

# GRINDELWALD

EIGER

GESCHÄFTSBERICHT 2018



Jungfrau Region 



---

**VORWORT** DES PRÄSIDENTEN

› SEITE 05

---

**2018 IN KÜRZE**

› SEITE 07

---

**VORSTAND/VORSTANDSARBEITEN**

› SEITE 09

---

**BERICHT** DES GESCHÄFTSFÜHRERS

› SEITE 11

---

**BRUTTOBETTENAUSLASTUNG**

› SEITE 20

---

**TOURISMUSENTWICKLUNG**

› SEITE 22

---

**LOGIERNÄCHTE**

› SEITE 23

---

**LÄNDERSTATISTIK**

› SEITE 27

---

**BILANZ**

› SEIT 30

---

**ERFOLGSRECHNUNG**

› SEITE 32

---

**ANHANG**

› SEITE 34

---

**REVISORENBERICHT**

› SEITE 36

---

**GÖNNERBEITRÄGE**

› SEITE 37

---

**ORGANIGRAMM**

› SEITE 39

---

**IMPRESSUM**

› SEITE 40

---





## VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Werte Vereinsmitglieder von Grindelwald Tourismus  
Liebe Leserinnen und Leser

Ja, die haben wir. Eine eindrückliche Landschaft und Kulisse. Berge sowie Seen. Ich bin sogar versucht zu sagen, dass wir eine der bekanntesten und eindrücklichsten Kulissen haben. Dieser Eiger, mit seinen Gespinnen stehen schon ziemlich majestätisch da. Und dann noch in Kombination mit dem Wasser – einfach fantastisch. Und klar, in Grindelwald können alle gängigen Freizeitaktivitäten angeboten werden. Und ja, die weltbekanntesten Ausflugsziele gehören natürlich auch noch dazu.

Aber eben. Reden wir Klartext: Das reicht nicht mehr. Die Zeiten ändern sich – und wir müssen uns in ihnen ändern. Ansonsten bleiben wir stehen. Und das wollen wir nicht. Bestimmt nicht.

### Verdichtung als grosse Chance

In unserer Dienstleistungsgesellschaft besteht durch die Digitalisierung die Chance, beispielsweise ortsgebundene Geschäftsmodelle in die alpinen Regionen zu holen. Für die Zukunft ist somit entscheidend, dass wir Synergien besser nutzen. Verdichtungen ist nämlich nicht nur eine Notwendigkeit, sondern vielmehr eine grosse Chance.

Umso wichtiger wird es sein, dass wir gute Produkte generieren, die wertschöpfungsstarke Gäste in die Region holen. Diese Ausrichtung soll sich aber nicht nur auf Strukturen beschränken, sondern vor allem auch Prozesse betreffen. Denn der Tourismus ist der Beschäftigungsfaktor schlechthin, doch wie wir alle wissen, stellt er auch gleichzeitig ein wertschöpfungs-schwacher Wirtschaftssektor dar.

Ausserdem ist eine wirtschaftliche Monokultur anfällig, welche eine Region verwundbar macht. Nur schöne Berge und Seen zu haben, reicht zukünftig nicht mehr aus. Wir müssen das Gegebene mit anderen Geschäftsbereichen verknüpfen und über unser Dorf Grindelwald hinausdenken. Es bleibt, wie es ist: Der Tourismus ist immer noch zu stark ortsgebunden. Hinzu kommt, dass die Region natürlich ein wesentlicher Teil des Erlebnisses und Angebotes ist.

Ich bedanke mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den hohen Einsatz und für die Meisterung der nicht einfachen Aufgabe, aus den unterschiedlichen Interessen der Partner und Stakeholder einen Konsens zu finden.

Peter Egger

Präsident Grindelwald Tourismus



**59.5%**



**BRUTTOBETTENAUSLASTUNG**

+3.5% > SEITE 14

**315**



**LOGIERNÄCHTE  
PRO EINWOHNER / JAHR**

> SEITE 15

**1'288'005**



**LOGIERNÄCHTE**

+77'166 > SEITE 14

**35'690**



**GÄSTEFREQUENZEN INFOCENTER**

+3'197 > SEITE 17

**65'060**



**NUTZER SOZIALE MEDIEN**

+26'474

**537'920**



**WEBSITE BESUCHER GRINDELWALD**

-9.61%

**MÄRKTE +/-**



**ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE**

> SEITE 30-33



## VORSTAND GRINDELWALD TOURISMUS 2018

### **Peter Egger**

Präsident, Vertreter Gewerbe und Handwerk

### **Daniel Heller**

Vizepräsident, frei aus der Gemeinde

### **Peter Baumann**

Vertreter des Gemeinderats

### **Daniel Zihlmann**

Vertreter Transportunternehmungen

### **Urs Jossi**

Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

### **Stefan Grossniklaus**

Vertreter Hotellerie, Pensionen & Restaurationen

### **Barbara Hofer**

Frei aus der Gemeinde

### **Bruno Hauswirth**

Geschäftsführer Grindelwald Tourismus

## VORSTANDSARBEITEN/ STRATEGISCHE ARBEITEN

Die strategische Arbeit dient der langfristigen Existenzsicherung der Organisation. Strategisches Controlling befasst sich immer wieder mit dem Umfeld der Organisation, den Märkten und Wettbewerbern. Es werden Chancen und Risiken im Umfeld sowie Stärken und Schwächen von Grindelwald betrachtet und gegeneinander abgewogen und daraus Strategien abgeleitet.

Unter diesen Rahmenbedingungen traf sich im Berichtsjahr der Vorstand zu acht ordentlichen Sitzungen sowie einer jährlich wiederkehrenden, zweitägigen Klausur. Als nicht unkritisch jedoch konstruktiv und respektvoll kann die Diskussionskultur der strategischen Verantwortungsträger bezeichnet werden.

Durch die Zusammensetzung des Gremiums (Vertreten sind Beherberger, Transportunternehmungen, Gemeinde und das Gewerbe) wird sichergestellt, dass die Interessen der Anspruchsgruppen wahrgenommen werden.

Im Fokus des Berichtsjahres standen folgende Geschäfte:

- › Projekt AgriFood & Tourismus
- › Digitale Plattformen –  
Entwicklung digitales Meldewesen
- › Finanzmittelfluss 2020
- › Infrastrukturentwicklung  
(Gletscherschlucht, Eiger+, Sportzentrum)
- › Angebotsentwicklung
- › Industriepartnerschaften (Volvo)
- › Ortsmarketing Grindelwald –  
Maßnahmen und Kooperationen
- › Anpassung des Kurtaxenreglementes i.Z. der  
Änderung des Tourismusentwicklungsgesetzes

Stark gewichtet wurde und wird, dass nach strategischen Beschlüssen auch eine Realisierungsphase eintritt. Ein übergroßes Portfolio an Pendenzen wirkt hemmend und mit der Zeit wenig motivierend.





## BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

Grindelwald kann rückblickend von einem ausserordentlichen Jahr 2018 sprechen—in der 134-jährigen Geschichte, so lange besteht der Tourismusverein, wurde noch nie solch hohe Werte an Besuchern, Logiernächte oder Bettenauslastung verzeichnet. Erfreulich ist, dass von einem kontinuierlichen Prozess gesprochen werden darf: der Ort verzeichnete seit 2012 ein fortdauerndes Wachstum—dies im Kontrast zu praktisch sämtlichen alpinen Destinationen der Schweiz.

Grindelwald generierte im Jahre 2018 ein Total von 1 288 005 Logiernächten, dies entspricht einem Wachstum von rund 6% zur identischen Vorjahresperiode. Die Vision von 1.2 Millionen Logiernächte hat damit den ambitiösen Charakter verloren. Deshalb lautet für Grindelwald ab sofort das neue Zukunftsbild: 11 Monate Saison und eine jährliche Bruttobettenauslastung von 60% der Hotellerie.

Der positiven Entwicklung des Ortes, welches auch im Zusammenhang mit der Realisierung von touristischen Infrastrukturprojekten wie der V-Bahn zusammenhängen, stehen bisweilen Stimmen gegenüber, welche von «Overtourism» reden. Dabei sind Proteste gegen den Tourismus nichts Neues—seit Anbeginn des Tourismus gibt es auch Tourismuskritik. Jedoch gilt es die Kritik korrekt einzuordnen. Mögen in andern Orten, in denen der Tourismus eine weniger dominante wirtschaftliche Rolle wie in Grindelwald einnimmt, solche Aussagen starke Aufmerksamkeit gefunden haben, muss in Grindelwald eine solche Einstellung, unter Berücksichtigung des Umstands, dass wir zurzeit eine gesamthafte Bruttobettenauslastung (Hotels und Parahotellerie) über ein gesamtes Jahr von 46% erzielen, intensiv überdacht werden.

Gehen wir also unseren Weg weiter, geprägt von einem respektvollen Umgang auf Augenhöhe mit unseren Gästen und der Pflege unserer natürlichen Ressourcen vor Ort. Endgültige Antworten oder einfache Rezepte für die grossen Gesellschaftsfragen und lokale Herausforderungen gibt es nicht—nein die Komplexität nimmt sogar zu. Wir sind weiter gefordert, unseren Horizont zu erweitern, ohne die Bodenständigkeit zu verlieren.

Bruno Hauswirth  
Geschäftsführer Grindelwald Tourismus

## LOGIERNÄCHTE / BETTENAUSLASTUNG

### Logiernächte/Bettenauslastung

Die ungebrochene Begeisterung der Gäste für die Region und insbesondere den Ort Grindelwald widerspiegelte sich in den Zahlen für das Jahr 2018. Im Berichtsjahr sorgten, neben den Angebots- und Marketingtechnischen Impulsen, die positive allgemeine Konjunkturlage, der schwächere Wechselkurs und das überaus gute Wetter für eine vorteilhafte Entwicklung im Tourismus. Gesamthaft generierte der Ort 1 288 005 Logiernächte, dies entspricht einem Wachstum von rund 6 % zur identischen Vorjahresperiode.

Grindelwald war und ist seit jeher ein stark internationalisierter Ort. Mit einem CH-Gästeanteil von rund einem Drittel und internationalen Gästen von rund 70 % des gesamten Gästeaufkommens ist diese Aussage nachvollziehbar. Betrachten wir die Entwicklung der Schweizer Gäste in der Grindelwalder Hotellerie genauer, so sehen wir, dass in den letzten 10 Jahren also seit 2009 der Anteil an Schweizer Gästen um 19 % gestiegen ist. Im selbigen Zeitraum ist die Nachfrage aus anderen neuen Märkten jedoch noch intensiver gestiegen, weshalb der CH-Marktanteil gesamthaft keine wesentliche Steigerung erfuhr.

Die Brutto-Bettenauslastung der Hotellerie stieg auf 59.5 % – auch dies ein neuer Spitzenwert für den Traditionsort. Konkret bedeutet dies, dass die Hotelbetriebe des Ortes konstant über 365 Tage des Jahres deutlich mehr als zur Hälfte der Kapazität belegt sind. Ein Wert welcher landesweit, von alpinen Tourismusorten ein Spitzenresultat darstellt. So weist das Bundesamt für Statistik landesweit eine durchschnittliche Bruttobettenauslastung der Hotels und Kurbetriebe von unter 40 % aus.

### Wirtschaftliche Relevanz Tourismus

Wird die Anzahl Logiernächte ins Verhältnis zur Wohnbevölkerung gesetzt, entsteht ein Indikator, der die wirtschaftliche Relevanz des Tourismus anzeigt. Eine hohe Anzahl Logiernächte pro Einwohnerin und Einwohner weist auch auf die Nachfrage im Kultur- und Freizeitbereich und/oder im Geschäftstourismus (Meetings, Kongresse usw.) hin.

Betrachtet man die Logiernächte je Einwohner, belegt Grindelwald im schweizweiten Vergleich einen Spitzenplatz. Pro Kopf der ständigen Wohnbevölkerung fallen demnach statistisch gesehen 315 Übernachtungen zu. Großstädte wie Zürich oder Basel erreichen demgegenüber lediglich einstellige Übernachtungen pro Einwohner – das ist bei der deutlich größeren Bevölkerungszahl auch nachvollziehbar.

### Hotellerie

Mit 575 535 Logiernächten darf die Grindelwalder Hotellerie einen neuen Allzeitrekord verzeichnen – dies entspricht einem Zuwachs zum bereits starken Vorjahr von +9.1 %. Zum Durchschnitt der vergangenen 5 Jahre sogar ein Plus von 16.8 %.

Die Nachfrage gesamthaft aus dem Euroraum entwickelte sich mit einem Plus zum Vorjahr von 10.75 % positiv. Auch die Nachfrage aus Asien erfuhr eine erfreuliche Entwicklung (+8.6 %). Das proportional grösste Nachfragewachstum entstand aus Nordamerika (+33.3 %).

Erfreulicherweise und zum wiederholten Male, stieg auch die touristische Nachfrage der inländischen Gäste (+2.3 %).

### Ferienwohnungen

Im Bereich der bewirtschafteten Ferienwohnungen wurde gesamthaft ein Logiernächtezuwachs im vergleichbaren Zeitraum zum Vorjahr von +7.1 % registriert.

Der Gästemix in den Ferienwohnungen weist eine breite Marktdiversifikation auf: 35 % der Gäste stammen aus Europa, aus Asien 15 %, aus Nordamerika 6 %, aus den Golfstaaten sowie Afrika 12 % und 31 % sind inländische also Schweizer Gäste. Ein Klumpenrisiko oder übermäßige Abhängigkeit von einzelnen Märkten wird so reduziert oder ganz vermieden.

Gästekuwachs konnte aus sämtlichen obgenannten Weltteilen generiert werden – wobei auch hier Nordamerika mit einem Plus von +19.4 % ein hochgradiges Nachfragewachstum ausweist.

### Parahotellerie

Gefällig entwickelte sich der Nachfragestrom im Segment der Parahotellerie. Mit 92071 Logiernächten konnten Berghäuser, Herbergen und Berghütten insgesamt ein Plus zur vergleichbaren Vorjahresperiode von +2.0 % oder in effektiven Logiernächten von +1803 Übernachtungen verbuchen. Lediglich die Betreiber der Campingplätze mussten einen Nachfragerückgang von -5.9 % zur vergleichbaren Vorjahresperiode verzeichnen.

## FINANZEN

Die starke Verknüpfung der Jungfrau Region Tourismus AG und Grindelwald Tourismus hat entsprechende Folgen für die Finanzbuchhaltung. So wird der Personalaufwand, der Aufwand für das Infocenter, das Ortsmarketing oder auch Teile der Verwaltungsaufwände über eine Spartenrechnung Grindelwald geführt. Damit wird sichergestellt, dass der Mittelfluss der fünf Partnerorte, nach dem Prinzip der Mittelherkunft und Mittelverwendung eindeutig und transparent eingesetzt und nachgewiesen wird.

Der Einzug der Tourismusförderungsabgabe besorgt Grindelwald Tourismus. Der Reinertrag der Tourismusförderungsabgabe wird der Jungfrau Region Tourismus AG für die Finanzierung von touristischen Marketingaufgaben zugewiesen. Mit dieser Maßnahme werden netto ca. CHF 30 000.– steuerlich optimiert und stehen zusätzlich für Marketingaktivitäten zur Verfügung. Einprägsam vermerkt heißt dies: der Ertrag TFA im Jahre 2018 von CHF 574 674.80 wurde von Grindelwald Tourismus direkt (Durchlaufkonto) an die JRT AG weitergeleitet; zusammen mit dem Beitrag von CHF 325 325.20 wurde von Seite Grindelwald der Gesamtbeitrag von CHF 900 000.– an die Jungfrau Region Tourismus AG überwiesen. Unter Berücksichtigung dieser Tatsache relativiert und reduziert sich der Personalaufwand auf rund 29 %.

Für das Kalenderjahr 2018 resultierte ein Gewinn von CHF 97 051.66 wobei überdies ein Beitrag von CHF 600 000.– an den Sporttaxenfonds überwiesen werden konnte. Dieser bei der Gemeinde platzierte Fonds untersteht der Verwaltung des Vorstands Grindelwald Tourismus und ermöglicht die Finanzierung von touristischen Infrastrukturen.

Das Endergebnis resultiert aus zwei wesentlichen Faktoren: der rekordhohen Anzahl Logiernächten zum einen, zum anderen der maßvollen Budgetierung da doch aufgrund der Taxenerhöhungen noch keine Vergleichszahlen existierten. Nicht zuletzt ist das Ergebnis dank großer Disziplin aller Mitarbeitenden, der Übersicht der Finanzverantwortlichen und den Bereichsleiterinnen und Bereichsleitern zu verdanken. Eine detaillierte Bilanz- und Erfolgsrechnung ist im Jahresbericht integriert.

## INFOCENTER

Das Team der Gästeinformation ist erste Anlaufstelle für die Grindelwalder Gäste aus aller Welt – dies im Jahre 2018 an 358 Tagen – lediglich an 7 Tagen also war das Infocenter geschlossen. Auch in Zeiten der digitalen Kommunikation und technischen Hilfsmittel hat die klassische Gästebetreuung am Schalter nicht ausgedient. Dies ist an ungebrochenen Steigerung der Besucherzahlen im Touristcenter nachweisbar. Das Team beriet 35690 Gäste am Schalter, beantwortete 6607 Mails und kommunizierte 10089 per Telefon. Insgesamt fanden 52386 Interaktionen zwischen den Mitarbeitenden Infocenter und den diversen Anspruchsgruppen statt. Dies entspricht einer quantitativen Steigerung von 5.4 % zu einem bereits starken Vorjahr.

Das Team kümmert sich um die Abrechnung der Gästetaxen, bucht und bewirtschaftet Hotels und Ferienwohnungen, erledigt Korrespondenz und administrative Aufgaben, unterstützt bei der Prospekterstellung und verkauft sowohl Artikel, als auch Eventtickets. Die Gästeinformation bespielt diverse Schnittstellen und ist zuständig für den reibungslosen Informationsfluss zwischen Tourismusorganisation, Gästen und den Leistungsträgern.

## SPORT & EVENTS

Mit weit über 200 Angeboten und bis zu 60 Veranstaltungen jährlich, bietet Grindelwald ein Veranstaltungskalender für alle Anspruchsgruppen an, welches bemerkenswert und breitgefächert ist. Dies ist der Tatsache zuzuschreiben, dass es in unserem Tal sehr viele Vereine, Clubs und Institutionen gibt, welche aktiv sind und in deren Reihen eine grosse Anzahl Helferinnen und Helfer mitwirken, die bereit sind, sich ehrenamtlich zu engagieren. Dafür möchten wir an dieser Stelle den besten Dank aussprechen. Ohne eine Wertung der Veranstaltungen vorzunehmen anbei zwei Massnahmen welche einen außerordentlichen Stellenwert im Berichtsjahr einnahmen:

Das Trail-Running ist dank dem Eiger Ultra Trail aus der Grindelwald-Region nicht mehr wegzudenken. Der Anlass generiert mit jährlich 2700 Startern aus 68 Nationen eine beachtende Wertschöpfung und lockt nun das ganze Jahr über Trail-Läufer in die Region.

Grindelwald Tourismus erteilt den Organisatoren des Eiger Ultra Trails ein Vier-Jahres-Mandat für den Aufbau einer Trail-Destination. Im Fokus stehen die Bündelung der Angebote, das Erfassen und die Aufarbeitung von diversen Traillaufmöglichkeiten und die Koordination mit den Leistungsträgern vor Ort. In einem zweiten Schritt gilt es eine Wettbewerbsstrategie zu entwickeln hinsichtlich Maßnahmen vor und nach dem Event.

In Zusammenarbeit mit Grindelwald Tourismus, den Jungfraubahnen und dem Romantik Hotel Schweizerhof trafen sich zahlreiche Vertreter der Tourismusverbände und Skiveranstalter sowie Einkäufer und Entscheidungsträger vom 11. bis 15. März 2018 beim «International Ski Travel Market» (ISTM) in Grindelwald. Beim ISTM kamen rund 130 Experten aus der internationalen Ski- und Wintersportindustrie mit Tourismusverbänden und Einkäufern, die Outbound-Skireisen anbieten, zusammen. In diesem Rahmen konnten die neusten Konzepte und Produkte vorgestellt werden. Die Veranstaltung bestand aus zwei Tagen mit vorab vereinbarten Terminen, Abendveranstaltung und einem Bildungsforum an den nachfolgenden Tagen.

## ORTSMARKETING

Marketing ist so anspruchsvoll wie nie zuvor. Zahlreiche Methoden wetteifern um die Gunst des Kunden. Neben den klassischen Instrumenten wie der Produkt-, Distributions- und Kommunikationspolitik stellt digitales Marketing unbestritten ein wichtiger Teil des Marketing-Mixes dar. Unter der Bezeichnung Online-Marketing summieren sich verschiedenste Werkzeuge und Methoden, teilweise geht es um klassisches Marketing in neuen Kanälen, teilweise aber sind da ganz neue, nachfrageorientierte Ansätze zu finden. Mit in Anführungszeichen «einfachen» Mittel ist es uns heute möglich, die Bilder von Grindelwald in die ganze Welt hinauszutragen, auch mit Hilfe unserer Gäste.

### Influencer, Social Media Workshops und Posts & Stories

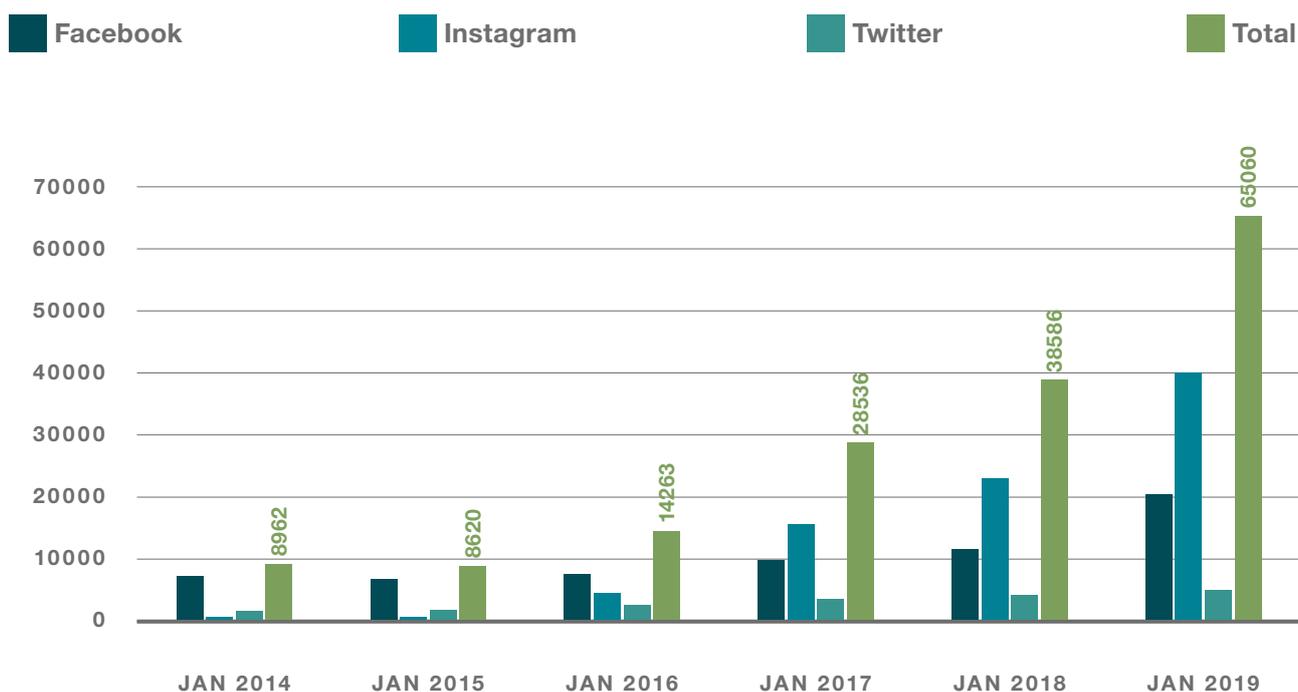
Grindelwald Tourismus Anspruch ist es immer auf dem neusten Stand der aktuellen Kommunikationsmittel zu sein. Um dieses Wissen nicht nur für uns zu behalten, haben wir im 2018 zum ersten Mal «Social Media Workshops» für unsere Leistungsträger (Hotels und KMU) angeboten. Die zwei Kurse, Grundlagen I und II im Juli und September waren jeweils mit ungefähr 30 Personen besetzt. Die Rückmeldungen waren sehr positiv und auch während dem Jahr bieten wir bei Fragen immer wieder Hilfestellung an.

Das Wort «Influencer» ist heute in aller Munde. Gerade im Tourismus ist der Kontakt zu Personen, welche in die Region kommen wollen (meistens für Kost & Logis und möglicherweise einer Auftragspauschale) bereits alltäglich. Oft sind es wirklich Fotografen, teilweise aber auch sogenannte Influencer, Personen welche erst über die Social Media Plattform zu Fotografen

wurden. Grindelwald Tourismus hat im Oktober nun zum ersten Mal aktiv auf Instagram nach Bergfotografen/Influencern gesucht, welche zu unserer Bildsprache passen und diese zusammen mit den Jungfraubahnen aktiv eingeladen. In den letzten Monaten hat sich viel getan auf dem Instagramkanal. Durch die tägliche Bewirtschaftung mit Posts und Stories konnten wir den Kanal auf 50 000 Follower steigern.

Die schönen Bilder und Veranstaltungen zu posten sind das eine, was jedoch in unserem Fall noch viel erfolgreicher ist, sind die sogenannten Instagram Stories. Diese Erzählungen mit Foto & Video werden zum Teil bis zu 4 000 Mal angeschaut. Wir können damit die Angebote und Möglichkeiten in Grindelwald lebhaft erzählen, unsere Leistungsträger markieren und verlinken und die Bilder und Abenteuer von Grindelwald in die ganze Welt hinaustragen.

## Followerzahlen Grindelwald Tourismus



### Kooperationen

Der grösste Teil der finanziellen Marketingmittel investiert Grindelwald in das Basismarketing der Jungfrau Region Tourismus AG – hier zentrieren die Partnerorte allesamt ihre Mittel, wodurch ein Marketingbudget von über CHF 2 Millionen entsteht und für die Region und somit die Orte eingesetzt wird.

Parallel dazu verfügt jeder einzelne Ort über ein überblickbares Ortsmarketing Budget was individuell für jede Ortsmarke eingesetzt werden kann. Grindelwald setzte hierfür CHF 253'588.50 ein. Rund die Hälfte davon wurde in Kooperationen mit den Transportunternehmen eingesetzt – wodurch eine Multiplikationseffekt von mindestens Faktor fünf erzielt werden konnte.

Eine dieser Massnahmen welche aus Kooperationen entstand war die Präsenz an Olympia. Vom 7. bis 25. Februar präsentierten sich unter der Federführung der Jungfrauabahn, Grindelwald und Interlaken Tourismus in Südkorea. Als exklusive Tourismuspartner konnten zahlreiche Besucher im House of Switzerland willkommen geheissen werden. Hierbei wurden die wichtigsten asiatischen Kunden eingeladen. Der gemeinsame Auftritt bot die einmalige Gelegenheit, das Jungfraujoch als Top-Ausflugsziel der Destinationen Interlaken und Grindelwald sowie die Attraktionen der gesamten Jungfrau Region zu präsentieren. Damit wurden die weltweit bekannten Marken Top of Europe, Grindelwald und Interlaken in Südkorea und dem asiatischen Raum weiter gestärkt.



## PRODUKTMANAGEMENT

Als Produktmanager besteht die Aufgabe darin, ein Produkt oder eine Produktgruppe abteilungsübergreifend zu managen und erfolgreich am Markt zu platzieren. Zusammenfassend kann man sagen, dass Produktmanager in der Regel mit fünf großen Aufgabenbereichen betraut sind:

Begleitung der Produktentwicklung/Vorbereitung und Durchführung der Markteinführung/Laufende Produktbetreuung (Marketingmassnahmen, operative Umsetzung)/Marktbeobachtung (Trends, Mitbewerber)/Produktcontrolling (Auswertungen, Budgetierungen)

Ohne eine Bewertung zu machen, hier in der Folge einige Projekte bei denen das Produktmanagement federführend war oder eine Schlüsselfunktion inne hatte:

- › Aktualisierung Imprime z.B. Langlauf- und Bike Karten
- › Betreuung strategische Partnerschaft innerhalb der Marketingkooperation «Best Of The Alps»
- › Betreuung Familiarization Trips in Kooperation mit den Partnern
- › Koordination Filmprojekte: European Mountain Film Tour, Produktionen Schweiz Tourismus
- › Ambassadors Programm: Storytelling, Image-Filmproduktionen
- › Betreuung und Koordination diverse Studien- und Medienreisen
- › Abstimmung Projekt Agrifood & Tourismus (Eigerness)
- › Koordination Theater «Alpenglühen» (Eigerness)

## SPORTZENTRUM

### Betrieb Sportzentrum

Der Betrieb der Anlagen im Sportzentrum wird durch Grindelwald Tourismus erbracht und gewährleistet. Die Anlagen stellen nicht nur ein Schlechtwetterangebot für unsere Gäste dar sondern sind auch ein wichtiger Bestandteil des vielfältigen Angebotes an Aktivitäten in Grindelwald. Das Jahr 2018 war geprägt von viel Niederschlag im Winter und hohen Temperaturen und Trockenheit im Sommer und Herbst.

Stürmische Tage in der Neujahrswoche und Regenfälle im Februar erbrachten den Anlagen des Sportzentrums Spitzentage. Im Kontrast dazu, war der Sommer so warm und sonnig, dass sich die Gäste verständlicherweise vorzugsweise im Freien aufhielten oder das Aussenbad Hellbach frequentierten. Die Besucherfrequenzen resultierten letztendlich auf identischem Niveau der Vorjahresperiode.

### Eishalle

Die 43-jährige Bande wurde in der eisfreien Zeit von Mai bis Juni 2018 durch eine moderne flexible Bande mit Vollverglasung ersetzt. Diese soll das Verletzungsrisiko schmälern und entspricht den aktuellsten Vorgaben der Nationalliga-A-Clubs. Die Investition der Sportzentrum Grindelwald AG setzt damit auch visuell neue Akzente. Die Werbeschriftzüge werden auf einem 1 mm dicken PVC-Werbeträger aufgedruckt und dann hinter einer 4 mm dicken Polycarbonatplatte (Plexiglas) platziert. Die Werbeschriftzüge sind durch die Abdeckung geschützt und behalten somit ihre Sichtbarkeit. Die Bandenwerbung kann einfach und schnell ausgewechselt werden. Die neuen Banden haben somit auch eine erfreuliche Erhöhung der Werbeeinnahmen zur Folge.

### Curlinghalle

Um das Eis vor Verschmutzungen zu schützen wurden auf die Wintersaison 2018/19 Schuhe angeschafft, welche allen Curling Spielenden abgegeben werden. Der Aufwand bei der Vermietung ist für die Mitarbeiterinnen an der Kasse zwar grösser; dies macht es jedoch mit der besseren Eisqualität – und entsprechend weniger Eisaufbereitung – wett. Das Angebot des Gästecurlings war auch diese Saison sehr beliebt. Rund 300 Personen nahmen an den Curling Schnupperstunden teil. Der Curling Club führte seine alljährlichen Turniere mit viel Engagement durch. Zusätzlich fand auch ein Nachwuchs Turnier von Swiss Curling in unserer Halle statt.

### Werterhalt und Sanierungsprojekte Sportzentrum

Die Planungs- und Bewilligungsarbeiten für den Fassaden Umbau im Frühjahr 2019 nahmen bereits im Berichtsjahr viel Zeit und etliche Begehungen in Anspruch. Diese Vorbereitungsarbeiten schlugen auch bereits in der Rechnung 2018 zu Buche.

Erfreulicherweise konnte im Juni 2018 vom positiven Gesamtbauentscheid zur Sanierung der Fassade auf Nord-, West-, & Ostseite im Bereich Hallenbad und der Büros im 1. OG zur Kenntnis genommen werden. Einer Realisierung der geplanten Massnahmen ab Frühjahr 2019 steht also nichts mehr im Wege.

### MITARBEITENDE

Den Mitarbeitenden an dieser Stelle zu danken ist jeweils weit mehr als nur eine Pflichtübung – es ist ein echtes Bedürfnis. Gerade das Rekordjahr 2018 verlangte von unseren Mitarbeitenden ein bedeutsames Maß an Engagement, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit ab – die Mitarbeitenden haben rege mitgewirkt und Entscheide mitgetragen. Beim Blick hinter die Kulissen sieht und erfährt man, was für ein tolles Team sich Tag für Tag für Grindelwald einsetzt und sich die Motivation nie nehmen lässt.

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön dem Personal für ihren Einsatz und die Bewältigung der anspruchsvollen Aufgaben.

### DANK

Wo viele Menschen sind, sind viele Überzeugungen, viele Denkweisen und noch mehr Empfindungen – und das ist gut so. Die Mannigfaltigkeit, die unterschiedlichen Ansichten und die Palette an Emotionen lassen uns stetig reflektieren und neu beurteilen. Tourismus ist «People Business» in Reinkultur – extern als auch intern. Die bisherige Entwicklung wäre nicht umsetzbar gewesen, unsere künftigen Ziele wären überholt, wenn wir nicht auf positiv denkende Partner zählen könnten, die respektvoll miteinander umgehen, die den Kerngedanken und das Wesen unseres einmaligen Grindelwaldtals teilen, die bereit sind, Verantwortung mitzutragen.

In diesem Sinne besten Dank für die offene, konstruktive und lösungsorientierte Zusammenarbeit an die Mitglieder des Vorstands Grindelwald Tourismus den Transportunternehmungen, den Beherbergern, dem Gewerbe und nicht zuletzt den Behörden.

Speziell danken wir allen unseren Gästen: wir freuen uns über jeden Aufenthalt, jeden Besuch, jede konstruktive Kritik, denn es ist ein echtes Bestreben, Grindelwald auch in ihrem Sinne weiterzuentwickeln.

Bruno Hauswirth  
Geschäftsführer / Managing Director

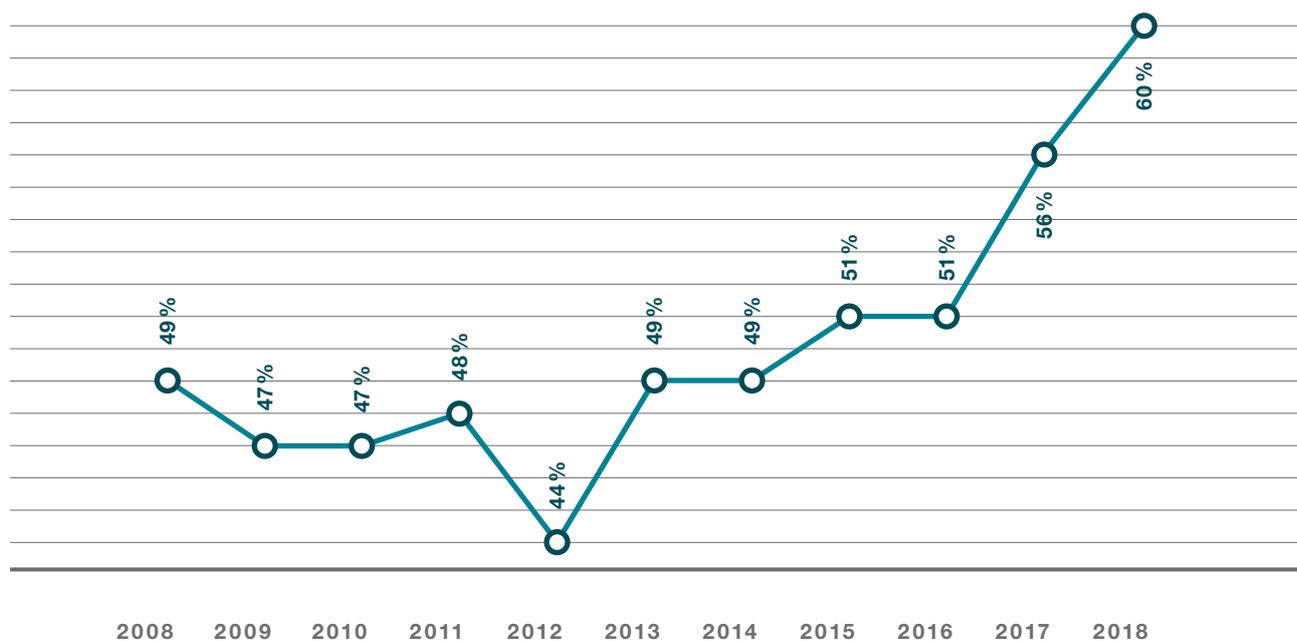


# BRUTTOBETTENAUSLASTUNG

## HOTELLERIE GRINDELWALD

### STATISTIK BRUTTO BETTENAUSLASTUNG

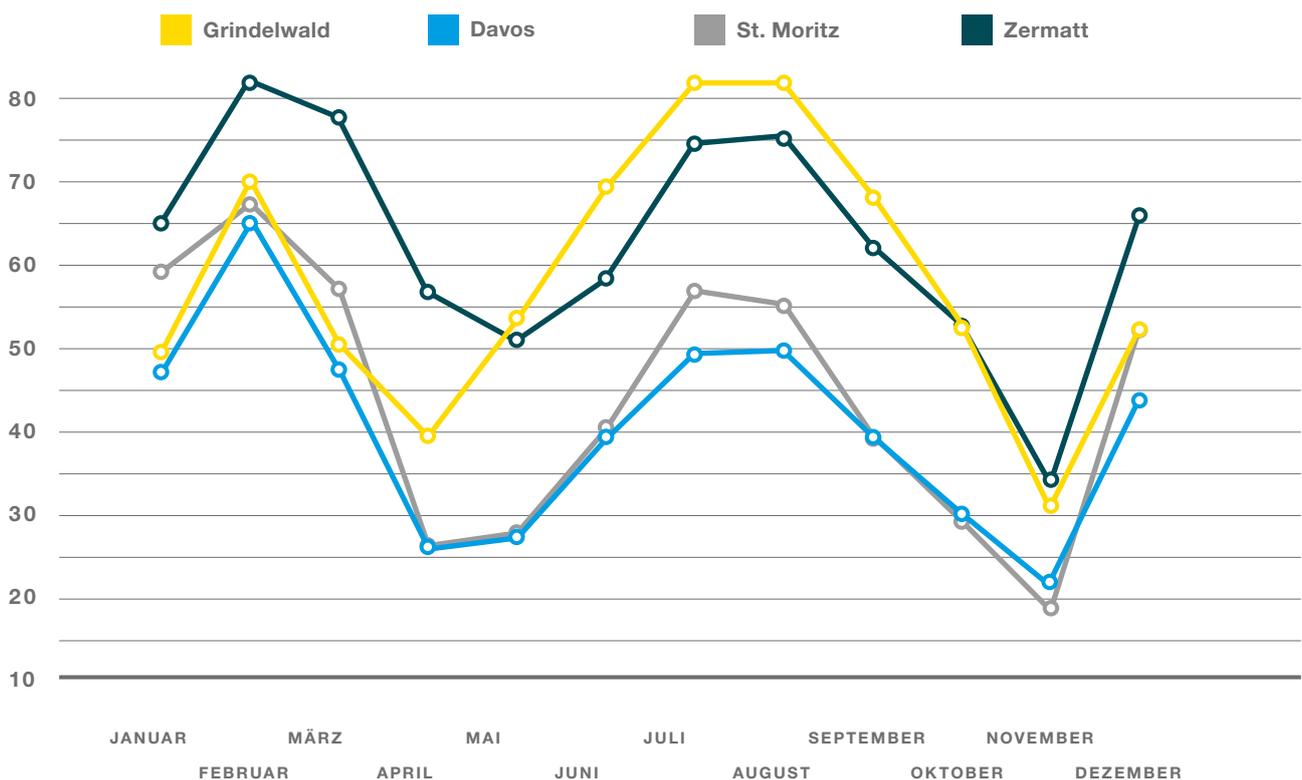
JAHR	BRUTTO IN %	KAPAZITÄT	LOGIERNÄCHTE	BETTENANZAHL
2008	49	967'250	474'988	2'650
2009	47	966'885	455'567	2'649
2010	47	967'250	454'312	2'650
2011	48	966'520	463'846	2'648
2012	44	979'660	432'897	2'684
2013	49	983'675	479'335	2'695
2014	49	1'001'925	487'465	2'745
2015	51	957'395	484'327	2'623
2016	51	955'935	485'455	2'619
2017	56	944'255	527'536	2'587
<b>2018</b>	<b>60</b>	<b>966'520</b>	<b>575'535</b>	<b>2'648</b>



# NETTOBETTENAUSLASTUNG 2018

STATISTIK NETTO BETTENAUSLASTUNG

MONAT	GRINDELWALD	DAVOS	ST. MORITZ	ZERMATT
Januar	49.54	47.32	59.09	64.74
Februar	70.07	65.16	67.27	82.04
März	50.44	47.15	57.02	77.63
April	39.39	25.9	26.31	56.73
Mai	53.32	27.23	27.82	50.84
Juni	69.09	39.05	40.27	58.16
Juli	81.73	49.32	56.83	74.48
August	81.73	49.68	55.22	75.4
September	68.32	39.51	39.52	62.23
Oktober	52.99	30.32	29.26	52.81
November	30.8	21.65	18.55	33.78
Dezember	52.11	43.34	52.39	65.84



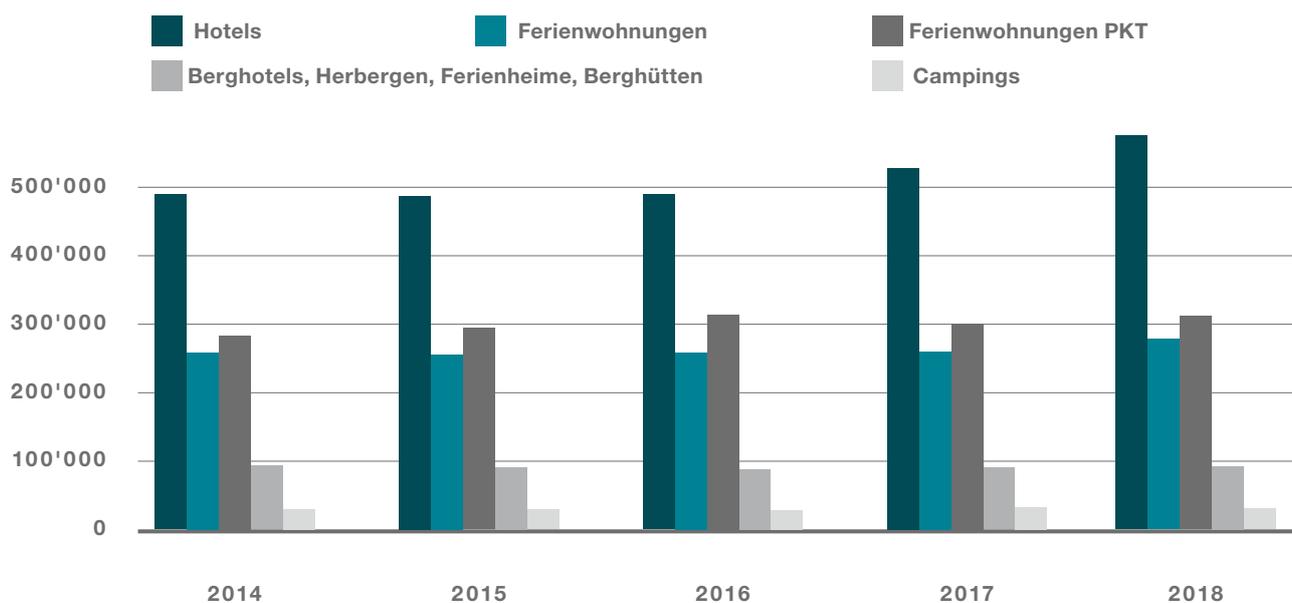
Quelle: BFS2017

## TOURISMUSENTWICKLUNG IN GRINDELWALD

### STATISTIK LOGIERNÄCHTE

	2014	2015	2016	2017	<b>2018</b>
Hotels	487'465	484'623	485'455	527'536	575'535
Ferienwohnungen	257'354	254'559	256'957	259'784	278'213
Ferienwohnungen PKT	281'823	292'909	310'971	300'806	311'648
Berghotels, Herbergen, Ferienheime, Berghütten	92'666	90'691	88'256	90'268	92'071
Camping	29'266	28'613	29'037	32'445	30'538
<b>GESAMTTOTAL</b>	<b>1'148'574</b>	<b>1'151'395</b>	<b>1'170'676</b>	<b>1'210'839</b>	<b>1'288'005</b>

### STATISTIK TOURISMUSENTWICKLUNG



# LOGIERNÄCHTE

## 2018

	Ansatz KT	PKT in CHF	Logiernächte	Logiernächte Vorjahr
<b>Hotels</b>				
Erwachsene	3.70		528'078	485'651
Kinder 12–16 Jahre	3.70		9'749	7'993
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		37'708	33'892
<b>TOTAL HOTELS</b>			<b>575'535</b>	<b>527'536</b>
<b>Berghotels</b>				
Erwachsene	2.90		23'351	20'345
Kinder 12–16 Jahre	2.90		636	532
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		1'864	1'601
<b>TOTAL BERGHOTELS</b>			<b>25'851</b>	<b>22'478</b>
<b>Ferienwohnungen</b>				
Erwachsene	3.70		224'588	207'453
Kinder 12–16 Jahre	3.70		15'640	14'340
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		37'985	37'991
Pauschalkurtaxe		1'153'097.95	311'648	300'806
<b>TOTAL FERIEWOHNUNGEN</b>			<b>589'861</b>	<b>560'590</b>
<b>Herbergen/Hostels/Weidhäuser</b>				
Erwachsene	3.70		47'268	46'340
Kinder 12–16 Jahre	3.70		7'070	8'921
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		4'787	7'107
Pauschalkurtaxe Weidhäuser		9'953.40	2'690	2'756
<b>TOTAL HERBERGEN/HOSTELS</b>			<b>61'815</b>	<b>65'124</b>
<b>Camping</b>				
Erwachsene	3.70		11'033	10'245
Kinder 12–16 Jahre	3.70		1'087	1'156
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		2'027	2'300
Pauschalkurtaxe		60'648.00	16'391	18'744
Nachträgliche Rechnungstellung 2014				
<b>TOTAL CAMPING</b>			<b>30'538</b>	<b>32'445</b>
<b>BERGHÜTTEN</b> keine Kurtaxe, nur BHT			<b>4'405</b>	<b>2'666</b>
<b>GESAMTTOTAL</b>			<b>1'288'005</b>	<b>1'210'839</b>
Erwachsene & Kinder >12 Jahre (zahlend)			1 199'229	1'125'282
Kinder < 12 Jahre und Domestiques			88'776	85'557

## LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE / FERIEWOHNUNGEN

STATISTIK 2008 BIS 2018

Jahr	Hotellerie	Ferienwohnungen (exkl. PKT)
2008	474'988	286'985
2009	455'567	272'518
2010	454'312	266'251
2011	463'846	271'334
2012	432'897	240'497
2013	479'335	249'749
2014	487'465	257'354
2015	484'623	254'559
2016	485'455	256'683
2017	527'536	259'784
<b>2018</b>	<b>575'535</b>	<b>278'213</b>

LOGIERNÄCHTE TOTAL GRINDELWALD 2008 BIS 2017



# LOGIERNÄCHTE

## HOTELLERIE / FERIENWOHNUNGEN

### HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE WINTER / SOMMER 2018

	Winter	Sommer	TOTAL
<b>Hotels</b>	208'362	367'173	575'535
<b>Ferienwohnungen</b>	121'493	156'720	278'213
<b>Herbergen, Hostels</b>	25'897	33'228	59'125
<b>Camping</b>	991	13'156	14'147
<b>Berghotels</b>	9'011	16'840	25'851
<b>Berghütten</b>	0	4'405	4'405
<b>PKT FEWO, Camping, Weidhäuser</b>	165'364	165'365	330'729
<b>TOTAL</b>	<b>531'118</b>	<b>756'887</b>	<b>1'288'005</b>

#### HOTELS



36% WINTER 64% SOMMER

#### FERIENWOHNUNGEN

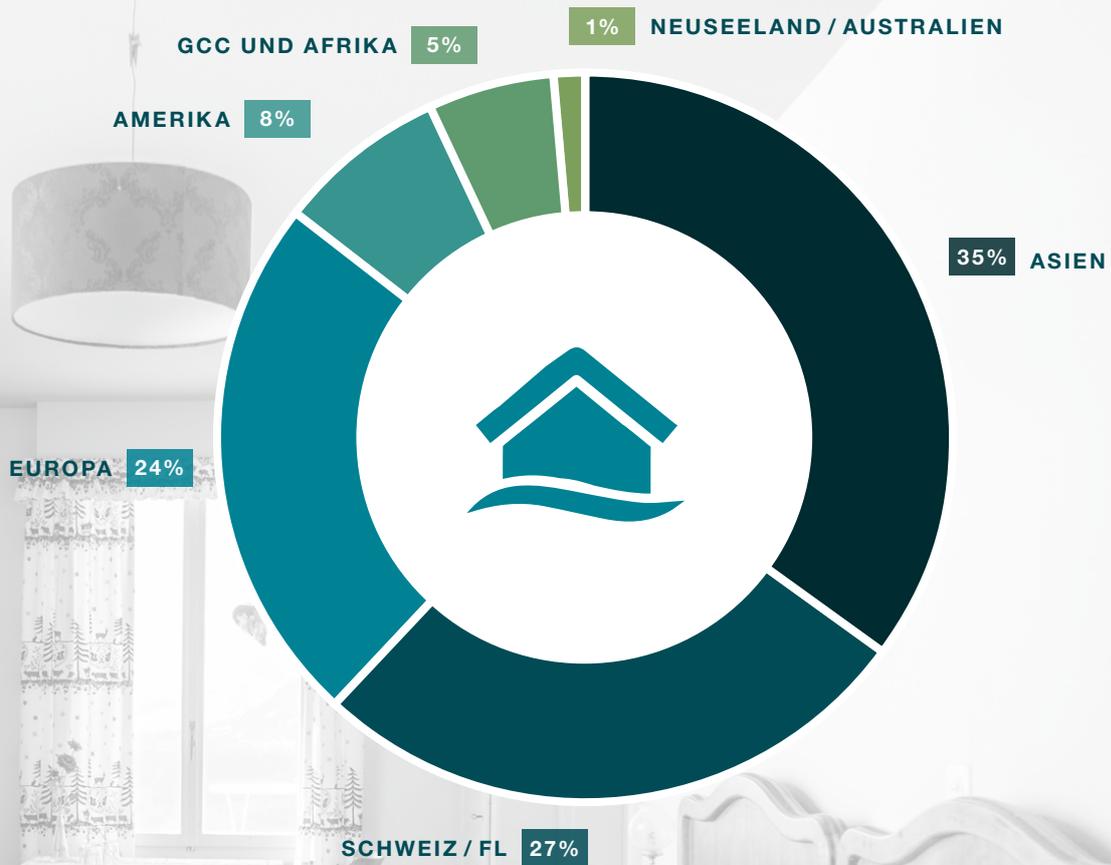


44% WINTER 56% SOMMER

#### TOTAL



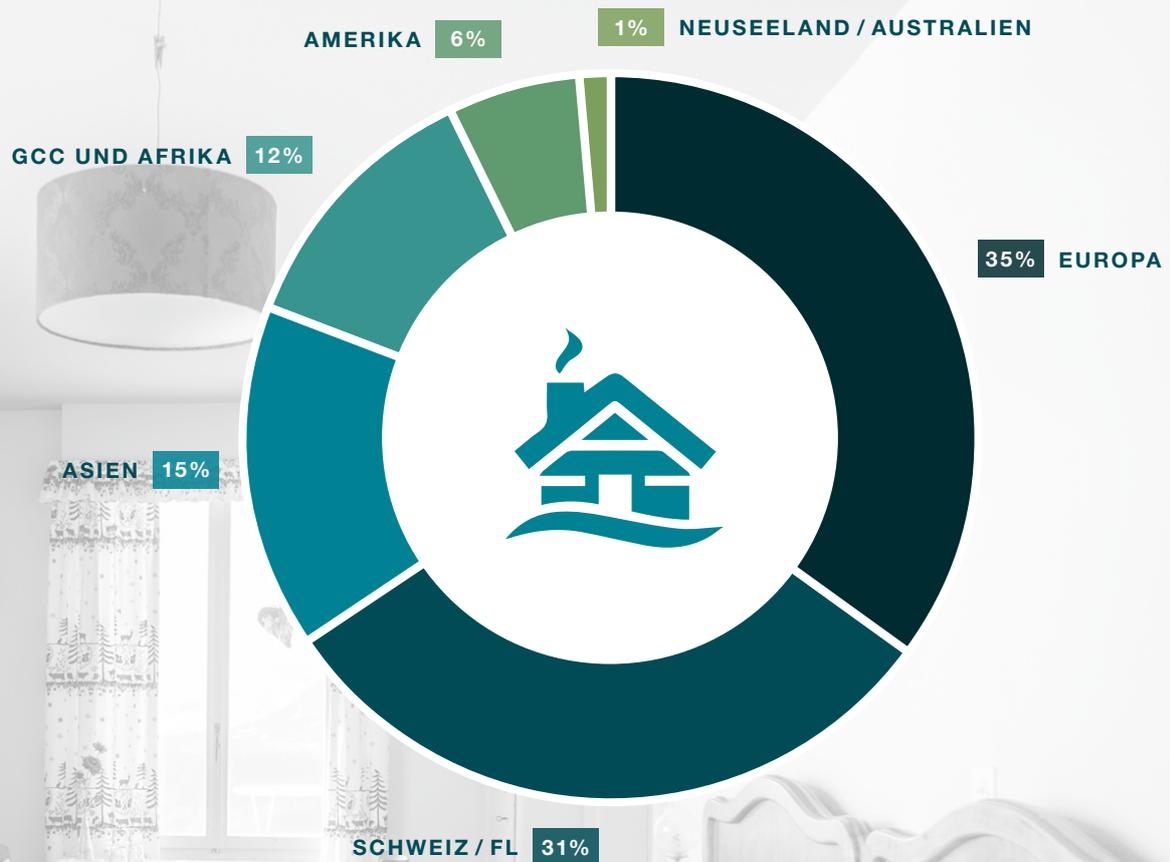
41% WINTER 59% SOMMER



# LÄNDERSTATISTIK

## HOTELLERIE 2018

	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	2018	2017	ABSOLUT	%
Belgien	7'044	6'726	318	4.73
Deutschland	36'618	34'567	2051	5.93
Frankreich	9'412	8'625	787	9.12
Grossbritannien/Irland	39'512	36'418	3094	8.50
Italien	3'047	2'585	462	17.87
Luxemburg	3'103	2'842	261	9.18
Niederlande	13'659	11'614	2045	17.61
Österreich	2'083	2'149	-66	-3.07
Russland	2'814	2'439	375	15.38
Skandinavien	6'581	5'000	1581	31.62
Spanien/Portugal	3'199	2'619	580	22.15
Israel	2'693	2'429	264	10.87
Übriges Europa	6'225	4'773	1452	30.42
<b>EUROPA TOTAL</b>	<b>135'990</b>	<b>122'786</b>	<b>13204</b>	<b>10.75</b>
USA/Kanada	40'285	30'007	10278	34.25
Übriges Amerika	3'384	2'758	626	22.70
<b>AMERIKA TOTAL</b>	<b>43'669</b>	<b>32'765</b>	<b>10904</b>	<b>33.28</b>
<b>GCC UND AFRIKA TOTAL</b>	<b>31'267</b>	<b>27'009</b>	<b>4258</b>	<b>15.77</b>
China inkl. Hongkong	55'420	46'569	8851	19.01
Indien	6'831	6'180	651	10.53
Japan	34'039	36'944	-2905	-7.86
Korea	52'793	47'331	5462	11.54
Taiwan	36'283	36'856	-573	-1.55
Übriges Asien	17'432	12'924	4508	34.88
<b>ASIEN TOTAL</b>	<b>202'798</b>	<b>186'804</b>	<b>15994</b>	<b>8.56</b>
Australien/Ozeanien	7'500	7'308	192	2.63
<b>AUSLAND TOTAL</b>	<b>421'224</b>	<b>376'672</b>	<b>44552</b>	<b>11.83</b>
Schweiz/FL	154'311	150'864	3447	2.28
<b>GESAMTTOTAL</b>	<b>575'535</b>	<b>527'536</b>	<b>47'999</b>	<b>9.10</b>



# LÄNDERSTATISTIK

## FERIENWOHNUNGEN 2018

	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	2018	2017	ABSOLUT	%
Belgien	4'913	4'659	254	5.45
Deutschland	42'540	39'051	3'489	8.93
Frankreich	5'064	4'992	72	1.44
Grossbritannien/Irland	13'661	13'566	95	0.70
Italien	1'396	1'483	-87	-5.87
Israel	2'204	1'905	299	15.70
Luxemburg	1'014	1'282	-268	-20.90
Niederlande	16'514	14'672	1'842	12.55
Österreich	405	637	-232	-36.42
Russland	1'551	1'395	156	11.18
Skandinavien	2'239	2'335	-96	-4.11
Spanien/Portugal	3'232	3'344	-112	-3.35
Übriges Europa	2'643	2'175	468	21.52
<b>EUROPA TOTAL</b>	<b>97'376</b>	<b>91'496</b>	<b>5'880</b>	<b>6.43</b>
USA/Kanada	15'624	13'065	2'559	19.59
Übriges Amerika	572	499	73	14.63
<b>AMERIKA TOTAL</b>	<b>16'196</b>	<b>13'564</b>	<b>2'632</b>	<b>19.40</b>
<b>GCC UND AFRIKA TOTAL</b>	<b>33'307</b>	<b>30'848</b>	<b>2'459</b>	<b>7.97</b>
China inkl. Hongkong	6'270	5'282	988	18.71
Indien	6'932	5'869	1'063	18.11
Japan	4'046	4'049	-3	-0.07
Korea	19'897	15'388	4'509	29.30
Taiwan	2'483	2'465	18	0.73
Übriges Asien	2'779	2'613	166	6.35
<b>ASIEN TOTAL</b>	<b>42'407</b>	<b>35'666</b>	<b>6'741</b>	<b>18.90</b>
Australien/Ozeanien	3'571	3'421	150	4.38
<b>AUSLAND TOTAL</b>	<b>192'857</b>	<b>174'995</b>	<b>17'862</b>	<b>10.21</b>
Schweiz/FL	85'356	84'789	567	0.67
<b>TOTAL EFFEKTIVE LN</b>	<b>278'213</b>	<b>259'784</b>	<b>18'429</b>	<b>7.09</b>
Pauschalkurtaxen	311'648	300'806	10'842	3.60
<b>GESAMTTOTAL</b>	<b>589'861</b>	<b>560'590</b>	<b>29'271</b>	<b>5.22</b>

# BILANZ

## AKTIVEN

	<b>31.12.2018</b>	<b>31.12.2017</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel	1'207'640.81	1'043'829.20
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	1'362'908.90	1'312'840.55
Forderungen aus L + L JRT AG	72'497.50	112'039.65
Forderungen aus L + L Sportzentrum AG	25'100.00	25'200.00
Wertberichtigung Forderungen	-114'000.00	-90'000.00
Übrige kurzfristige Forderungen	25'933.60	1'925.95
Vorräte	1.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	22'389.23	31'134.45
<b>TOTAL UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>2'602'471.04</b> <b>91%</b>	<b>2'436'970.80</b> <b>88%</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Wertschriften	116'500.00	118'000.00
Beteiligung Jungfrau Region Tourismus AG	258'000.00	258'000.00
./. Wertberichtigung Beteiligung JRT AG	<u>-257'999.00</u>	<u>-168'000.00</u>
Total Finanzanlagen und Beteiligungen	116'501.00	208'000.00
Mobiliar, Geräte, mobile Anlagen	25'002.00	33'002.00
Informatik- und Kommunikationsanlage	2.00	4'000.00
Fahrzeuge	30'000.00	2'000.00
Loipenfahrzeug	<u>1'000.00</u>	<u>2'000.00</u>
Total mobile Sachanlagen	56'004.00	41'002.00
Gletscherschlucht	1.00	1.00
Tennis Mettenberg	1.00	1.00
Tourist Center	<u>81'000.00</u>	<u>90'000.00</u>
Total immobile Sachanlagen	81'002.00	90'002.00
<b>TOTAL ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>253'507.00</b> <b>9%</b>	<b>339'004.00</b> <b>12%</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>	<b>2'855'978.04</b> <b>100%</b>	<b>2'775'974.80</b> <b>100%</b>

# BILANZ

## PASSIVEN

	31.12.2018	31.12.2017
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Dritten	392'479.53	371'604.84
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Nahestehenden (JRT AG)	330'589.05	486'135.71
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	30'852.92	27'134.54
Passive Rechnungsabgrenzung	1'562'613.15	1'440'707.98
<b>TOTAL KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>2'316'534.65</b>	<b>2'325'583.07</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		
IHG Darlehen Tourist Center	60'000.00	88'000.00
Rückstellungen Pensionskasse	20'000.00	
<b>TOTAL LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>	<b>80'000.00</b>	<b>88'000.00</b>
<b>TOTAL FREMDKAPITAL</b>	<b>2'396'534.65</b> 84%	<b>2'413'583.07</b> 87%
<b>Eigenkapital</b>		
Eigenkapital am Anfang	362'391.73	344'355.00
Jahresergebnis	97'051.66	18'036.73
<b>EIGENKAPITAL AM ENDE</b>	<b>459'443.39</b> 16%	<b>362'391.73</b> 13%
<b>TOTAL PASSIVEN</b>	<b>2'855'978.04</b> 100%	<b>2'775'974.80</b> 100%

# ERFOLGSRECHNUNG

## ERTRAG

	Budget 2018	01.01.–31.12.2018	01.01.–31.12.2017
<b>Kurtaxen</b>			
Hotels	1'600'000.00	1'989'968.60	1'579'858.40
Berghotels	50'000.00	69'674.80	52'192.50
Ferienwohnungen	1'893'000.00	2'044'260.35	1'680'384.05
Camping	95'000.00	105'492.00	91'098.65
Herbergen, Ferienheime	189'000.00	211'004.00	185'654.80
	3'827'000.00	4'420'399.75	3'589'188.40
<b>Übrige Beiträge</b>			
Hotels Logiernächteabgabe	20'000.00	24'880.97	22'832.33
Mitgliederbeiträge Private	3'500.00	3'200.00	3'550.00
Auswärtige Gönner	7'500.00	7'510.00	7'810.00
Gemeinde Grindelwald	9'000.00	9'000.00	9'000.00
	40'000.00	44'590.97	43'192.33
<b>Diverse Anlagen GT</b>	88'000.00	112'994.34	100'565.27
<b>Erlöse Sportzentrum</b>	514'000.00	566'583.26	548'857.86
<b>Handel und Dienstleistungen</b>	223'000.00	48'560.81	106'930.48
<b>Billettprovisionen</b>	60'000.00	63'020.17	54'728.02
<b>Sport &amp; Events</b>	25'000.00	193'251.77	21'404.27
<b>Übrige Erträge</b>	50'000.00	125'210.52	96'547.21
<b>Verluste Forderungen, Veränderung Wertberichtigung</b>		-25'050.00	-40'512.00
<b>TOTAL ERTRÄGE</b>	4'827'000.00	5'549'561.59 100%	4'520'901.84 100%

# ERFOLGSRECHNUNG

## AUFWAND

	Budget 2018	01.01.–31.12.2018	01.01.–31.12.2017
Einlage Sporttaxenfonds	400'000.00	600'000.00	200'000.00
Diverse Anlagen GT	183'000.00	133'643.14	123'788.84
Miete Sportanlagen	40'000.00	40'000.00	40'000.00
Handel und Dienstleistungen	226'000.00	38'743.35	45'207.49
Sport & Events	372'000.00	417'125.56	339'051.90
Werbung	56'000.00		43'000.00
Beiträge und Subventionen	618'000.00	757'470.10	620'432.20
Dienstleistung JRT AG (Ortsmarketing, Gästebetreuung, Personal, Verwaltung)	2'204'000.00	2'584'825.20	2'379'864.70
<b>Total Material- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>4'099'000.00</b>	<b>4'571'807.35</b> 82.4%	<b>3'791'345.13</b> 83.9%
<b>Bruttoergebnis nach Material- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>728'000.00</b>	<b>977'754.24</b> 17.6%	<b>729'556.71</b> 16.1%
Bruttolöhne			72'000.00
Sozialversicherungs-Aufwand			76.25
Übriger Personalaufwand			5'280.00
<b>Total Personalaufwand</b>			<b>77'356.25</b> 1.7%
<b>Bruttoergebnis II</b>	<b>728'000.00</b>	<b>977'754.24</b> 17.6%	<b>652'200.46</b> 14.4%
Raumaufwand Sportzentrum/TC	100'000.00	20'000.00	115'053.58
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	40'000.00	127'995.51	8'655.85
Fahrzeugaufwand	40'000.00	14'479.45	22'098.00
Versicherungsaufwand	17'000.00	10'468.45	14'033.05
Energie- und Entsorgungsaufwand	383'000.00	453'039.70	404'033.55
Verwaltungs- und Informatikaufwand	105'000.00	88'760.78	40'444.26
Übriger Betriebsaufwand	5'000.00		1'562.35
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>690'000.00</b>	<b>714'743.89</b> 12.9%	<b>605'880.64</b> 13.4%
<b>EBITDA</b> Ergebnis vor Abschr., Finanzerfolg und Steuern	<b>38'000.00</b>	<b>263'010.35</b> 4.7%	<b>46'319.82</b> 1.0%
Abschreibungen	30'000.00	135'488.00	40'861.40
<b>EBIT</b> (Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern)	<b>8'000.00</b>	<b>127'522.35</b> 2.3%	<b>5'458.42</b> 0.1%
Finanzerfolg		-1'986.97	-5'650.81
<b>EBT</b>	<b>8'000.00</b>	<b>129'509.32</b> 2.3%	<b>11'109.23</b> 0.2%
Ausserordentlicher Ertrag		11'086.29	9'330.00
Ausserordentlicher Aufwand		-20'000.00	
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>8'000.00</b>	<b>120'595.61</b> 2.2%	<b>20'439.23</b>
Steuern	3'000.00	23'543.95	2'402.50
<b>JAHRESERGEBNIS</b>	<b>5'000.00</b>	<b>97'051.66</b> 1.7%	<b>18'036.73</b> 0.4%

## ANHANG GEMÄSS ART. 959C OR

### 1 GESETZLICHE ANGABEN

#### 1.1 Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze, soweit diese nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind

Die Jahresrechnung 2018 wurde gemäss den neuen Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 960e erstellt).

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

#### 1.2 Gesamtbetrag der aufgelösten Wiederbeschaffungsreserven und darüber hinausgehenden stillen Reserven, soweit dieser den Gesamtbetrag der neugebildeten derartigen Reserven übersteigt, wenn dadurch das erwirtschaftete Ergebnis wesentlich günstiger dargestellt wird

betreffend Wertberichtigung Forderungen, Wertschriften, Rückstellungen, mobile und immobile Sachanlagen mit Ausnahme der nachfolgend erwähnten Bereiche Tennisanlage und Gletscherschlucht	2018 0	2017 0
---	-----------	-----------

«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 ermittelt. Da es sich dabei um touristische Infrastrukturen handelt, werden grössere Unterhalts- und Erneuerungskosten teilweise durch Beiträge gedeckt. Bei der Beurteilung der ausgewiesenen Summe der Nettoauflösung der stillen Reserven ist dies zu beachten.»

<b>2 WEITERE GESETZLICHE ANGABEN</b>	<b>31.12.2018</b>	<b>31.12.2017</b>
<b>2.1 Firma oder Name sowie Rechtsform und Sitz des Unternehmens</b> Grindelwald Tourismus, Verein, mit Sitz in Grindelwald		
<b>2.2 Vollzeitstellen</b> Die Unternehmensleitung stellt fest, dass die Anzahl Vollzeitstellen weniger als 10 beträgt.		
<b>2.3 Beteiligungen</b>		
<b>2.3.1 Jungfrau Region Tourismus AG, mit Sitz in Interlaken</b> Zweck: Steigerung touristischer Wertschöpfung Aktienkapital insgesamt Kapital- und Stimmanteil	600'000 43.0 %	600'000 43.0 %
<b>2.3.2 Sportzentrum Grindelwald AG, mit Sitz in Grindelwald</b> Zweck: Bau und Betrieb von Sportanlagen Aktienkapital insgesamt Kapital- und Stimmanteil	700'000 11.2 %	700'000 11.2 %
<b>2.4 Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverpflichtungen, sofern diese nicht innert zwölf Monaten ab Bilanzstichtag auslaufen oder gekündigt werden können</b>	0.00	0.00
<b>Verpflichtungen aus langjährigen Vertragsverhältnissen betr. Liegenschaften</b>		
2.4.1 Baurechtsvertrag mit Einwohnergemeinde Grindelwald, GB 5876: · Jährlicher Baurechtszins (indexiert ab 2001), Basiswert CHF 12'350 · Laufzeit bis	12'995 31.12.2073	12'995 31.12.2073
2.4.2 Baurechtsvertrag betr. Tennisanlage Mettenberg · Jährlicher Baurechtszins	15'000	15'000
2.4.3 Pacht- und Mietvertrag mit der Sportzentrum Grindelwald AG · Jährlicher Pachtzins für Sportanlagen · Jährlicher Mietzins für Schalterhalle, Büro- und Kellerräume	40'000 20'000	40'000 20'000
<b>2.5 Eventualverbindlichkeit</b> Mithaftung für Kredit der Sportzentrum Grindelwald AG gegenüber der Einwohnergemeinde Grindelwald	p.m.	p.m.
<b>2.6 Erläuterung zu ausserordentlichem Erfolg</b> · Ausserordentlicher Ertrag: Gewinn aus Veräusserung Anlagevermögen · Ausserordentlicher Ertrag: Gewinn aus Veräusserung Wertschriften · Ausserordentlicher Aufwand: Schwankungsreserve Pensionskasse Hotela	11'086 0 20'000	1'600 7'730 0

Weitere Angaben gemäss OR 959c sind nicht notwendig

<b>3 FREIWILLIGE ZUSATZANGABEN</b>	<b>31.12.2018</b>	<b>31.12.2017</b>
<b>3.1 Gebäudeversicherungswerte</b>	1'886'461	1'886'461
<b>3.2 Amtliche Werte der Liegenschaften</b>	1'297'260	1'246'960
<b>3.3 Stand Sporttaxenfonds</b>	46'805	46'762

# REVISORENBERICHT

## 2018



Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision  
an die Generalversammlung des Vereins  
**Grindelwald Tourismus, Grindelwald**

Meiringen, 28. Mai 2019

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins **Grindelwald Tourismus** für das am 31. Dezember 2018 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. Mitarbeitende unserer Gesellschaft haben im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision waren sie 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 Gesetz und Statuten entspricht.

**Lehmann + Bacher Treuhand AG**

Hans Martin Bleuer  
dipl. Steuerexperte  
zugel. Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Remo Casagrande  
dipl. Treuhandexperte  
zugel. Revisionsexperte

- Jahresgewinn CHF 97'051.66
- Eigenkapital am Ende CHF 459'443.39

Davidi Hertig, dipl. Wirtschaftsprüfer  
Hans Martin Bleuer, dipl. Steuerexperte  
Remo Casagrande, dipl. Treuhandexperte

3860 Meiringen · Gemeindegattenstrasse 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

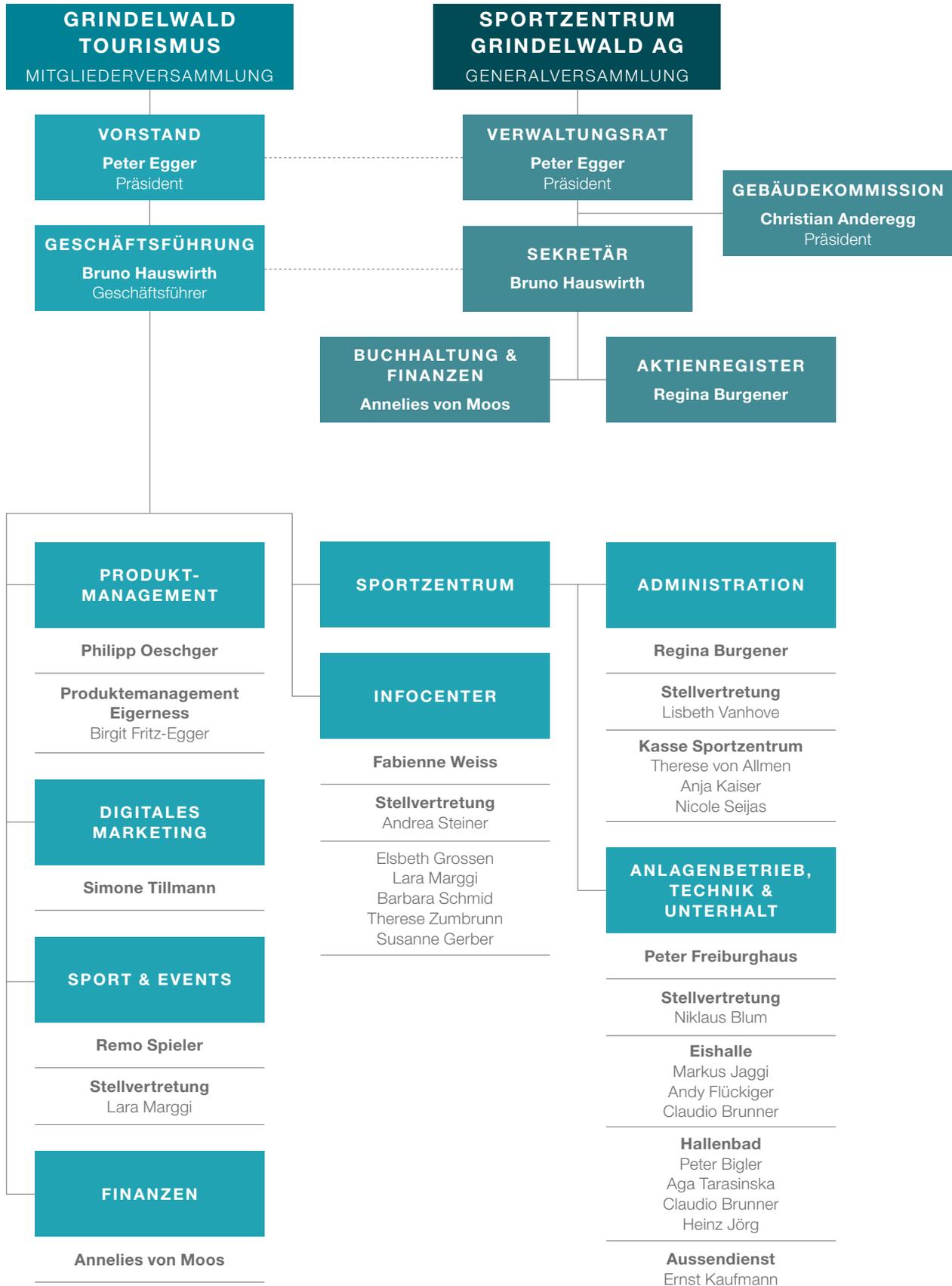
TREUHAND | SUISSE



<b>Firma/Name</b>	<b>Ort</b>	<b>Betrag in CHF</b>
<b>Alpiq InTec Schweiz AG</b>	3015 Bern	200.00
<b>Apotheke Dr. Portmann AG</b>	3800 Interlaken	100.00
<b>Ausländische Biere AG</b>	4144 Arlesheim	65.00
<b>Canetti SA Vini</b>	6616 Losone	100.00
<b>Classic Textile Stickerei AG</b>	3800 Unterseen	250.00
<b>Elektro Seiler</b>	3806 Bönigen	300.00
<b>Espro</b>	3655 Sigriswil	100.00
<b>Feldschlösschen Getränke AG</b>	4310 Rheinfelden	300.00
<b>Geotest AG</b>	3052 Zollikofen	200.00
<b>Grosse Apotheke Dr. G. Bichsel AG</b>	3800 Interlaken	50.00
<b>H + R Gastro AG</b>	3800 Interlaken	800.00
<b>H. Gosteli AG</b>	3800 Matten	65.00
<b>Hansen AG</b>	3800 Interlaken	65.00
<b>Henri Badoux SA</b>	1860 Aigle	135.00
<b>Hotelbedarf AG</b>	3800 Interlaken	270.00
<b>Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG</b>	3322 Urtenen-Schönbühl	100.00
<b>Kästli &amp; Co. AG</b>	3123 Belp	135.00
<b>Kolb Wohnideen AG</b>	3800 Unterseen	500.00
<b>Konsag, Holzkonservierung + Bautenschutz</b>	3805 Goldswil	50.00
<b>Marcel Boschung AG</b>	1530 Payerne	100.00
<b>Media-Line GmbH, Sound Vision Multimedia</b>	3600 Thun	100.00
<b>Messer Daniel, Sonnen- und Wetterschutzsysteme</b>	3818 Grindelwald	200.00
<b>Michel Comestibles AG</b>	3800 Unterseen	135.00
<b>Moveri AG</b>	5034 Suhr	500.00
<b>Obrist Weine SA</b>	1800 Vevey	200.00
<b>Räuber &amp; Co. AG</b>	3800 Interlaken	50.00
<b>Ritschard AG, Weinhandlung</b>	3800 Interlaken	500.00
<b>Roro Herrenkonfektion AG</b>	3800 Interlaken	350.00
<b>Rugenbräu AG</b>	3800 Matten	400.00
<b>Sanitas Troesch AG</b>	3645 Gwatt	135.00
<b>Stähli Natursteine AG</b>	3806 Bönigen	250.00
<b>Winkler AG</b>	3510 Konolfingen	100.00
<b>Wohncenter von Allmen</b>	3800 Interlaken	270.00
<b>Wyss &amp; Früh AG, Ingenieurbüro</b>	3800 Unterseen	135.00
<b>Zumstein Elektroapparate AG</b>	3855 Brienz	300.00

Die aufgeführten Firmen leisten jährlich einen Beitrag an Grindelwald Tourismus. Diese Unternehmungen sind in engem Kontakt mit den Grindelwalder Tourismusbetrieben und unterstützen mit ihrem Beitrag den Tourismus von Grindelwald. Wir danken dafür herzlich und hoffen, auch in Zukunft auf diese für uns wichtige Unterstützung zählen zu dürfen.





**INHALT UND GRAFIK**

<b>Daten / Inhalt</b>	Grindelwald Tourismus
<b>Grafik / Layout</b>	Jungfrau Region Tourismus AG
<b>Titelbild</b>	David Birri (davidbirri.com)