



139.

**GESCHÄFTS-
BERICHT / 2023**

GRINDELWALD 
EIGER

Inhaltsverzeichnis

Vorstand Grindelwald Tourismus 2023	6	Tourismusförderungsabgabe	24
Arbeiten des Vorstands auf strategischer Ebene	7	Hotellerie und Parahotellerie Winter / Sommer 2023	26
Bericht des Geschäftsführers	8	Umweltbericht Jungfrau Region 2023	27
Ganzjahresdestination Grindelwald	10	Bilanz	30
Product Management Nachhaltigkeit	14	Erfolgsrechnung	32
Events	15	Anhang gemäss Art. 959c OR	34
Guest Service 2023	16	Revisorenbericht 2023	36
Product Management 2023	17	Gönner 2023	37
Bettenauslastung Benchmark 2023	18	Organigramm Grindelwald Tourismus	38
Kumulierte Länderstatistik aller Beherbergungsformen	20		

Vorwort des Präsidenten

Werte Vereinsmitglieder von Grindelwald Tourismus

Liebe Leserinnen und Leser



Impressum

Daten | Inhalt: Grindelwald Tourismus Druck: Sutter Druck

Grafik & Layout: MH Grafik

Bilder: Grindelwald Tourismus / Jungfrauabfahrten /
by David Birri | Thomas Biasotto

G Vor einem Jahr hatte ich die Ehre, das Präsidium von Grindelwald Tourismus zu übernehmen. Schon zu Beginn begegnete ich einem Team, das auf allen Ebenen durch Organisationstalent, Motivation und Professionalität beeindruckte. Ein besonderer Dank gebührt hierbei Peter Egger für sein langjähriges, leidenschaftliches Engagement.

Das Jahr 2023 setzte nach dem Rekord an Logiernächten im 2022 noch einen drauf und brachte noch einmal eine markante Steigerung. Dieser Erfolg bescherte nicht nur unserem Verein, sondern auch den Dienstleistern und den Bewohnern von Grindelwald ein wirtschaftlich herausragendes Jahr.

Aufgrund dieser Erfolge wurde unsere Infrastruktur stark gefordert, teilweise bis an ihre Grenzen. Die Bewältigung dieser Herausforderungen hat für uns höchste Priorität. Gemeinsam mit unseren Partnern in Tourismus und Politik setzen wir kurz- und langfristige Massnahmen zur Steuerung der Besucherströme um, erste Schritte erfolgen bereits diesen Sommer.

Die touristischen Wurzeln Grindelwalds reichen bis ins Jahr 1820 zurück, als das erste Hotel, der «Schwarze Adler», seine Pforten öffnete. Seitdem hat der Tourismus zwei Jahrhunderte mit Höhen und Tiefen erlebt und sich als unsere Lebensader etabliert. Der Tourismus bleibt eine positive Kraft für Grindelwald – es liegt an uns, ihn zu pflegen und unser schönes Tal zu bewahren.

Unsere Gäste kommen ungefähr zu je einem Drittel aus der Schweiz, aus Europa bzw. den USA und aus Asien. Diese ausgewogene Verteilung macht unseren Tourismus stark und widerstandsfähig gegen Krisen. Wir setzen alles daran, diese Diversifikation für die Zukunft zu sichern.

In einem sich schnell wandelnden Markt, geprägt durch Social Media und künstliche Intelligenz, streben wir danach, nicht nur mitzuhalten, sondern aktiv mitzugestalten. Die rasanten Entwicklungen sehen wir als grosse Chance, die wir gemeinsam mit unseren Partnern ergreifen. Die Herausforderungen des Tals meistern wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Gemeindevertretern und den Leistungsträgern. Gemeinsam sind wir stark, besonders wenn wir in die gleiche Richtung gehen!



Ich möchte mich herzlich bei den engagierten Vorstandsmitgliedern, unserem langjährigen Resort Director Bruno Hauswirth und seinem effektiven Team bedanken. Auf ein weiteres erfolgreiches Jahr!

Nick Rubi
Präsident Grindelwald Tourismus

Vorstand Grindelwald Tourismus 2023

Nick Rubi

Präsident, Vertreter Gewerbe und Handwerk

Daniel Zihlmann

Vizepräsident, Vertreter Transportunternehmen

Vera Brawand

Frei aus der Gemeinde

Urs Jossi

Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

Stefan Grossniklaus

Vertreter Hotellerie, Pensionen & Restaurationen

Barbara Hofer

Frei aus der Gemeinde

Nils Buri


Vertreter des Gemeinderats

Bruno Hauswirth

Resort Director Grindelwald Tourismus

Logiernächte 2023:

1'616'580 404 Logiernächte pro
Einwohner/Jahr

= 71% 

Bruttobettenauslastung Hotel

Im Jahr 2022: 1'415'607 Logiernächte,
entspricht 62 % Bruttobettenauslastung



385'000
Social Media Nutzer



31'523

Besucher in unserem
Infocenter

Im Jahr 2022:

30'508

Besucher in unserem
Infocenter

Arbeiten des Vorstands auf strategischer Ebene

An der Spitze von Grindelwald Tourismus kam es zu einem signifikanten Führungswechsel. Nick Rubi übernahm die Rolle des Präsidenten von Peter Egger, dessen prägende Ära von 2009 bis Juni 2023 andauerte. Während Eggers Amtszeit erlebte Grindelwald einen markanten Aufschwung, unter anderem manifestiert in einem Anstieg der Übernachtungszahlen um 40% und der Etablierung als Premium-Destination im Schweizer Tourismussektor.

Die Organisation legte grossen Wert auf strategische Planung, was in sieben regulären Vorstandssitzungen und einer jährlichen Klausurtagung deutlich wurde. Das strategische Controlling fokussierte sich auf die umfassende Analyse des Umfelds, der Märkte und der Konkurrenz, um sowohl Chancen als auch Risiken zu erkennen und die Stärken und Schwächen genau zu evaluieren. Diese Analysen dienten als Grundlage zur Entwicklung zukunftsweisender Strategien.

Die Diskussionskultur unter den strategischen Verantwortungsträgern zeichnete sich durch einen hohen Anspruch an sich selbst und die Organisation aus, was den Wettbewerb sowie die Kooperation mit lokalen Partnern förderte.

Durch die diversifizierte Zusammensetzung des Vorstands, bestehend aus Vertretern der Beherbergungsindustrie, des Transports, der Gemeinde und des Gewerbes, wurden die Interessen aller relevanten Stakeholder berücksichtigt.

Im Berichtsjahr standen mehrere Schlüsselprojekte im Fokus:

- Ausdehnung des Bus-Fahrplans im öffentlichen Verkehr
- Verkehrslenkung für Sommer 2024
- Grundsatzbeschluss für das Fussgängerleitsystem in Grindelwald
- Durchführung einer Wertschöpfungsstudie unter der Leitung von Dr. Monika Bandi Tanner / Center for Regional Economic Development (CRED)
- Antrag auf Erhöhung der Kurtaxe zugunsten des Sportzentrums Grindelwald
- Abschluss von Leistungsvereinbarungen, Entwicklung eines Kooperationskonzepts und eines Beitragsregimes mit der Sportzentrum Grindelwald AG
- Validierung der Infrastrukturen

Die Umsetzung strategischer Entscheidungen erhielt besondere Aufmerksamkeit, um die Effektivität zu maximieren und eine Überlastung durch zu viele Aufgaben, welche die Motivation und Effizienz beeinträchtigen könnten, zu vermeiden.

Bericht des Geschäftsführers



G Grindelwald verfolgte im Geschäftsjahr 2023 seine anhaltende Entwicklung weiter, die vor zehn Jahren mit einer konkreten Strategie gestartet wurde. Die hohe Nachfrage und Auslastung belegte die Attraktivität und Qualität des Angebots.

In einer Welt vielfältiger Reiseoptionen zeichnet sich Grindelwald durch ein starkes Engagement für Authentizität und Exzellenz aus. Es ehrt uns, dass immer mehr Gäste Grindelwald als ihren Rückzugsort für unvergessliche Momente wählen. Diese kontinuierliche Entwicklung unterstreicht die anhaltende Begeisterung für die natürliche Schönheit unserer Region sowie das Vertrauen in die einzigartigen Erlebnisse, die unsere majestätische Alpenkulisse bietet.

Wir sind der Überzeugung, dass der wahre Erfolg eines Reiseziels sich nicht allein in Zahlen messen lässt, sondern in der Fähigkeit, einen positiven, nachhaltigen Eindruck bei jedem Gast zu hinterlassen. In diesem Geist möchten wir all jenen danken, die Grindelwald zu einem Ort gemacht haben, der nicht nur Erholung, sondern auch Inspiration bietet.

Angesichts der zunehmenden Herausforderungen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Grindelwald nehmen wir unsere Verantwortung ernst. Lokale und regionale Strategien sind gefordert, um wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeit zu harmonisieren. Die Herausforderungen, darunter saisonale Schwankungen und vielfältige touristische Bedürfnisse, sind komplex, doch wir stellen uns ihnen mit Entschlossenheit.

Mit Blick auf die Zukunft sind wir bestrebt, die Einzigartigkeit von Grindelwald zu bewahren und weiterzuentwickeln, damit auch zukünftige Generationen die Schönheit unserer Heimat erfahren können.

Bruno Hauswirth
Resort Director Grindelwald

Ganzjahresdestination Grindelwald

Im Jahr 2023 hat Grindelwald einen beeindruckenden Erfolg erzielt, indem es mit über 1,6 Millionen Übernachtungen den Rekord des Vorjahres um 14% übertraf. Dieser Erfolg beruht auf einer Kombination aus der Erholung nach den Corona-Massnahmen, der top Performance unserer Leistungsträger, gezielten Marketinginitiativen und der Einführung neuer Infrastrukturen wie der V-Bahn der Jungfraubahnen und der Gondelbahn Grindelwald Männlichen.

Diese Entwicklungen haben das Angebot an Aktivitäten erweitert und die Attraktivität Grindelwalds in seiner idyllischen Umgebung gesteigert. Die Schweizer Gäste waren weiterhin eine zuverlässige Stütze für den Tourismus. Besucher aus Europa und Übersee, insbesondere aus den USA, trugen ebenfalls erheblich zur gestiegenen Nachfrage bei. Die asiatischen Märkte zeigten sich jedoch noch zögerlich aufgrund von begrenzten Flügen und Problemen mit Visumsanträgen. Trotz dieser Herausforderungen übernachteten durchschnittlich 4429 Gäste pro Nacht in Grindelwald, und die Bettenauslastung der Hotellerie erreichte mit 71% den Spitzenwert in der Schweiz.

Grindelwald hat sich nicht nur als eine der führenden Tourismusdestinationen in der Schweiz etabliert, sondern auch als eine echte Ganzjahresdestination bewiesen. Während andere Orte noch an der Umsetzung von Ganzjahreskonzepten arbeiten, bietet Grindelwald bereits ein breites Spektrum an Erlebnissen für jede Saison. Dies wird durch nachhaltige Reiseoptionen und umweltfreundliche Unterkünfte unterstützt, die Grindelwald als ein Vorzeigebeispiel für erfolgreichen ganzjährigen Tourismus positionieren.

Im Zentrum unseres Tuns steht der Gast, daher freut es uns umso mehr, dass Grindelwald aktuell eine bemerkenswerte Anerkennung von der Buchungsplattform Booking.com erhalten hat. Basierend auf über 309 Millionen verifizierten Kundenbewertungen wurde der Ort als fünft gastfreundlichste Destination der Welt ausgezeichnet. Diese herausragende Platzierung ist ein bisher unerreichter Erfolg für eine Schweizer Ortschaft und reflektiert die aussergewöhnliche Gastfreundschaft, die Besucher dort vorfinden.

Grindelwald erwirtschaftet den überwiegenden Teil seiner wirtschaftlichen Leistung, direkt oder indirekt, durch den Tourismus, der als zentraler Wirtschaftsmotor der Region gilt. Dies reflektiert sich auch im Gesamthaushalt der Gemeinde, der für das Jahr 2023 mit einem Ertragsüberschuss von 8,837 Millionen Franken abschliesst. Dieser Überschuss basiert hauptsächlich auf erhöhten Steuereinnahmen, welche direkt oder indirekt aus der Erhöhung der amtlichen Werte stammen, aber auch Rekordsteuererträgen von juristischen Personen wie Hotels oder Transportunternehmen, die über eine eigene Rechts- und Geschäftsfähigkeit verfügen.

Finanzen

Als Hauptaktionär der Jungfrau Region Tourismus AG hält Grindelwald Tourismus einen Kapital- und Stimmanteil von 43%. Diese enge Bindung spiegelt sich in der Finanzbuchhaltung wider, wo der Personalaufwand, die Betriebskosten des Infocenters, das Ortsmarketing und bestimmte Verwaltungsausgaben über eine speziell für Grindelwald eingerichtete Spartenrechnung abgewickelt werden. Dieses Verfahren gewährleistet eine transparente und nachvollziehbare Zuordnung der finanziellen Mittel der fünf Partnerorte nach Herkunft und Verwendung.

Grindelwald Tourismus ist zuständig für die Erhebung der Tourismusförderungsabgabe (TFA), die an die Jungfrau Region Tourismus AG weitergegeben wird, um touristische Marketingaktionen zu finanzieren. Im Jahr 2023 betrug die TFA CHF 629'033.40, die über ein Transitkonto an die JRT AG überwiesen wurde. Die Beitragsgestaltung wird im Jahresbericht ausführlich erläutert und gewährt so einen detaillierten Einblick in die finanzielle Unterstützung. Das Geschäftsjahr

2023 endete mit einem Gewinn von CHF 86'667.84. Dieses Ergebnis ist auf eine Rekordzahl an Übernachtungen von praktisch allen Anbietern und einen sparsamen Haushalt zurückzuführen. Der Erfolg basiert auf der Disziplin aller Mitarbeitenden, der sachkundigen Finanzverwaltung und dem Einsatz der Bereichsleitungen. Eine vollständige Präsentation der Bilanz und Erfolgsrechnung befindet sich im Jahresbericht.

Infocenter

Im Jahr 2023 war das Gästeinformationszentrum Grindelwald an beeindruckenden 358 Tagen geöffnet und stand damit fast das ganze Jahr über als zentrale Anlaufstelle für Besucher aus der ganzen Welt bereit. Mit Hingabe und Professionalität widmete sich das Team der Gästeinformation einer breiten Palette an Dienstleistungen: von der Abrechnung der Gästetaxen über die Buchung und Verwaltung von Hotels und Ferienwohnungen bis hin zu Korrespondenz und administrativen Aufgaben. Auch die Unterstützung bei der Erstellung von Prospekten und der Verkauf von Artikeln sowie Eventtickets gehörten zu ihren vielfältigen Aufgaben. Als Dreh- und Angelpunkt gewährleistete die Gästeinformation einen nahtlosen Informationsfluss zwischen der Tourismusorganisation, den Gästen und den lokalen Leistungsträgern. Die Zahlen sprechen für sich: Im Laufe des Jahres betrieb das Team persönlich 31'523 Gäste am Schalter, bearbeitete 7'405 E-Mails, führte 9'130 Telefongespräche und interagierte mit 1'975 Nutzern auf Social Media. Insgesamt zählte das Infocenter damit 50'033 Interaktionen mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen.

Trotz einer Anpassung der personellen Besetzung von 680% Einsatz im Vorjahr auf 540% im Jahr 2023, meisterte das Team der Gästeinformation diese beeindruckende Anzahl von Interaktionen mit Bravour.

Produktmanagement – Social Media

In Grindelwald wird mit einem massgeschneiderten Budget ein präzises Ortsmarketing betrieben, das gezielt der Markenentwicklung und -pflege dient. Ein beachtlicher Teil dieser Mittel wird in Partnerschaften mit Transportunternehmen investiert, wodurch die Reichweite und der Einfluss unserer Marketinginitiativen signifikant gesteigert werden. Darüber hinaus kommt ein speziell zugeteiltes Eventbudget zum Einsatz, das dazu dient, das kulturelle Angebot zu bereichern, die lokale Kultur zu fördern und Besucher aus der ganzen Welt anzuziehen. Die bewusste Allokation eines bedeutenden Budgets für Events unterstreicht unser Engagement, Grindelwald als ein lebendiges und facettenreiches Ziel auf der touristischen Landkarte zu verankern.

Die fruchtbare Zusammenarbeit mit den Jungfraubahnen ergänzt diese Bemühungen meisterhaft. Die gemeinsamen Anstrengungen in Bereichen wie Markt- und Medienarbeit, Eventmanagement und Social Media schaffen wertvolle Synergien. Diese Partnerschaft treibt nicht nur die finanzielle Performance voran, sondern steigert auch signifikant die Attraktivität Grindelwalds als Premium-Reiseziel. Gemeinsam arbeiten wir daran, Grindelwalds internationale Präsenz zu stärken und das Besuchererlebnis kontinuierlich zu verbessern.

Die Medienarbeit ist ein weiterer zentraler Pfeiler unserer Strategie, der sowohl traditionelle als auch digitale Kanäle umfasst, um Grindelwalds Charme als Urlaubsziel zu kommunizieren. Durch Medienreisen und redaktionelle Beiträge wird unsere Glaubwürdigkeit verstärkt, während digitale Medien einschliesslich Social Media, Blogs und Videomaterial, gezielte Kommunikation und authentische Einblicke ermöglichen.

Unsere Social-Media-Strategie legt besonderen Wert auf ständige Interaktion und hohe Qualität, was 2023 zu einem beeindruckenden Anstieg auf etwa 385.000 Follower führte. Das engagierte Community-Management spielt dabei eine entscheidende Rolle. Zudem erhöhen die Zusammenarbeit mit Content Creators und die Integration in TV-Produktionen, ergänzt durch Werbespots und Themenwochen, die Sichtbarkeit und unterstreichen die Anziehungskraft Grindelwalds.

Durch die Kooperation mit der Jungfrau Region Tourismus AG können wir unsere Ressourcen bündeln und über 2 Millionen CHF für regionale Werbemassnahmen bereitstellen. Diese strategische Partnerschaft optimiert die Effektivität unserer Marketinganstrengungen und festigt Grindelwalds Stellung als herausragendes Ziel. Die Vielfalt und die Detailtiefe unserer Aktivitäten, einschliesslich des zielgerichtet eingesetzten Eventbudgets, werden in einer Mindmap im Jahresbericht dargestellt. Diese veranschaulicht eindrucksvoll unsere umfassenden Bemühungen und die synergetische Wirkung unserer Marketingstrategie, die Grindelwald in das Scheinwerferlicht rückt.

Dank

An dieser Stelle möchte ich meine Anerkennung für die Beiträge aller Beteiligten im Jahr 2023 ausdrücken. Die herausragenden Leistungen unserer Mitarbeitenden, einschliesslich des engagierten Vorstands von Grindelwald Tourismus, waren nicht nur entscheidend, sondern auch inspirierend für die Erreichung unserer ambitionierten Ziele. Ihre Professionalität, Einsatzbereitschaft und beeindruckende Anpassungsfähigkeit an die stets wechselnden Herausforderungen haben in hohem Masse zu unserem gemeinsamen Erfolg beigetragen. Es ist mir ein echtes Anliegen, zu betonen, dass diese Anerkennung weit mehr ist als eine formelle Geste – sie ist eine tiefe Wertschätzung für jeden Einzelnen.

Ich bin ebenfalls dankbar für die wertvolle Zusammenarbeit und Unterstützung unserer Partner, darunter Transportunternehmen, Beherbergungsbetriebe, Gewerbetreibende und Behörden, die unerlässlich für unsere Fortschritte waren.

Ein besonderer Dank gilt unseren Gästen, deren Loyalität und konstruktives Feedback entscheidend sind für die kontinuierliche Entwicklung und Verbesserung Grindelwalds. Ihre Rückmeldungen sind für uns von grosser Bedeutung und treiben uns an, ein Umfeld zu schaffen, das den Erwartungen unserer Besucher entspricht.

In Anerkennung der Beiträge aller Beteiligten verpflichten wir uns dazu, unsere Ziele weiterzuerfolgen und Grindelwald als attraktive Destination zu erhalten und zu verbessern. Vielen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Bruno Hauswirth

Bruno Hauswirth, Resort Director Grindelwald



Product Management Nachhaltigkeit

Produkt Management
Nachhaltigkeit 2023



Kulinarik

- Arbeitsgruppen Kulinarik Trail & Taste of Grindelwald



Kultursommer

- Konzept
- Koordination



Kooperation Unesco

- Zusammenarbeit im Rahmen der Kooperation
- Projekt «Challifloh» (Trail und Buch)
- Weitere Kleinprojekte



Geschäftsführung Verein Eigerness

- Vorstandsarbeiten
- Bauernvereinigung
- Mitgliedschaften
- Schindeldachfonds

Events

Events
2023



Externe Events

Unterstützer

- Eiger Ultra Trail
- Eiger Rock
- Bull Trophy
- Mountainrun
- Eiger Tour
- Inferno Triathlon

- Unterstützung in der Kommunikation sowie Sponsoring-Leistungen bei zahlreichen weiteren Events



Eigene Events

Hauptorganisator

- Kinderosterparty
- Buuremärit
- 1. August
- Chlousetag
- Silvester

- Velogemel WM
- Summer Sunset Cinema
- Light Art Grindelwald
- Gratis-Konzerte auf dem Eiger+ Platz



Allgemeine Kommunikation

- Medienmitteilungen
- Website
- Facebook Event
- Displaykampagnen

- Google Ads
- STnet
- Imprimat: Blachen Flyer/Plakate: Kreieren, drucken und verteilen

Guest Service 2023

Der Guest Service ist das Herzstück des gesamten Resorts Grindelwald. Wir sind an sieben Tagen in der Woche für unsere Gäste und Leistungspartner vor Ort.

Guest Service
2023



Gästeprogramm

- Erarbeiten der Exkursionen zusammen mit den Leistungspartnern
- Koordination der Einsätze sowie des Eventplans
- Gäste und Leistungspartner informieren
- Erfassen und Verwalten des Veranstaltungskalenders



Backoffice

- Interner und Externe Betreuung des Informationsflusses (zB. Infokanal)
- Versand und Betrieb internationaler Post
- Kompetente Beratung per E-Mail und Telefon
- Vermittlungen von Ferienwohnungen, Campingplätzen und Hotelzimmern
- Organisation und Verwaltung der Plakatwände
- Hilfeleistungen und Stellvertretung des Clubs der Ehrengäste

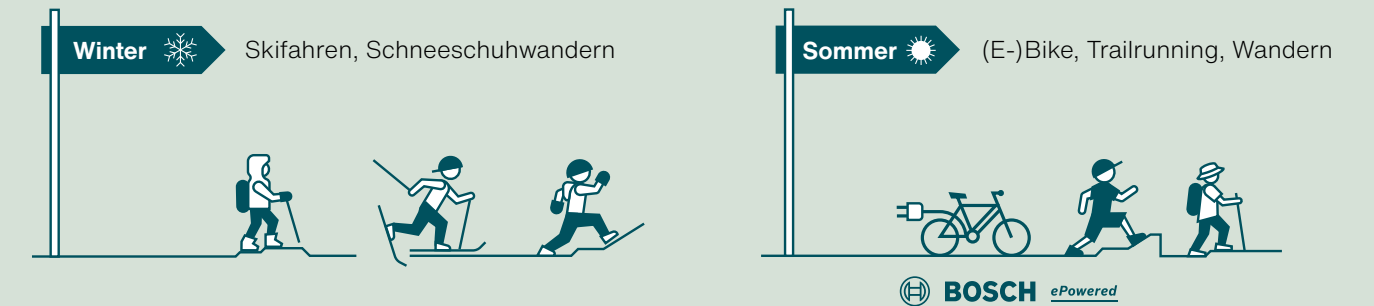


Product Management 2023

Was? Wo? Wie?

Ein gutes Produktmanagement und zeitgleich Marketing ist heute vielseitiger und komplexer als je zuvor. Jeder kann mit vergleichsweise wenig Mitteln eine grosse Reichweite erzeugen, muss dafür aber ein feines Gespür für den Zeitgeist mitbringen. Mit der richtigen Taktik und einem innovativem Marketing-Mix kann die richtige Zielgruppe direkt, effizient und nachhaltig erreicht werden.

Aktivitäten



Fotoshooting

Verschiedene Fotoshootings



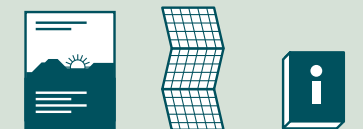
Allgemeine Kommunikation

Medienmitteilungen verschicken
Leistungsträger informieren
Aktualität der Website gewährleistet



Imprimate

Flyer, Plakate und Werbebanner für diverse Angebote und Events
Kartenmaterial erneuert
Info Guide



Angebote

Go Snow Schneesportinitiative
interaktive Trails
Anerkennungspreis



UNESCO World Heritage / Swiss Alps
Jungrau-Aletsch

Werbung

Stellenportal Grindelwald
Magazin Werbung
Medienfragen beantworten
Sonstiges
Displaykampagnen, Google Ads



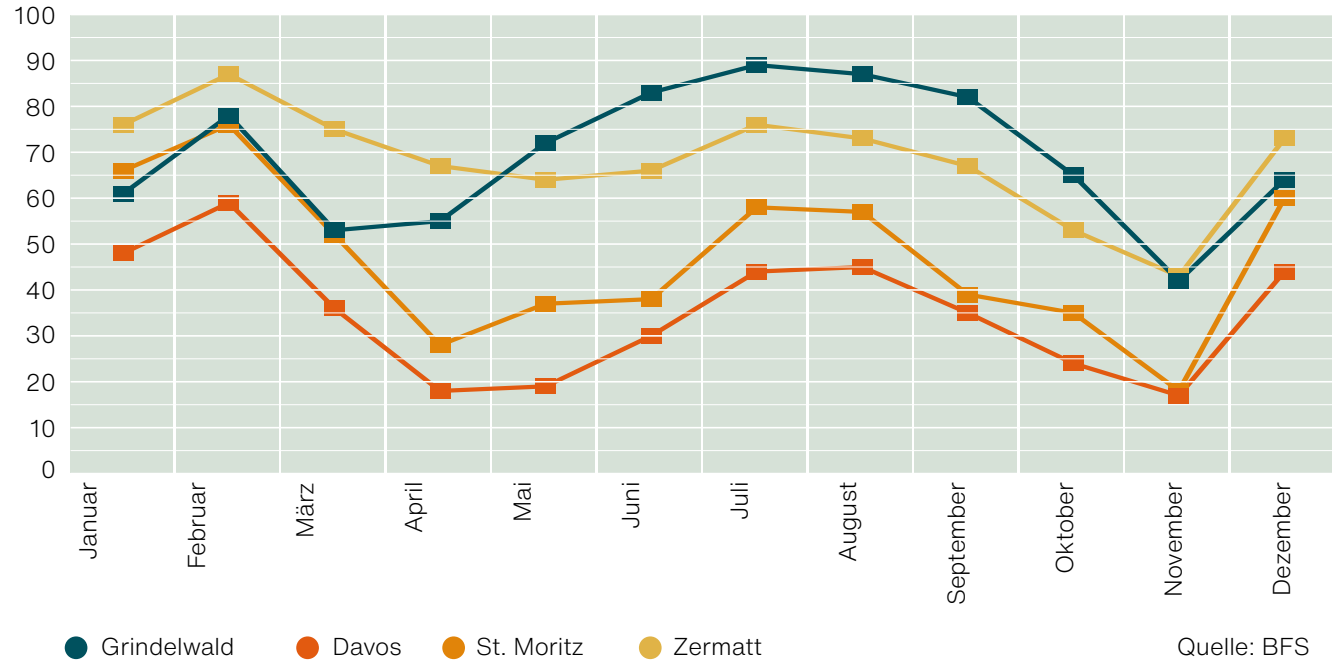
Medien Reisen

Individuelle Medienreisen
Medienreisen via Agenturen
TV-Werbung



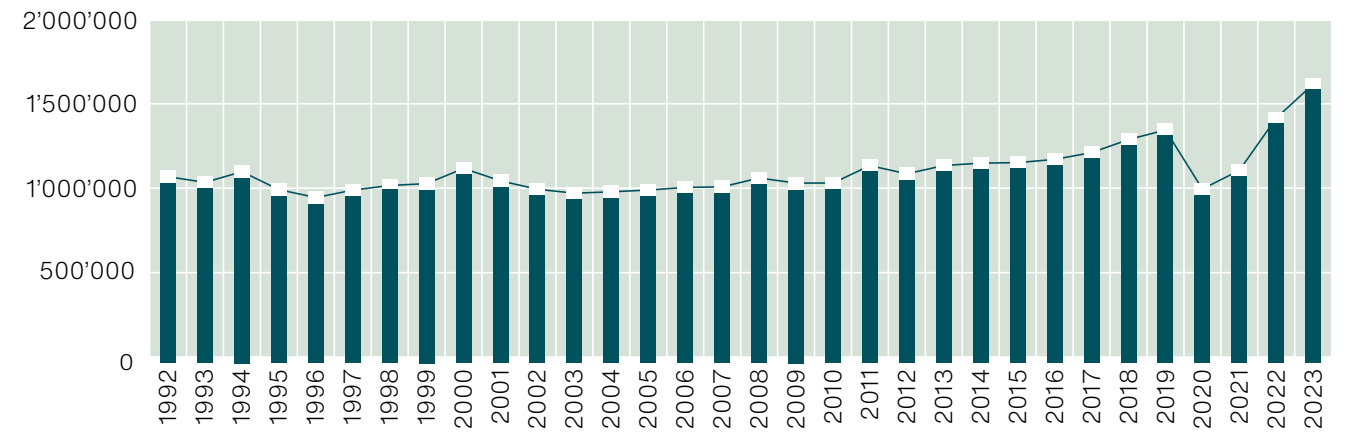
Bettenauslastung Benchmark 2023

Hotellerie 2023: Angebot und Nachfrage der geöffneten Betriebe /
Nettobettenauslastung (Daten BfS / HESTA)



Logiernächte 2023 und Langzeitentwicklung

	2019	2020	2021	2022	2023
Hotels	617'033	368'280	451'959	651'411	802'790
Ferienwohnungen	288'138	211'331	236'008	331'485	360'994
Ferienwohnungen Pauschalkurtaxe	312'533	316'659	322'016	325'801	325'085
Berghotels, Herbergen, Ferienheime, Berghütten	94'538	65'110	63'915	69'993	84'459
Camping	32'685	33'753	31'648	36'917	43'252
Gesamttotal	1'344'927	995'133	1'105'546	1'415'607	1'616'580



Bettenauslastung Schweiz 2023

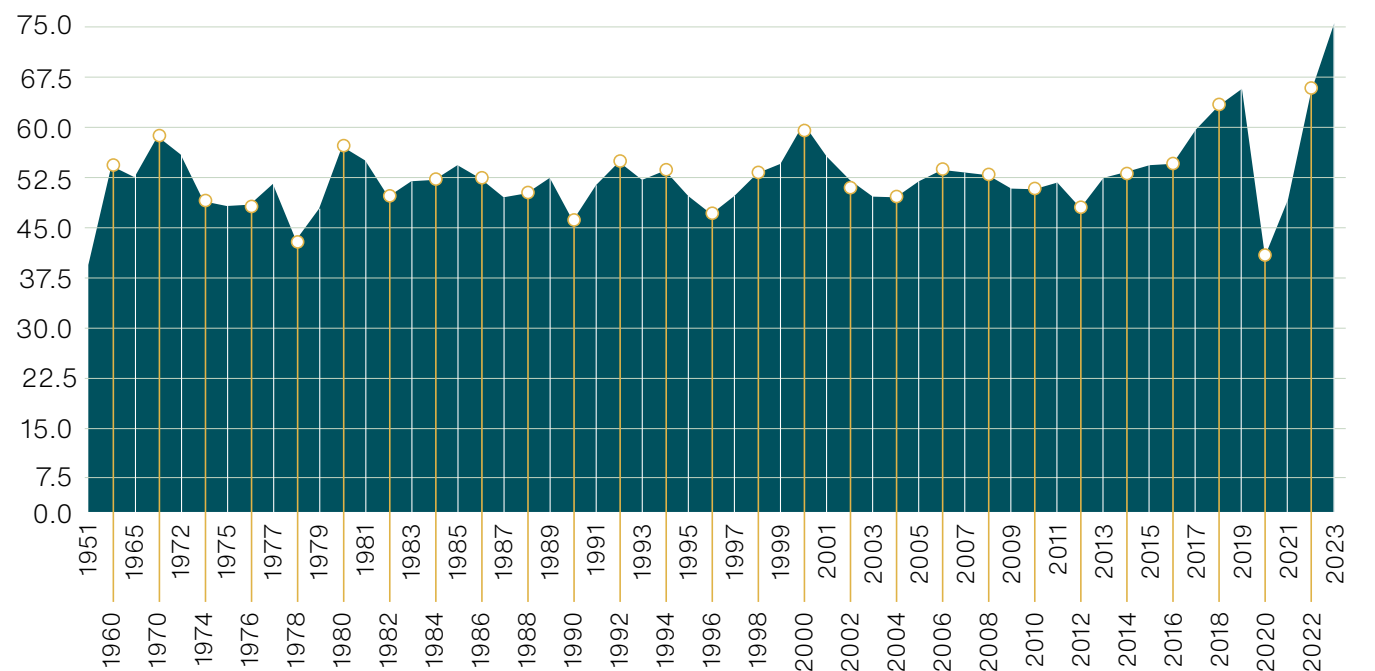
Hotellerie: Angebot und Nachfrage der geöffneten
Betriebe nach Gemeinde

Rank / BFS-Nr.	Bettenauslastung in %
1 576 Grindelwald	71.46
2 6300 Zermatt	70.97
3 1059 Kriens	70.75
4 581 Interlaken	68.26
5 938 Sigriswil	66.44
6 593 Unterseen	64.95
7 6295 Täsch	64.38
8 3789 Sils im Engadin/Segl	61.08
9 261 Zürich	58.90
10 1366 Morschach	58.62
11 584 Lauterbrunnen	58.30
12 5407 Leysin	58.21
13 6630 Meyrin	58.16
14 942 Thun	57.91
15 1061 Luzern	57.54
16 5091 Ascona	56.97
17 3901 Chur	56.67
18 768 Spiez	56.55
19 351 Bern	55.43
20 843 Saanen	54.70

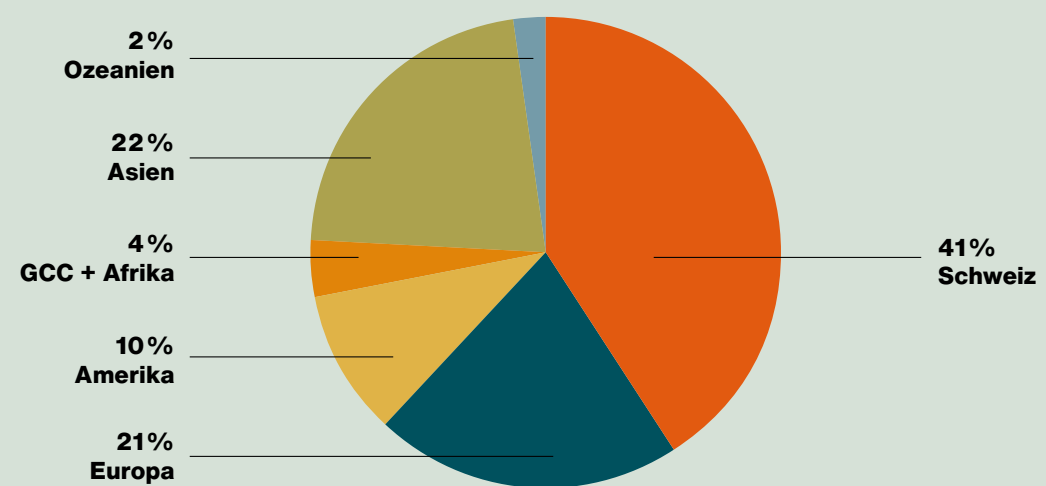
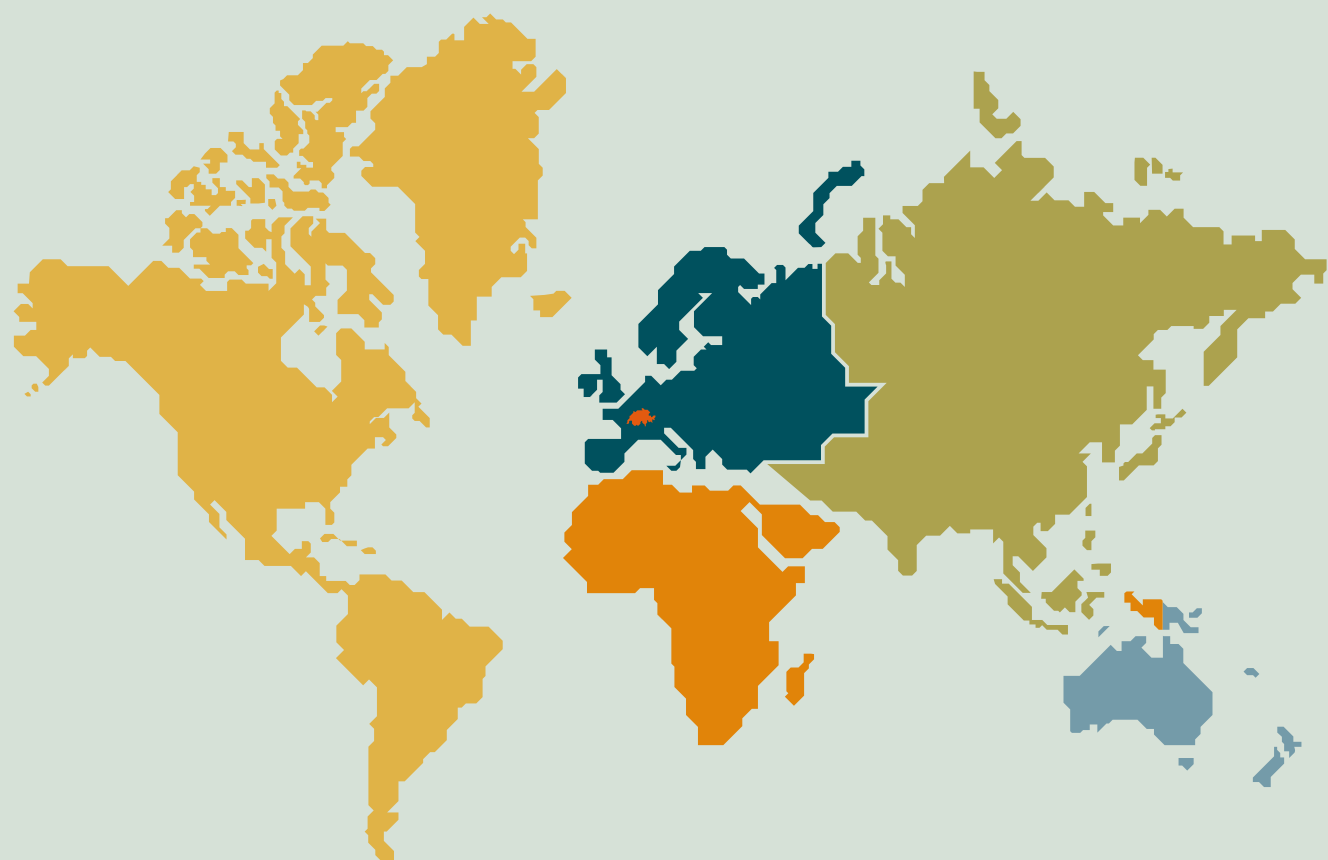
Quelle: BFS - Beherbergungsstatistik - © BFS

Bruttobettenauslastung Hotels 1950 bis 2023

Langzeitliche Bruttobettenauslastung Hotellerie Grindelwald 1951-2023



Kumulierte Länderstatistik aller Beherbergungsformen



	Ferienwohnungen	Hotels	PKT (90.58% = CH)	Total
Europa	105'643	178'263	30'624	314'530
Amerika	40'618	109'343		149'961
GCC + Afrika	21'847	38'295		60'142
Asien	80'441	252'022		332'463
Ozeanien	7'319	17'720		25'039
Schweiz	105'132	207'147	294'461	606'740



Hotels	Logiernächte		Zu-/Abnahme Vorjahr	
	2023	2022	Absolut	%
Belgien	7'061	7'799	-738	-9.46
Deutschland	48'646	49'186	-540	-1.10
Frankreich	11'784	13'960	-2'176	-15.59
Grossbritannien/Irland	53'138	52'591	547	1.04
Italien	3'838	3'896	-58	-1.49
Luxemburg	3'372	4'181	-809	-19.35
Niederlande	15'956	20'201	-4'245	-21.01
Österreich	2'759	3'086	-327	-10.60
Russland	809	631	178	28.21
Skandinavien	7'226	8'564	-1'338	-15.62
Spanien/Portugal	5'168	4'590	578	12.59
Israel	5'350	6'316	-966	-15.29
Übriges Europa	13'156	15'534	-2'378	-15.31
Europa Total	178'263	190'535	-12'272	-6.44
USA/Kanada	99'500	61'519	37'981	61.74
Übriges Amerika	9'843	6'944	2'899	41.75
Amerika Total	109'343	68'463	40'880	59.71
GCC und Afrika Total	38'295	49'837	-11'542	-23.16
China inkl. Hongkong	39'249	9'911	29'338	296.01
Indien	11'098	7'601	3'497	46.01
Japan	16'563	3'549	13'014	366.69
Korea	108'754	33'421	75'333	225.41
Taiwan	26'351	2'356	23'995	1018.46
Übriges Asien	50'007	37'512	12'495	33.31
Asien Total	252'022	94'350	157'672	167.11
Australien/Ozeanien	17'720	7'017	10'703	152.53
Ausland Total	595'643	410'202	185'441	45.21
Schweiz/FL	207'147	241'209	-34'062	-14.12
Gesamttotal	802'790	651'411	151'379	23.24

Ferienwohnungen	Logiernächte		Zu-/Abnahme Vorjahr	
	2023	2022	Absolut	%
Belgien	3'880	5'364	-1'484	-27.67
Deutschland	41'568	45'783	-4'215	-9.21
Frankreich	6'882	6'801	81	1.19
Grossbritannien/Irland	17'529	17'075	454	2.66
Italien	2'069	2'000	69	3.45
Israel	2'082	3'598	-1'516	-42.13
Luxemburg	1'313	1'450	-137	-9.45
Niederlande	19'062	22'247	-3'185	-14.32
Österreich	587	525	62	11.81
Russland	244	170	74	43.53
Skandinavien	2'806	2'422	384	15.85
Spanien/Portugal	2'699	2'820	-121	-4.29
Übriges Europa	4'922	4'354	568	13.05
Europa Total	105'643	114'609	-8'966	-7.82
USA/Kanada	38'962	26'036	12'926	49.65
Übriges Amerika	1'656	1'255	401	31.95
Amerika Total	40'618	27'291	13'327	48.83
GCC und Afrika Total	21'847	24'950	-3'103	-12.44
China inkl. Hongkong	6'615	1'803	4'812	266.89
Indien	7'986	5'843	2'143	36.68
Japan	1'993	1'097	896	81.68
Korea	50'284	19'647	30'637	155.94
Singapur	5'513	5'458	55	1.01
Übriges Asien	8'050	5'633	2'417	42.91
Asien Total	80'441	39'481	40'960	103.75
Australien/Ozeanien	7'319	3'234	4'085	126.31
Ausland Total	255'868	209'565	46'303	22.09
Schweiz/FL	105'132	121'920	-16'788	-13.77
Gesamttotal	686'085	657'286	28'799	4.38
Total effektive Logiernächte	361'000	331'485	29'515	8.90
Pauschalkurtaxen	325'085	325'801	-716	-0.22

Tourismusförderungsabgabe

Grindelwald Tourismus ist zuständig für die Erhebung der Tourismusförderungsabgabe (TFA), die an die Jungfrau Region Tourismus AG weitergegeben wird, um touristische Marketingaktionen zu finanzieren.

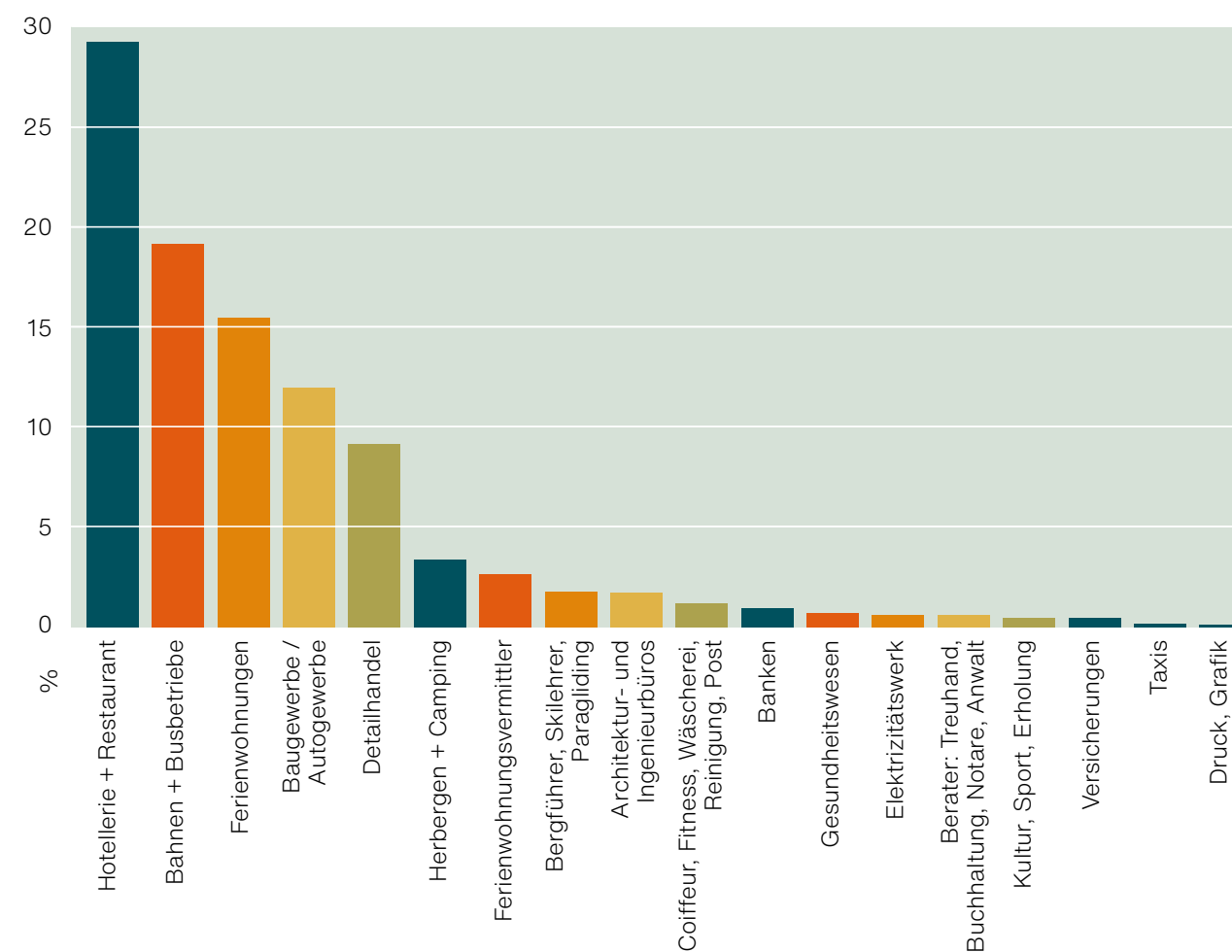
Sämtliche TFA-Gelder werden der Jungfrau Region Tourismus AG weitergeleitet. Diese Taxen dürfen ausschliesslich für die Werbung, dem Verkauf touristischer Leistungen oder für werbewirksame Veranstaltungen in den Bereichen Tourismus, Sport und Kultur verwendet werden.

So werden z.B. touristische Publikums- und Fachmessen besucht, bei Verkaufsreisen verschiedene Reisebüros und -veranstalter getroffen und Medienarbeit betrieben. Reiseveranstalter, Journalisten und Influencer werden zu Studienreisen eingeladen, mit dem Ziel, dass daraus Presseartikel, Fernseh- und Socialmediabeiträge resultieren oder ein buchbares Angebot erstellt wird.

Tourismusförderungsabgabe 2023

Die Einnahmen aus der Tourismusförderungsabgabe (TFA) stellen sich wie folgt zusammen:

Total Tourismusförderungsabgabe	CHF	%
Hotellerie + Restaurant	184'289.05	29.30%
Bahnen + Busbetriebe	120'589.50	19.17%
Ferienwohnungen	97'424.00	15.49%
Baugewerbe / Autogewerbe	75'488.75	12.00%
Detailhandel	57'657.00	9.17%
Herbergen + Camping	21'252.00	3.38%
Ferienwohnungsvermittler	16'696.10	2.65%
Bergführer, Skilehrer, Paragliding	11'126.45	1.77%
Architektur- und Ingenieurbüros	10'854.45	1.73%
Coiffeur, Fitness, Wäscherei, Reinigung, Post	7'562.15	1.20%
Banken	5'907.30	0.94%
Gesundheitswesen	4'472.35	0.71%
Elektrizitätswerk	3'993.75	0.63%
Berater: Treuhand, Buchhaltung, Notare, Anwalt	3'957.65	0.63%
Kultur, Sport, Erholung	2'994.80	0.48%
Versicherungen	2'875.50	0.46%
Taxis	1'020.50	0.16%
Druck, Grafik	872.10	0.14%
Total	629'033.40	100.00%



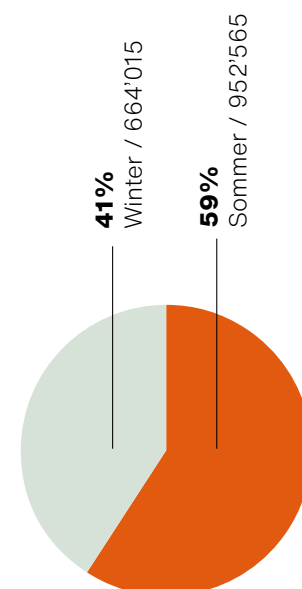
Hotellerie und Parahotellerie Winter / Sommer 2023



Umweltbericht Jungfrau Region 2023 im Rahmen der Erst-Zertifizierung ISO 14004: 2015



	Winter	Sommer	Total
Hotels	311'769	491'021	802'790
Ferienwohnungen	149'393	211'601	360'994
Herbergen, Hostels	16'403	23'080	39'483
Camping	1'824	25'469	27'293
Berghotels	12'716	24'367	37'083
Berghütten		5'117	5'117
Pauschalkurtaxen, Ferien- wohnung, Camping, Weidhäuser	171'910	171'910	343'820
Total	664'015	952'565	1'616'580



1. Ausgangslage

Die Jungfrau Region Tourismus AG hat sich in ihrer Vision im Kern bereits für Umwelt- und Nachhaltigkeitsprinzipien ausgesprochen. „In unserer unternehmerischen Ausrichtung setzen wir auf glaubwürdige Authentizität. Diese beginnt bei den Mitarbeitenden der Jungfrau Region Tourismus AG und der einheimischen Bevölkerung. Nur was diese beiden Anspruchsgruppen auch vor Ort leben, kann von den Gästen authentisch angenommen werden! Wir pflegen einen umfassenden, nachhaltigen Umgang mit unseren Ressourcen und tragen aktiv dazu bei, das UNESCO-Welterbe in unserer Region zu bewahren.“

Durch dieses Engagement erhalten wir unser wichtigstes Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Destinationen und schaffen eine Destination, die nicht nur wirtschaftlich erfolgreich ist, sondern auch langfristig einen positiven Beitrag für die Umwelt und die lokale Gemeinschaft leistet.“

Im Zuge der Aufrechterhaltung der ISO Norm 9001:2015 wurde nun im Frühjahr 2024 auch die ISO Norm 14001:2015 im Bereich Umweltmanagement erstzertifiziert!

2. Führungsprinzipien

Die Führungsebene der Jungfrau Region Tourismus AG hat die Verantwortung, die Umweltpolitik und das Umweltmanagementsystem (UMS) zu leiten und zu unterstützen. Dies beinhaltet die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen, die Förderung des Umweltbewusstseins unter den Mitarbeitern und die Sicherstellung, dass das UMS in alle Geschäftsprozesse integriert ist. Die Führungskräfte sind auch dafür verantwortlich, die Umweltziele zu definieren und deren Erreichung zu überwachen.

Nach einem Workshop mit dem Verwaltungsrat der JRT AG wurden die Ergebnisse in der Geschäftsleitung reflektiert, in welcher alle fünf Resorts der Jungfrau Region vertreten sind. Daraus wurden Umweltziele formuliert und im vorhandenen Management Review verankert.

3. Planung

Die Planung umfasst die Identifizierung von Umweltaspekten, die Festlegung von Umweltzielen und das Entwickeln von Strategien zu deren Erreichung. Die Organisation muss Risiken und Chancen bewerten, die sich aus ihren Umweltaspekten ergeben, und entsprechende Massnahmenpläne erstellen. Dies beinhaltet auch die Vorbereitung auf Notfallsituationen und die Reaktion auf Umweltvorfälle.

Die Umweltrelevanzmatrix der JRT AG zeigt, dass die Organisation in verschiedenen Bereichen wie Energieversorgung, IT-Partner und Gästeservice direkte und indirekte Umwelteinwirkungen hat. Die Organisation hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Umweltleistung kontinuierlich zu verbessern und die Umweltbelastungen zu verringern.

4. Unterstützung

Die Unterstützung bezieht sich auf die Bereitstellung von Ressourcen, Kompetenzen, Bewusstsein und Kommunikation sowie die Dokumentation des UMS. Die Organisation muss sicherstellen, dass alle Mitarbeiter die Bedeutung des UMS verstehen, die relevanten Kompetenzen besitzen und angemessen geschult sind. Zudem ist eine effektive interne und externe Kommunikation über das UMS und die Umweltleistung erforderlich.

Zur Erreichung der Unterstützung wurde ein internes Umwelt-Team gegründet, welches sich fachlich divers und über die Resorts der JRT AG verteilt zusammensetzt.

Die Zusammenarbeit mit My Blue Planet ermöglichte eine rasche Identifikation derjenigen Umweltthemen, auf welche die Organisation auch kurzfristig die grösste Hebelwirkung entfalten konnte.

5. Betrieb

Die Organisation hat spezifische Aktivitäten identifiziert, die eine signifikante Hebelwirkung auf ihre Umweltleistung haben. Aus der Umweltrelevanzmatrix geht hervor, dass folgende Aktivitäten besonders wichtig sind:

Energieeffizienz: Durch die Optimierung des Energieverbrauchs in allen Betriebsstätten kann die Organisation ihre CO₂-Emissionen signifikant reduzieren.

Abfallmanagement: Eine verbesserte Trennung und Recycling von Abfällen trägt zur Reduzierung der Umweltbelastung bei.

Wassermanagement: Durch den sparsamen Umgang mit Wasserressourcen und die Reduzierung von Wasserverschmutzung leistet die Organisation einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz.



Stromeinsparung durch Verhaltens- änderung und punktuelle technische Anpassungen



Mülltrennung erhöhen



2 x jährlich Mitarbeiter, Leistungsträger und Gäste informieren



Regionale und saisonale Lebensmittel beziehen



Feststellen des Mobilitätsverhaltens der Mitarbeitenden



Zusammenarbeit mit Druckereien die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, 75 % der Drucksachen müssen den Kriterien entsprechen



Ressourceneffizient erhöhen in einem ersten Schritt die Ausdrücke vor Ort um 5 % reduzieren

Mitarbeiterschulung: Regelmässige Schulungen und Workshops erhöhen das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter und fördern umweltfreundliche Praktiken am Arbeitsplatz.

Nachhaltige Beschaffung: Die Auswahl von Lieferanten und Produkten unter Berücksichtigung von Umweltaspekten unterstützt die Nachhaltigkeitsziele der Organisation.

6. Leistungs-Evaluierung und Verbesserung

Die Leistung des UMS wird regelmässig bewertet, um sicherzustellen, dass die Umweltziele erreicht werden und kontinuierliche Verbesserungen stattfinden. Dies beinhaltet die Überwachung und Messung der wichtigsten Umweltaspekte, die Bewertung der Compliance mit Umweltgesetzen und -vorschriften und die Durchführung von internen Audits.

Die Organisation ist bestrebt, ihre Umweltleistung stetig zu verbessern. Dies beinhaltet die Identifizierung von Verbesserungspotenzialen, die Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen und die Überprüfung der Wirksamkeit dieser Massnahmen. Die Ergebnisse der Leistungsbewertung und der Audits dienen in Kombination mit einem etablierten Umweltmanagement Monitoring der implementierten Massnahmen als Grundlage für die kontinuierliche Verbesserung des UMS.

Bilanz

Bilanz per	31.12.2023		31.12.2022	
Aktiven				
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel	2'268'666.76		1'918'491.46	
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	1'500'520.90		1'430'472.55	
Forderungen aus L + L JRT AG	13'682.95		10'212.45	
Forderungen aus L + L Sportzentrum AG	447.35		13'661.82	
Wertberichtigung Forderungen	-90'000.00		-95'000.00	
Übrige kurzfristige Forderungen	1'668.65			
Vorräte	1.00		1.00	
Aktive Rechnungsabgrenzung	3'968.50		6'056.60	
Total Umlaufvermögen	3'698'956.11	93%	3'283'895.88	91%
Anlagevermögen				
Wertschriften	75'286.60		75'286.60	
Beteiligung Jungfrau Region Tourismus AG	258'000.00		258'000.00	
./ WB Beteiligung JRT AG	-257'999.00		-257'999.00	
Total Finanzanlagen und Beteiligungen	75'287.60		75'287.60	
Mobiliar, Geräte, mobile Anlagen	9'102.00		12'802.00	
Informatik- und Kommunikationsanlage	2.00		2.00	
Fahrzeuge	1'000.00		2'000.00	
Anzahlung für Fahrzeug	18'639.00			
Langlauffahrzeug in Leasing	125'326.50		175'326.50	
Total mobile Sachanlagen	154'069.50		190'130.50	
Gletscherschlucht	1.00		1.00	
Tennis Mettenberg	1.00		1.00	
Tourist Center	48'600.00		54'000.00	
Total immobile Sachanlagen	48'602.00		54'002.00	
Total Anlagevermögen	277'959.10	7%	319'420.10	9%
Total Aktiven	3'976'915.21	100%	3'603'315.98	100%

Bilanz per	31.12.2023		31.12.2022	
Passiven				
Kurzfristiges Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Dritten	326'517.60		301'181.91	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Nahestehenden (JRT AG)	416'645.80		490'446.28	
Verbindlichkeit Covid-19 Kredit	-		200'000.00	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	65'569.03		56'088.50	
Passive Rechnungsabgrenzung	1'599'697.20		1'425'193.05	
Total kurzfristiges Fremdkapital	2'408'429.63		2'472'909.74	
Langfristiges Fremdkapital				
Rückstellungen	815'000.00		415'000.00	
Verbindlichkeit Leasing UBS	75'823.65		124'412.15	
Total langfristiges Fremdkapital	890'823.65		539'412.15	
Total Fremdkapital	3'299'253.28	83%	3'012'321.89	84%
Eigenkapital				
Eigenkapital am Anfang	590'994.09		502'127.37	
Jahresergebnis	86'667.84		88'866.72	
Eigenkapital am Ende	677'661.93	17%	590'994.09	16%
Total Passiven	3'976'915.21	100%	3'603'315.98	100%



Erfolgsrechnung

Ertrag	Budget 2023	01.01. - 31.12.2023	01.01. - 31.12.2022
Kurtaxen			
Hotels	1'880'000.00	2'750'457.90	2'232'487.50
Berghotels	65'000.00	101'004.10	83'522.90
Ferienwohnungen	2'020'000.00	2'413'773.35	2'298'205.35
Camping	105'000.00	151'239.20	129'703.05
Herbergen, Ferienheime	160'000.00	152'623.55	242'420.65
	4'230'000.00	5'569'098.10	4'986'339.45
Uebrige Beiträge			
Hotels Logiernächteabgabe	20'000.00	31'209.25	27'358.38
Mitgliederbeiträge	13'500.00	14'060.00	13'340.00
Auswärtige Gönner	6'500.00	6'370.00	6'690.00
Gemeinde Grindelwald	29'000.00	27'570.10	27'980.00
	69'000.00	79'209.35	75'368.38
Diverse Anlagen GT	60'000.00	48'878.54	56'288.36
Handel und Dienstleistungen	193'500.00	92'041.06	96'320.05
Billettprovisionen	45'000.00	56'094.85	68'011.84
Sport & Events	85'500.00	166'213.38	270'343.50
Übrige Erträge	15'000.00	6'115.65	23'887.71
Verluste Forderungen, Veränderung Wertberichtigung	-10'000.00	4'386.00	5'908.00
Total Erträge	4'688'000.00	6'022'036.93	5'582'467.29
		100.0%	100.0%

Aufwand	Budget 2023	01.01. - 31.12.2023	01.01. - 31.12.2022
Einlage in Sporttaxenfonds	400'000.00	1'120'000.00	400'000.00
Diverse Anlagen GT	198'000.00	196'249.46	220'764.37
Unterhalt Sportzentrum AG	960'000.00	240'000.00	960'000.00
Handel und Dienstleistungen	260'000.00	67'850.94	44'006.69
Sport & Events	586'600.00	690'902.87	744'489.26
Werbung Promo Aktionen	65'000.00	56'550.33	53'000.00
Beiträge und Subventionen	586'000.00	575'347.03	638'539.60
Dienstleistung JRT AG	1'320'000.00	2'125'140.50	1'870'618.70
Total Material- und DL-Aufwand	4'375'600.00	5'072'041.13	4'931'418.62
		84.2%	88.3%
Bruttoergebnis nach Material- und Dienstleistungsaufwand	312'400.00	949'995.80	651'048.67
		15.8%	11.7%
Raumaufwand	34'200.00	39'206.68	40'038.80
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	53'000.00	2'168.44	2'680.03
Fahrzeugaufwand	5'000.00	23'438.86	30'748.15
Versicherungsaufwand	18'000.00	12'529.55	14'810.30
Energie-+ Entsorgungsaufwand	22'000.00	5'748.11	13'367.75
Verwaltungs-+ Informatikaufwand	126'000.00	117'859.88	93'648.21
Übriger Betriebsaufwand	10'000.00	126'591.10	2'007.45
Total Betriebsaufwand	268'200.00	327'542.62	197'300.69
		5.4%	3.5%
EBITDA	44'200.00	622'453.18	453'747.98
		10.3%	8.1%
Abschreibungen	40'000.00	136'481.37	64'200.00
EBIT	4'200.00	485'971.81	389'547.98
		8.1%	7.0%
Finanzerfolg	-3'300.00	-696.03	3'487.19
EBT	900.00	486'667.84	386'060.79
		8.1%	6.9%
Periodenfremder Ertrag		-	2'805.93
Ausserordentlicher Aufwand		-400'000.00	-300'000.00
Jahresergebnis	900.00	86'667.84	88'866.72
		1.4%	1.6%

Anhang gemäss Art. 959c OR

1 Gesetzliche Angaben

1.1 Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze, soweit diese nicht vom Gesetz vorge-schrieben sind

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vor-schriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Arti-kel über die kaufmännische Buchführung und Rech-nungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 960e erstellt).

Die Rechnungslegung erfordert vom Vorstand und der Geschäftsleitung Schätzungen und Beurteilungen, wel-che die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverpflichtungen im Zeit-punkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Vorstand entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermes-sen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle des Vereins können im Rahmen des Vorsichtsprinzips Ab-schreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich notwendige Ausmass gebildet werden.

1.2 Gesamtbetrag der aufgelösten Wiederbeschaf-fungsreserven und darüber hinausgehenden stillen Reserven, soweit dieser den Gesamtbetrag der neuge-bildeten derartigen Reserven übersteigt, wenn dadurch das erwirtschaftete Ergebnis wesentlich günstiger dargestellt wird

betreffend Wertberichtigung Forde-rungen, Wertschriften, Rückstellun-gen, mobile und immobile Sachanla-gen mit Ausnahme der nachfolgend erwähnten Bereiche Tennisanlage und Gletscherschlucht	2023: CHF 0.00	2022: CHF 0.00
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	-------------------

Erläuterung zur Nettoauflösung von stillen Reserven:

Die Anlagewerte sind bedingt durch die bisher erfolgten Abschreibungen und die erhaltenen Subventionen und Beiträge stark reduziert. Für die Bereiche Tennisanlage und Gletscherschlucht wurden die Anlagewerte nicht er-mittelt. Da es sich dabei um touristische Infrastrukturen handelt, werden grössere Unterhalts- und Erneuerungs-kosten teilweise durch Beiträge gedeckt. Bei der Beurtei-lung der ausgewiesenen Summe der Nettoauflösung der stillen Reserven ist dies zu beachten.

2 Weitere gesetzliche Angaben

	31/12 2023	31/12 2022
--	---------------	---------------

2.1 Firma oder Name sowie Rechtsform und Sitz des Unternehmens

Grindelwald Tourismus, Verein, mit Sitz in Grindelwald

2.2 Vollzeitstellen

Die Unternehmensleitung stellt fest, dass die Anzahl Vollzeitstellen weniger als 10 beträgt.

2.3 Beteiligungen

2.3.1 Jungfrau Region Tourismus AG, mit Sitz in Interlaken

Zweck: Steigerung touristischer Wertschöpfung

Kapital insgesamt	600'000	600'000
Kapital- und Stimmanteil	43%	43%

Verpflichtungen aus langjährigen Vertragsver-hältnissen betr. Liegenschaften

2.4.1 Baurechtsvertrag mit Einwohnergemeinde Grindel-wald, GB 5876:

	13'186	13'186
--	--------	--------

- Jährlicher Baurechtszins (indexiert ab 2001, Basiswert: CHF 12350)

- Laufzeit bis	31/12/ 2073	31/12/ 2073
----------------	----------------	----------------

2.4.2 Baurechtsvertrag betr. Tennisanlage Mettenberg

	15'000	15'000
--	--------	--------

- Jährlicher Baurechtszins

2.4.3 Pacht- und Mietvertrag mit der Sportzentrum Grindel-wald AG (fest bis 30.6.2025)

	20'000	20'000
--	--------	--------

- Jährlicher Mietzins für Schalterhalle, Büro- und Kellerräume

2.5.Eventualverbindlichkeit

2.5.1 Mithaftung für Kredit der Sportzentrum Grindelwald AG gegenüber der

	p.m.	p.m.
--	------	------

Einwohnergemeinde Grindelwald

2.6 Erläuterung zu ausser-ordentlichem Erfolg

Ausserordentlicher Ertrag, Veräusserungsgewinn Verkauf Stapler + Traktor	0	2'805
--------------------------------------------------------------------------	---	-------

Ausserordentlicher Aufwand: Bildung Rückstellungen	400'000	300'000
----------------------------------------------------	---------	---------

2.7 COVID-19-Überbrückungskredit

Die Gesellschaft hat von der Bank im Rahmen der Unter-stützungsmassnahmen des Bundes im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie einen Kredit beantragt und er-halten. Dieser Kredit unterliegt dem COVID-19-Solidar-bürgschaftsgesetz (COVID-19-SBüG) vom 18.12.2020 und der COVID-19-Solidarbürgschaftsverordnung vom 25.03.2020. Dieser Kredit wurde 2023 vollständig zurückbezahlt.

Weitere Angaben gemäss OR 959c sind nicht notwendig

3 Freiwillige Zusatzangaben

	31/12 2023	31/12/ 2022
--	---------------	----------------

3.1 Gebäudeversicherungs-werte

	1'753'100	1'683'460
--	-----------	-----------

3.2 Amtliche Werte der Liegenschaften

	1'544'990	1'544'990
--	-----------	-----------

3.3 Stand Sporttaxenfonds

	266'830	613'925
--	---------	---------

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Mitgliederversammlung des Vereins
Grindelwald Tourismus, Grindelwald

Meiringen, 22. Mai 2024

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 30 bis 35) des Vereins **Grindelwald Tourismus** für das am 31. Dezember 2023 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. Ein Mitarbeitender unserer Gesellschaft hat im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision war er nicht beteiligt.

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.

Lehmann + Bacher Treuhand AG



QES Qualifizierte elektronische Signatur - Schweizer Recht
Signiert auf Scribble.com

Remo Casagrande
dipl. Treuhandexperte
zugel. Revisionsexperte
Leitender Revisor



QES Qualifizierte elektronische Signatur - Schweizer Recht
Signiert auf Scribble.com

Gabriela Meyer
dipl. Treuhandexperte
zugel. Revisionsexpertin

Beilagen:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

Hans Martin Bleuer, dipl. Steuerexperte
Remo Casagrande, dipl. Treuhandexperte

3860 Meiringen · Gemeindemattenstrasse 2 · Tel. 033 972 50 60 · meiringen@lbttag.ch
3818 Grindelwald · Dorfstrasse 95 · Tel. 033 854 50 60 · grindelwald@lbttag.ch
3855 Brienz · Hauptstrasse 69 · Tel. 033 951 12 16 · brienz@lbttag.ch
www.lbttag.ch

Firma / Name	Ort	Betrag CHF
Amarx GmbH	3655 Sigriswil	100.-
Apotheke Dr. Portmann AG	3800 Interlaken	100.-
Ausländische Biere AG	4144 Arlesheim	65.-
Canetti SA Vini	6616 Losone	100.-
Elektro Seiler	3806 Bönigen	300.-
Geotest AG	3052 Zollikofen	200.-
H + R Gastro AG	3800 Interlaken	800.-
H. Gosteli AG	3800 Matten	65.-
Hansen AG	3800 Interlaken	65.-
Hotelbedarf AG	3800 Interlaken	270.-
Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG	3322 Urtenen-Schönbühl	100.-
K3 AG, Stickerei, Textildruck, Work-/Sportswear	3800 Unterseen	250.-
Kästli & Co. AG, Sonnen- + Wetterschutzsysteme	3123 Belp	135.-
Kolb Wohnideen AG	3800 Unterseen	500.-
Konsag Holzkonservierung + Bautenschutz	3805 Goldswil	50.-
Marcel Boschung AG	1530 Payerne	100.-
Media-Line GmbH, Sound Vision Multimedia	3600 Thun	100.-
Messer Storen	3818 Grindelwald	200.-
Michel Comestibles AG	3800 Unterseen	135.-
Moveri AG	5034 Suhr	500.-
Obrist Weine SA	1800 Vevey	200.-
Ritschard AG, Weinhandlung	3800 Interlaken	500.-
Roro Herrenkonfektion AG	3800 Interlaken	350.-
Rugenbräu AG	3800 Matten	400.-
Sanitas Troesch AG	3645 Gwatt	135.-
Stähli Natursteine AG	3806 Bönigen	250.-
Winkler AG Käserei-Molkereibedarf	3510 Konolfingen	100.-
Zumstein Elektroapparate AG	3855 Brienz	300.-

Organigramm Grindelwald Tourismus

Stand 31.12.2023



