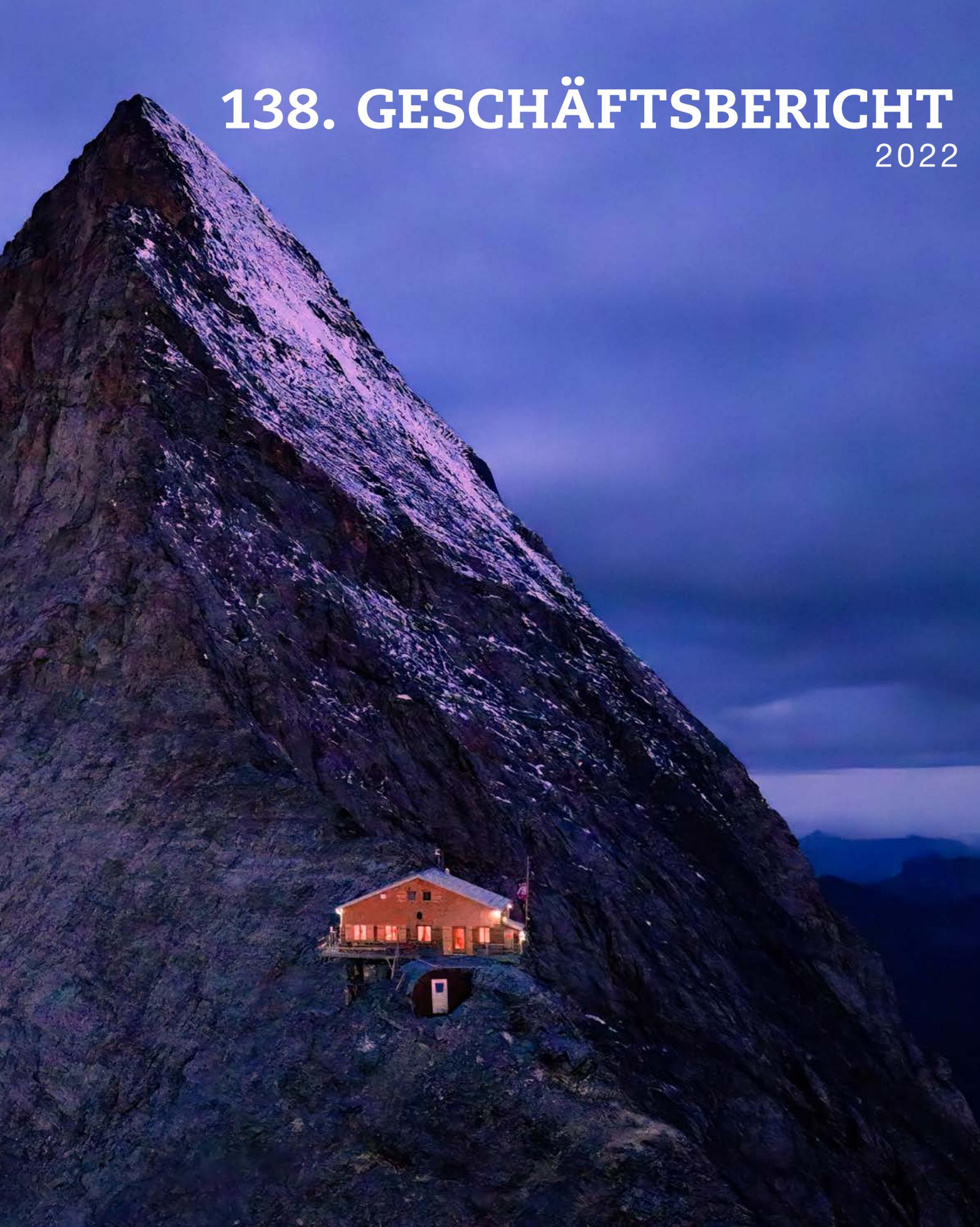


138. GESCHÄFTSBERICHT

2022



IRGENDWENN CHUNNT ME IMMER A
IRGENDEINISCH GEIT'S GÄNG WIEDER WITER
DU CHASCH NO SO TÖIFF IR SOSSE SHTAH
IRGENDWENN CHUNNT ME IMMER A

IRGENDWO GEIT E TÜRE UF
VIELLECH NUME GANZ E SCHMALE SCHPAUT
ÖPPER SCHTEIT UF IRGENDÖPPIS DRUF
U IRGENDWO GEIT E TÜRE UF

IRGENDEINISCH FINGT DS GLÜCK EIM

Urheberrecht Songtext

Züri West

Writers

Kuno Lauener, Gert Stäuble, Markus Fehlmann,
Oliver Kuster, Jürg Schmidhauser, Thomas Etter

IMPRESSUM

Daten | Inhalt

Grindelwald Tourismus

Layout | Druck

sutterdruck.ch

Bilder

Grindelwald Tourismus / Jungfraubahnen / by David Birri



INHALTSVERZEICHNIS

- 5 VORWORT**
des Präsidenten
- 6 2022**
die wichtigsten Zahlen
- 8 VORSTAND**
Personen und Arbeiten
- 11 VORWORT**
des Geschäftsführers
- 13 JAHRESBERICHT**
- 24 BETTENAUSLASTUNG**
- 26 TOURISMUSENTWICKLUNG**
- 27 LOGIERNÄCHTE**
- 30 LÄNDERSTATISTIK**
- 34 BILANZ**
- 36 ERFOLGSRECHNUNG**
- 38 ANHANG**
- 40 REVISIONSBERICHT**
- 41 GÖNNERBEITRAG**
- 42 ORGANIGRAMM**





PETER EGGER
Präsident Grindelwald Tourismus

WERTE VEREINSMITGLIEDER VON GRINDELWALD TOURISMUS LIEBE LESERINNEN UND LESER

Grindelwald hat in den vergangenen Jahren einen beachtlichen Wandel vollzogen und sich zu einer Ganzjahresdestination in den Schweizer Bergen entwickelt. Nur wenige Orte können sich mit diesem Erfolg schmücken. Doch trotz der positiven Entwicklung bleiben die Herausforderungen gross.

Wirtschaftliche Unruhen aufgrund von Staatsverschuldung und schwierig einzudämmender Inflation sowie eine verschärfte internationale Lage und eine komplizierte geopolitische Situation aufgrund des aggressiven Einmarschs Russlands in die Ukraine verlangen gezielte Anstrengungen und die richtige Ausrichtung der Marktstrategie.

Es ist von entscheidender Bedeutung, wie wir auf äussere Einflüsse reagieren und uns darauf vorbereiten. Tradition und solide Werte sind in unserer Destination wichtige Grundpfeiler, die uns Orientierung geben und unseren eingeschlagenen Weg fortsetzen lassen, auch wenn Veränderungen und Unsicherheiten auftreten. Doch wir dürfen nicht den Blick für die Zukunft und die sich ständig verändernde Welt verlieren. Wir müssen vorausschauend handeln und uns nicht von kurzfristigen Opportunitäten leiten lassen. Deshalb ist es von touristischer Bedeutung, dass geplante Investitionen langfristig und nachhaltig durchdacht werden.

Wir müssen die Augen und Ohren offenhalten und uns den Herausforderungen stellen, um Grindelwald für zufriedene Gäste und eine lebenswerte Umgebung für Einheimische zu gestalten. Dabei müssen wir aber auch bereit sein, Veränderungen zuzulassen.

Es war mir ein Privileg, seit 2009 dem Verein Grindelwald als Präsident vorzustehen. Ich durfte in dieser Zeit viele wertvolle Erfahrungen sammeln und lernte zahlreiche Menschen kennen, von denen ich viel gelernt habe. Ich hatte stets Freude, dieses Amt ausüben zu können und bedanke mich bei allen herzlich, welche mich in dieser Zeit unterstützt und die Arbeit mitgetragen haben. Den Mitarbeitern von Grindelwald Tourismus danke ich für den unermüdlichen Einsatz im Dienste unserer Gäste und zugunsten der Leistungsträger unseres Ortes. Die vielfältigen Aufgaben, welche zu bewältigen sind, werden stets mit viel Engagement bearbeitet und es wird ausgezeichnete Arbeit geleistet. Dem Resort Director Bruno Hauswirth spreche ich im Namen des Vorstandes unseren besten Dank aus. Den Vorstandsmitgliedern danke ich für die konstruktive Zusammenarbeit und die vielen Stunden, welche Sie zum Wohle des Tourismus in unserem Ort einsetzen.

Ich wünsche euch allen gute Gesundheit und Wohlergehen.

Peter Egger
Präsident Grindelwald Tourismus

LOGIER
1'415'607
NÄCHTE

Im Jahr 2021:

1'105'546 Logiernächte,
entspricht 45.5%
Bruttobettenauslastung

DAS SIND **351** =
LOGIERNÄCHTE
pro Einwohner / Jahr





297'635

Social Media Nutzer

Im Jahr 2021:
269'936
Social Media Nutzer



30'508
BESUCHER
IN UNSEREM
INFOCENTER

Im Jahr 2021:
24'741
Besucher
im Infocenter

VORSTAND 2022

VORSTANDSARBEITEN

VORSTAND GRINDELWALD TOURISMUS 2022

PETER EGGER

Präsident, Vertreter Gewerbe und Handwerk

DANIEL ZIHLMANN

Vizepräsident, Vertreter Transportunternehmungen

VERA BRAWAND

Frei aus der Gemeinde

URS JOSSI

Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

STEFAN GROSSNIKLAS

Vertreter Hotellerie, Pensionen und Restaurationen

BARBARA HOFER

Frei aus der Gemeinde

NILS BURI

Vertreter des Gemeinderats

BRUNO HAUSWIRTH

Resort Director Grindelwald Tourismus



ARBEITEN DES VORSTANDS AUF STRATEGISCHER EBENE



ORTSMARKETING GRINDELWALD

Verabschiedung Massnahmenpaket

INFRASTRUKTUREN

Validierung Infrastrukturen

KURTAXEN

- Erhöhung Kurtaxen 2024 im Zusammenhang mit der Strategie Sportzentrum 2035
- Revision Kurtaxenreglement 2023

SPORTZENTRUM GRINDELWALD AG

Leistungsvereinbarungen, Kooperationskonzept, Beitragsregime



VORWORT DES GESCHÄFTSFÜHRERS



BRUNO HAUSWIRTH
Geschäftsführer Grindelwald Tourismus

Die Tourismusbranche konnte sich im Jahr 2022 von verschiedenen Herausforderungen erholen. Wichtige Gästegruppen kehrten zurück, die Belegung und Nachfrage der verschiedenen Unterkunftsmöglichkeiten erreichten Vorkrisenniveau oder überstieg diese sogar. Der Tourismus als Querschnittssektor ist voller Leidenschaft und die Arbeit ermöglicht es den Mitarbeitenden, unseren Gästen jeden Tag unvergessliche Erlebnisse zu bieten. Die Arbeit im Tourismus ist kreativ, nahe bei den Menschen und sinnstiftend.

Das vergangene Jahr hat uns gezeigt, dass unsere Marke weiterhin auf den Reisemärkten gefragt ist und die Menschen trotz der Herausforderungen des Reisens ihre Entdeckungsfreude beibehalten haben.

Dies sind positive Aspekte, allerdings war das vergangene Jahr auch von dem Gefühl geprägt, dass eine Krise die Nächste ablöste: Das Coronavirus war zu Beginn des Jahres noch immer ein Thema in der Schweiz, Teile Europas befanden sich im Krieg, die drohende Energiekrise verursachte grosse Unsicherheit und die steigende Inflation wirkte sich auf das Tagesgeschäft aus. Viele dieser Themen können wir als Tourismusorganisation nicht aktiv beeinflussen. Dort, wo wir etwas bewirken können, versuchen wir es aber.

Erstaunlich ist es, wie schnell nach zwei sehr herausfordernden Jahren bei einigen Anspruchsgruppen bereits wieder Sättigung zu erkennen und teilweise zu vernehmen ist.

Unsere Anstrengungen zu reduzieren birgt die Konsequenz, unseren Wohlstand und unseren Lebensraum zu riskieren und die Errungenschaften früherer Generationen zu verspielen. Das Umfeld verändert sich schnell und nur mit einer entschlossenen Zukunftsstrategie können wir die zurecht grossen Erwartungen unserer Gäste erfüllen und uns auch auf neue Herausforderungen vorbereiten.

Es ist daher wichtig, ambitioniert und flexibel zu bleiben, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

Bruno Hauswirth
Geschäftsführer Grindelwald Tourismus



GRINDELWALD

DIE GANZJAHRESDESTINATION

Grindelwald hat im Jahr 2022 einen erstaunlichen Meilenstein erreicht: Mit über 1,4 Millionen Übernachtungen hat es seinen bisherigen Rekord von 2019 um 5,3% übertroffen. Wie kommt dies?

Es war eine Kombination aus verschiedenen Faktoren, einschliesslich der Nachholeffekte aufgrund der Lockerung der Corona-Massnahmen, der Marketingimpulse und der neuen Infrastrukturen wie der V-Bahn der Jungfrauabahn. Dies erweiterte die Möglichkeiten für die Gäste und sorgte für ein grösseres Angebot an Aktivitäten, die in der idyllischen Umgebung von Grindelwald genossen werden kann.

Die Gäste aus der Schweiz sind nach wie vor die treuesten Besucher und bilden eine wichtige Stütze für die Beherbergungsbetriebe. Doch auch die Gäste aus Europa und Übersee, insbesondere aus den USA, trugen zum Anstieg der Nachfrage bei. Nur die asiatischen Märkte waren aufgrund von anhaltenden Eindämmungsmassnahmen noch etwas verhalten.

Trotzdem konnten insgesamt über 1,4 Millionen Übernachtungen verbucht werden, was bedeutet, dass im Durchschnitt 3.878 Gäste pro Tag in Grindelwald übernachteten. Die Bruttobettenauslastung der Hotellerie betrug dabei 62%, was den Rekordwert von 2019 egalisierte.

Der Ort generiert über 90% seiner wirtschaftlichen Leistung direkt oder indirekt aus dem Tourismus, der somit der dominante Motor für die Volkswirtschaft des Tals bleibt.

Grindelwald hat sich als einer der beliebtesten und nächtigungsstärksten Tourismusorte in der Schweiz etabliert und ist ein Vorreiter in der Schaffung einer Ganzjahresdestination. Mit dem ununterbrochenen Betrieb des Jungfrau-Joch-Top of Europe an allen 365

Tagen und der kontinuierlichen Inbetriebnahme der Firstbahn im Frühling sowie dem Angebot von mindestens 50% der Gesamtkapazität an Hotelbetten in den Nebensaisons, hat Grindelwald eine Ausnahmestellung erlangt.

FINANZEN

Grindelwald Tourismus ist mit 43% Kapital- und Stimmanteil der Hauptaktionär der Jungfrau Region Tourismus AG. Diese starke Verbindung hat Auswirkungen auf die Finanzbuchhaltung. Der Personalaufwand, die Kosten für das Infocenter, das Ortsmarketing und Teile der Verwaltungsaufwendungen werden über eine Spartenrechnung Grindelwald abgewickelt. Dadurch wird sichergestellt, dass der Geldfluss der fünf Partnerorte gemäss dem Prinzip der Mittelherkunft und Mittelverwendung klar und transparent nachverfolgt werden kann.

Grindelwald Tourismus ist auch für den Einzug der Tourismusförderungsabgabe (TFA) verantwortlich. Der Erlös der TFA wird der Jungfrau Region Tourismus AG zugewiesen, um touristische Marketingaufgaben zu finanzieren. Im Jahr 2022 betrug die Summe der TFA CHF 604'441.25, der von Grindelwald Tourismus direkt an die JRT AG weitergeleitet wurde (über ein Durchlaufkonto).

Für das Kalenderjahr 2022 resultierte ein Gewinn von CHF 88'866.72 – das Endergebnis begründet sich aus verschiedenen Faktoren: Zum einen der rekordhohen Anzahl Logiernächte praktisch sämtlicher Leistungsträger und zum anderen der massvollen Budgetierung. Zu beachten gilt, dass mit Wirkung ab 1.1.2022 die Sportanlagen inklusive Personal des Sportzentrums von der Sportzentrum Grindelwald AG betrieben wird. Bis Ende 2021 wurden die Sportanlagen inkl. Personal Sportzentrum von Grindelwald Tourismus betrieben. Daher sind die Vorjahreszahlen der Erfolgsrechnung nur bedingt vergleichbar.

Das erfreuliche Ergebnis ist lediglich dank grosser Disziplin aller Mitarbeitenden, der Übersicht der Finanzverantwortlichen und den Bereichsleiterinnen 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 2022 an 358 Tagen – lediglich an 7 Tagen also war das Infocenter geschlossen. 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 Gästeinfo bespielt diverse Schnittstellen und ist zuständig für den reibungslosen Informationsfluss zwischen Tourismusorganisation, Gästen und den Leistungsträgern.

Das Team beriet 30'508 Gäste am Schalter, beantwortete 6'922 Mails, kommunizierte 12'646-mal per Telefon und konferierte mit 1'557 Social Media Nutzern.

Insgesamt fanden 51'633 Interaktionen zwischen den Mitarbeitenden Infocenter und den diversen Anspruchsgruppen statt. Dies entspricht einer quantitativen Steigerung von +9.5% zu einem bereits starken Vorjahr.

PRODUKTMANAGEMENT – ORTSMARKETING

Der Grossteil der Marketingmittel von Grindelwald wird in das Basismarketing der Jungfrau Region Tourismus AG investiert. In diesem Rahmen bündeln die Partnerorte ihre Ressourcen, wodurch ein Marketingbudget von über 2 Mio. CHF für die Region zur Verfügung steht.

Darüber hinaus verfügt jeder Ort über ein eigenes überschaubares Budget für das Ortmarketing, das individuell für die jeweilige Markenentwicklung eingesetzt werden kann. Grindelwald hat im Berichtsjahr dafür einen Betrag von rund CHF 600'000.– bereitgestellt. Davon wurde etwa die Hälfte in Kooperationen

mit den Transportunternehmen investiert, was einen Multiplikationseffekt von mindestens dem Faktor fünf erzielt hat.

Medien

Ein besonderes Augenmerk gilt der Medienarbeit. Als beliebtes Reiseziel profitiert Grindelwald von der Präsenz in verschiedenen Medien, um potenzielle Besucher anzusprechen und das Bewusstsein für die Schönheit und Attraktivität des Ortes zu schaffen.

Durch den Einsatz von Medien, sowohl traditionellen als auch digitalen, kann die Marke Grindelwald ihre Botschaften, Bilder und Erlebnisse effektiv kommunizieren. Traditionelle Medien wie Reisemagazine, Zeitungsartikel und Fernsehberichte tragen dazu bei, Grindelwald als Reiseziel bekannt zu machen und das Interesse potenzieller Besucher zu wecken. Gerade Medienreisen sind ein vielgenutztes Mittel, das Grindelwald nutzt. Denn redaktionelle Beiträge haben oft eine grössere Glaubwürdigkeit und Einfluss auf die Meinungsbildung als traditionelle Werbung. Wenn Journalisten oder Reiseexperten positiv über Grindelwald berichten, kann dies das Vertrauen und das Interesse der Leser oder Zuschauer wecken.

Darüber hinaus spielen digitale Medien eine entscheidende Rolle für die Marke Grindelwald. Die Verwendung von Online-Marketing, Social-Media-Plattformen, Reiseblogs, Video-Content und Influencer-Marketing ermöglicht es Grindelwald, seine Zielgruppen gezielt anzusprechen und ihnen einen authentischen Einblick in die Schönheit und Vielfalt des Ortes zu geben. Durch den Einsatz von Medien kann Grindelwald potenzielle Besucher inspirieren, informieren und dazu ermutigen, den Ort zu besuchen. Die kontinuierliche Präsenz und effektive Nutzung von Medien tragen dazu bei, Grindelwald als starke Marke im Reise- und Tourismusbereich zu etablieren und das Image des Ortes zu stärken.

Social Media

Unsere Social-Media-Strategie funktioniert also und wir verbessern uns täglich. Im Jahr 2022 haben wir beträchtliche Fortschritte erzielt und insgesamt etwa 300.000 Follower auf unseren Kanälen erreicht. Unser Ziel ist jedoch nicht nur die Grösse oder die Anzahl der Follower, sondern vor allem der Austausch und die Kommunikation mit den Menschen, um Wissen zu generieren und Mehrwert zu bieten.

Videoinhalte sind weiterhin sehr gefragt, wobei Reels die früher beliebten Stories abgelöst haben. Bilder haben eine durchschnittliche Performance. Wir posten kontinuierlich an 365 Tagen im Jahr. Das Team des Infocenters kümmert sich täglich um die Follower, informiert und kommuniziert mit ihnen. Dieses Engagement und Community-Management sind entscheidend für unser Wachstum auf den sozialen Medien.



Wir posten kontinuierlich
an 365 Tagen im Jahr

Auch bei Veranstaltungen wie «100 % Women» von Schweiz Tourismus besuchen bekannte und talentierte Content Creator regelmässig unser Dorf und tragen die Bilder von Grindelwald in die ganze Welt hinaus. Die Zusammenarbeit mit sämtlichen Anspruchsgruppen in Grindelwald ist hierbei von grosser Bedeutung.

Wir investieren auch viel Energie und Arbeit in die Konzeption und Umsetzung von TV-Produktionen und Filmen. Durch weitere Themenwochen mit TeleBärn und neue Primetime-Werbespots für das Schweizer Fernsehen (Inhouse-Produktion) erweitern wir unser Angebot an Bewegtbildern. Zunächst produzieren wir für das Fernsehen und verwenden das Material dann in verschiedenen Formaten für unsere Kanäle.

Events

Grindelwald bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen und Events für Einheimische und Besucher an. Das Veranstaltungsprogramm umfasst traditionelle Feste, kulturelle Veranstaltungen, Sportevents und vieles mehr. Diese Events tragen zur Attraktivität des Ortes bei, locken Besucher an und bieten den Gästen ein abwechslungsreiches Freizeitangebot während ihres Aufenthalts in Grindelwald. Entsprechende Informationen sind aus der Mindmap in diesem Bericht zu entnehmen.

SPORTZENTRUM

Bis und mit 1999 war die Sportzentrum Grindelwald AG betrieblich eine eigenständige Gesellschaft – mit Wirkung ab 1.1.2022 werden die Sportanlagen inklusive Personal Sportzentrum vom Sportzentrum Grindelwald AG betrieben und der ursprüngliche Zustand wieder herbeigeführt.

Die Gründe sind:

- eine verbesserte Transparenz intern aber auch gegenüber externen Partnern wie z.B. der Gemeinde, den Vereinen, den Schulen.
- eine Offenlegung der Kosten- und Ertragswahrheit: So werden Finanzflüsse, mit welchem Betrag Grindelwald Tourismus mittels Kurtaxengeldern das Sportzentrum unterstützt.
- eine Vision: Das Sportzentrum ist nun fast 45 Jahre alt, d.h. in 15 Jahren bereits 60 Jahre. Zielsetzung ist Gelder für Rückstellungen zu generieren, damit in 10–15 Jahren eine Gesamterneuerung angegangen werden kann.

BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

MITARBEITENDE

Es ist mir ein Anliegen, an dieser Stelle meine aufrichtige Wertschätzung und Dankbarkeit gegenüber unseren Mitarbeitenden zum Ausdruck zu bringen. Die Leistungen, die sie im Rekordjahr 2022 erbracht haben, waren ausserordentlich. Mit grossem Engagement, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit haben sie einen wesentlichen Beitrag geleistet und massgeblich zum Erfolg beigetragen. Ihre Professionalität und Hingabe sind bewundernswert und verdienen Anerkennung.

An dieser Stelle spreche ich dem gesamten Personal meinen herzlichen Dank aus. Wir wissen Ihren Beitrag und Ihre unermüdliche Arbeit sehr zu schätzen.

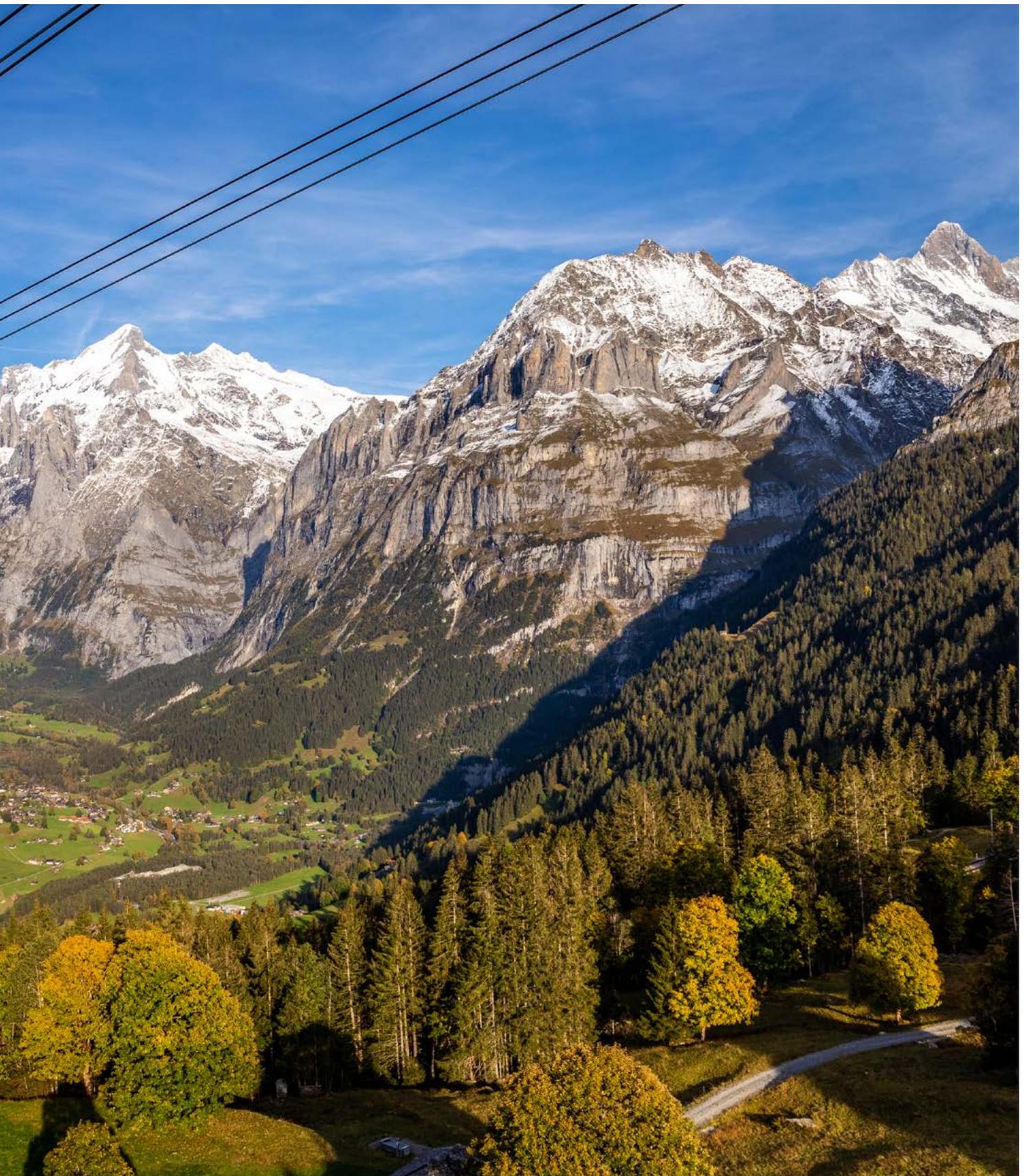
DANK

Wir möchten uns herzlich bei unseren Partnern bedanken, einschliesslich dem Vorstand von Grindelwald Tourismus, den Transportunternehmen, den Beherbergern, dem Gewerbe und den Behörden. Ihre offene Zusammenarbeit und Unterstützung sind von unschätzbarem Wert für die Weiterentwicklung von Grindelwald.

Ein herzliches Dankeschön geht an unsere geschätzten Gäste. Ihre Besuche, Rückmeldungen und konstruktive Kritik sind uns sehr wichtig. Mit Ihrer Unterstützung arbeiten wir kontinuierlich daran, Grindelwald gemäss Ihren Bedürfnissen weiterzuentwickeln und zu verbessern. Wir schätzen Ihr Vertrauen und Ihre Treue und werden alles daransetzen, Ihnen unvergessliche Erlebnisse in Grindelwald zu bieten. Vielen Dank für Ihre wertvolle Unterstützung.

Bruno Hauswirth
Director Resort Grindelwald





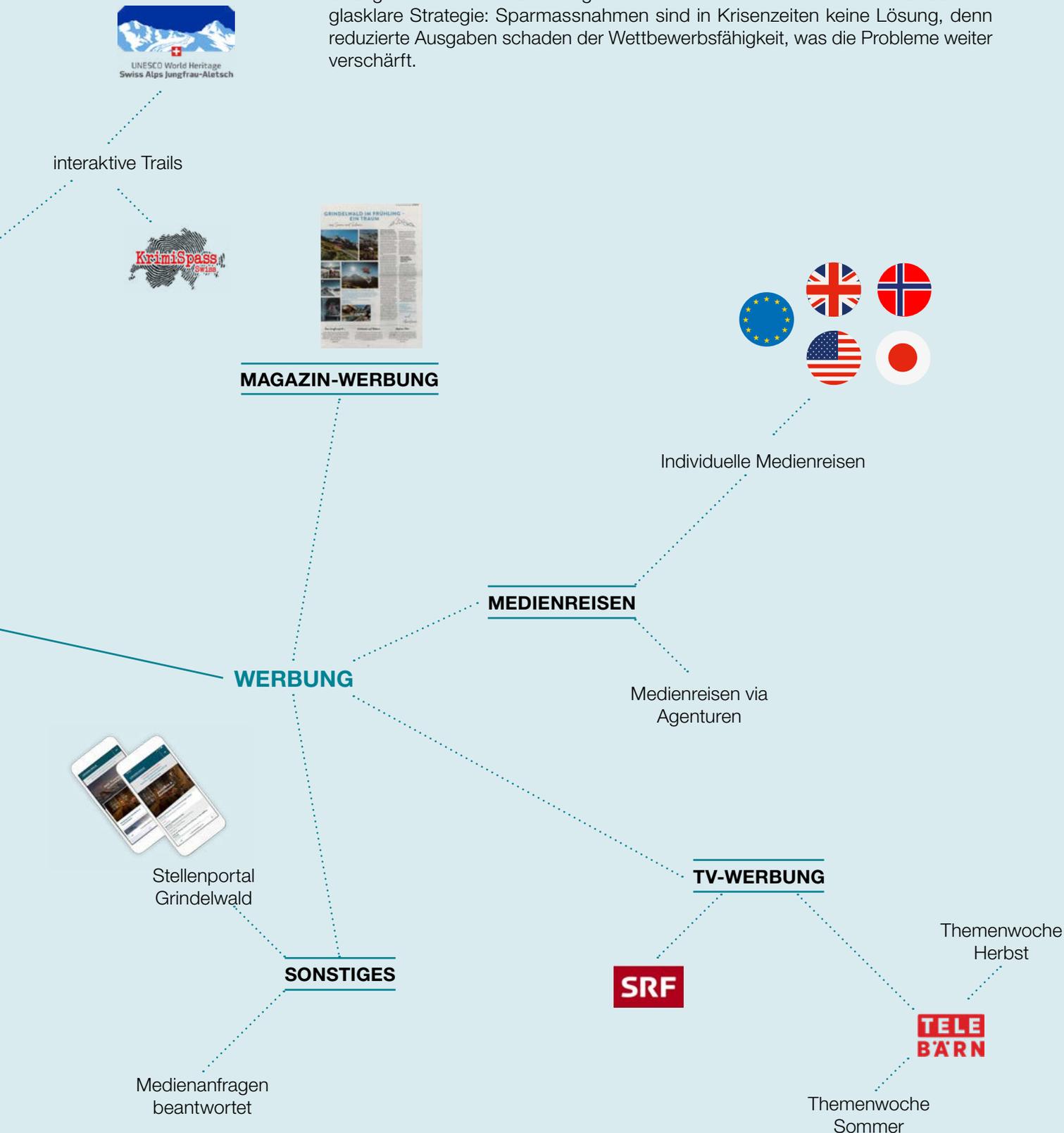
WAS? WO? WIE?



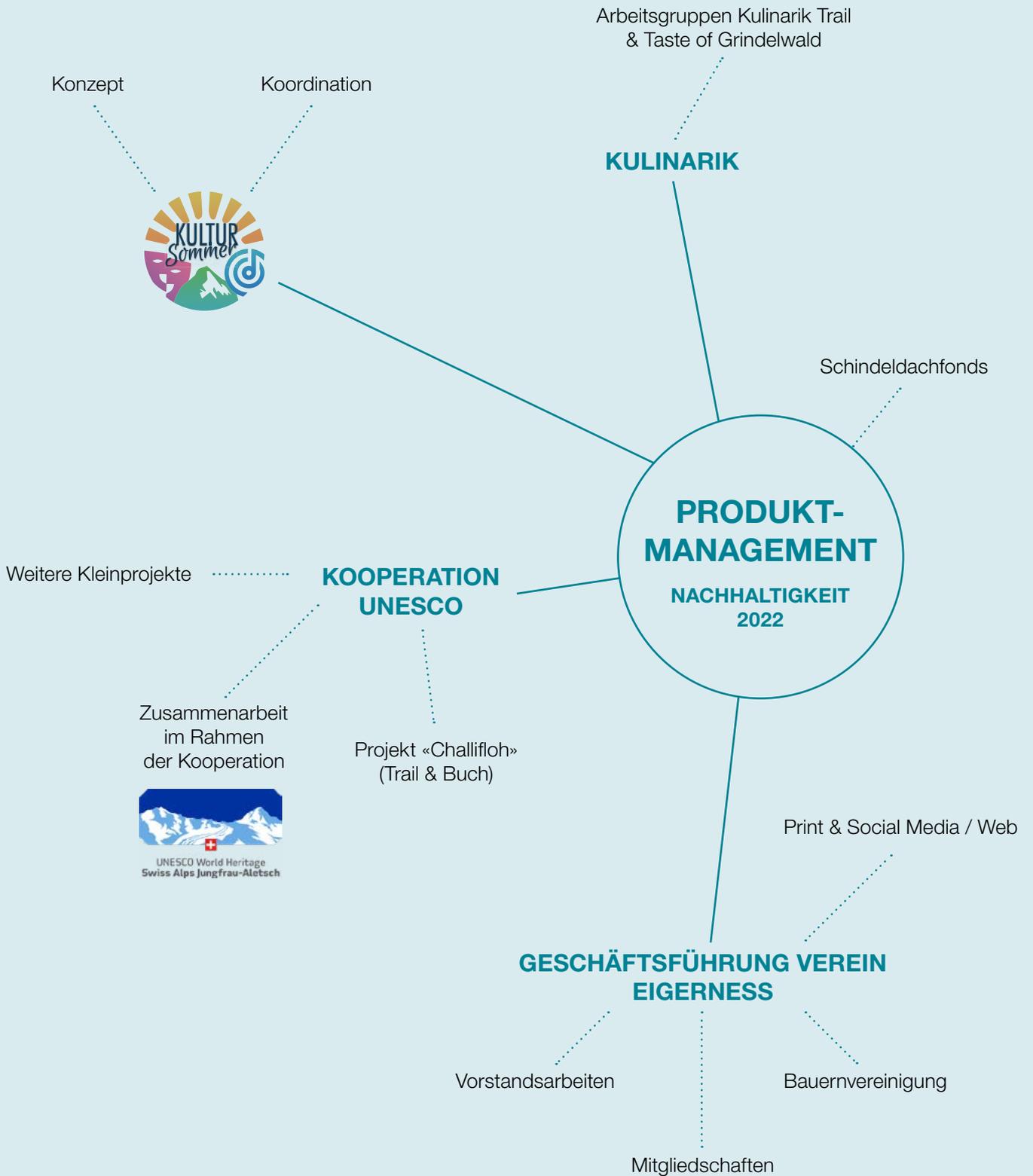
PRODUKT MANAGEMENT 2022

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.

Bezüglich Mitteleinsatz verfolgte Grindelwald Tourismus im Jahre 2022 eine glasklare Strategie: Sparmassnahmen sind in Krisenzeiten keine Lösung, denn reduzierte Ausgaben schaden der Wettbewerbsfähigkeit, was die Probleme weiter verschärft.



PRODUKT MANAGEMENT NACHHALTIGKEIT 2022



EVENTS 2022



- Eiger Tour
- Eiger Rock
- Bull Trophy
- Adventsmärit
- Inferno Triathlon
- Gratis-Konzerte auf dem Eiger+ Platz
- Unterstützung in der Kommunikation bei weiteren Events

EXTERNE EVENTS (UNTERSTÜTZER)

EIGENE EVENTS (HAUPTORGANISATOR)

- Kinderosterparty
- Buuremärit
- 1. August
- Chlousetag
- Silvester
- Velogemel WM
- Summer Sunset Cinema



WORLD SNOW FESTIVAL

EVENTS 2022

ALLGEMEINE KOMMUNIKATION

- Facebook Event
- Medienmitteilungen
- Webseite
- STnet
- Imprimate
- Blachen
- Flyer/Plakate: Kreieren, drucken und verteilen



Photo by:
Swiss photographer Frank Schwarzbach
Copyright:
Gerry Hofstetter, www.hofstetter-marketing.com

GUESTSERVICE 2022

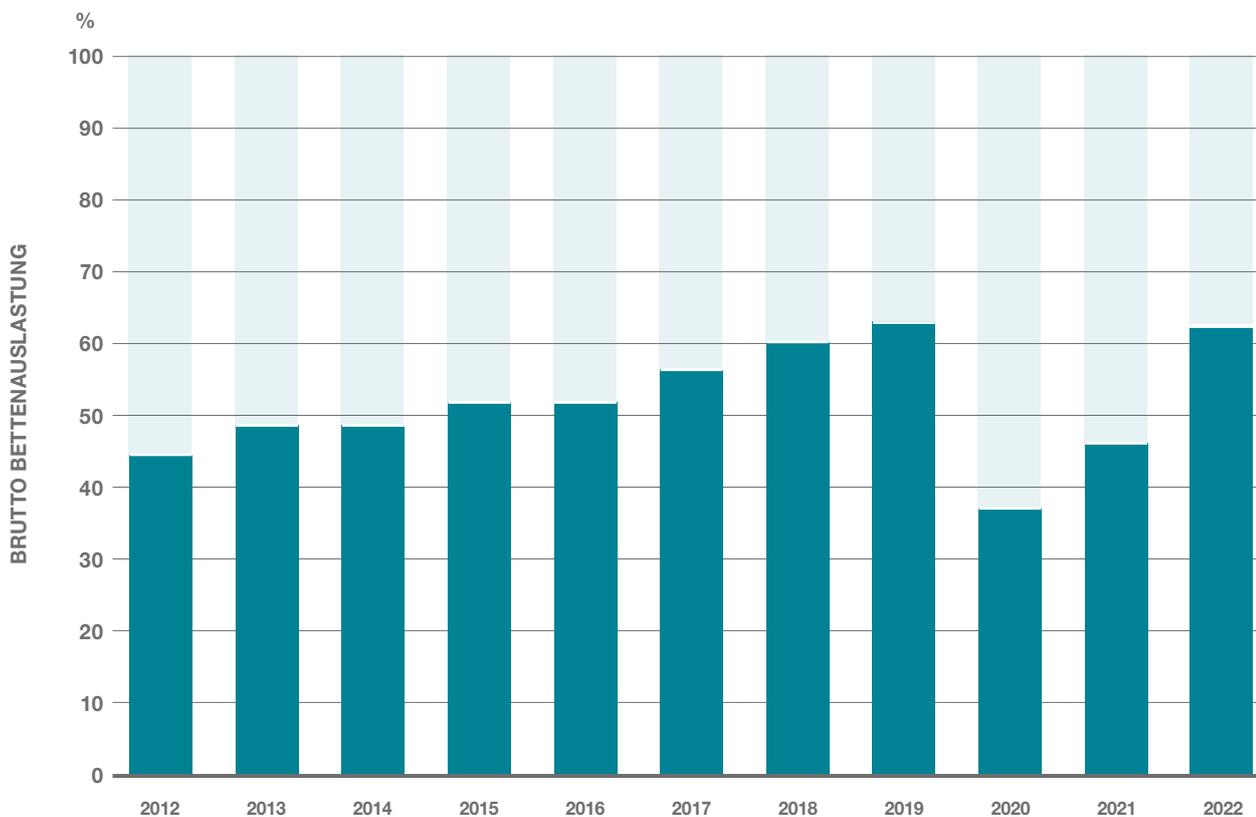
Der Guest Service ist das Herzstück des gesamten Resorts Grindelwald. Wir sind an sieben Tagen in der Woche für unsere Gäste und Leistungspartner vor Ort.



BRUTTOBETTENAUSLASTUNG HOTELLERIE

STATISTIK BRUTTO BETTENAUSLASTUNG 2012 BIS 2022

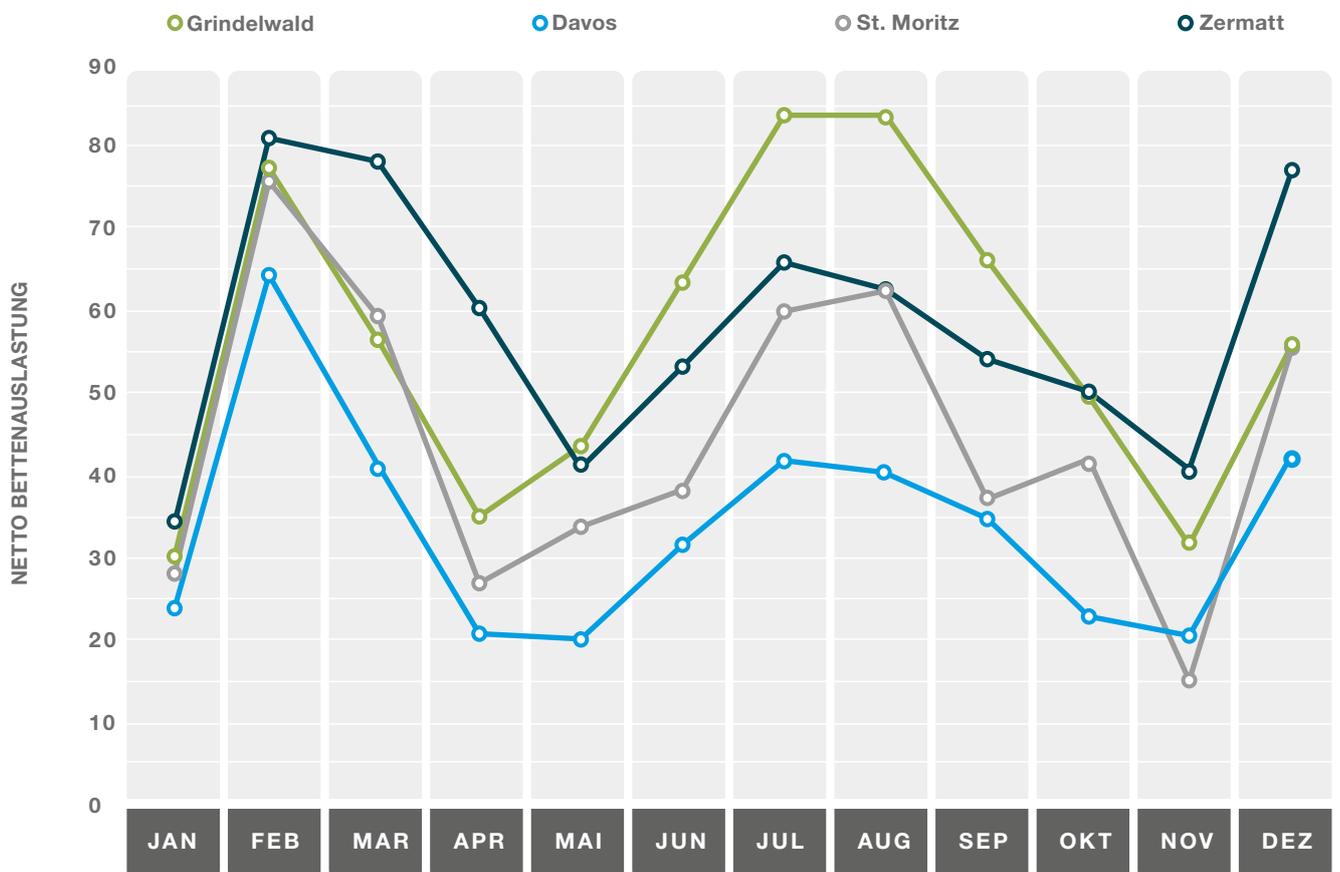
JAHR	BRUTTO IN %	KAPAZITÄT	LOGIERNÄCHTE	BETTENANZAHL
2012	44	979'660	432'897	2'684
2013	49	983'675	479'335	2'695
2014	49	983'675	487'465	2'695
2015	51	957'395	484'327	2'623
2016	51	955'935	485'455	2'619
2017	56	944'255	527'536	2'587
2018	60	966'520	575'535	2'648
2019	62	994'990	617'033	2'726
2020	37	994'990	368'280	2'726
2021	45.5	993'530	451'959	2'722
2022	61.6	1'056'675	651'411	2'895



NETTOBETTENAUSLASTUNG HOTELLERIE

STATISTIK NETTO BETTENAUSLASTUNG 2022 IN %

MONAT	GRINDELWALD	DAVOS	ST. MORITZ	ZERMATT
Januar	30.29	24.67	26.1	34.22
Februar	77.16	64.23	76.17	82.4
März	57.36	46.41	59.82	78.61
April	35.95	21.2	27.03	61.01
Mai	44.94	25.02	34.53	42.72
Juni	63.85	32.3	38.49	53.52
Juli	84.23	42.76	60.95	66.69
August	84.17	41.78	63.92	63.95
September	66.88	35.76	38.46	54.5
Oktober	49.99	22.55	42.41	50.68
November	32.23	20.76	15.71	41.11
Dezember	61.91	42.96	61.74	77.07

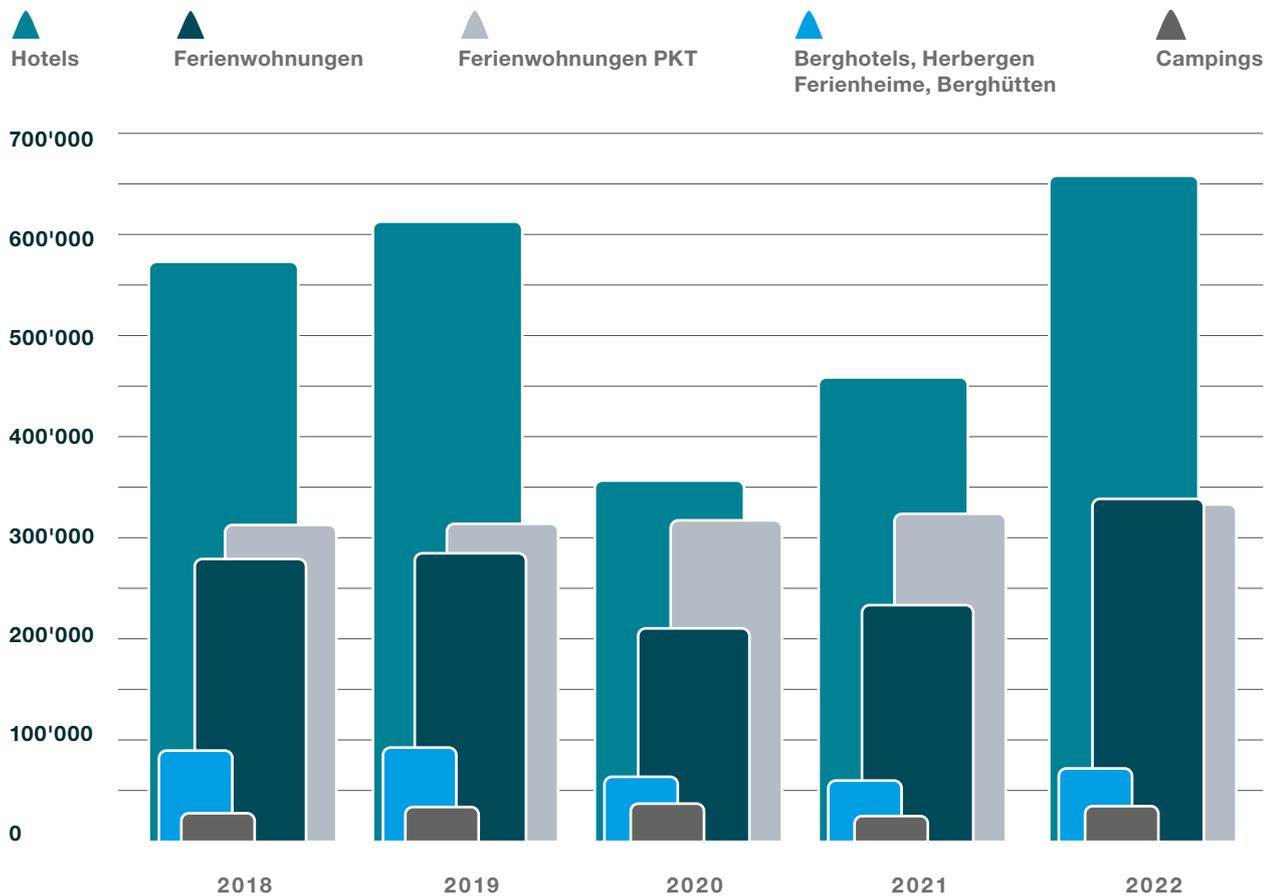


Quelle: BFS

TOURISMUSENTWICKLUNG

LOGIERNÄCHTE PRO JAHR IM VERGLEICH

	2018	2019	2020	2021	2022
Hotels	575'535	617'033	368'280	451'959	651'411
Ferienwohnungen	278'213	288'138	211'331	236'008	331'485
Ferienwohnungen PKT	311'648	312'533	316'659	322'016	325'801
Berghotels, Herbergen, Ferienheime, Berghütten	92'071	94'538	65'110	63'915	69'993
Camping	30'538	32'685	33'753	31'648	36'917
GESAMTTOTAL	1'288'005	1'344'927	995'133	1'105'546	1'415'607



LOGIERNÄCHTE 2022

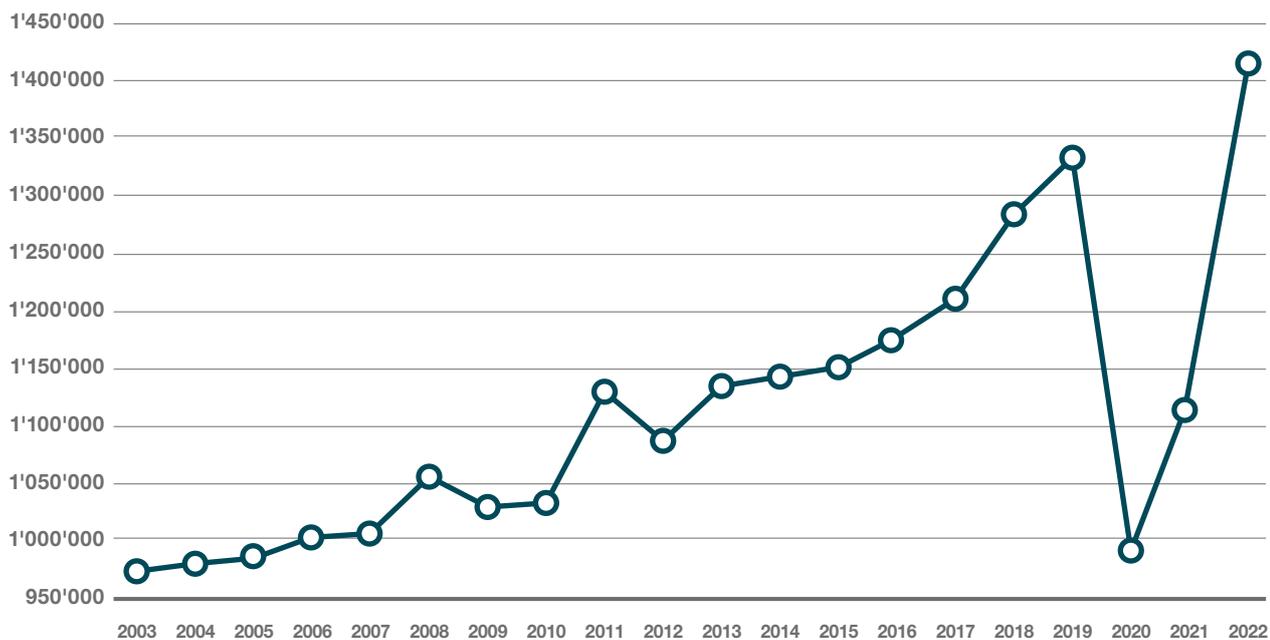
	Ansatz KT	PKT in CHF	Logiernächte 2022	Logiernächte 2021
HOTELS				
Erwachsene	3.70		589'310	403'085
Kinder 12–16 Jahre	3.70		14'065	10'966
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		48'036	37'908
TOTAL HOTELS			651'411	451'959
BERGHOTELS				
Erwachsene	2.90		27'709	20'118
Kinder 12–16 Jahre	2.90		1'092	838
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		1'942	2'187
TOTAL BERGHOTELS			30'743	23'143
FERIENWOHNUNGEN				
Erwachsene	3.70		276'069	196'416
Kinder 12–16 Jahre	3.70		18'797	13'645
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		36'619	25'947
Pauschalkurtaxe		1'205'463.65	325'801	322'016
TOTAL FERIEWOHNUNGEN			657'286	558'024
HERBERGEN/HOSTELS/WEIDHÄUSER				
Erwachsene	3.70		28'749	27'405
Kinder 12–16 Jahre	3.70		1'570	2'536
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		861	4'078
Pauschalkurtaxe Weidhäuser		11'074.45	2'993	2'918
TOTAL HERBERGEN/HOSTELS			34'173	36'937
CAMPING				
Erwachsene	3.70		16'994	12'403
Kinder 12–16 Jahre	3.70		1'150	874
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		2'180	1'616
Pauschalkurtaxe		61'393.65	16'593	16'755
TOTAL CAMPING			36'917	31'648
BERGHÜTTEN keine Kurtaxe, nur BHT			5'077	3835
GESAMTTOTAL			1'415'607	1'105'546
Erwachsene / Kinder >12 Jahre (zahlend)			1'320'892	1'029'975
Kinder < 12 Jahre und Domestiques			94'715	75'571

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE UND FERIENWOHNUNGEN

STATISTIK 2012–2022

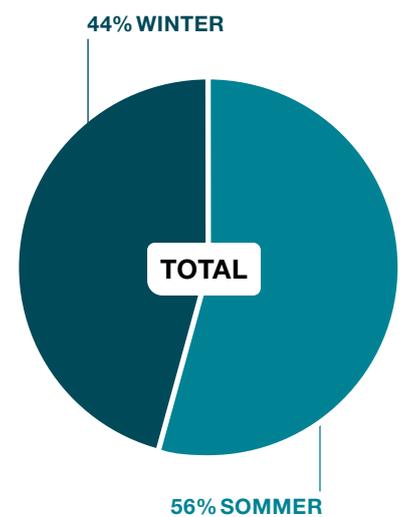
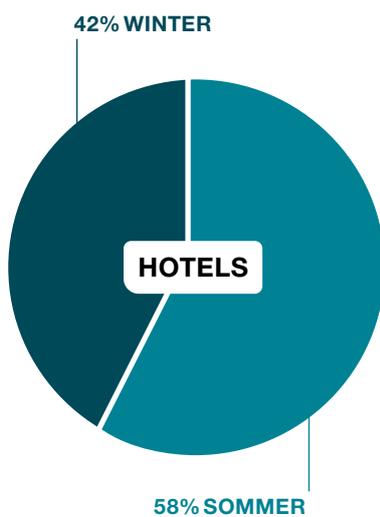
Jahr	Hotellerie	Ferienwohnungen (exkl. PKT)
2012	432'897	240'497
2013	479'335	249'749
2014	487'465	257'354
2015	484'623	254'559
2016	485'455	256'683
2017	527'536	259'784
2018	575'535	278'213
2019	617'033	288'138
2020	368'280	211'331
2021	451'959	236'008
2022	651'411	331'485

LOGIERNÄCHTE TOTAL GRINDELWALD 2003 BIS 2022

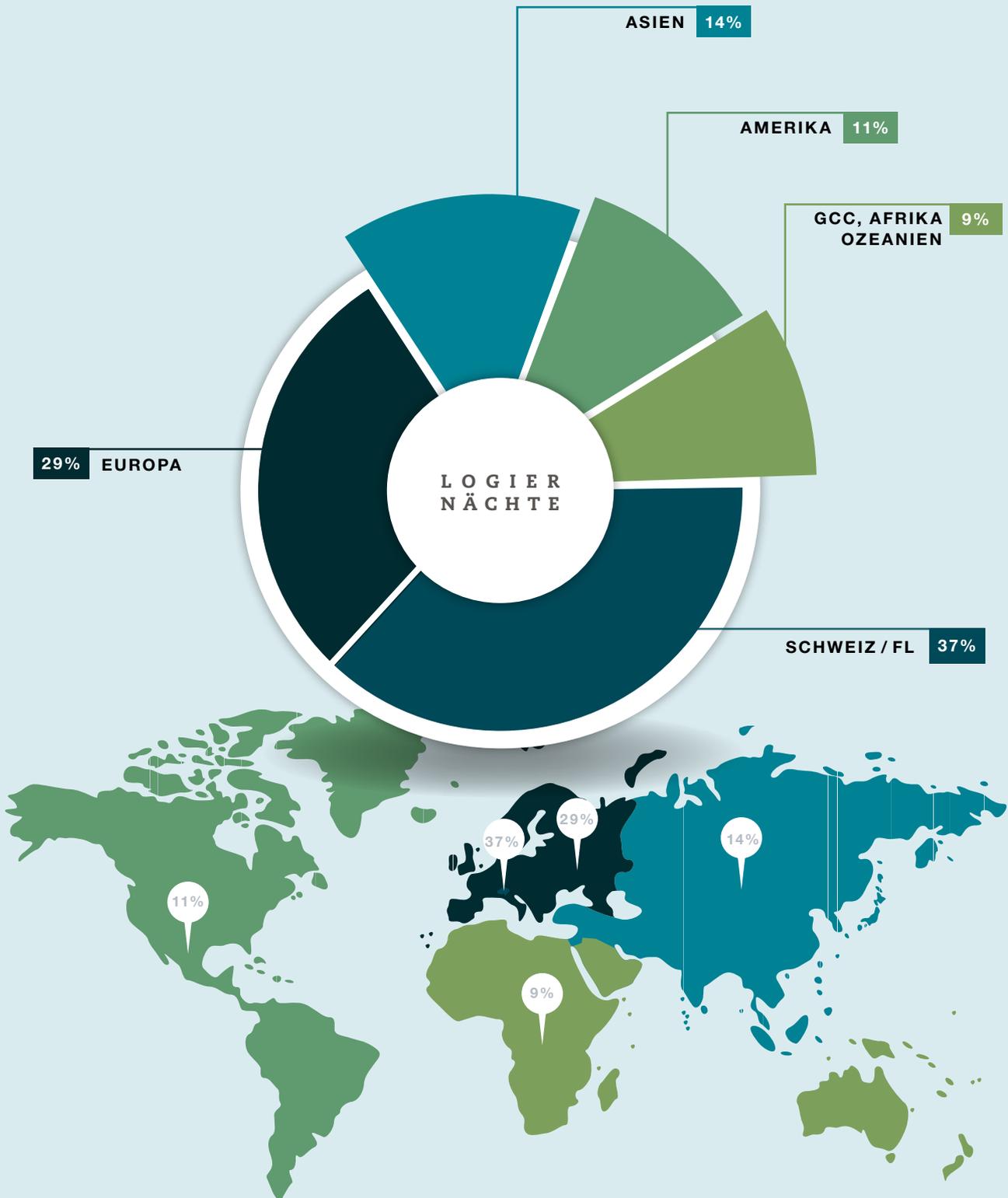


HOTELLERIE UND PARAHOTELLERIE WINTER / SOMMER 2022

	Winter	Sommer	TOTAL
Hotels	272'632	378'779	651'411
Ferienwohnungen	152'020	179'465	331'485
Herbergen, Hostels	12'911	18'269	31'180
Camping	2'023	18'301	20'324
Berghotels	12'557	18'186	30'743
Berghütten	0	5'077	5'077
PKT FEWO, Camping, Weidhäuser	172'694	172'693	345'387
TOTAL	624'837	790'770	1'415'607

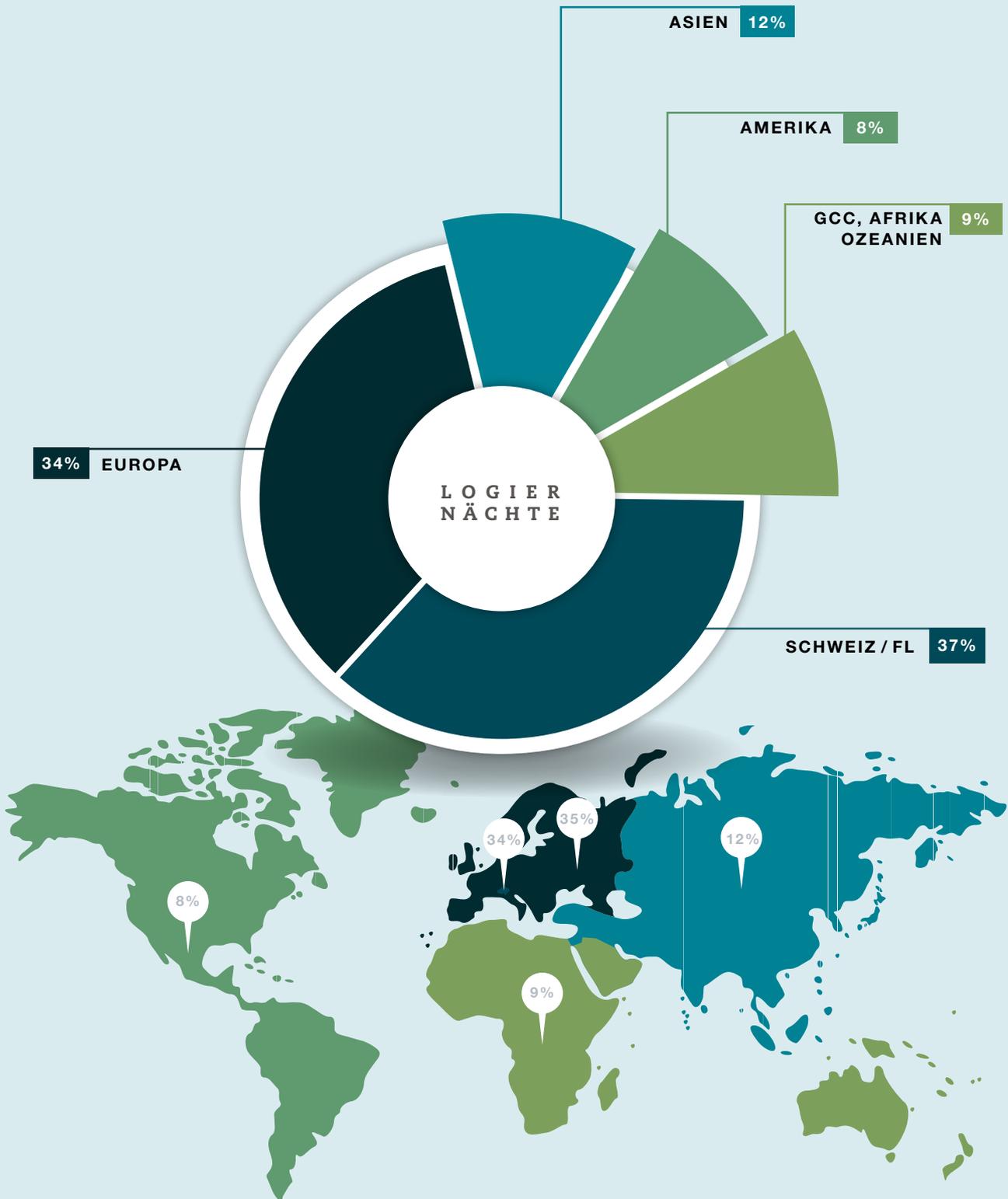


LÄNDERSTATISTIK HOTELLERIE 2022



	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	2022	2021	ABSOLUT	%
Belgien	7'799	4'630	3'169	68.44
Deutschland	49'186	42'349	6'837	16.14
Frankreich	13'960	11'593	2'367	20.42
Grossbritannien/Irland	52'591	6'846	45'745	668.20
Italien	3'896	2'586	1'310	50.66
Luxemburg	4'181	5'015	-834	-16.63
Niederlande	20'201	10'245	9'956	97.18
Österreich	3'086	3'529	-443	-12.55
Russland	631	307	324	105.54
Skandinavien	8'564	2'907	5'657	194.60
Spanien/Portugal	4'590	2'511	2'079	82.80
Israel	6'316	2'709	3'607	133.15
Übriges Europa	15'534	7'110	8'424	118.48
EUROPA TOTAL	190'535	102'337	88'198	86.18
USA/Kanada	61'519	12'098	49'421	408.51
Übriges Amerika	6'944	1'874	5'070	270.54
AMERIKA TOTAL	68'463	13'972	54'491	390.00
GCC UND AFRIKA TOTAL	49'837	22'907	26'930	117.56
China inkl. Hongkong	9'911	1'010	8'901	881.29
Indien	7'601	1'236	6'365	514.97
Japan	3'549	623	2'926	469.66
Korea	33'421	1'075	32'346	3'008.93
Singapur	2'356	99	2'257	2'279.80
Übriges Asien	37'512	2'706	34'806	1'286.25
ASIEN TOTAL	94'350	6'749	87'601	1'297.98
AUSTRALIEN/OZEANIEN	7'017	432	6'585	1'524.31
AUSLAND TOTAL	410'202	146'397	263'805	180.20
SCHWEIZ/FL	241'209	305'562	-64'353	-21.06
GESAMTTOTAL	651'411	451'959	199'452	44.13

LÄNDERSTATISTIK FERIENWOHNUNGEN 2022



	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	FEWO 2022	FEWO 2021	ABSOLUT	%
Belgien	5'364	2'879	2'485	86.31
Deutschland	45'783	38'634	7'149	18.50
Frankreich	6'801	6'313	488	7.73
Grossbritannien/Irland	17'075	3'234	13'841	427.98
Italien	2'000	1'638	362	22.10
Israel	3'598	1'493	2'105	140.99
Luxemburg	1'450	1'103	347	31.46
Niederlande	22'247	10'639	11'608	109.11
Österreich	525	482	43	8.92
Russland	170	205	-35	-17.07
Skandinavien	2'422	1'056	1'366	129.36
Spanien/Portugal	2'820	1'590	1'230	77.36
Übriges Europa	4'354	5'194	-840	-16.17
EUROPA TOTAL	114'609	74'460	40'149	53.92
USA/Kanada	26'036	6'001	20'035	333.86
Übriges Amerika	1'255	553	702	126.94
AMERIKA TOTAL	27'291	6'554	20'737	316.40
GCC UND AFRIKA TOTAL	24'950	7'248	17'702	244.23
China inkl. Hongkong	1'803	665	1'138	171.13
Indien	5'843	1'242	4'601	370.45
Japan	1'097	197	900	456.85
Korea	19'647	1'814	17'833	983.08
Singapur	5'458	451	5'007	1'110.20
Übriges Asien	5'633	568	5'065	891.73
ASIEN TOTAL	39'481	4'937	34'544	699.70
AUSTRALIEN UND OZEANIEN	3'234	178	3'056	1'716.85
AUSLAND TOTAL	209'565	93'377	116'188	124.43
SCHWEIZ UND FL	121'920	142'631	-20'711	-14.52
TOTAL EFFEKTIVE LN	331'485	236'008	95'477	40.45
Pauschalkurtaxen	325'801	322'016	3'785	1.18
GESAMTTOTAL	657'286	558'024	99'262	17.79

BILANZ AKTIVEN

	31.12.2022		31.12.2021	
UMLAUFVERMÖGEN				
Flüssige Mittel	1'918'491.46		1'524'026.05	
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	1'430'472.55		1'442'732.65	
Forderungen aus L + L JRT AG	10'212.45		62'051.40	
Forderungen aus L + L Sportzentrum AG	13'661.82		26'608.70	
Wertberichtigung Forderungen	-95'000.00		-101'500.00	
Übrige kurzfristige Forderungen	-		175.00	
Vorräte	1.00		1.00	
Aktive Rechnungsabgrenzung	6'056.60		18'355.40	
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	3'283'895.88	91%	2'972'450.20	88%
ANLAGEVERMÖGEN				
Wertschriften	75'286.60		75'286.60	
Beteiligung Jungfrau Region Tourismus AG	258'000.00		258'000.00	
./. Wertberichtigung Beteiligung JRT AG	<u>-257'999.00</u>		<u>-257'999.00</u>	
Total Finanzanlagen und Beteiligungen	75'287.60		75'287.60	
Mobiliar, Geräte, mobile Anlagen	12'802.00		21'002.00	
Informatik- und Kommunikationsanlage	2.00		2.00	
Fahrzeuge	2'000.00		11'000.00	
Langlauffahrzeug in Leasing	<u>175'326.50</u>		<u>223'326.50</u>	
Total mobile Sachanlagen	190'130.50		255'330.50	
Gletscherschlucht	1.00		1.00	
Tennis Mettenberg	1.00		1.00	
Tourist Center	<u>54'000.00</u>		<u>60'000.00</u>	
Total immobile Sachanlagen	54'002.00		60'002.00	
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN	319'420.10	9%	390'620.10	12%
TOTAL AKTIVEN	3'603'315.98	100%	3'363'070.30	100%

BILANZ PASSIVEN

	31.12.2022		31.12.2021	
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Dritten	301'181.91		346'587.24	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Nahestehenden (JRT AG)	490'446.28		285'434.35	
Verbindlichkeit Covid-19 Kredit	200'000.00		-	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	56'088.50		166'000.69	
Passive Rechnungsabgrenzung	1'425'193.05		1'358'253.90	
TOTAL KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL	2'472'909.74		2'156'276.18	
LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL				
Kredit COVID-19, verzinslich	-		416'666.00	
Verbindlichkeit Leasing UBS	124'412.15		173'000.75	
Rückstellungen	415'000.00		115'000.00	
TOTAL LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL	539'412.15		704'666.75	
TOTAL FREMDKAPITAL	3'012'321.89	84%	2'860'942.93	85%
EIGENKAPITAL				
Eigenkapital am Anfang	502'127.37		492'420.16	
Jahresergebnis	88'866.72		9'707.21	
EIGENKAPITAL AM ENDE	590'994.09	16%	502'127.37	15%
TOTAL PASSIVEN	3'603'315.98	100%	3'363'070.30	100%

ERFOLGSRECHNUNG ERTRAG

	Budget 2022	01.01. – 31.12.2022	01.01. – 31.12.2021
KURTAXEN			
Hotels	1'850'000.00	2'232'487.50	1'531'555.80
Berghotels	65'000.00	83'522.90	60'772.40
Ferienwohnungen	1'975'000.00	2'298'205.35	1'974'962.15
Camping	115'000.00	129'703.05	111'116.90
Herbergen, Ferienheime	195'000.00	242'420.65	121'577.80
	<u>4'200'000.00</u>	<u>4'986'339.45</u>	<u>3'799'985.05</u>
ÜBRIGE BEITRÄGE			
Hotels Logiernächteabgabe	20'000.00	27'358.38	19'093.99
Mitgliederbeiträge Private	10'000.00	13'340.00	2'700.00
Auswärtige Gönner	7'000.00	6'690.00	6'690.00
Gemeinde Grindelwald	29'000.00	27'980.00	9'000.00
	<u>66'000.00</u>	<u>75'368.38</u>	<u>37'483.99</u>
Diverse Anlagen GT	41'000.00	56'288.36	92'502.01
Erlöse Sportzentrum	559'000.00	-	401'590.62
Handel und Dienstleistungen	197'000.00	96'320.05	95'441.41
Billettprovisionen	75'000.00	68'011.84	36'053.03
Sport und Events	206'500.00	270'343.50	146'938.36
Übrige Erträge	120'000.00	23'887.71	104'623.04
Verluste Forderungen, Veränderung Wertberichtigung	-10'000.00	5'908.00	-22'720.25
TOTAL ERTRÄGE	5'454'500.00	5'582'467.29 100%	4'691'897.26 100%

ERFOLGSRECHNUNG AUFWAND

	Budget 2022	01.01. - 31.12.2022		01.01. - 31.12.2021	
Einlage Sporttaxenfonds	400'000.00	400'000.00		100'000.00	
Diverse Anlagen GT	197'000.00	220'764.37		201'573.34	
Miete Sportanlagen	40'000.00	-		40'000.00	
Unterhalt Sportzentrum AG	40'000.00	960'000.00		40'000.00	
Handel und Dienstleistungen	245'000.00	44'006.69		37'102.58	
Sport und Events	626'000.00	744'489.26		497'484.29	
Werbung Promo Aktionen	60'000.00	53'000.00		50'414.75	
Beiträge und Subvenienten	584'000.00	638'539.60		592'498.00	
Dienstleistung JRT AG (Ortsmarketing, Gästebetreuung, Personal, Verwaltung)	2'360'000.00	1'870'618.70		2'440'305.90	
TOTAL MATERIAL- UND DIENSTLEISTUNGS-AUFWAND	4'552'000.00	4'931'418.62	88.3%	3'999'378.86	85.2%
BRUTTOERGEBNIS NACH MATERIAL- UND DIENSTLEISTUNGS-AUFWAND	902'500.00	651'048.67	11.7%	692'518.40	14.8%
Raumaufwand Sportzentrum/TC	148'600.00	40'038.80		15'576.80	
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	86'000.00	2'680.03		119'723.73	
Fahrzeugaufwand	14'000.00	30'748.15		23'755.70	
Versicherungsaufwand	24'000.00	14'810.30		15'901.10	
Energie- und Entsorgungsaufwand	395'000.00	13'367.75		348'101.30	
Verwaltungs- und Informatikaufwand	188'000.00	93'648.21		96'464.19	
Übriger Betriebsaufwand	10'000.00	2'007.45		-	
TOTAL BETRIEBSAUFWAND	865'600.00	197'300.69	3.5%	619'522.82	13.2%
EBITDA Ergebnis vor Abschr., Finanzerfolg und Steuern	36'900.00	453'747.98	8.1%	72'995.58	1.6%
Abschreibungen	35'000.00	64'200.00		72'155.45	
EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern)	1'900.00	389'547.98	7.0%	840.13	0.0%
Finanzerfolg	-	3'487.19		6'268.16	
EBT	1'900.00	386'060.79	6.9%	-5'428.03	-0.1%
Periodenfremder Ertrag	-	2'805.93		109'062.94	
Ausserordentlicher Aufwand	-	-300'000.00		-95'000.00	
Ergebnis vor Steuern	1'900.00	88'866.72	1.6%	8'634.91	
Steuern	1'000.00	0		-1'072.30	
JAHRESERGEBNIS	900.00	88'866.72	1.6%	9'707.21	0.2%

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 vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den 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	2022 CHF 0.00	2021 CHF 59'000.00
--	-------------------------	------------------------------

«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 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.»

2 WEITERE GESETZLICHE ANGABEN

31.12.2022 **31.12.2021**

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

Aktienkapital insgesamt	600'000.00	600'000.00
Kapital- und Stimmanteil	43.0%	43.0%

2.4 Verpflichtungen aus langjährigen Vertragsverhältnissen betr. Liegenschaften

2.4.1 Baurechtsvertrag mit Einwohnergemeinde Grindelwald, GB 5876:		
· Jährlicher Baurechtszins (indexiert ab 2001), Basiswert CHF 12'350	13'186.00	12'995.00
· Laufzeit bis	31.12.2073	31.12.2073

2.4.2 Baurechtsvertrag betr. Tennisanlage Mettenberg		
· Jährlicher Baurechtszins	15'000.00	15'000.00

2.4.3 Pacht- und Mietvertrag mit der Sportzentrum Grindelwald AG (bis 30.06.25)		
· Jährlicher Mietzins für Schalterhalle, Büro- und Kellerräume	20'000.00	20'000.00

2.5 Eventualverbindlichkeit

2.5.1 Mithaftung für Kredit der Sportzentrum Grindelwald AG gegenüber der Einwohnergemeinde Grindelwald	p.m.	p.m.
---	------	------

2.6 Erläuterung zu ausserordentlichem Erfolg

· Ausserordentlicher Ertrag, Veräusserungsgewinn Verkauf Stapler + Traktor	2'805.00	109'063.00
· Ausserordentlicher Aufwand: Bildung Rückstellungen für Langlauf, div. Anlagen, Erneuerung Tourist Center und Ortsmarketing	300'000.00	95'000.00

2.7 COVID-19-Überbrückungskredit

Die Gesellschaft hat von der Bank im Rahmen der Unterstützungsmassnahmen des Bundes im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie einen Kredit beantragt und erhalten. Dieser Kredit unterliegt dem COVID-19-Solidarbürgschaftsgesetz (COVID-19-SBüG) vom 18.12.2020 und der COVID-19-Solidarbürgschaftsverordnung vom 25.03.2020.

Der Kredit ist momentan zu 0% verzinst. Die Zinskonditionen können jeweils per 31. März, erstmals per 31. März 2021 aufgrund der Vorgaben des Eidg. Finanzdepartements an die Marktentwicklung angepasst werden. Im Zusammenhang mit den Bestimmungen zum Kapitalverlust bzw. einer Überschuldung nach Art. 725 OR gilt der verbürgte COVID-19-Kredit im Umfang von bis zu CHF 500'000 bis zum Ende der Laufzeit nicht als Fremdkapital (Art. 24 COVID-19-Solidarbürgschaftsgesetz).

Mit der Kreditbeanspruchung sind verschiedenen Restriktionen einzuhalten wie das Verbot der Ausschüttung von Dividenden, keine Rückzahlung von Kapitaleinlagen, keine Gewährung und Ablösung von Darlehen gegenüber Gruppengesellschaften, Eigentümern und nahestehenden Personen. Der Vorstand und die Geschäftsleitung beachten die in diesem Zusammenhang bestehenden Auflagen und treffen die notwendigen Massnahmen.

3 ABWEICHUNG VON DER STETIGKEIT

Mit Wirkung ab 1.1.2022 werden die Sportanlagen inkl. Personal Sportzentrum von Sportzentrum Grindelwald AG betrieben. Bis Ende 2021 wurden die Sportanlagen inkl. Personal Sportzentrum von Grindelwald Tourismus betrieben. Daher sind die Vorjahreszahlen der Erfolgsrechnung nur bedingt vergleichbar.

Weitere Angaben gemäss OR 959c sind nicht notwendig

4	FREIWILLIGE ZUSATZANGABEN	31.12.2022	31.12.2021
4.1	Gebäudeversicherungswerte	1'683'460.00	1'683'460.00
4.2	Amtliche Werte der Liegenschaften	1'544'990.00	1'344'000.00
4.3	Stand Sporttaxenfonds	613'925.00	513'739.00



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

Meiringen, 26. Mai 2023

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 34 bis 39) des Vereins **Grindelwald Tourismus** für das am 31. Dezember 2022 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.

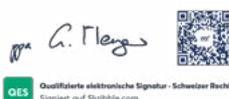
Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen 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



Remo Casagrande
dipl. Treuhandexperte
zugel. Revisionsexperte
Leitender Revisor



Gabriela Meyer
dipl. Treuhandexperten
zugel. Revisionsexperten

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@lbtag.ch
3818 Grindelwald · Dorfstrasse 95 · Tel. 033 854 50 60 · grindelwald@lbtag.ch
3855 Brienz · Hauptstrasse 69 · Tel. 033 951 12 16 · brienz@lbtag.ch
www.lbtag.ch

GÖNNER 2022

Firma/Name	Ort	Betrag in CHF
Apotheke Dr. Portmann AG	3800 Interlaken	Fr. 100.00
Ausländische Biere AG	4144 Arlesheim	Fr. 65.00
Canetti SA Vini	6616 Losone	Fr. 100.00
Elektro Seiler	3806 Bönigen	Fr. 300.00
Espro	3655 Sigriswil	Fr. 100.00
Geotest AG	3052 Zollikofen	Fr. 200.00
Grosse Apotheke Dr. G. Bichsel AG	3800 Interlaken	Fr. 50.00
H + R Gastro AG	3800 Interlaken	Fr. 800.00
H. Gosteli AG	3800 Matten	Fr. 65.00
Hansen AG	3800 Interlaken	Fr. 65.00
Henri Badoux SA	1860 Aigle	Fr. 135.00
Hotelbedarf AG	3800 Interlaken	Fr. 270.00
Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG	3322 Urtenen-Schönbühl	Fr. 100.00
K3 AG, Stickerei, Textildruck, Work-Sportswear	3800 Unterseen	Fr. 250.00
Kästli & Co. AG	3123 Belp	Fr. 135.00
Kolb Wohnideen AG	3800 Unterseen	Fr. 500.00
Konsag Holzkonservierung und Bautenschutz	3805 Goldswil	Fr. 50.00
Marcel Boschung AG	1530 Payerne	Fr. 100.00
Media-Line GmbH, Sound Vision Multimedia	3600 Thun	Fr. 100.00
Messer Storen	3818 Grindelwald	Fr. 200.00
Michel Comestibles AG	3800 Unterseen	Fr. 135.00
Moveri AG	5034 Suhr	Fr. 500.00
Obrist Weine SA	1800 Vevey	Fr. 200.00
Ritschard AG, Weinhandlung	3800 Interlaken	Fr. 500.00
Roro Herrenkonfektion AG	3800 Interlaken	Fr. 350.00
Rugenbräu AG	3800 Matten	Fr. 400.00
Sanitas Troesch AG	3645 Gwatt	Fr. 135.00
Stähli Natursteine AG	3806 Bönigen	Fr. 250.00
Winkler AG Käseerei-Molkereibedarf	3510 Konolfingen	Fr. 100.00
Wyss & Früh AG	3800 Unterseen	Fr. 135.00
Zumstein Elektroapparate AG	3855 Brienz	Fr. 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.



ORGANIGRAMM GRINDELWALD TOURISMUS

STAND 31.12.2022



FINANZEN

Annelies von Moos

INFOCENTER

Fabienne Weiss
Leitung

Elsbeth Grossen

Susanne Gerber

Therese Zumbrunn

Jasmin Binzegger

Mirjam Feuz

Monique Weiss

SOCIAL MEDIA

Simone Tillmann
Leitung

Jasmin Binzegger

PRODUKT- MANAGEMENT NACHHALTIGKEIT

Birgit Fritz-Egger

SPORT UND EVENTS PRODUKT- MANAGEMENT

Isabelle vom Dahl

Melanie Trummer

AUSSENDIENST

Ernst Kaufmann



GRINDELWALD 

EIGER