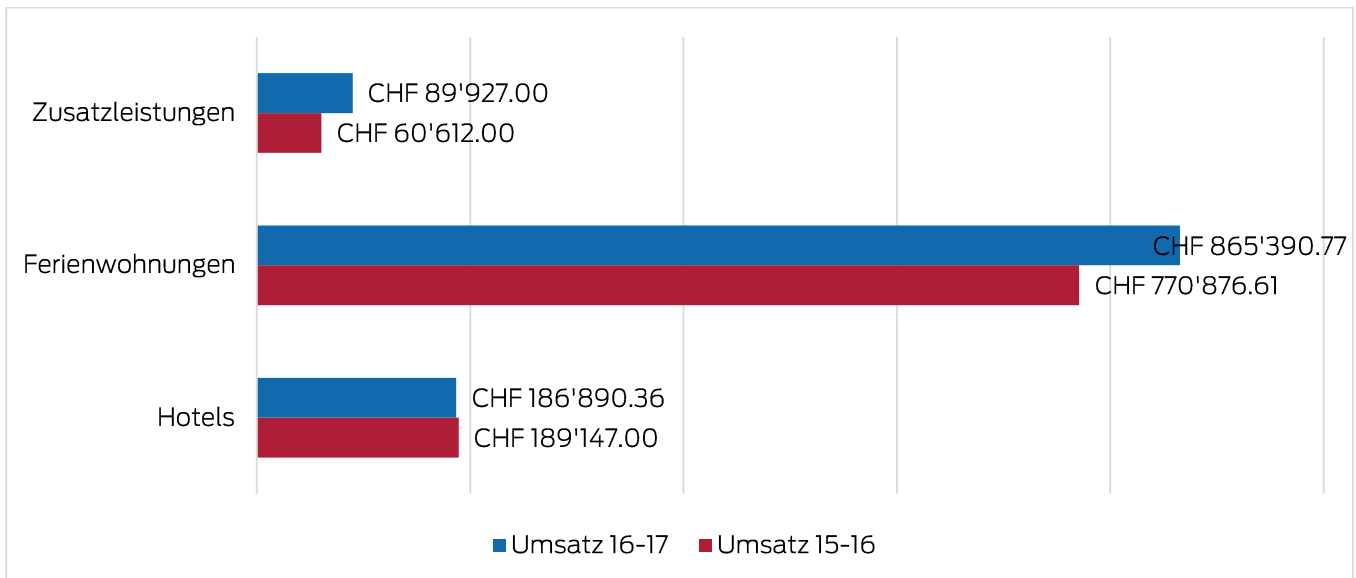
Kennzahlen DMS Deskline 3.0

Das nachfolgende Diagramm zeigt den Zusammenzug aller Unterkunfts-Transaktionen (inkl. Fremd-Transaktionen) die über unseren System erfolgt sind. Geschäftsjahr 15-16 mit Geschäftsjahr 16-17 stehen in direktem Vergleich. Bei den Info-Anfragen von 976 handelt es sich um Prospektanfragen. Im Weiteren wurden 255 Angebotsanfragen getätigt, die durch Gäste gemacht wurden, wenn ein Objekt zur angefragten Zeit keine Verfügbarkeiten ausweisen konnte. Von den total 1'860 Reservierungen wurden 90% über den Verkaufskanal «Internet» generiert. Die restlichen 10% der Buchungen erfolgten via Schnittstellen und dem sogenannten „Channel Manger“. Bei diesen Buchungen handelt es sich um die Portale von myswitzerland.com, e-domizil oder Interhome. Hier ergab sich eine Steigerung von 43 auf 135 Buchungen im Vergleich zum Geschäftsjahr 15-16.

¹ Der Content-Score gibt einen Überblick über die Datenqualität und gleichzeitig auch über die Buchungswahrscheinlichkeit eines Objektes in den kommenden 180 Tagen.



Werden die Reservierungen über unsere Webseite Aletscharena.ch (Deskline) nach Typ unterteilt, dann ergeben sich für die Ferienwohnungen 44,53%, Hotels 24,7% und Zusatzleistungen 30,77% aller Buchungen. Umsatzmässig führt dies zu folgendem Bild:





Marktbearbeitung (Marktmanagement)

In der Marktbearbeitung, inklusive unserem wichtigen Schweizer Heimmarkt, wurde die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Dachorganisationen Valais/Wallis Promotion (VWP) und Schweiz Tourismus (ST) weitergeführt. Diese Zusammenarbeit und gemeinsame Vermarktung ist zentral und bietet aufgrund der gesteigerten Kommunikationspower und der Themenabstimmung echten Mehrwert.

Als Partner von VWP waren wir integriert in der Winter- und Sommerkampagne und bei ST sind wir als Familien Willkommen Partner in ihrer internationalen Kampagne integriert. Ausserdem war die Aletsch Arena AG aktiv präsent an nationalen und internationalen Fach- und Publikumsmessen und nahm an ST-Workshops teil oder organisierte auch eigene Sales Calls mit Reiseveranstalter :

ITB (DE), RDA (DE), WTM (UK), STM (CH/international), Sales Calls Moscow (RU), Foire du Valais (VS), Salon de la Montagne (West-CH), Destination Show (UK), Aletsch Arena Weekend at the Snow Centre (London), Bergsportdag (NL)

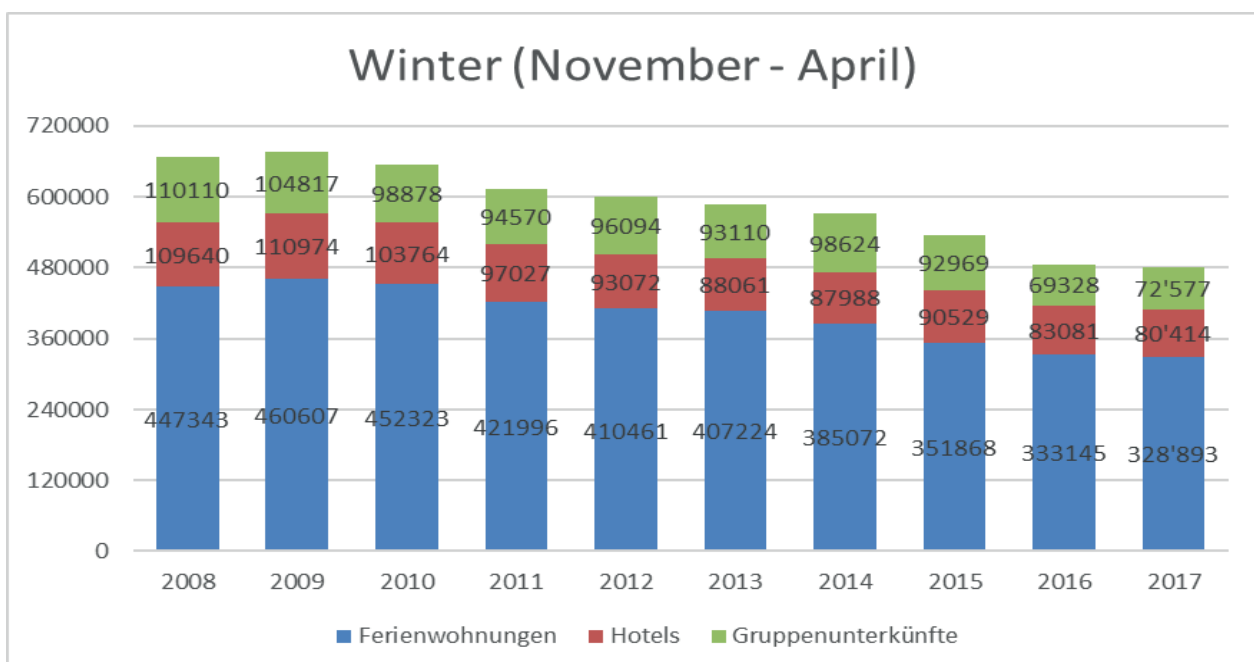
Auch wurden viele Reiseveranstalter eingeladen, um sich persönlich ein Bild der Aletsch Arena vor Ort machen zu können. Gleich wie bei den Medienreisen (Media Trips), sind diese Besuche von professionellen Reiseveranstaltern (Fam Trips) mitunter eines der wichtigsten Vermarktungsmassnahmen, um sie zu überzeugen die Aletsch Arena in ihrem Angebot aufzunehmen.

Die immer wichtigeren Fernmärkte (Vgl. Logiernächtestatistik) werden seit diesem Geschäftsjahr über die von der Aletsch Arena AG mitbegründete Matterhorn Region AG bearbeitet. Diese Walliser Verkaufs- und Vermarktungsorganisation profitiert destinationsübergreifend von einem ständigen Verkäufernnetzwerk in den Märkten China, Hongkong, Taiwan, Korea und Nordamerika. Diese sogenannten „Sales Reps“, welche mittels zwei Familiarization Trips die Produkte der Aletsch Arena persönlich kennen lernen durften, überzeugen vor Ort die Entscheidungsträger der grossen Reiseveranstalter, die die Aletsch Arena in ihren Europa oder Schweiz-Reisen aufnehmen.

Der Reservations- und Ablaufprozess für Gruppenanfragen und -Gruppenreservierungen konnte in Zusammenarbeit mit den Bergbahnen wesentlich verbessert werden.

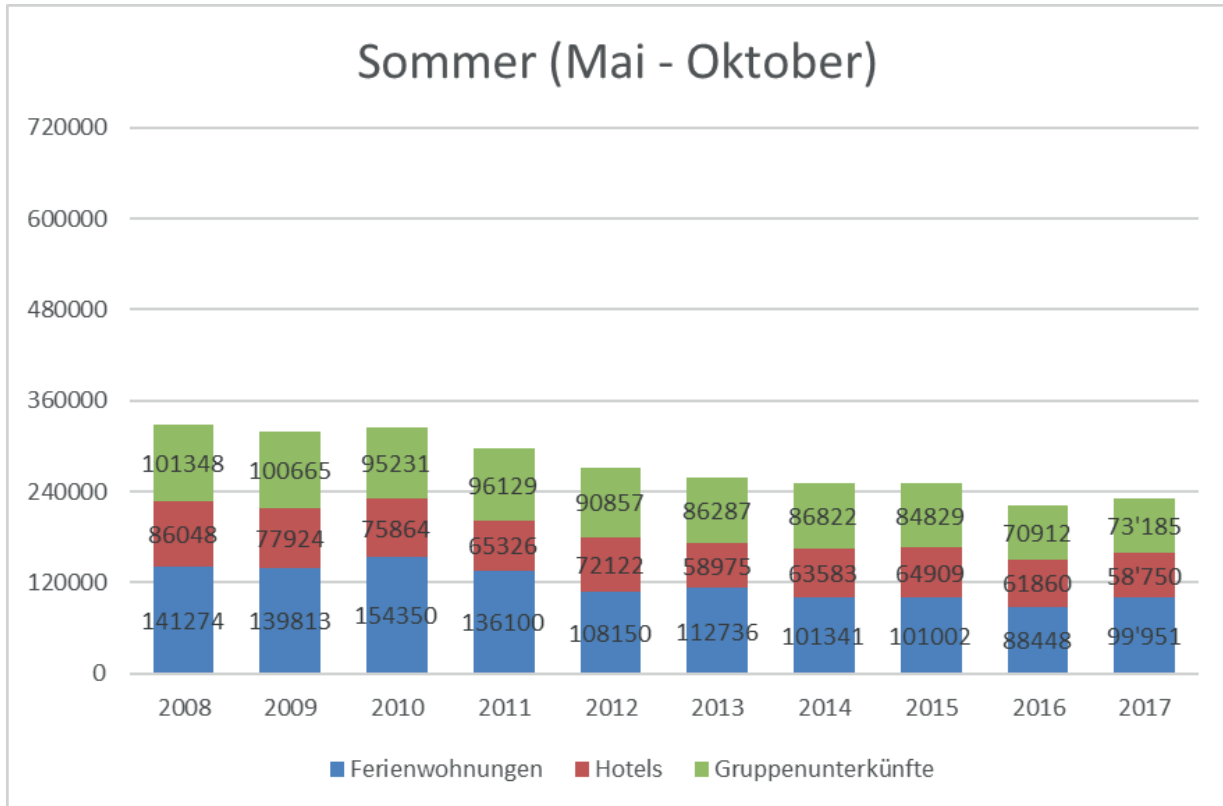
8 Logiernächte Aletsch Arena

Winter 16/17

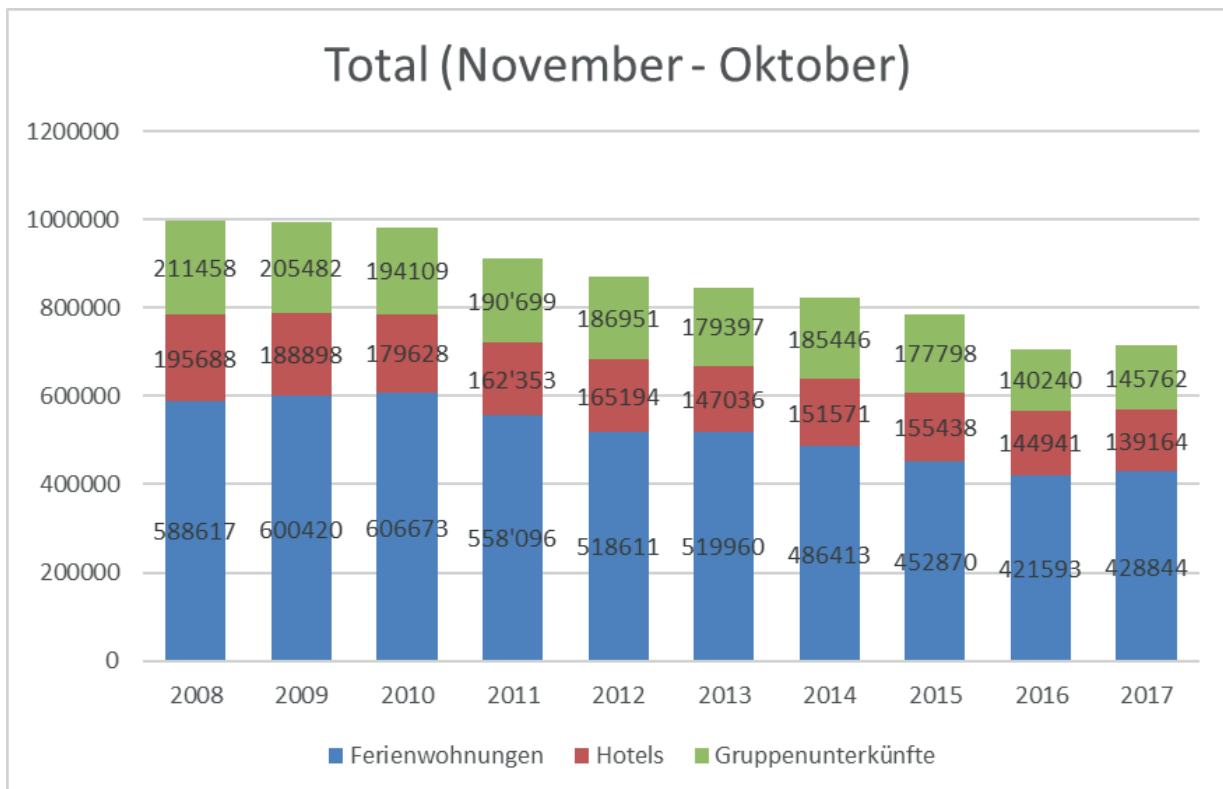




Sommer 2017



Total Geschäftsjahr 2016-2017





Winter Hotellerie & Parahotellerie Aletsch Arena pro Markt (01.11.2016-30.04.2017)

Land	2015/16 Winter	Position	2016/17 Winter	Abw. in %	Abw. Absolut	Position	Marktanteil	Anteil Winter	Anteil Ausland	Anteil FeWO
Schweiz	301'399	1	295'287	-2.03%	-6'113	1	72.14%	74.19%		80.24%
Deutschland	76'651	2	75'013	-2.14%	-1'638	2	18.33%	77.58%	65.79%	87.11%
BeNeLux	28'351	3	28'081	-0.95%	-270	3	6.86%	64.98%	24.63%	76.44%
Frankreich	2'714	4	2'627	-3.20%	-87	5	0.64%	53.12%	2.30%	62.39%
UK	2'302	6	3'409	48.10%	1'107	4	0.83%	52.79%	2.99%	43.97%
Aussereuropa	2'499	5	2'619	4.79%	120	6	0.64%	20.55%	2.30%	32.23%
Italien	885	7	716	-19.13%	-169	7	0.17%	44.39%	0.63%	43.46%
Middle Europe	457	8	504	10.29%	47	8	0.12%	36.70%	0.44%	49.01%
Russland	381	9	391	2.44%	9	9	0.10%	41.76%	0.34%	53.24%
Spanien	205	11	307	49.62%	102	11	0.07%	32.11%	0.27%	31.61%
Nordics	381	9	354	-7.08%	-27	10	0.09%	32.94%	0.31%	86.11%
Total	416'226		409'307	-1.66%	-6'919		100%		100%	

Sommer Hotellerie & Parahotellerie Aletsch Arena pro Markt (01.05.-31.10.2017)

Land	2016 Sommer	Position	2017 Sommer	Abw. in %	Abw. Absolut	Position	Marktanteil	Anteil Sommer	Anteil Ausland
Schweiz	101'096	1	102'636	1.52%	1'540	1	64.67%	25.79%	
Deutschland	20'183	2	21'598	7.01%	1'415	2	13.61%	22.34%	38.52%
BeNeLux	11'969	3	15'091	26.08%	3'122	3	9.51%	34.92%	26.92%
Frankreich	2'370	6	2'334	-1.49%	-35	6	1.47%	47.20%	4.16%
UK	2'963	5	3'040	2.58%	76	5	1.92%	47.06%	5.42%
Aussereuropa	8'405	4	10'289	22.42%	1'884	4	6.48%	80.75%	18.35%
Italien	890	7	903	1.49%	13	7	0.57%	56.02%	1.61%
Middle Europe	566	11	881	55.83%	316	8	0.56%	64.18%	1.57%
Russland	641	9	548	-14.56%	-93	11	0.34%	58.52%	0.98%
Spanien	570	10	654	14.70%	84	10	0.41%	68.42%	1.17%
Nordics	655	8	726	10.92%	71	9	0.46%	67.53%	1.30%
Total	150'308		158'701	5.58%	8'393		100%		100%



Total Hotellerie & Parahotellerie Aletsch Arena pro Markt (01.11.2016-31.10.2017)

Land	2015/16 Total	Position	2016/17 Total	Abw. in %	Abw. Absolut	Position	Marktanteil	Anteil Ausland	Anteil FeWo
Schweiz	402'518	1	398'006	-1.12%	-4'512	1	70.07%	29.93%	75.53%
Deutschland	96'932	2	96'687	-0.25%	-245	2	17.02%	56.87%	86.10%
BeNeLux	40'396	3	43'217	6.98%	2'821	3	7.61%	25.42%	78.00%
Frankreich	5'063	6	4'945	-2.32%	-118	6	0.87%	2.91%	51.52%
UK	5'261	5	6'459	22.78%	1'198	5	1.14%	3.80%	55.29%
Fernmärkte	10'763	4	12'742	18.38%	1'978	4	2.24%	7.49%	19.40%
Italien	1'769	7	1'612	-8.87%	-157	7	0.28%	0.95%	38.53%
Middle Europe	1'015	10	1'373	35.25%	358	8	0.24%	0.81%	29.78%
Russland	1'017	9	936	-8.04%	-82	11	0.16%	0.55%	54.19%
Spanien	768	11	956	24.37%	187	10	0.17%	0.56%	39.34%
Nordics	1'030	8	1'075	4.34%	45	9	0.19%	0.63%	71.52%
Zwischentotal	566'534		568'008	0.26%	1'474		100%	100%	
Mit Gruppenunterkünfte	140'240		145'762	3.94%	5'522				
Mit Pauschalen	150'990		157'438	4.27%	6'448				
Gesamttotal Logiernächte	857'764		871'208	1.57%	13'444				

Legende

Schweiz = Schweiz & Lichtenstein

Deutschland = Deutschland & Österreich

BeNeLux = Belgien, Niederlande, Luxemburg

Frankreich = Frankreich

UK = UK & Irland

Italien = Italien

Russland = Russland & Ukraine, Baltische Staaten, Belarus

Nordics = Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Island

Spanien = Spanien & Portugal

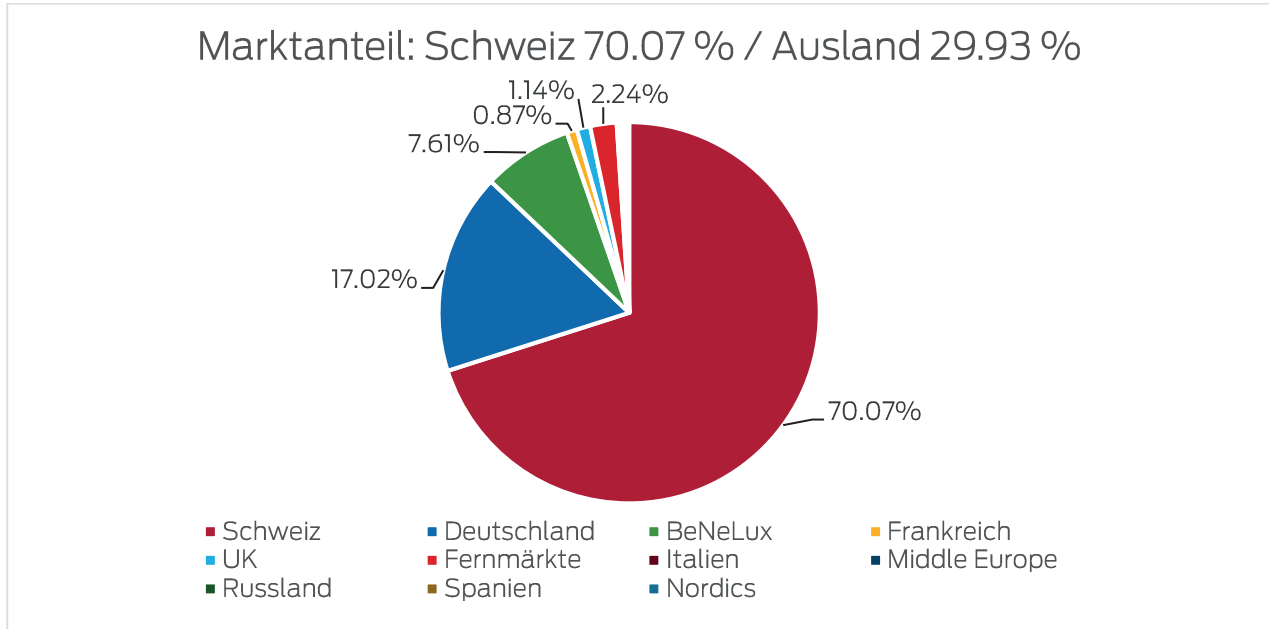
Middle Europe = Tschechische Republik, Poland, Ungarn, Bulgarien, Rumänien, Griechenland,

Kroatien, Serbien, Slowakische Republik, Slowenien, Türkei

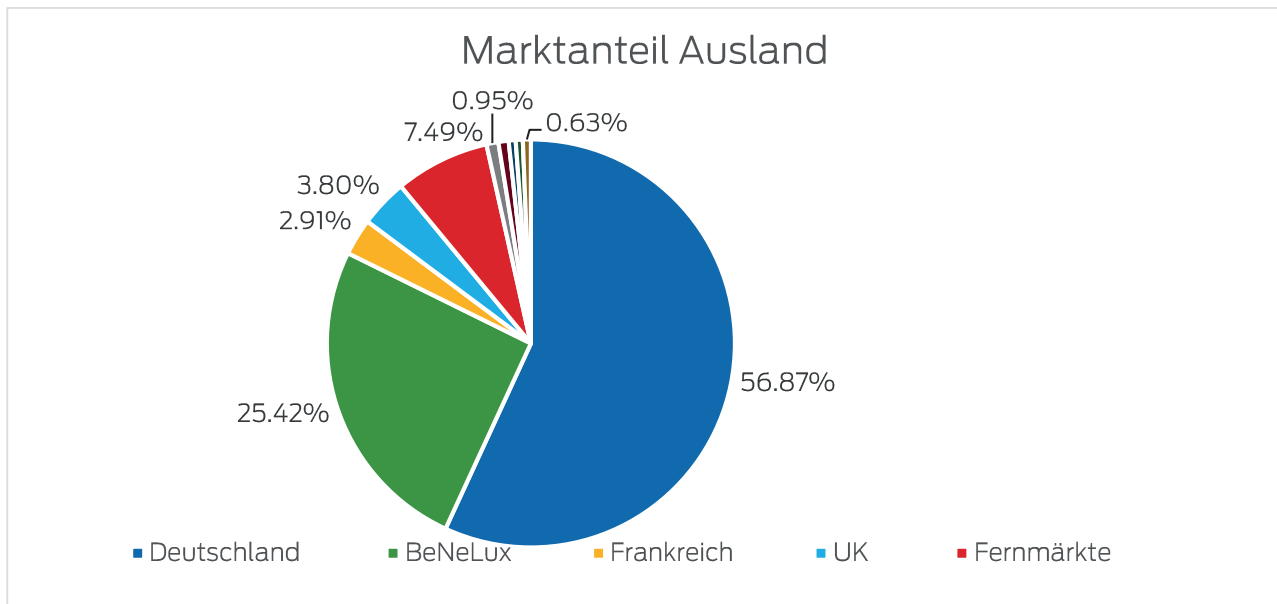
Fernmärkte = Amerika, Asia, Afrika & Ozeanien (Ferienwohnungen)



Marktanteile 2016/2017 (Gesamttotal der Logiernächte)



Marktanteile 2016/2017 (Auslandmärkte)





Bericht zu den Übernachtungszahlen Aletsch Arena 2016/17

Allgemeine Lage

Der Rückgang aus den europäischen Märkten konnte, auch wenn der Schweizer Franken zum Euro nach wie vor stark war, im letzten Winter gebremst werden. Im Sommer konnte man sogar einen Anstieg der Gäste aus dem Euroraum verzeichnen. Im Sommer 2017 wurde der Euro gegenüber dem Schweizer Franken zwar stärker. Dies dürfte aber nur sehr geringfügige Auswirkungen auf die diesjährige Übernachtungszahlen haben. Die Erholung der europäischen Wirtschaft war insgesamt leicht spürbar. Auch die Prognosen deuten auf einen sanften Turnaround des alpinen und ländlichen Schweizer Tourismus hin.

Der alpine Tourismus steckt jedoch nach wie vor in einer strukturellen Nachfragekrise. Der stationäre Countryside-Tourismus, also der klassische Ski- oder Wanderurlaub, weist europaweit seit Jahren eine unterdurchschnittliche Entwicklung auf. City Trips, Touring und Sun & Beach heissen die ungebrochen wachsenden Urlaubskategorien. Touring ist einer der raren Wachstumstreiber im alpinen und ländlichen Tourismus: Die Gäste aus Nahmärkten reisen öfter, bleiben kürzer und entscheiden kurzfristiger. Die Wetterabhängigkeit dürfte weiter zunehmen. Es ist anzunehmen, dass die Kurzreisen die klassischen Sommer- und zunehmend auch Winterferien ablösen werden.

Ferienwohnungen

Im Winter verlor der Zweitwohnungsektor auf allen Märkten ähnlich Anteile. Einzig bei den „aussereuropäischen“ Ländern konnten eine leichte Zunahme (auf sehr tiefem Niveau) registriert werden. Im Sommer hingegen konnte die Aletsch Arena, mit Ausnahme vom Markt UK, auf allen wichtigen Märkten stark zulegen (+13%). Das Resultat: Ein Logiernächteplus von +1.72% über das gesamte Geschäftsjahr (absolut 7'251 Übernachtungen).

Hotellerie

Mit einem Minus von 3.99% schliesst diese Unterkunftsform negativ ab. Der Trend zu immer kürzeren Aufenthalten, vor allem auf dem Schweizer Markt (-8'537 Übernachtungen), setzt sich in der Hotellerie weiter durch: von einem Durchschnittsaufenthalt von 2.53 Tage in 2015/16 zu 2.47 Tage in 2016/17. Wenn die Zahl der Anzahl Ankünfte herangezogen wird, ergibt sich einen Minus von 1.75%. Die Hotellerie steht nach wie vor stark unter Druck.

Die (Wechselkurs-)Tendenzen weisen auf eine Erholung der Nahmärkte wie Deutschland und den Benelux-Staaten hin (rund + 10% im Vgl. zum Vorjahr). Auf den asiatischen und amerikanischen Märkten dürfen positive Entwicklungen im zweistelligen Bereich im Vergleich zum Vorjahr festgestellt werden, ebenso wie auf dem UK Markt. Die aktive Marktbearbeitung der Aletsch Arena trägt nach und nach Früchte. Nichtsdestotrotz müssen im Bereich Hotellerie dringend nach geeigneten Kooperationsformen und Lösungen gesucht werden, um diesen negativen Trend aufzuhalten.

Gruppenunterkünfte

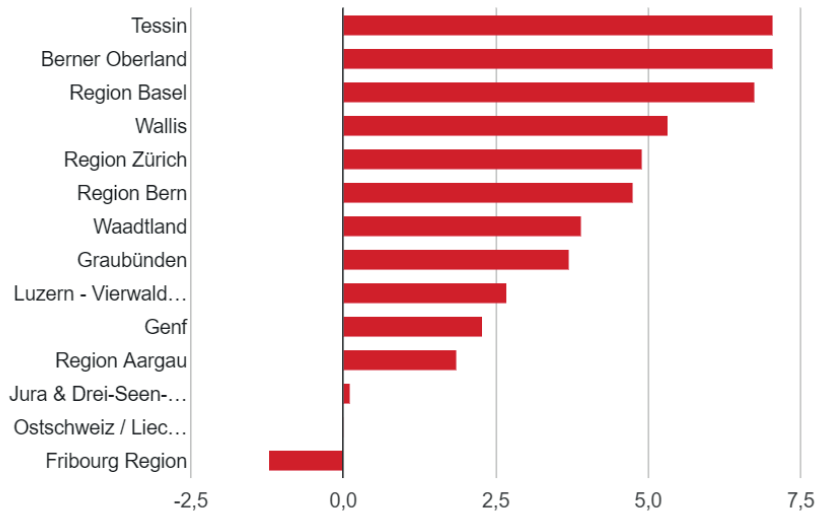
Die Logiernächte in Bereich Gruppenunterkünfte konnten mit einem Plus von fast 4% im Vergleich zum Vorjahr markant zulegen. Auch wenn die Bindung und Akquisition von Schulen und Vereinen immer schwieriger wird, zeigt sich, dass Qualität und Gästeservice Gruppen den Weg in der Aletsch Arena weisen. Eine gezielte Förderung des Wintersports ist langfristig lebensnotwendig.



Benchmark

Hotellerie im Vergleich mit den touristischen Regionen der Schweiz

Entwicklung der Übernachtungen nach touristischen Regionen in der Schweiz im Vergleich zum Vorjahr (in %)



Zum ersten Mal seit Jahren können die Bergkantone mit den Städten mithalten. Das überdurchschnittliche Wachstum der Gäste aus den Fernmärkten, die weiterhin Bergerlebnisse suchen, trägt dazu bei.

Hotellerie im Vergleich mit den Destinationen des Wallis

Die Logiernächtezahlen in der Hotellerie im Wallis haben um 5,34% zugelegt. Wichtig zu wissen ist dabei, dass Zermatt als grösste Destination mit 37% aller Walliser Übernachtungszahlen in der Hotellerie ein Plus von 9% verzeichnete und das Saastal als zweitgrösste Destination im Wallis (mit einem Logiernächte-Anteil von ca. 11% im Wallis), ein Plus von fast 20% erzielte. Entsprechend ist der Durchschnitt mit grosser Vorsicht zu geniessen.



Destination	Hotel-Übernachtungen 2016/2017	vs. 2015/2016
Schweiz	37 Mio.	4,20%
Wallis	3.809.303	5,34%
Zermatt	1.429.444	9,31%
Saastal	435,967	19,46%
Crans-Montana	231,836	7,19%
Leukerbad	225,013	-7,41%
Verbier — Val de Bagnes — La Tzoumaz	165,065	8,93%
Sierre-Anniviers	164,919	0,12%
Brig-Simplon	150,213	1,64%
Martigny Région	139,312	5,73%
Aletsch Arena	139,164	-3,99%
Goms	116,080	-6,10%
Grächen	59,314	7,26%
Blatten-Belalp	41,804	4,75%

Entwicklungsmöglichkeiten in den Märkten

Das BAC erwartet für das Geschäftsjahr 2017-2018 schweizweit folgende generelle Entwicklungen im Tourismusmarkt:

- Europa: leichtes Wachstum
- Schweiz: leichtes Wachstum
- United Kingdom: leichte Rückgänge
- Russland: leichte Erholung
- Asien: gutes Wachstum, überproportional wachsende Individualreisen
- USA: gutes Wachstum

Auch für die Aletsch Arena erwarten wir ein ähnliches Wachstum. Am Relevantesten sind im Moment nach wie vor das erwartete leichte Wachstum in der Schweiz, Deutschland und den BeNeLux-Ländern.

Fernmärkte

Das grösste Wachstumspotenzial liegt im Tages- und Übernachtungstourismus, herkommend aus den asiatischen Ländern, die noch intensiver über die Matterhorn Region AG bearbeitet werden. Durch ein neues Online-Vertriebssystem mit dem geplanten „Go Live im Sommer 2018“ wird das gesamte Reservations- und Buchungshandling massiv vereinfacht. Es darf angenommen werden, dass sich die Umsatzvolumen aus diesen Ländern im neuen Geschäftsjahr weiter vergrössern.

Die View Points der Aletsch Bahnen AG haben ein immenses Potenzial, insbesondere auch, was die Nebensaison anbelangt. Geplant ist, dass 2018 die Bergbahnen zum ersten Mal tägliche Fahrten auf einen Viewpoint im Frühling anbieten werden. Dies wird es der Aletsch Arena erlauben auch den indischen Markt mit Hauptreisezeit April-Juni verstärkt bearbeiten zu können, um vom überproportionalen Wachstum in der Schweiz zu profitieren.

Das Potenzial wird vollends ausgeschöpft werden können, wenn der neuer ÖV-Hub fertiggestellt wird und mindestens eines der View Points Moosfluh, Bettmerhorn und Eggishorn ganzjährig offen ist.



9 Jahresrechnung

Allgemein

Erfolgsrechnung

Im zweiten ordentlichen Geschäftsjahr ist es gelungen, die Kosten gegenüber dem Vorjahr insgesamt zu senken sowie den totalen Ertrag zu steigern. Es konnten Erträge in der Gesamthöhe von 4'735'421.95 erzielt werden (+3.9%). Demgegenüber schlägt das Total aller Aufwände mit CHF 4'684'581.69 zu Buche (+2.8%). Sowohl Personalkosten (-2.1%), der allgemeine Aufwand (-2.6%), der IT-Aufwand (-28.2%) sowie der Aufwand Material, Waren und Dienstleistungen (-10.15%) konnten im Vergleich zum Vorjahr gesenkt werden. Hingegen konnten und werden vermehrt Mittel in die Werbung investiert, was den Aufwand in diesem Bereich gegenüber Vorjahr erhöht hat. (+39%)

Die Jahresrechnung per 31.10.2017 weist einen Gewinn von CHF 50'840.26 aus. Dieser Gewinn resultierte aufgrund einer kostenbewussten Führung, andererseits auf der zu erwartenden Ertragslage. Es zeichnete sich bereits nach Ende Wintersaison ab, dass mit einer leichten Verbesserung der totalen Logiernächtesituation gegenüber Vorjahr gerechnet werden darf.

Bilanz

Die Aletsch Arena AG startete in ihrem zweiten ordentlichen Geschäftsjahr mit einem konsolidierten Bilanzverlust von CHF 128'897.57 in die neue Rechnungsperiode. Diesen Verlust galt und gilt es in den kommenden Jahren weiter zu minimieren. Der ausgewiesene Gewinn von CHF 50'840.26 soll dazu beitragen. Vorbehältlich des Beschlusses der Generalversammlung wird der neue kumulierte Bilanzverlustvortrag in die Eröffnungsbilanz von CHF 78'057.31 übernommen. Gegenüber dem Vorjahr konnte damit der Verlustvortrag um ca. 39 % minimiert werden.

Die "Rückstellungen Allgemein" sind Vermögenswerte aus den ehemaligen Vereinen, welche im Rahmen der Liquidation den Gemeinden übertragen wurden, die als längerfristiges Fremdkapital in die Aletsch Arena AG eingeflossen sind. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass diese vorhandenen Gelder in den örtlichen Tourismus zurückfliessen sollten. Die Rückstellungen konnten im Rahmen des Abschlusses auf den alten Stand gebracht werden. Ausserdem sind weitere Rückstellungen vorgenommen worden, welche vollumfänglich in Marketingprojekte wie beispielsweise die Gästekarte investiert werden sollen.

Kurtaxen und Pauschalen

Die weitere negative Logiernächteentwicklung konnte im Jahr 2016-2017 gestoppt werden. Im Vergleich zum Vorjahr konnte ein Plus von 1.57% ausgewiesen werden. Aufgrund dessen konnten wieder (wenn auch auf tiefem Niveau) Mehreinnahmen im Bereich Kurtaxen (-und Sporttaxen) registriert werden.

Im Bereich Kurtaxenpauschalen konnten die erwarteten Einnahmen mit einem Überschuss von fast CHF 10'000.- erreicht werden. Die abgerechneten Pauschalen nehmen damit tendenziell weiterhin zu.



Tourismusförderungstaxe und Marketingbeiträge Bergbahnen

Die erwarteten Erträge stimmen beide, mit einer Abweichung bei der Tourismusförderungstaxe, mit den effektiven Einnahmen überein.

Budget 2017/2018

Im Budgetjahr 2017/2018 wird ein Gewinn von CHF 1'142.81 ausgewiesen. Die Aletsch Arena AG geht von Mindereinnahmen aus von rund CHF 111'000.-, welche sich insbesondere aufgrund der Umsetzung des neuen Freizeitverkehrskonzepten sowie der sinkenden Pauschalverkäufe ergeben.

In der Konsequenz wird künftig ebenso mit einem kleineren Aufwandvolumen gerechnet, zumal die oben erwähnten Posten sowohl ertrags- wie aufwandseitig zu Buche schlagen. Das Erreichen eines geringeren Volumens kann dennoch nur mittels der Fortsetzung der Kostenoptimierung funktionieren, zumal beispielsweise die Mietzinse gegenüber den Gemeinden für den Betrieb der Infocentern wieder entrichtet werden, was einem neuen Kostenblock von über CHF 45'000.- gegenüber Vorjahr verursachen wird.





Bilanz

Bilanz	2016-2017	
		%
AKTIVEN		
Umlaufvermögen		
Kassa	37'468.15	
Postkonto	22'579.43	
Raiffeisenbank	913'236.06	
WKB	17'027.00	
Flüssige Mittel	990'310.64	59.02%
Debitoren Kurtaxe	582'324.09	
Debitoren Tourismusförderungstaxe	47'768.17	
Delkredere	-80'000.00	
Übrige Debitoren	2'395.40	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	552'487.66	32.92%
Verrechnungssteuer	13.75	
Übrige kurzfristige Forderungen	23'802.03	
Total Übrige kurzfristige Forderungen	23'815.78	1.42%
Vorräte	3'001.00	0.18%
Aktive Rechnungsabgrenzungen	54'673.25	3.26%
Total Umlaufvermögen	1'624'288.33	96.80%
Anlagevermögen		
Wertschriften	201.00	
Finanzanlagen	201.00	0.01%
Maschinen u. Apparate	9'100.00	
Mobiliar u. Einrichtungen	33'600.00	
EDV-Anlagen	10'800.00	
Mobile Sachanlagen	53'500.00	3.19%
Immobilie Sachanlagen	1.00	0.00%
Total Anlagevermögen	53'702.00	3.20%
Total Aktiven	1'677'990.33	100.00%



PASSIVEN		
Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	157'956.74	9.41%
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	365.65	0.02%
Kreditoren Umsatzsteuer	10'435.10	
Kreditoren MWST	21'758.35	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	0.00	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	32'193.45	1.92%
Anzahlungen	252'800.10	
Trans. Passiven	216'212.80	
Rückstellung 13. ML	72'291.85	
Passive Rechnungsabgrenzungen	541'304.75	32.26%
Total kurzfristiges Fremdkapital	731'820.59	43.61%
Langfristiges Fremdkapital	0.00	
Rückstellungen Infrastruktur und touristische Projekte	694'227.05	
Total langfristiges Fremdkapital	694'227.05	41.37%
Total Fremdkapital	1'426'047.64	84.98%
Eigenkapital		
Eigenkapital	180'000.00	10.73%
Reserven	150'000.00	8.94%
Verlustvortrag	-78'057.31	-4.65%
Jahresgewinn	50'840.26	
Total Eigenkapital	251'942.69	15.02%
Total Passiven	1'677'990.33	100.00%



Erfolgsrechnung

Erfolgsrechnung	2016 - 2017		Budget 2016 - 2017		Diff. zu Budget 2016 - 2017	Budget 2017 - 2018	
		%		%			%
Aufwand							
Lohnkosten	1'063'521.15		1'166'503.90		-102'982.75	1'062'025.44	
Sozialleistungen	202'689.50		246'755.75		-44'066.25	218'866.75	
Total übrige Personalaufwand	46'844.04		57'000.00		-10'155.96	44'500.00	
Personal Aufwand	1'313'054.69	28.03%	1'470'259.65	31.26%	-157'204.96	1'325'392.19	28.53%
Verwaltungsaufwand	130'575.00		127'000.00		3'575.00	126'700.00	
Aufwand Gesellschaft Organe	84'509.05		70'500.00		14'009.05	84'500.00	
Raumaufwand	52'464.20		60'500.00		-8'035.80	100'000.00	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	20'319.15		48'000.00		-27'680.85	50'000.00	
Transportaufwand	6'351.35		7'000.00		-648.65	6'500.00	
Sachversicherungen	2'586.40		10'000.00		-7'413.60	2'500.00	
Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	932.65		1'500.00		-567.35	1'000.00	
Allgemeiner Aufwand	297'737.80	6.36%	324'500.00	6.90%	-26'762.20	371'200.00	7.99%
Informatikaufwand	44'352.20		77'000.00		-32'647.80	68'500.00	
Destinationsmanagementsystem	32'717.25		40'000.00		-7'282.75	38'000.00	
Informationstechnologie Management (IT)	77'069.45	1.64%	117'000.00	2.49%	-39'930.55	106'500.00	2.29%
Direkter Aufwand	298'837.42		209'000.00		89'837.42	363'000.00	
Dienstleistungen	538'665.79		610'000.00		-71'334.21	420'000.00	
Aufwand Infrastruktur	120'925.25		127'000.00		-6'074.75	201'000.00	
Aufwand Verkaufsartikel	51'564.50		45'000.00		6'564.50	55'450.00	
Übriger Aufwand	26'032.42		92'400.00		-66'367.58	33'000.00	
Aufwand Material, Waren und Dienstleistungen	1'036'025.38	22.11%	1'083'400.00	23.03%	-47'374.62	1'072'450.00	23.09%
Drucksachen, Werbung, Marketing, Sponsoring	1'260'553.94		1'116'500.00		144'053.94	1'182'000.00	
Lohnkosten Marketing	379'357.50		379'357.50		0.00	400'000.00	
Werbeaufwand	1'639'911.44	35.01%	1'495'857.50	31.80%	144'053.94	1'582'000.00	34.06%
Übriger Betriebsaufwand	8'740.15	0.19%	6'500.00	0.14%	2'240.15	9'000.00	0.19%
Eventpool Aletsch Arena	115'926.30		105'000.00		10'926.30	86'000.00	
Kinderanimation	74'499.90		80'000.00		-5'500.10	75'000.00	
Event & Animation	190'426.20	4.06%	185'000.00	3.93%	5'426.20	161'000.00	3.47%
Abschreibungen	29'284.50	0.63%	15'200.00	0.32%	14'084.50	15'000.00	0.32%
Finanzaufwand und Finanzertrag	2'230.87	0.05%	4'300.00	0.09%	-2'069.13	2'215.00	0.05%
a.o. Aufwand und Ertrag	89'521.21	1.91%	0.00	0.00%	89'521.21	0.00	0.00%
Steuer	580.00	0.01%	1'700.00	0.04%	-1'120.00	500.00	0.01%
Total Aufwand	4'684'581.69	100.00%	4'703'717.15	100.00%	-19'135.46	4'645'257.19	100.00%
Ertrag							



Hotellerie	312'722.25		330'000.00		-17'277.75	325'000.00	
Gruppenunterkunft	178'663.40		193'000.00		-14'336.60	179'000.00	
Camping	6'633.00		7'000.00		-367.00	6'000.00	
Ferienwohnungen	904'777.60		870'000.00		34'777.60	910'000.00	
Pauschale	363'398.15		354'000.00		9'398.15	365'000.00	
Kurtaxen	1'766'194.40	37.30%	1'754'000.00	36.40%	12'194.40	1'785'000.00	38.42%
Sporttaxen Bettmeralp	41'898.27	0.88%	40'000.00	0.83%	1'898.27	42'500.00	0.91%
TFT Bettmeralp	417'311.00		420'000.00		-2'689.00	410'000.00	
TFT Fiesch, Fieschertal, Lax	202'907.80		210'000.00		-7'092.20	205'000.00	
TFT Riederalp, Mörel-Filet	322'752.17		335'000.00		-12'247.83	330'000.00	
Tourismusförderungstaxe	942'970.97	19.91%	965'000.00	20.03%	-22'029.03	945'000.00	20.34%
Gemeinde Bettmeralp	40'000.00		40'000.00		0.00	0.00	
Gemeinde Riederalp	24'000.00		47'500.00		-23'500.00	0.00	
Beitrag Gemeinde	64'000.00	1.35%	87'500.00	1.82%	-23'500.00	0.00	0.00%
Aletsch Bahnen AG	900'000.00		900'000.00		0.00	900'000.00	
Marketingbeiträge	900'000.00	19.01%	900'000.00	18.68%	0.00	900'000.00	19.37%
Sommerpauschalen	57'979.50		107'000.00		-49'020.50	25'000.00	
Winterpauschalen	490'686.82		508'000.00		-17'313.18	400'000.00	
Dienstleistungen	548'666.32	11.59%	615'000.00	12.76%	-66'333.68	425'000.00	9.15%
Eventpool Aletsch Arena	2'742.20		17'500.00		-14'757.80	2'500.00	
Veranstaltungen	2'742.20	0.06%	17'500.00	0.36%	-14'757.80	2'500.00	0.05%
Nebenertrag aus Lieferung und Leistung	333'320.81	7.04%	337'500.00	7.00%	-4'179.19	460'500.00	9.91%
Ertrag Verkaufsartikel	63'672.20	1.34%	47'600.00	0.99%	16'072.20	63'500.00	1.37%
Mietertrag	18'305.65	0.39%	20'300.00	0.42%	-1'994.35	3'500.00	0.08%
Übriger Ertrag	117'226.10	2.47%	134'600.00	2.79%	-17'373.90	89'400.00	1.92%
Ertragsminderungen	-63'574.97	-1.34%	-100'500.00	-2.08%	36'925.03	-70'500.00	-1.52%
Total Ertrag	4'735'421.95	100.00%	4'818'500.00	100.00%	-83'078.05	4'646'400.00	100.00%
Rekapitulation	2016 - 2017		Budget 2016 - 2017		Diff. zu Budget	Budget 2017 - 2018	
Total Ertrag	4'735'421.95		4'818'500.00		-83'078.05	4'646'400.00	
Total Aufwand	4'684'581.69		4'703'717.15		-19'135.46	4'645'257.19	
Gewinn	50'840.26		114'782.85		-63'942.59	1'142.81	



Anhang zur Jahresrechnung

1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betrieblich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

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

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

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

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

Es lagen keine wesentlichen ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Ereignisse vor.

4. Bewertungen von Aktiven zu Kurs-/Marktwerten

Es wurden keine Aktiven zum Kurs- oder Marktwert bewertet.

5. Beteiligungen

Es sind keine wesentlichen Beteiligungen vorhanden.

6. Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien

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

7. Nettoauflösung stiller Reserven

	2017
Wesentliche Nettoauflösung stiller Reserven.	CHF -

8. Eigene Anteile

	2017
Es werden keine eigenen Anteile gehalten.	0



9. Beteiligungsrechte und Optionen für Organe und Mitarbeiter

	Anzahl	31.10.2017 Totalwert
Beteiligungsrechte im Eigentum von:		
Leistungs- und Verwaltungsorganen		CHF
Übrigen Mitarbeitenden		CHF
		<hr/>
		<hr/> <hr/>

10. Sonstige Angaben

	31.10.2017	
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten mit Restlaufzeit > 1 Jahr	CHF	-
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	CHF	-
Gesamtbetrag der für Verbindlichkeiten Dritter bestellten Sicherheiten	CHF	-
je der Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven	CHF	-
Gesamtbetrag der Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	CHF	-

12. Eventualverbindlichkeiten

Es sind keine Eventualverbindlichkeiten vorhanden.

13. Anzahl Mitarbeiter

	31.10.2017
Die Anzahl Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt liegt:	
nicht über 10	
über 10	x
über 50	
über 250	

14. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2016 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Aletsch Arena AG, VR-Präsident, Florian Ruffiner

Bettmeralp, März 2017

Geschäftsführer, Raoul Calame

Geschäftsführer



Bericht der Revisionsstelle



Bericht der Revisionsstelle

zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Aletsch Arena AG, Bettmeralp

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Aletsch Arena AG, Bettmeralp für das am 31. Oktober 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

ALPINE REVISIONS AG

Reinhard Zeiter
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Richard Stucky
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte

Brig, 15. Februar 2018

Beilage:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)



10 Anhang Einladung Generalversammlung 2018

Aletsch Arena, im März 2018

Einladung Generalversammlung 2018

Sehr Geehrte

Die Aktionäre der Aletsch Arena AG werden hiermit zur 2. ordentlichen Generalversammlung eingeladen, welche am **Montag, 16. April 2018 um 17.30 Uhr, in der Turnhalle von Lax** stattfindet. Im Anschluss an die Generalversammlung sind die teilnehmenden Aktionäre herzlich zum Stehlunch eingeladen. Zwecks Organisation bitten wir Sie um die Anmeldung per E-Mail aller Anwesenden und Vertretenden aus Ihrer Organisation an geri.berchtold@aletscharena.ch

Traktanden

1. Begrüssung und Verabschiedung des Protokolles der 1. ordentlichen GV.
2. Wahl des Protokollführers sowie der Stimmzähler
3. Bericht des Präsidenten
4. Bericht des Geschäftsführers
5. Bericht der Revisionsstelle
6. Beschlussfassungen betreffend:
 - a. Genehmigung des Jahresberichtes des Präsidenten und des Geschäftsführers
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht 2016/2017 sei zu genehmigen
 - b. Genehmigung des Jahresabschlusses 2016/2017 (01.11.2016 - 31.10.2017)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2017 ausweisend einen Bilanzgewinn von CHF 50'840.26 sei zu genehmigen und in die neue Rechnungsperiode zu übernehmen (Übertrag in die Eröffnungsbilanz)
 - c. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates seien in globo für das Geschäftsjahr 2016/2017 zu entlasten
7. Wahl der Revisionsstelle
Antrag des Verwaltungsrates: Die Alpine Group AG, 3992 Bettmeralp, sei für ein weiteres Jahr zu bestätigen
8. Budgetvoranschlag für das Geschäftsjahr 2016/17 zur Kenntnisnahme
9. Ausblick
10. Diverses

Dies ist die 2. ordentliche Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Der Geschäftsbericht sowie die Jahresrechnung 2016/2017, der Bericht der Revisionsstelle sowie die Statuten liegen 20 Tage vor der Generalversammlung am Sitz der Gesellschaft zur Einsicht der Aktionäre auf (Infocenter Bettmeralp). Jeder Aktionär kann zudem die Zustellung des Geschäftsberichtes verlangen.

Die Aktionäre erhalten mit der Einladung einen Aktienausweis zugestellt.

Aktionäre können durch einen anderen Aktionär vertreten werden. Bei Vertretung ist die Vollmacht auf dem Aktienausweis vom Vollmachtgeber entsprechend auszufüllen und zu unterzeichnen. Eintrittskontrolle ab 17.00 Uhr in der Turnhalle von Lax.

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

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

Aletsch Arena AG

Florian Ruffiner
VR Präsident

Raoul Calame


Geschäftsführer



11 Protokoll der 1. ordentlichen Generalversammlung

Datum Montag, 10.04.2017
Ort Golfhotel Riederhof, Riederalp
Zeit 17.00 Uhr

Traktanden

1. Begrüssung

2. Wahl des Protokollführers sowie der Stimmzähler

3. Bericht des Präsidenten

4. Bericht des Geschäftsführers

5. Bericht der Revisionsstelle

6. Beschlussfassungen betreffend

- a. Genehmigung des Berichtes des Präsidenten und des Geschäftsführers
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht sei zu genehmigen
- b. Genehmigung des Zwischenabschlusses 2015/2016 (01.06.2015 - 31.10.2015)
Antrag des Verwaltungsrates: Die Zwischenabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2015 ausweisend einen konsolidierten Bilanzverlust von CHF 129'113.13 sei zu genehmigen
- c. Genehmigung des Jahresberichtes 2015/2016
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht sei zu genehmigen.
- d. Genehmigung des Jahresabschlusses 2015/2016 (01.11.2015 - 31.10.2016)
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2016 ausweisend einen Bilanzverlust von CHF 128'897.57 sei zu genehmigen
Antrag des Verwaltungsrates: der Bilanzverlust von CHF 128'897.57 sei in die neue Rechnungsperiode zu übernehmen (Übertrag in die Eröffnungsbilanz)
- e. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates seien in globo für das Geschäftsjahr 2015/2016 zu entlasten.

7. Wahl der Revisionsstelle

Antrag des Verwaltungsrates: Die Alpine Group AG, 3992 Bettmeralp, sei für ein weiteres Jahr zu bestätigen.

8. Budgetvoranschlag für das Geschäftsjahr 16/17 zur Kenntnisnahme

9. Ausblick

10. Diverses

Dies ist die 1. Generalversammlung der Aletsch Arena AG. Der Geschäftsbericht, der Zwischenabschluss per 31.10.2015, die Jahresrechnung 2015/2016, der Bericht der Revisionsstelle sowie die Statuten liegen 20 Tage vor der Generalversammlung am Sitz der Gesellschaft zur Einsicht der Aktionäre auf. Jeder Aktionär kann zudem die Zustellung des Geschäftsberichtes verlangen. Die Aktionäre erhalten mit der Einladung einen Aktienausweis zugestellt. Fahrkarten: Die Aktionäre Aletsch Arena AG erhalten Ihre Freikarte Mörel- Riederalp retour gegen Vorweisen der Einladung an den Kassen Talstation/Bergstation. Aktionäre können durch einen anderen Aktionär vertreten werden. Bei Vertretung ist die Vollmacht auf dem Aktienausweis vom Vollmachtgeber entsprechend auszufüllen und zu unterzeichnen. Eintrittskontrolle ab 16.30 Uhr im Golfhotel Riederhof, Riederalp

Bettmeralp, im März 2017 Aletsch Arena AG VR Präsident: Florian Ruffiner / Geschäftsführer: Raoul Calame

1. Begrüssung

Verwaltungsratspräsident Florian Ruffiner begrüsst das vollständig anwesende Aktionariat der Aletsch Arena AG sowie die Verwaltungsratsmitglieder: Renato Kronig, Valentin König, Peter Albrecht und Marco Taccella und den Geschäftsführer Raoul Calame. Weiter begrüsst der Präsident die VertreterInnen der Destinationsgemeinden und die Bereichsleiter des Unternehmens.

Die Generalversammlung ist mit 1'800 vertretenen Aktien beschlussfähig.

2. Wahl des Protokollführers sowie der Stimmzähler



Der Vorsitzende empfiehlt der Generalversammlung Geri Berchtold als Protokollschreiber.

Als Stimmzählerinnen werden Nadja Imoberdorf und Monika König vorgeschlagen. Die Versammlung nimmt die Vorschläge einstimmig an.

3. Bericht des Präsidenten

In der Aletsch Arena blicken wir auf ein anspruchsvolles, intensives und ereignisreiches Geschäftsjahr zurück. Dies ist das erste Jahr in der neuen Konstellation. Ein Jahr, in dem wir entscheidende Schritte in Richtung EINE Destination „Aletsch Arena“ gemacht haben. Der Verwaltungsrat, der neu gewählte Geschäftsführer und jeder einzelne Mitarbeitende engagierte sich intensiv und überzeugt für dieses Ziel. Viel Arbeit im Hintergrund dient der Stärkung des Tourismus in der Aletsch Arena. Struktur allein genügt aber natürlich nicht. Es sind die Menschen, die eine Organisation mit Leben füllen und ihr ein Gesicht geben. Mein spezieller Dank gilt daher den motivierten und engagierten Mitarbeitenden. Sie tragen die Veränderungen mit viel Engagement mit, ohne dabei die Gäste aus den Augen zu verlieren und ihnen tagtäglich mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Bedanken möchte ich mich auch bei den Verwaltungsratsmitgliedern und allen Leistungsträgern für die gute und konstruktive Zusammenarbeit und für den grossen Einsatz an Verwaltungsrat- und Ausschusssitzungen im Geschäftsjahr 2015/2016.

4. Bericht des Geschäftsführers

«Die ersten vier Monate meiner neuen Tätigkeit gestalteten sich äusserst intensiv. Ich suchte vor allem das Gespräch; mit den Verwaltungsräten, den Bergbahnen, den Leistungsträgern sowie den Mitarbeitenden der Aletsch Arena AG, um ein Gespür für die Destination in ihrer Gesamtheit erfassen zu können und meine (unsere) Aufgabe zu verstehen. Dabei stellte ich zu meiner grossen Freude fest: Egal wer, egal wo, egal wann: Grundsätzlich wollen alle eigentlich dasselbe; den Tourismus wieder so richtig auf Vordermann bringen. «Eigentlich, aber? – Nichts, aber!» Dazu braucht es eine breit gestützte Strategie und ein gemeinsames Verständnis für das Ziel einer marktrelevanten Marke «Aletsch Arena». Es braucht alle, um sachlich, unvoreingenommen, mutig, konsequent und gemeinsam die richtigen und nötigen Hebel in Bewegung zu setzen. Unsere Gäste denken weder in Gemeindegrenzen, noch verzeiht uns bspw. die Digitalisierung unsere Entscheide auf Basis organisatorischer Strukturen oder allfällige Versäumnisse. Wir sind gefordert wie vielleicht noch nie zuvor».

In Zusammenarbeit mit dem Verwaltungsrat wurde im Berichtsjahr die Destinationsstrategie festgelegt.

- Eine Destination
- Digitalisierung
- Ganzjahres Destination

Weiter wurde vom Verwaltungsrat das Sponsoren- und Eventkonzept verabschiedet. Die Aletsch Arena AG versteht sich in erster Linie als Treiber von Events, Animation und Veranstaltungen. Schon aufgrund der personellen Ressourcen betreibt das Unternehmen keine Events. In diesem Sinne dankt die Geschäftsleitung allen Kulturschaffenden, den Gemeinden und den Bergbahnen für das grosse Engagement.

Aktuell wird in Zusammenarbeit mit dem RWO das Sport- und Freizeitverkehrskonzept, welches die Zuständigkeit innerhalb der Destination definiert erarbeitet.

Gemeinsam mit den Netzwerkpartnern «STRATOS» werden die regionale Gästekarte sowie das Bike Wallis vorangetrieben.

Mit der Gründung Matterhorn Region AG werden zukünftig regionsübergreifend die Wachstumsmärkte bearbeitet.

Im Berichtsjahr wurde die erste gemeinsame Telefonzentrale eingeführt und das Reservationssystem auf einer Datenbank angesiedelt.

Im September, bzw. im November hat die Aletsch Aren AG die Postagenturen auf der Riederalp und Bettmeralp in die bestehenden Infocentern integriert.

Die Geschäftsleitung bedankt sich herzlich bei allen, die leidenschaftlich und kompromisslos Tag für Tag den Gast in den Mittelpunkt stellen.

Finanzen, Bilanz und Zwischenabschlüsse – Präsentation Florian Ruffiner:

Der Präsident erklärt die Komplexität der Zwischenabschlüsse der drei Verkehrsvereine und der Aletsch Arena AG im Zusammenhang mit den Vermögensübertragungen und der laufenden Liquidation.

Ein herzliches Dankeschön geht im Speziellen an die sechs Destinationsgemeinden.

Zur Bilanz der Aletsch Arena AG per 31.10.2016 werden keine Fragen gestellt.



Finanzen Erfolgsrechnung - Raoul Calame:

Raoul Calame präsentiert die Jahresrechnung der Aletsch Arena AG 01.11.2015 – 31.10.2016.

Die Beiträge der Gemeinden sind in der Erfolgsrechnung ausgewiesen. Der Anteil der Gde Bettmeralp ist als Beteiligung an die Wanderwegsunterhaltsarbeiten zu verstehen. Unter den direkten Aufwendungen sind die Beiträge an die Genossenschaft für Kurortseinrichtungen, Sportzentrum Bachtla, Sport Ressort Fiesch verbucht. Im Rahmen der angestrebten Umsetzung des Freizeitverkehrskonzepts werden diese teilweise entfallen, bzw. neu strukturiert. Der Beitrag an das Sportzentrum Bachtla bleibt bis auf Weiteres bestehen. Pro Logiernacht wird zusätzlich zu den regulären Taxen 0.20 Rappen in Rechnung gestellt. Dieser Betrag geht vollumfänglich an das Sportzentrum Bachtla.

5. Bericht der Revisionsstelle

Stellungnahme der Revisionsstelle zum Zwischenabschluss

Stellungnahme der Revisionsstelle zur Jahresrechnung 2015/2016

6. Beschlussfassungen betreffend:

- a. **Genehmigung des Berichtes des Präsidenten und des Geschäftsführers**
Antrag des Verwaltungsrates: Die Jahresberichte seien zu genehmigen
Einstimmig genehmigt
- b. **Genehmigung des Zwischenabschlusses 2015/2016 (01.06.2015 - 31.10.2015)**
Antrag des Verwaltungsrates: Die Zwischenabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2015 ausweisend einen konsolidierten Bilanzverlust von CHF 129'113.13 sei zu genehmigen.
Einstimmig genehmigt.
- c. **Genehmigung des Jahresberichtes 2015/2016**
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresbericht sei zu genehmigen
Einstimmig genehmigt
- d. **Genehmigung des Jahresabschlusses 2015/2016 (01.11.2015 - 31.10.2016)**
Antrag des Verwaltungsrates: Der Jahresabschluss der Aletsch Arena AG per 31.10.2016 ausweisend einen Bilanzverlust von CHF 128'897.57 sei zu genehmigen.
Einstimmig genehmigt
Antrag des Verwaltungsrates: der Bilanzverlust von CHF 128'897.57 sei in die neue Rechnungsperiode zu übernehmen (Übertrag in die Eröffnungsbilanz)
Einstimmig genehmigt
- e. **Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates**
Antrag des Verwaltungsrates: Die Mitglieder des Verwaltungsrates seien in globo für das Geschäftsjahr 2015/2016 zu entlasten.
Einstimmig genehmigt und entlastet

7. Wahl der Revisionsstelle

Antrag des Verwaltungsrates: Die Alpine Group AG, 3992 Bettmeralp, sei für ein weiteres Jahr zu bestätigen.

Die Alpine Groupe AG, 3992 Bettmeralp wird für ein weiteres Jahr als Revisionsstelle gewählt.

8. Budgetvoranschlag für das Geschäftsjahr 16/17 zur Kenntnisnahme

Raoul Calame: Das Budget wird der Generalversammlung lediglich zur Kenntnis gebracht. Die GL betrachtet den Abbau des Bilanzverlustes aus dem Jahr 2015 als grosse Herausforderung und oberste Priorität. Damit zukünftige Projekte in Angriff genommen werden können, müssen die Finanzen ins Lot gebracht werden.

Der Beitrag von Aletsch Tourismus (Anteil Mitgliederbeiträge) ist im Budget 2016/2017 berücksichtigt.

Das vorliegende Budget widerspiegelt die vom Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung eingeleiteten Massnahmen zum Abbau des Bilanzverlustes.

Einzelne Positionen wie z.B. die Aufwände für die Infrastruktur wurden aufgrund des laufenden Prozesses «Freizeitverkehrskonzept» angepasst. Ebenso angepasst wurde das Werbebudget; einerseits um den eingeleiteten Massnahmen gerecht zu werden und andererseits wird auch die zunehmende Digitalisierung abgebildet.

Die anwesenden Gemeindepräsidenten signalisieren Bereitschaft die Aletsch Arena AG gegebenenfalls finanziell zu unterstützen.

Der Verwaltungsrat nimmt die mögliche Bereitschaft der Gemeinden wohlwollend zur Kenntnis.



9. Ausblick

Die Geschäftsleitung präsentiert den Aktionären die laufenden und zukünftigen Projekte und den Zeitplan für deren Umsetzung.

Als Meilenstein betrachtet die GL den Back Office Entscheid. Anfangs Juni werden die Bereichsleiter die neuen Büroräumlichkeiten im «alten» Schulhaus, Seidenmatte in Mörel beziehen. Die Geschäftsleitung, die Bereichsleiter sowie das Produktmanagement und die Unterstützung der Marktbearbeitung werden ins Back Office integriert. Mittelfristig wird auch das Angebotszentrum im Back-Office aufgebaut.

Der Gemeindepräsident Bettmeralp hält explizit fest, dass trotz dieses Entscheids die Orte nicht vergessen gehen dürfen.

10. Diverses

Der Präsident eröffnet die Diskussionsrunde

Bernhard Schwestermann: Die Logiernächtestatistiken sind alarmierend. Die aktuellen Budgetzahlen müssen überprüft werden. Der Markt ruft nach mehr Investitionen im Bereich Marketing.

Peter Albrecht: die Kurtaxenkontrollen müssen verbessert werden. Nach seiner Ansicht werden viele Kurtaxen nicht korrekt abgerechnet.

Florian Ruffiner: Wir sind nach wie vor in einer Aufbauphase. Der VR wird aber die Anregungen gerne aufnehmen und mit den Gemeinden das Gespräch suchen.

Christian Eyholzer: Animation und Event müssten seiner Meinung nach ausgebaut werden. Er macht beliebt, dass dieser Input vom VR diskutiert wird.

Iwan Eyholzer: In welche Events wird investiert? Wie sieht der Raster aus? Zurzeit hat man keine Übersicht wo wieviel Geld fließt.

Florian Ruffiner: Die vom Verwaltungsrat beschlossenen Sponsorenrichtlinien und der Eventraster werden den Gemeinden zu gestellt.

Christian Eyholzer: Digitalisierung geht zu schnell voran. Die Gletscherpost ist nicht das richtige Instrument, die Gäste vor Ort zu erreichen. Die Plakate müssen ausgedruckt werden.

FR: Nimmt diesen Input gerne auf.

Patrick Jenelten: Die Abstimmung der diversen Sitzungen sind nicht glücklich und müssen besser koordiniert werden.

Christian Eyholzer: Wann kommen die verschiedenen Projekte an der Basis an?

Raoul Calame: Der Leistungsträger muss sich noch ein wenig gedulden. Das „neue“ Rollenverständnis muss sich zuerst wieder einpendeln.

Dagmar Furrer: Auch die Leistungsträger sind gefordert. Hohl- und Bringschuld.

FR: Wir sind alle in demselben Boot und nehmen die Inputs gerne auf.

Iwan Eyholzer: Das Flaggschiff ist auf Kurs zu bringen und durch die Wellen zu führen. Der Gde Präsident der Gde Bettmeralp dankt dem VR, dem CEO und den Mitarbeitern für Ihren Einsatz.

Christian Eyholzer: Ostern April 2019. Was ist geplant? Eine transparente Kommunikation ist zwingend. Z.B offene und geschlossene Betriebe.

Florian Ruffiner: Genau um das geht's. Jeder ist gefordert. Tourismus ist ein Dienstleistungsunternehmen welches gemeinsam betrieben werden muss. Die Aletsch Arena ist hier ganz klar in der Koordinationspflicht.

Verwaltungsratspräsident Florian Ruffiner dankt den Aktionären, den Gemeinden und dem Verein Aletsch Tourismus für die Zusammenarbeit. Ein spezieller Dank geht an die Vertreter der Bergbahnen für die ausgezeichnete Pistenpräparierung. Trotz der Schneeverhältnisse waren die Pisten ausnahmslos in einem hervorragenden Zustand.

Der Präsident dankt dem Verwaltungsrat, der Geschäftsleitung und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Aletsch Arena AG für das grosse Engagement und den unermüdlichen Einsatz.

Die Aktionäre und die Teilnehmer der ersten ordentlichen Generalversammlung der Aletsch Arena AG werden zu einem gemeinsamen Nachtessen eingeladen.

Der Jahresbericht 01.11.2015 – 31.10.2016 ist integrierender Bestandteil dieses Protokolls.

Für das Protokoll, Geri Berchtold Riederalp, 10. April 2017

