

GRINDELWALD

EIGER

GESCHÄFTSBERICHT 2016



Jungfrau Region 



VORWORT DES PRÄSIDENTEN
› SEITE 05

2016 IN KÜRZE
› SEITE 07

VORSTAND
› SEITE 09

VORSTANDSARBEITEN
› SEITE 10

BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS
› SEITE 13

BRUTTOBETTENAUSLASTUNG
› SEITE 22

TOURISMUSENTWICKLUNG
› SEITE 23

LOGIERNÄCHTE
› SEITE 25

LÄNDERSTATISTIK
› SEITE 29

BILANZ
› SEITE 32

ERFOLGSRECHNUNG
› SEITE 34

ANHANG
› SEITE 36

REVISORENBERICHT
› SEITE 39

GÖNNERBEITRÄGE
› SEITE 41

ORGANIGRAMM
› SEITE 42

IMPRESSUM
› SEITE 44



VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Sehr geehrte Mitglieder von Grindelwald Tourismus,
liebe Leserinnen und Leser



Der Wintersport ist und bleibt eine Herausforderung für den Tourismus in Grindelwald und der Jungfrau Region. Der Winterzukunftsgast will grosse Skigebiete, welche mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind. Er will auch immer mehr Pistenkilometer und die modernsten Anlagen. Was er aber nicht will, sind endlose Warteschlangen an den Zubringerbahnen. Die Jungfrau Region hat darauf bereits eine Antwort: die V-Bahn.

Im Winter 2002/03 waren schweizweit fast 30 Millionen Ersteintritte zu verzeichnen. Die negative Entwicklung des Wintersports in der Schweiz zeigt, dass während dem Winter 2015/16 noch gerade 21,6 Millionen Ersteintritte registriert werden konnten. Eine Herausforderung, die angegangen werden muss. Der starke Franken verstärkt die Ausgangslage deutlich. Der europäische Mittelstand kann und will sich die Schweiz immer weniger leisten, dadurch sind grosse Rückgänge der traditionellen Individualgäste aus der Eurozone zu verzeichnen. Ebenso wirken sich die klimatischen Veränderungen negativ aus. Diesen Tatsachen können wir nicht ausweichen. Deswegen sind wir alle gefordert, attraktiver zu werden und mit der Realisierung der V-Bahn die Aufmerksamkeit auf die Jungfrau Region zu lenken – und vielleicht auch im Hinterkopf zu behalten, dass wir in einer Gruppe nicht nur von den positiven Seiten profitieren können, sondern auch die Nachteile akzeptieren müssen.

Ich bedanke mich bei allen Mitarbeitern für den hohen Einsatz. Bruno Hauswirth als Geschäftsführer gebührt ein grosses Dankeschön für seine umsichtige Führung und die Meisterung der anspruchsvollen Aufgabe, aus den unterschiedlichen Interessen der Anspruchsgruppen und Partner einen Konsens zu finden.

Peter Egger
Präsident Grindelwald Tourismus

51%

**BRUTTOBETTENAUSLASTUNG**

+/- 0% > SEITE 14

1'170'676

**LOGIERNÄCHTE**

+19'281 > SEITE 14

28'343

**GÄSTEFREQUENZEN INFOCENTER**

+2'129 > SEITE 17

236

**BESUCHE MEDIENSCHAFFENDE**

> SEITE 16

588'454

**WEBSITE BESUCHER GRINDELWALD**

1'149'438

**WEBSITE BESUCHER
JUNGFRAU REGION**

GCC +7'757 **ASIEN** +2'668
EUROPA -7'756 **AMERIKA** +667
SCHWEIZ -79

**MÄRKTE +/-**

ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE > SEITE 30-33

VORSTAND GRINDELWALD TOURISMUS 2016

Peter Egger

Präsident, Vertreter Gewerbe und Handwerk

Daniel Heller

Vizepräsident, frei aus der Gemeinde

Peter Baumann

Vertreter des Gemeinderats

Daniel Zihlmann

Vertreter Transportunternehmen

Urs Jossi

Vertreter kommerziell tätige Parahotellerie

Barbara Hofer

Frei aus der Gemeinde

Bruno Brawand

Vertreter Hotellerie, Pensionen & Restaurationen, bis 22. Juni

Stefan Grossniklaus

Vertreter Hotellerie, Pensionen & Restaurationen, ab 23. Juni

Bruno Hauswirth

Geschäftsführer Grindelwald Tourismus



VORSTANDSARBEITEN/ STRATEGISCHE ARBEITEN

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr darf das Verhältnis innerhalb des Vorstandes und der Geschäftsstelle als ausgesprochen konstruktiv und erspriesslich, jedoch nicht unkritisch bezeichnet werden. Als oberste strategische Verantwortungsträger trafen sich die Mitglieder in acht ordentlichen Sitzungen sowie der alljährlichen zweitägigen Klausur. Das Monitoring und die Einwirkung auf touristische Tendenzen in der Region und insbesondere dem Ort Grindelwald standen jeweils im Vordergrund.

Über die ordentlichen Sitzungen hinaus fanden in themenorientierter Konstitution zahlreiche Sitzungen statt; so etwa der halbjährliche Diskurs mit dem Gemeinderat Grindelwald oder dem jährlichen Treffen mit Verantwortlichen der Bergschaften.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit sind hier einige Themen aufgelistet, welche im Fokus standen:

V-PROJEKT

Der Vorstand Grindelwald Tourismus ist sich bewusst: Die V-Bahn sichert mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region und insbesondere Grindelwalds als Top-Ganzjahres-Destination im nationalen und internationalen Tourismus. Förderung und Rückhalt zur zeitnahen Realisierung des essentiellen Projektes sind das wohl zentralste, aktuelle Thema.

DESTINATIONSENTWICKLUNG JUNGFRAU REGION TOURISMUS AG

Der Kanton Bern verfolgt sein tourismuspolitisches Ziel der Destinationsverdichtung konsequent. Grindelwald ist mit 43% der grösste Aktionär der Jungfrau Region Tourismus AG (JRT) und damit wegweisend. Im Vordergrund des Berichtsjahres standen die Integration neuer Partner und die praxisnahe Regulierung der Mittelflüsse.

EVOLUTION DIGITALE PLATTFORMEN

Grindelwald will im Bereich der Digitalisierung als Schrittmacher fungieren. So beschloss der Vorstand zusammen mit der Gemeinde die Realisierung des Public WLAN Areas im Dorfzentrum.

Nicht weniger bedeutend ist die parallele Evolution eines digitalen Reiseassistenten. Tweebie ist der Name und ermöglicht die Planung des gesamten Aufenthalts über eine Applikation und informiert den Nutzer rundum über die Aktivitäten vor Ort. Auf dieser weltweit ersten destinationsübergreifenden App sind derzeit die Destinationen Zermatt, Pontresina und Grindelwald zu finden.

OBJEKTENTWICKLUNG EIGER+ / ZENTRUMSPLÄTZE

Die Tourismusorganisation ist engagiert, die Zentrumsplätze Eiger+ qualitativ weiterzuentwickeln, und hat vom Gemeinderat auf Anfrage das Mandat zur Planung und Konzeptionierung der Zentrumsplätze

Eiger+ erhalten. Diese Aufgabe wurde im Herbst des Berichtsjahres in Angriff genommen – mit der Zielsetzung einer mindestens partiellen Realisierung im Sommer 2017.

KURTAXEN- UND TFA KALIBRIERUNG

Aufgrund neuer Berechnungsgrundlagen des Kantons (TFA) zum einen und gesteigerten Ansprüchen der Gäste an die Qualität und Vielfalt des touristischen Angebots vor Ort (Kurtaxen) zum anderen kam der Vorstand Grindelwald Tourismus zum Entscheid, entsprechende Anträge beim Gemeinderat Grindelwald zu deponieren. Der Gemeinderat beschloss, der Empfehlung des Vorstands GT zu folgen. Die Möglichkeit, gegen den Beschluss des Gemeinderates – gestützt auf das Gesetz über die Verwaltungsrechtspflege – Beschwerde einzulegen, wurde nicht in Anspruch genommen. Entsprechend wurden die Verordnungen angepasst und werden ab dem 1. Januar 2018 rechnerisch angewendet.



BERICHT DES GESCHÄFTFÜHRERS

Die Grindelwalder Tourismuswirtschaft muss vermehrt ihre Anstrengungen voll und ganz darauf ausrichten, leistungs- und wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies nicht zuletzt, um attraktive Beschäftigungen und ausreichendes Einkommen für eine Vielzahl von Arbeitskräften sichern und gewährleisten zu können. Dies umso mehr mit der Erkenntnis, dass die Tourismusanteile an der Beschäftigung in Grindelwald bei über 80% liegen. Der Tourismus ist auch gesamtschweizerisch eine bedeutende Einnahmequelle und somit eine der wichtigsten Exportbranchen des Landes. Die Fremdenverkehrsbilanz weist seit Jahren einen aktiven Saldo aus, was bedeutet, dass die ausländischen Reisenden in der Schweiz mehr ausgeben als Schweizer Reisende im Ausland.

Heute und erst recht in der Zukunft werden wir vor die anspruchsvolle Aufgabe gestellt, den in- und ausländischen Gästen sowie den Tausenden von Ausflugs- gästen die gewünschte Ferien- und Freizeiterlebnisse zu vermitteln, aber auch gleichzeitig darauf zu achten, dass die natürliche, kulturelle und soziale Umwelt möglichst wenig Schaden nimmt. Soll Grindelwald langfristig als Lebensraum für die ortsansässige Bevölkerung gesichert sein, braucht es den Tourismus – Alternativen sind mehr als beschränkt, praktisch inexistent.

Dies bedeutet sensible Planung von Entwicklungen und gezielte Förderung von notwendigen Innovationen. Dies unter dem Grundsatz des sorgfältigen Umgangs mit unserem Grundkapital – der einmalig schönen Landschaft. Dieser Verpflichtung ist man sich in Grindelwald und bei den entsprechenden Positionen bewusst, auch wenn Tourismusverantwortliche okkasionell, von externen Stellen unter Generalverdacht stehen, dass dieses Bewusstsein mangelhaft vorhanden sei.

Letztlich ist dies eine wahrlich schwierige, jedoch faszinierende und noble Aufgabe zugleich.

LOGIERNÄCHTE/ BETTENAUSLASTUNG

Die Hotellerie verzeichnete im Berichtsjahr mit 485'455 Logiernächten einen Zuwachs von +3.4% zum 5-Jahresschnitt (2011–2015) und ein minimales Wachstum zur vergleichbaren Vorjahresperiode 2015 von +0.2%. Im Bereich der bewirtschafteten Ferienwohnungen wurde ein leichter Logiernächtezuzuwachs im vergleichbaren Zeitraum zum Vorjahr von +0.9% registriert.

Ein wenig nachgelassen zum Vorjahr hat das Gästeaufkommen der Beherbergungsformen Berghotels, Berghütten, Camping und Herbergen/Hostels mit einem kumulierten Logiernächteschwund von -1.7%, wobei die Berghotels (+4.9%) und Campingbetreiber (+1.5%) einen Wachstum, die Herbergen/Hostels (-5.1%) jedoch einen Rückgang zu registrieren hatten.

Insgesamt generierte Grindelwald im Berichtsjahr 1'170'676 Logiernächte – ein Zuwachs zum Vorjahr von 1.7% oder in absoluter Zahl +19'281 Logiernächte.

Als Massstab für Erfolg wird in Zukunft die Wertschöpfung pro Gast und nicht ausschliesslich die Logiernächte begezogen werden. Durch die Be-

rechnung der Bruttobettenauslastung nähert man sich der Wertschöpfung deutlich besser als durch die Ausweisung der Logiernächte. Die Hotellerie, die dominante Beherbergungsform, weist diesbezüglich in Grindelwald eine Auslastung von 51% aus.

In den Hotels konnte die touristische Nachfrage der inländischen Gäste um 1.9% zum Vorjahr gesteigert werden (Steigerung seit 2009 bei +12%). Die Auslandsnachfrage der Gäste aus dem Euroraum verharnte praktisch auf dem Wert des Vorjahres (-0.1%). Erfreulicherweise jedoch fiel der deutsche Markt erstmals seit Jahren positiv auf: Wachstum zum Vorjahr +3.4%.

Ein ebenfalls positives Fazit zum Vorjahr kann die kommerziell tätigen Parahotellerie ziehen. Die Entwicklung der Länderstatistik steht aber im Kontrast zur Hotellerie: Europa (-7.5%) und die Schweiz (-3.1%) verloren Marktanteile. Asien (+29.7%), Amerika (+34.7%) und der Mittlere Osten (+10.8%) verhalfen jedoch zu einem positiven Logiernächtergebnis von +0.9%.

Eine Verschärfung der Situation, da das Wachstum praktisch ausschliesslich in der Sommersaison erwirtschaftet wurde, ist auch im aktuellen Berichtsjahr festzustellen. Die Hotel-

lerie generierte noch 36% der Logiernächte im Winterhalbjahr, die kommerzielle Parahotellerie 45%. Gesamthaft präsentiert sich das Logiernächteverhältnis Sommer- zu Winterhalbjahr bei 57% zu 43%.

FINANZEN

Für das Kalenderjahr 2016 wird ein praktisch neutrales Resultat von CHF +101.96 ausgewiesen. Das Jahr 2016 war im Zusammenhang mit der Neustrukturierung der Zusammenarbeit zwischen Grindelwald Tourismus und der Jungfrau Region Tourismus AG eine Herausforderung, welche auch den Finanzbereich tangierte. So galt es im Berichtsjahr eine Segmentierung vorzunehmen, was den Bereich Ressort Grindelwald und was den Destinationsbereich der JRT angeht. Die Vergleichbarkeit der Zahlen mit dem Vorjahr ist dadurch nur beschränkt gegeben.

Grob analysiert betrifft das Ressort Grindelwald die Bereiche Anlagen (Sportanlagen, Gletscherschlucht, Tennis etc.), Sport&Events und Beiträge Subvenienten (Wanderweg- und Skipistenfonds, ÖV etc.). Im Destinationsbereich enthalten sind ein Teil des Betriebsaufwandes, Personalaufwände, Gäste- und Informationsdienst sowie die Beiträge an das Destinations- und Ortsmarketing.

Zu erwähnen gilt die minuziöse und sorgfältige Ausarbeitung der Verordnungen hinsichtlich der Anpassungen der Kurtaxen als auch der Tourismusförderungsabgabe (TFA). Beide Beschlüsse hat der Gemeinderat Grindelwald auf Antrag von Grindelwald Tourismus an einer Sitzung vom 27. September 2016 getroffen. Per 1. Januar 2018 werden diese rechnerisch angewendet.

Dank der grossen Disziplin der Finanzverantwortlichen sowie den Bereichsleitern kann eine ausgeglichene Rechnung präsentiert werden. Einen speziellen Dank gebührt an dieser Stelle der langjährigen Finanzverantwortlichen Irène Rubi, welche per Mitte 2016 in den wohlverdienten Ruhestand gegangen ist. Kompetent ersetzt wurde die Position durch Annelies von Moos.

Eine detaillierte Bilanz- und Erfolgsrechnung ist im Jahresbericht integriert.

INFOCENTER

An 258 Tagen des Berichtsjahres war das Informationscenter von Grindelwald Tourismus geöffnet – lediglich 8 Tage des Schaltjahres geschlossen. Eine Serviceleistung, welche sich sehen lässt, auch vor dem Hintergrund, dass im Vergleich zum Vorjahr 2'129 Personen mehr, nämlich gesamt 28'343 Gäste den Weg zu Grindelwald Tourismus gefunden haben. Die Tendenz bestätigt, dass auch in Zeiten der primär digitalen Kommunikation und technischen Hilfsmittel die klassische Gästeberatung am Schalter nicht ausgedient hat.

Gesamthaft 41'800 Interaktionen per Telefon, Mail oder persönlicher Beratung fanden zwischen Gästen und dem Frontpersonal statt. In den Kompetenzbereich des Infocenter fallen Administration und Korrespondenz, Schalter- und Telefondienst, Kassawesen, Hotel- und Ferienwohnungsvermittlung, Direktreservierungen, Kurtaxenwesen, IT Support, Mithilfe bei der Gestaltung und Umsetzung von Imprimaten.

Erstrangig jedoch agieren die Mitarbeitenden des Informationscenters als erster Ansprechpunkt für unsere diversen Anspruchsgruppen und sind die zentrale Anlaufstelle für unsere Gäste aus aller Welt.



SPORTZENTRUM

Generell nimmt der Betrieb des Sportzentrums in der Gesamtorganisation von Grindelwald Tourismus eine gehaltvolle Relevanz ein. Anlagenunterhalt und Erneuerungen fallen in den Verantwortungsbereich der Sportzentrum Grindelwald AG, welche die Sportanlagen an Grindelwald Tourismus ausmietet. Andererseits fällt der tägliche Unterhalt an Gebäude und Technik in den Verantwortungsbereich der Mitarbeitenden bei Grindelwald Tourismus und des technischen Leiters Sportzentrum..

Betrieb 2016

Das sehr veränderliche Wetter im Februar 2016 steigerte die Eintrittszahlen des Hallenbads und der Eishalle gegenüber dem Vorjahr massiv (+150%). Die schönen Sommermonate wiederum bescherten unterdurchschnittliche Eintrittszahlen. Gesamthaft konnte ein Eintrittsplus von +20% in Hallenbad und Eishalle gegenüber der Vorjahresperiode verzeichnet werden. Einnahmeseitig widerspiegelt sich dies jedoch nur mangelhaft, da rund 50% der Eintritte mit Gästekarten A (freier Eintritt aufgrund umfangreicher Aktienbeteiligung Sportzentrum AG) generiert worden sind. Trotzdem darf vermerkt werden, dass die Sportanlagen des Sportzentrums einen höheren Ertrag als noch in der Vorjahresperiode erwirtschafteten.

Wiederum war das Gästeangebot für Curling-Schnupperstunden sehr beliebt. Das Sommer-Gästeangebot für Schnupper-Eisstockschiessen fand jedoch keinen Anklang. Das zeigt, dass für die Gäste der Sommer draussen stattfindet und dass das Angebot des Sportzentrums vorwiegend ein Schlechtwetterangebot darstellt.

Team Sportzentrum

Ab Sommersaison 2016 stiessen aufgrund diverser beruflicher Neuorientierungen fünf neue Mitarbeiter zum Team Sportzentrum. Eine Stelle im Hallenbad wurde auf zwei Teilzeitstellen aufgeteilt. Somit sind zwei neue Eismeister, zwei Bademeister und ein Mitarbeitender, der je 50% in beiden Anlagen tätig ist, im Einsatz. Sämtliche Mitarbeitenden haben den Kurs für das Bademeister-Brevet besucht.



Neue Steuerung der Kältezentrale

Die Eiskompetenz im Sportzentrum ist seit jeher ein Markenzeichen der Sportanlagen. Diese Tauglichkeit wurde ab 2016 nochmals unterstrichen – mit dem Einbau der neuen Steuerung der Kältezentrale wird rund um die Uhr eine stabile, hohe Eisqualität garantiert. Dies bei optimierter Energieeffizienz gegenüber konventionellen Systemen. Das verbessert unsere Umweltbilanz und verringert zudem die Betriebskosten.

Brandschutzmassnahmen

Die Betriebsleitung des Sportzentrums ist beflissen eine wirkungsvolle Qualitätssicherung betreffend Brandschutz sicherzustellen. Diesbezüglich wurde bereits 2014 ein Gesamtkonzept mit der GVB erarbeitet, deren Wegleitung konsequent gefolgt wird. Die Massnahmen zur Qualitätssicherung Brandschutz werden regelmässig überprüft und im Bedarfsfall angepasst. Dies war auch 2016 der Fall: Punktuell wurden Aufwertungsmassnahmen eingeleitet, so dass die Einrichtungen für den baulichen, technischen und abwehrenden Brandschutz sowie haustechnische Anlagen bestimmungsgemäss in Stand gehalten und jederzeit betriebsbereit sind.

PR & MEDIEN

Geschichten sind der Schlüssel zu einer gelungenen Kommunikation, denn sie transportieren viel mehr als nur Fakten. Sie verleihen Persönlichkeiten ein Profil und unserer Welt Struktur.

Vor allem dann, wenn wir Menschen für uns und unsere Sache gewinnen wollen, leisten Geschichten einen wertvollen Beitrag. Seit Herbst 2016 entspricht auch Grindelwald Tourismus dieser Entwicklung und veröffentlichte das «Ambassadors of Grindelwald» Programm. Verschiedene Persönlichkeiten erzählen in kurzen Videobotschaften, was sie an Grindelwald fasziniert. Charaktere wie Ueli Kestenholz (Snowboard), Roger Schäli (Alpinismus) oder Isamu Tatsuno (CEO Mont Bell) sind interviewt worden. Ende 2016 wurden die Outdoor Aufnahmen gedreht und die Kurzfilme primär über die Sozialen Medien, aber auch auf einer eigenen Website publiziert.

Es besuchten 2016 nicht weniger als 239 Medienschaffende aus zwei Duzend Ländern das Eigerdorf. Die gute Kooperation mit den Jungfraubahnen und weiteren touristischen Partnern in zahlreichen Märkten erweist sich als sehr erfolgreich. Ebenfalls führt Grindelwald Tourismus mit der Jungfrau Region Tourismus AG und deren Direktpartnern sowie den Landesvertretungen von Schweiz Tourismus und BE! Tourismus regelmässig Einzel- und Gruppen-Medienreisen mit rund vier bis acht Teilnehmern durch.

Hier eine Auswahl an TV-Beiträgen 2016, welche in verschiedenster Couleur in oder um Grindelwald gedreht worden sind:

- › Morgenmagazin ZDF
Deutschland/Altjahreswoche
- › Volle Kanne ZDF
Deutschland/Januar
- › Meteo Schweiz
SRF (World Snow Festival)/Januar
- › Alpinisme (Dokumentation)
France Télévisions/April
- › «SF bi de Lüt»
SRF, Juni
- › Sportpanorama
SRF (Eiger Ultra Trail)/Juli
- › Live de Grindelwald
Radio Télévision Suisse (Livesendung)/Juli
- › «DOK» am Donnerstag
SRF (Begegnungen am Jungfrauojoch)/November
- › «Happy Day»
SRF (Samstagabendshow)/Dezember

Quantität ist jedoch nicht der entscheidende Faktor hinsichtlich journalistischem Schaffen, sondern Qualität: Jede Anfrage wird genau auf ihre Qualität und Seriosität überprüft. Das Augenmerk liegt hier insbesondere bei der Auflage und Reichweite des entsprechenden Mediums.

Abteilung PR & Medien

Für die Koordination des Bereichs PR&Medien in Grindelwald war bis Herbst 2016 Caroline Blatter zuständig. Ab Herbst 2016 wurde der Fachbereich PR&Medien gesamthaft in die Jungfrau Region Tourismus AG, unter der Leitung von André Wellig, eingebettet. Vor Ort werden die Journalisten dann vom Produktmanagement Grindelwald betreut.

PRODUKTMANAGEMENT

Salewa Base Camp Experience

Mit der Idee, Städter raus aus dem Alltag und rein in die Schönheit der Bergwelt zu entführen, organisierte Grindelwald Tourismus zusammen mit Salewa und BMW einen grossen Online-Wettbewerb. Die Austragung der Salewa Base Camp Experience war erfolgreich. In 13 Ländern wurde die Kampagne beworben. Das Get Vertical Projekt war gesamthaft sechs Monate online. Das Alter des Zielpublikums lag zwischen 30-50. Männer wie Frauen wurden gleichermaßen angesprochen. Der Schwerpunkt der Kampagne lag mit 70 % bei Onlinetools.

BMW Mountains in der BMW World, München

Bereits zum dritten Mal wurde Grindelwald in die BMW World zum Winter Kick Off eingeladen. Vom 4.– 6. November 2016 herrschte pures Gipfel-Feeling in München. Im Rahmen des Events BMW Mountains konnte pünktlich zum Saisonstart in gemütlicher Chalet-Atmosphäre Energie getankt und rund ums Thema Wintersport Inspiration geholt werden. 40'000 Besucher lockte die Veranstaltung an.

Imageprospekt & Photoshootings

Der äusserst populäre Imageprospekt von Grindelwald Tourismus erhielt eine neue Auflage – bewusst mit wenig Text, jedoch mit umso spektakuläreren Bildern des bekannten Photographen David Birri versehen, ist der Prospekt ein Erfolgsprodukt. Der Imageprospekt 2018/ 19 ist bereits in Planung.

Bilder sind eines der grossen Alleinstellungsmerkmale von Grindelwald. Im März organisierte das Produktmanagement ein Shooting zur Thematik Winterwandern, im August und September eines zur Thematik

Mountain Bike. Sämtliche Bilder (Image, Winterwandern und Mountain Bike) stehen den diversen Anspruchsgruppen frei zur Verfügung.

Die «Alpinen Zutaten» – unsere Geschichten «original Grindelwald» und über «Grindelwalder Originale»

Die Sehnsucht der Menschen nach echten und authentischen Erlebnissen und Begegnungen zu erfüllen, wird in den nächsten Jahren zu einer der Hauptaufgaben und grössten Herausforderungen im Tourismus. In Zeiten, in denen so vieles austauschbar geworden ist, bewegen uns vor allem markante Menschen, aussergewöhnliche Lebensgeschichten, das Wiedererleben von Traditionen und die Bekanntschaft mit echten «Kuriiositäten». Mit unseren in den letzten zehn Jahren in dieser Richtung bereits recherchierten Menschen und Erlebnissen rund um «original Grindelwald» unter dem Qualitätslabel Eigerness verfügen wir über einen grossen Fundus in diesen Bereichen.

Beizeiten fällt die Entscheidung, die zwölf «Best of the Alps»- Orte neu und zeitgemäss mit Geschichten zu ihren einzigartigen «alpinen Zutaten» zu präsentieren. Dazu sind in drei Jahren rund zwölf spannende

Geschichten mit Grindelwalder Persönlichkeiten geplant. Diese Geschichten werden sowohl auf der neuen Webseite «Best of the Alps» als auch in den Social Media Kanälen aktiv beworben. Die ebenfalls zum abgeschlossenen Dreijahresvertrag mit der Agentur Friendship gehörige Durchführung eines Kulinarik Events mit «alpinen Zutaten» ist geplant für 2017.

Die Aufgabe im Produktmanagement Eigerness ist seit Anfang 2015 die sorgfältigen Recherche und Auswahl der Protagonisten und Planung der Geschichten mit der Agentur sowie die Organisation, Koordination und Betreuung der Aufenthalte der Teams mit Redakteuren und Fotografen jeweils im Sommer und im Winter.

Mittlerweile sind einige dieser Geschichten erfolgreich veröffentlicht und im Umlauf und sorgen nicht nur für Gäste- sondern auch für Medien-Interesse.

- › «Ich mache immer gerne das, was die anderen nicht tun»
Geschichte über den Hori-Schlittenbauer Hans Burgener
- › «Für das Alte Sorge tragen»
Geschichte über Ruedi Bhend und den legendären Bhend-Pickel
- › «Der Tausendsassa von Grindelwald»
Geschichte über den Steinkünstler und Bergführer Beat Hofer
- › «Der Exot unter den Milchbauern»
Geschichte über den Schafzüchter Bruno Appert
- › «Ein dynamisches Duo»
Geschichte über den Holzkünstler Bruno Kaufmann und die Gastgeberin Myriam Kaufmann (Café 3692)
- › «Kunst, die weiss vom Himmel fällt»
Geschichte über das World Snow Festival / Hans Schlunegger
- › «Besser draussen»
Geschichte über packende Erlebnisse bei einem Tag «Schneesport» mit Bergführer Hansueli Klossner



«Original Grindelwald Kalender» 2016

Auch für das Jahr 2016 fiel der Entscheid für den «Original Grindelwald» Kalender. Mit der atemberaubenden Bildervielfalt faszinierender Grindelwalder Bergwelt, Impressionen von Wildlife und Grindelwalder Tradition bringt der Fotograf Speedy Füllemann in einzigartig lebendiger Weise monatlich überraschendes «Original Grindelwald» in die Wohnstube. Ein nachhaltiges Gästegeschenk für unsere Leistungsträger, das Sammlerleidenschaft weckt.

Der Kalender wurde mit 1000 Stück aufgelegt und wurde zu 80 % von den Leistungsträgern vorbestellt. Die restliche Stückzahl wurde von Mai bis Dezember über das Infocenter Grindelwald verkauft.

SPORT & EVENTS

Mit nahezu 250 Angeboten und bis zu 60 Veranstaltungen jährlich bietet Grindelwald ein Veranstaltungskalender für alle Anspruchsgruppen an, welcher bemerkenswert und breitgefächert ist. Ich möchte allen, die Anlässe organisieren und durchführen herzlich danken. Denjenigen, welche sich für Projekte zugunsten unseres Tales einsetzten, wünsche ich viel Durchsetzungsvermögen, Mut und Hartnäckigkeit.

In diesem Zusammenhang möchte ich auf den im Jahr 2000 gegründete «Fonds zur Unterstützung von tourismuswirksamen Veranstaltungen und Projekten» hinweisen. Der Fonds stellt die einzelnen, einmaligen und wiederkehrenden Beiträge in den Gesamtzusammenhang der Grindelwalder Veranstaltungsinteressen und sorgt für eine ausgewogene und möglichst vielfältige Förderung. Grindelwald Tourismus speist den Fonds mit jährlich rund 45% der Mittel von Total ca. CHF 270'000 zur Unterstützung von tourismuswirksamen Veranstaltungen und Projekten und ist somit der potenteste Mittlerbringer. Der bei der Gemeinde angesiedelte und vom Ressorts Landwirtschaft & Volkswirtschaft verwaltete Fonds hat sich seit Gründung bestens bewährt.

Der Fonds wird gespiesen durch jährliche Beiträge von folgenden Institutionen: Gemeinde Grindelwald, Grindelwald Tourismus, Verein Grindelwald Hotels, Handwerker- und Gewerbeverein, Bergschaft Grindel, Bergschaft Scheidegg.

Ergänzend werden von folgenden Institutionen 10% der TFA Beiträge durch Grindelwald Tourismus in den Fonds einbezahlt: Ferienwohnungsvermieter, Parahotellerie, Nicht HGG Mitglieder, reine Restaurationsbetriebe.

Im 2016 wurden unter anderem Beiträge an folgende Vereine oder Gruppierungen ausbezahlt (Auszug):

- › Verein Golf Grindelwald
Unterstützungsbeitrag
- › Ortsvereine Grindelwald
Beiträge Folkloreabende Strassenfest
- › Trägerverein Lauberhornrennen
Jahresbeitrag
- › Verein Eiger Bike Challenge
Defizitgarantie
- › Denlo Productions
Beitrag «Tatort Jungfrau»
- › Heimatmuseum
Betriebsbeitrag
- › Grindelwald Sports
Infrastrukturbeitrag Gletscherschlucht
- › Schwingklub Grindelwald
Startkapital Oberländisches Schwingfest

Grindelwald Tourismus unterstützt somit nicht nur eigene Veranstaltungen wie zum Beispiel das World Snow Festival oder Schlüsselveranstaltungen wie den Eiger Ultra Trail, sondern stützt über den Fonds breitgefächert das «Unternehmen Grindelwald». Gesamthaft wurde im Berichtsjahr CHF 298'625 im Fachbereich Sport&Events eingesetzt.



MITARBEITENDE

Den Mitarbeitenden zu danken ist weit mehr als nur eine Pflichtübung bei jedem Jahresrückblick – es ist ein echtes Bedürfnis. Auch das Jahr 2016 verlangte von unseren Mitarbeitenden ein anspruchsvolles Mass an Engagement, Flexibilität und Adaptivität ab – sie 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

Besten Dank auch an die Mitglieder des Vorstandes von Grindelwald Tourismus für die mir entgegengebrachte Zuversicht. Nicht zuletzt vielen Dank den Transportunternehmungen, den Beherbergern, dem Gewerbe und nicht zuletzt den Behörden für Ihr Vertrauen. Sie leisten allesamt einen wichtigen Beitrag für die Marke Grindelwald, denn ohne ihr Engagement für den Tourismus laufen alle unsere Bestrebungen ins Nichts.

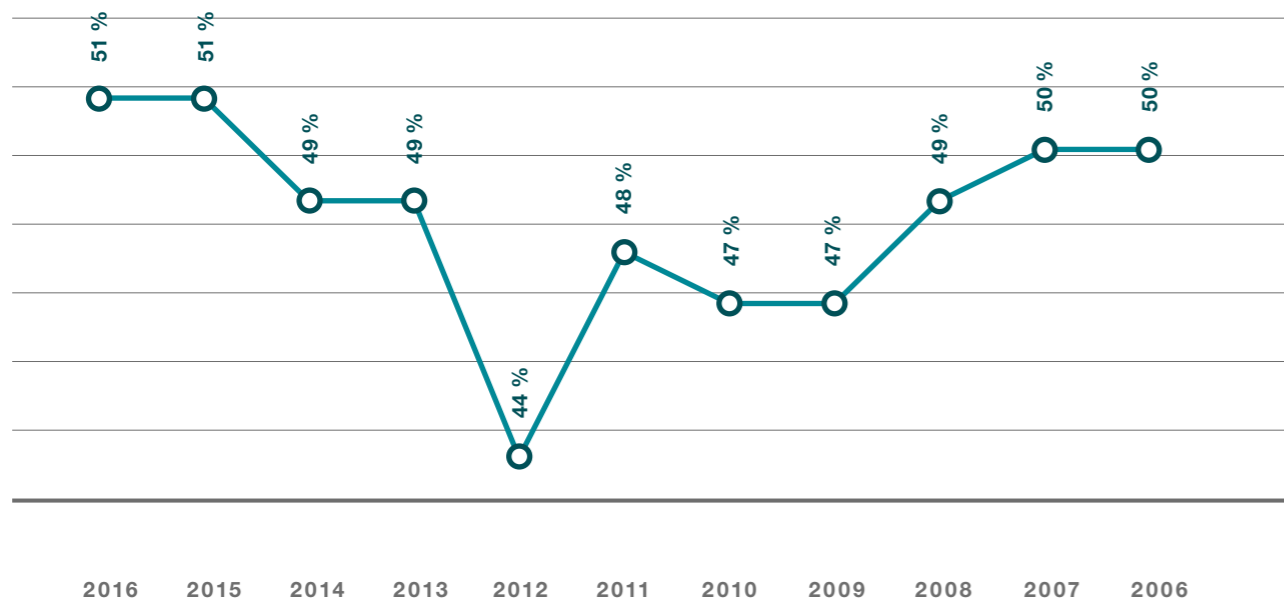
Speziell danken wir allen unseren Gästen: Wir freuen uns über jeden Aufenthalt, jeden Besuch, jede konstruktive Kritik, denn es ist ein echtes Bestreben, Grindelwald auch in ihrem Sinne weiterzuentwickeln.

Bruno Hauswirth
Geschäftsführer / Managing Director

BRUTTOBETTENAUSLASTUNG HOTELLERIE GRINDELWALD

STATISTIK BRUTTO BETTENAUSLASTUNG

JAHR	BRUTTO IN %	KAPAZITÄT	LOGIERNÄCHTE	BETTENZAHL
2006	50	967'250	482'723	2'650
2007	50	967'250	478'854	2'650
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

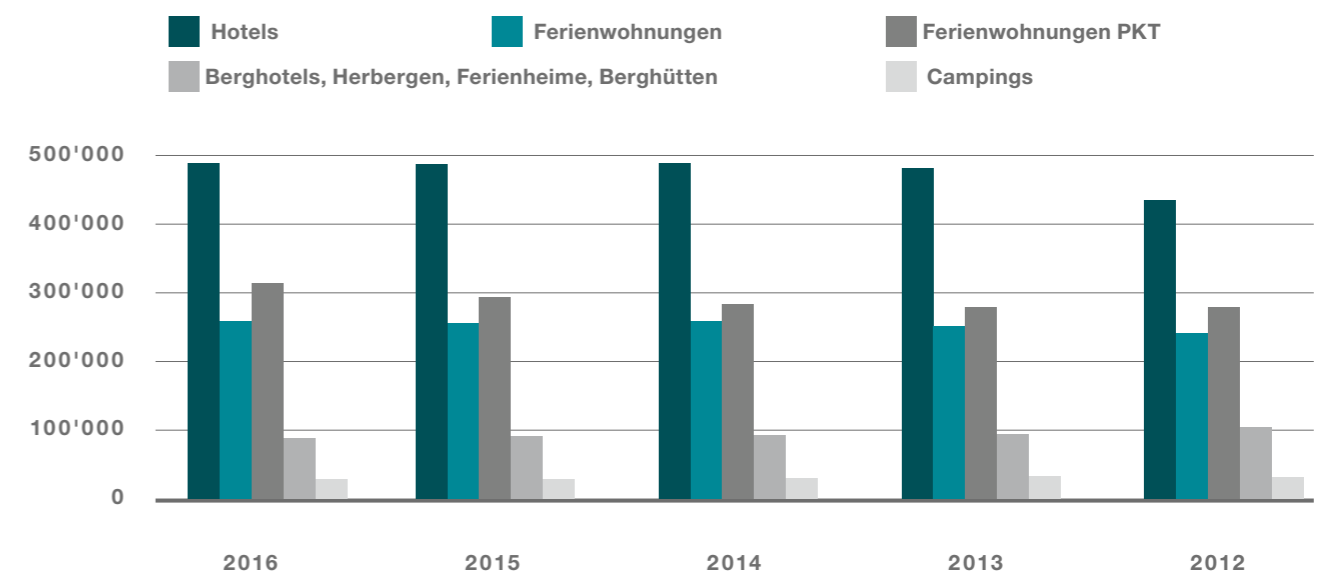


TOURISMUSENTWICKLUNG IN GRINDELWALD

STATISTIK LOGIERNÄCHTE

	2016	2015	2014	2013	2012
Hotels	485'455	484'623	487'465	479'335	432'897
Ferienwohnungen	256'957	254'559	257'354	249'749	240'497
Ferienwohnungen PKT	310'971	292'909	281'823	278'229	277'604
Berghotels, Herbergen, Ferienheime, Berghütten	88'256	90'691	92'666	94'102	103'698
Camping	29'037	28'613	29'266	32'898	30'572
GESAMTTOTAL	1'170'676	1'151'395	1'148'574	1'134'313	1'085'268

STATISTIK TOURISMUSENTWICKLUNG



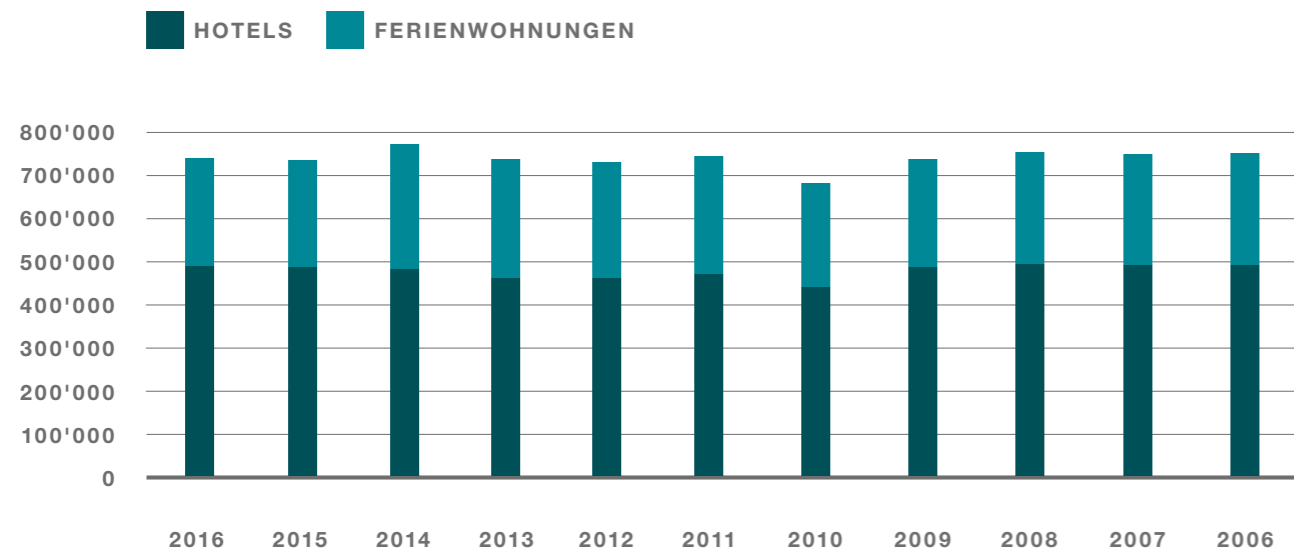
LOGIERNÄCHTE 2016

	Ansatz KT	PKT in CHF	Logiernächte	Logiernächte Vorjahr
Hotels				
Erwachsene	3.20		441'803	440'388
Kinder 12–16 Jahre	3.20		7'875	8'144
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		35'777	36'091
TOTAL HOTELS			485'455	484'623
Berghotels				
Erwachsene	2.50		19'254	18'468
Kinder 12–16 Jahre	2.50		696	644
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		1'603	1'443
TOTAL BERGHOTELS			21'553	20'555
Ferienwohnungen				
Erwachsene	3.20		203'366	200'375
Kinder 12–16 Jahre	3.20		14'866	15'561
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		38'725	38'623
Pauschalkurtaxe		995'107	310'971	292'909
TOTAL FERIEWOHNUNGEN			567'928	547'468
Herbergen/Hostels/Weidhäuser				
Erwachsene	3.20		45'982	48'197
Kinder 12–16 Jahre	3.20		8'153	8'940
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		6'844	7'070
Pauschalkurtaxe Weidhäuser		8'400	2'625	2'792
TOTAL HERBERGEN/HOSTELS			63'604	66'999
Camping				
Erwachsene	3.20		8'821	8'255
Kinder 12–16 Jahre	3.20		1'248	1'128
Kinder unter 12 Jahre / Domestiques	0.00		2'194	2'116
Pauschalkurtaxe		53'678	16'774	17'114
Nachträgliche Rechnungstellung 2014				
TOTAL CAMPING			29'037	28'613
BERGHÜTTEN keine Kurtaxe, nur BHT			3'099	3'137
GESAMTTOTAL			1'170'676	1'151'395
Erwachsene & Kinder >12 Jahre (zahlend)			1'082'434	1'066'052
Kinder < 12 Jahre und Domestiques			88'242	85'343

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE/FERIENWOHNUNGEN

STATISTIK 2006 BIS 2016

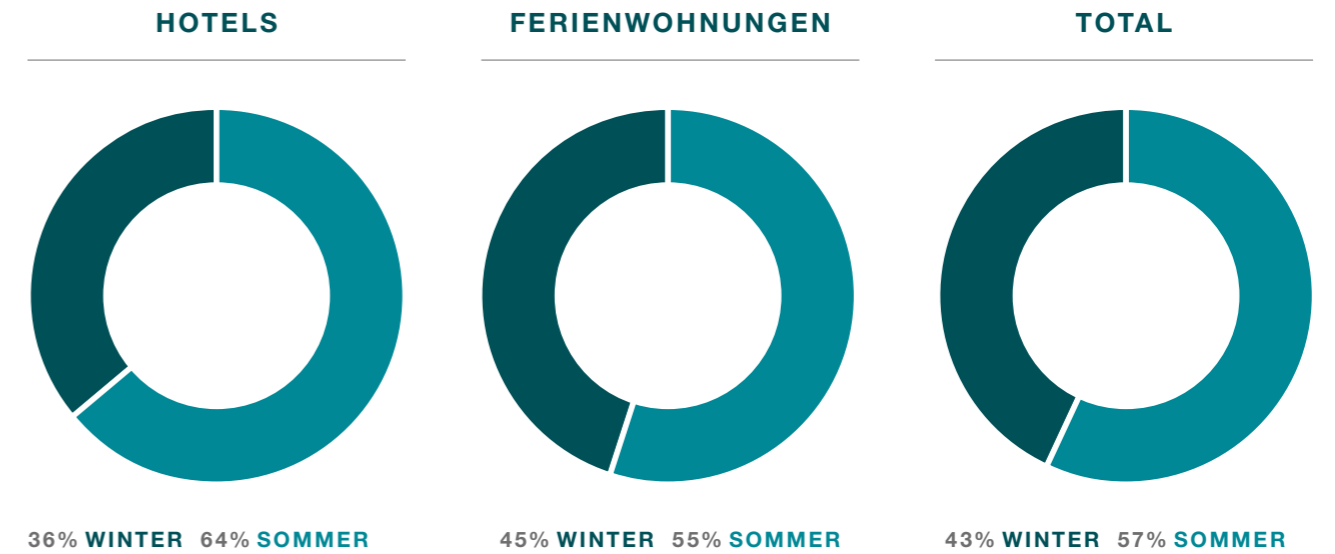
Jahr	Hotellerie	Ferienwohnungen (exkl. PKT)
2006	482'723	247'482
2007	478'854	248'211
2008	474'988	286'985
2009	455'567	272'518
2010	454'312	266'251
2011	463'846	271'334
2012	432'897	240'497
2013	479'335	249'749
2014	487'465	257'354
2015	484'623	254'559
2016	485'455	256'967

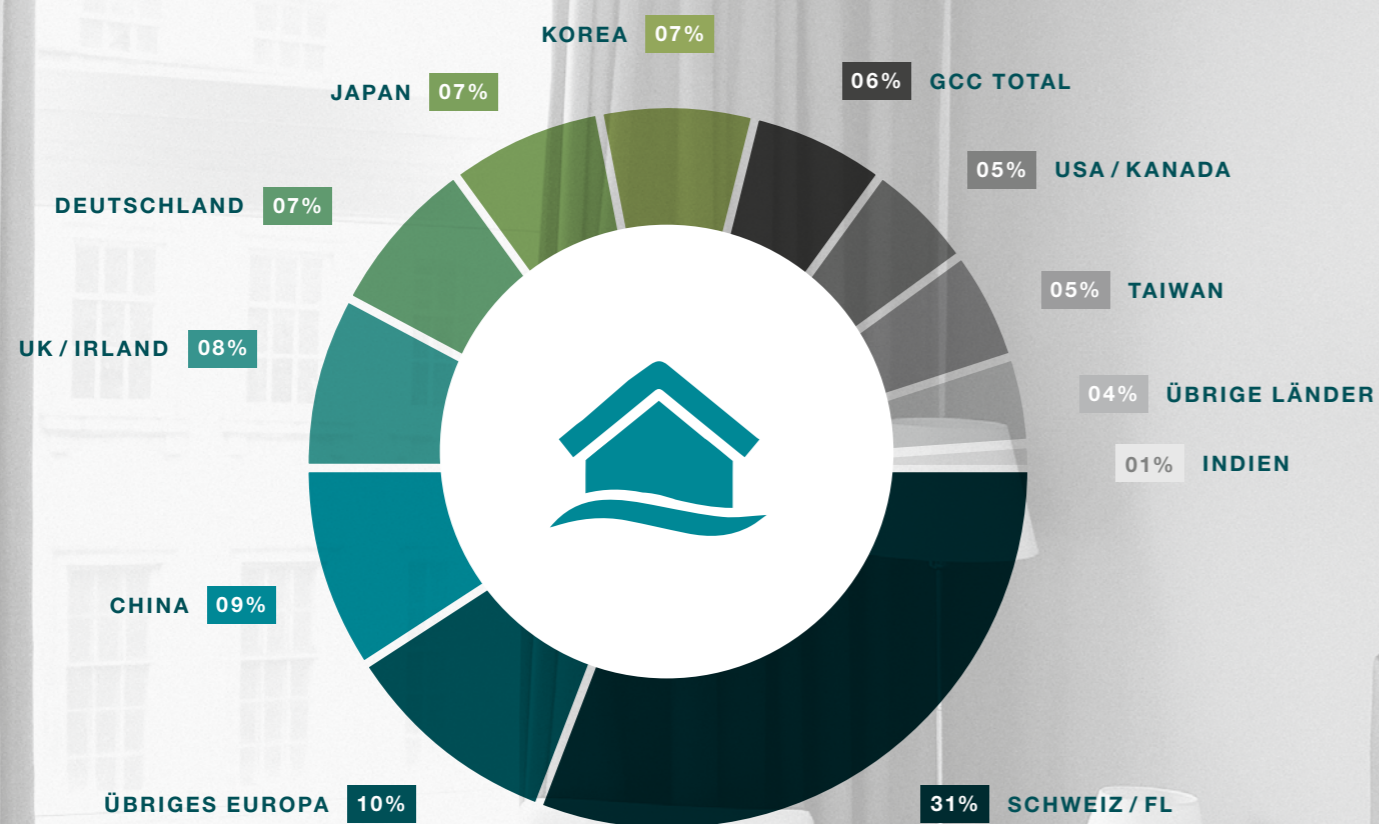


LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE/FERIENWOHNUNGEN

HOTELLERIE & PARAHOTELLERIE WINTER/SOMMER 2016

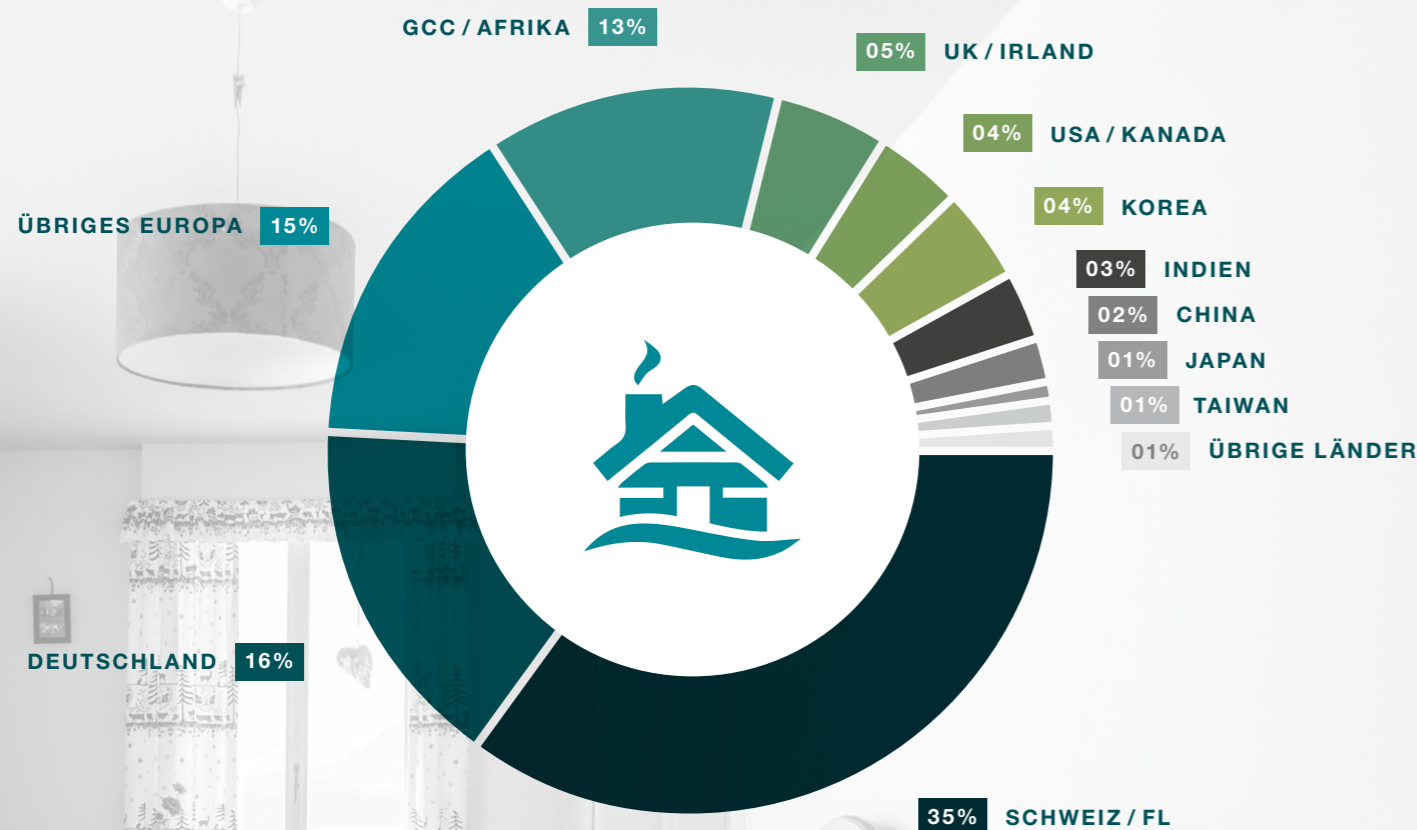
	Winter	Sommer	TOTAL
Hotels	175'982	309'473	485'455
Berghotels	8'957	12'596	21'553
Ferienwohnungen	115'059	141'624	256'683
Herbergen, Hostels	32'866	28'113	60'979
Camping	1'030	11'507	12'537
PKT FEWO, Camping, Weidhäuser	165'185	165'185	330'370
Berghütten	0	3'099	3'099
TOTAL	499'079	671'597	1'170'676





LÄNDERSTATISTIK HOTELLERIE 2016

	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	2016	2015	Absolut	Prozent
Belgien	6'676	6'578	98	1.49
Deutschland	34'719	33'585	1134	3.38
Frankreich	9'380	9'312	68	0.73
Grossbritannien/Irland	39'509	39'561	-52	-0.13
Italien	2'586	2'864	-278	-9.71
Luxemburg	2'517	2'836	-319	-11.25
Niederlande	9'982	10'136	-154	-1.52
Österreich	1'777	1'860	-83	-4.46
Russland	2'241	2'807	-566	-20.16
Skandinavien	4'493	4'470	23	0.51
Spanien/Portugal	2'852	2'633	219	8.32
Israel	2'187	2'248	-61	-2.71
Übriges Europa	4'401	4'538	-137	-3.02
EUROPA TOTAL	123'320	123'428	-108	-0.09
USA/Kanada	25'731	27'014	-1283	-4.75
Übriges Amerika	1'791	2'935	-1144	-38.98
AMERIKA TOTAL	27'522	29'949	-2427	-8.10
GCC UND AFRIKA TOTAL	27'883	23'290	4593	19.72
China inkl. Hongkong	43'072	47'630	-4558	-9.57
Indien	4'325	5'123	-798	-15.58
Japan	36'076	45'897	-9821	-21.40
Korea	33'337	25'270	8067	31.92
Taiwan	25'396	20'680	4716	22.80
Übriges Asien	10'817	12'498	-1681	-13.45
ASIEN TOTAL	153'023	157'098	-4075	-2.59
Australien/Ozeanien	5'609	5'554	55	0.99
AUSLAND TOTAL	337'357	339'319	-1962	-0.58
Schweiz/FL	148'098	145'304	2794	1.92
GESAMTTOTAL	485'455	484'623	832	0.17



LÄNDERSTATISTIK FERIENWOHNUNGEN 2016

	LOGIERNÄCHTE		ZU-/ABNAHME VORJAHR	
	2016	2015	ABSOLUT	PROZENT
Belgien	4'916	5'094	-178	-3.49
Deutschland	42'293	44'839	-2'546	-5.68
Frankreich	5'746	5'681	65	1.14
Grossbritannien/Irland	13'643	13'909	-266	-1.91
Italien	1'601	1'406	195	13.87
Israel	2'185	2'394	-209	-8.73
Luxemburg	951	936	15	1.60
Niederlande	13'769	15'158	-1'389	-9.16
Österreich	565	3'082	-2'517	-81.67
Russland	1'193	2'008	-815	-40.59
Skandinavien	2'474	2'088	386	18.49
Spanien/Portugal	2'926	3'054	-128	-4.19
Übriges Europa	2'149	2'419	-270	-11.16
EUROPA TOTAL	94'411	102'068	-7'657	-7.50
USA/Kanada	11'418	8'552	2'866	33.51
Übriges Amerika	398	220	178	80.91
AMERIKA TOTAL	11'816	8'772	3'044	34.70
GCC UND AFRIKA TOTAL	32'216	29'082	3'134	10.78
China inkl. Hongkong	5'207	3'610	1'597	44.24
Indien	6'667	5'070	1'597	31.50
Japan	3'662	5'016	-1'354	-26.99
Korea	9'568	6'004	3'564	59.36
Taiwan	2'755	2'014	741	36.79
Übriges Asien	1'576	978	598	61.15
ASIEN TOTAL	29'435	22'692	6'743	29.72
Australien/Ozeanien	22	15	7	46.67
AUSLAND TOTAL	167'900	162'629	5'271	3.24
Schweiz/FL	89'057	91'930	-2'873	-3.13
TOTAL EFFEKTIVE LOGIERNÄCHTE	256'957	254'559	2'398	0.94
Pauschalkurtaxen	310'971	292'909	18'062	6.17
GESAMTTOTAL	567'928	547'468	20'460	3.74

BILANZ AKTIVEN

	31.12.2016	31.12.2015
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	941'842.86	627'772.63
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	1'284'854.05	1'249'972.42
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Nahestehenden	26'457.07	
Wertberichtigung Forderungen	-50'000.00	-50'000.00
Übrige kurzfristige Forderungen	23'781.45	13'835.62
Vorräte	8'000.00	20'000.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	80'806.75	16'448.78
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	2'315'742.18 86%	1'878'029.45 84%
Anlagevermögen		
Wertschriften	119'300.00	80'000.00
Beteiligung Jungfrau Region Tourismus AG	258'000.00	258'000.00
./.. WB Beteiligung JRT AG	-159'500.00	-159'500.00
Total Finanzanlagen und Beteiligungen	217'800.00	178'500.00
Mobilien, Geräte, mobile Anlagen	46'002.00	55'002.00
Informatik- und Kommunikationsanlage	8'000.00	13'000.00
Fahrzeuge	3'000.00	500.00
Loipenfahrzeug	1.00	1.00
Total mobile Sachanlagen	57'003.00	68'503.00
Gletscherschlucht	1.00	1.00
Tennis Mettenberg	1.00	1.00
Tourist Center	101'000.00	101'000.00
Total immobile Sachanlagen	101'002.00	101'002.00
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN	375'805.00 14%	348'005.00 16%
TOTAL AKTIVEN	2'691'547.18 100%	2'226'034.45 100%

BILANZ PASSIVEN

	31.12.2016	31.12.2015
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Dritten	431'199.84	387'450.60
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen gegenüber Nahestehenden	452'629.45	32'421.80
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	19'939.41	56'516.66
Passive Rechnungsabgrenzung	1'323'423.48	1'245'392.35
TOTAL KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL	2'227'192.18	1'721'781.41
Langfristiges Fremdkapital		
IHG Darlehen Tourist Center	120'000.00	140'000.00
Rückstellungen		20'000.00
TOTAL LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL	120'000.00	160'000.00
TOTAL FREMDKAPITAL	2'347'192.18 87%	1'881'781.41 85%
Eigenkapital		
Eigenkapital am Anfang	344'253.04	355'466.54
Jahresergebnis	101.96	-11'213.50
EIGENKAPITAL AM ENDE	344'355.00 13%	344'253.04 15%
TOTAL PASSIVEN	2'691'547.18 100%	2'226'034.45 100%

ERFOLGSRECHNUNG

ERTRAG

	Budget 2016	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015
Kurtaxen			
Hotels	1'400'000.00	1'438'768.00	1'435'302.40
Berghotels	50'000.00	49'875.00	47'780.00
Ferienwohnungen	1'630'000.00	1'698'691.15	1'638'741.00
Camping	88'000.00	86'350.00	85'206.50
Herbergen, Ferienheime	188'000.00	181'632.00	191'771.40
	<u>3'356'000.00</u>	<u>3'455'316.15</u>	<u>3'398'801.30</u>
Übrige Beiträge			
Hotels Logiernächteabgabe	20'500.00	20'778.22	20'750.78
Rückfluss BHT (Beherbergungstaxe)			150'000.00
Mitgliederbeiträge Private	4'500.00	3'650.00	4'050.00
Auswärtige Gönner	9'000.00	7'745.00	8'440.00
Gemeinde Grindelwald	9'000.00	9'000.00	9'000.00
	<u>43'000.00</u>	<u>41'173.22</u>	<u>192'240.78</u>
Diverse Anlagen GT	125'000.00	76'711.49	136'318.82
Erlöse Sportzentrum	524'000.00	529'928.45	460'380.43
Handel und Dienstleistungen	275'500.00	207'654.24	245'730.47
Billettprovisionen	55'000.00	63'457.16	60'053.98
Sport & Events	25'000.00	21'654.57	53'335.88
Übrige Erträge	236'000.00	104'875.69	8'175.85
Verluste Forderungen, Veränderung Wertberichtigung			20'000.00
TOTAL ERTRÄGE	4'639'500.00	4'500'770.97 100%	4'575'037.51 100%

ERFOLGSRECHNUNG

AUFWAND

	Budget 2016	01.01. – 31.12.2016	01.01. – 31.12.2015
Einlage Sporttaxenfonds	200'000.00	200'000.00	200'000.00
Diverse Anlagen GT	144'000.00	203'234.68	285'241.85
./. Beiträge an Aufwand Anlagen			-100'000.00
Miete Sportanlagen	40'000.00	40'000.00	40'000.00
Handel und Dienstleistungen	222'900.00	48'311.10	229'783.88
Sport & Events	292'000.00	298'625.67	310'082.47
Werbeaufwand DMO	285'000.00	56'000.00	287'357.19
Beiträge und Subventionen	996'500.00	2'154'355.72	1'018'066.00
Total Material- und Dienstleistungsaufwand	2'180'400.00	3'000'527.17 66.7%	2'270'531.39 49.6%
Bruttoergebnis nach Material- und Dienstleistungsaufwand	2'459'100.00	1'500'243.80 33.3%	2'304'506.12 50.4%
Bruttolöhne		827'870.40	1'367'585.95
Stelle: Produktmanager		81.00	55'107.20
Stelle: PR-Medien		154.00	37'200.20
Sozialversicherungs-Aufwand		128'511.50	223'184.95
Übriger Personalaufwand		12'524.34	16'532.88
Total Personalaufwand	1'700'000.00	969'141.24 21.5%	1'699'611.18 37.1%
Bruttoergebnis II	759'100.00	531'102.56 11.8%	604'894.94 13.2%
Raumaufwand Sportzentrum/TC	125'000.00	63'729.11	153'554.79
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	35'000.00	3'221.25	38'565.91
Fahrzeugaufwand	22'000.00	18'551.72	19'374.73
Versicherungsaufwand	17'000.00	17'882.55	17'705.80
Energie- und Entsorgungsaufwand	348'000.00	402'570.45	351'408.92
Verwaltungs- und Informatikaufwand	150'000.00	43'953.45	137'576.38
Übriger Betriebsaufwand	15'000.00	107.95	915.80
Total Betriebsaufwand	712'000.00	550'016.48 12.2%	719'102.33 15.7%
EBITDA	47'100.00	-18'913.92 -0.4%	-114'207.39 -2.5%
Ergebnis vor Abschr., Finanzerfolg und Steuern			
Abschreibungen	-40'000.00	14'797.66	39'665.36
EBIT (Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern)	7'100.00	-33'711.58 -0.7%	-153'872.75 -3.4%
Finanzerfolg	2'000.00	-2'080.34	-7'239.55
EBT	9'100.00	-31'631.24 -0.7%	-146'633.20 -3.2%
Ausserordentlicher Ertrag		34'200.00	148'366.00
Ausserordentlicher Aufwand			-9'037.00
Ergebnis vor Steuern	9'100.00	2'568.76 0.1%	-7'304.20 -0.2%
Steuern	-3'500.00	2'466.80	3'909.30
JAHRESERGEBNIS	5'600.00	101.96 0.0%	-11'213.50 -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 Jahresrechnung 2016 wurde gemäss den neuen Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962 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

	2016	2015
betreffend Wertberichtigung Forderungen, Wertschriften, Rückstellungen, mobile und immobile Sachanlagen mit Ausnahme der nachfolgend erwähnten Bereiche Tennisanlage und Gletscherschlucht	118'000	215'000

«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

31.12.2016

31.12.2015

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 50 beträgt.

2.3 Beteiligungen

2.3.1 Jungfrau Region Tourismus AG, mit Sitz in Interlaken

Zweck: Steigerung touristischer Wertschöpfung

Aktienkapital insgesamt	600'000	600'000
Kapital- und Stimmanteil	43.0%	43.0%

2.3.2 Sportzentrum Grindelwald AG, mit Sitz in Grindelwald

Zweck: Bau und Betrieb von Sportanlagen

Aktienkapital insgesamt	700'000	700'000
Kapital- und Stimmanteil	11.2%	11.1%

2.4 Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverpflichtungen, sofern diese nicht innert zwölf Monaten ab Bilanzstichtag auslaufen oder gekündigt werden können

	0.00	0.00
--	------	------

Verpflichtungen aus langjährigen Vertragsverhältnissen betr. Liegenschaften

2.4.1 Baurechtsvertrag mit Einwohnergemeinde Grindelwald, GB 5876:

· Jährlicher Baurechtszins (indexiert ab 2001)	13'198	13'198
· Laufzeit bis	31.12.2073	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	40'000	40'000
· Jährlicher Mietzins für Schalterhalle, Büro- und Kellerräume	20'000	20'000

2.5 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen (bilanziert)

· kurzfr. Schuld/Abgrenzung gegenüber Vorsorgestiftung	0	14'608
--	---	--------

2.6 Erläuterung zu ausserordentlichem Erfolg

· Ausserordentlicher Aufwand: Abschreibung Wertschriften	0	9'037
· Ausserordentlicher Ertrag: Gewinn aus Veräusserung und Aufwertung von Wertschriften und Beteiligungen	34'200	148'366

Weitere Angaben gemäss OR 959c sind nicht notwendig

3 FREIWILLIGE ZUSATZANGABEN

31.12.2016

31.12.2015

3.1 Gebäudeversicherungswerte

	1'899'061	1'932'960
--	-----------	-----------

3.2 Amtliche Werte der Liegenschaften

	1'248'560	1'248'560
--	-----------	-----------

3.3 Stand Sporttaxenfonds

	111'036	130'971
--	---------	---------

REVISORENBERICHT

2016



Grindelwald und Meiringen, 23. Mai 2017

**BERICHT DER REVISIONSSTELLE AN DIE MITGLIEDERVERSAMMLUNG DES
VEREINS GRINDELWALD TOURISMUS IN GRINDELWALD**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang) des Vereins Grindelwald Tourismus für das am 31. Dezember 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Unsere Prüfung 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 bei der geprüften Institution 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.

Freundliche Grüsse

LEHMANN + BACHER TREUHAND AG


Remo Casagrande
dipl. Treuhandexperte
zugeh. Revisionsexperte


Hans Martin Bleuer
dipl. Steuerexperte
zugeh. Revisionsexperte
Leitender Revisor

Jahresgewinn	CHF	101.96
Eigenkapital am Ende	CHF	344'355.00

Daniel Hottig, dipl. Wirtschaftsprüfer
Hans Martin Bleuer, dipl. Steuerexperte
Remo Casagrande, dipl. Treuhandexperte

3840 Meiringen - Gemeindegasse 2 - Tel. 033 972 50 40 - meiringen@lbttag.ch
3818 Grindelwald - Dorfstrasse 95 - Tel. 033 854 50 40 - grindelwald@lbttag.ch
3855 Brienz - Hauptstrasse 49 - Tel. 033 951 12 14 - brienz@lbttag.ch
www.lbttag.ch

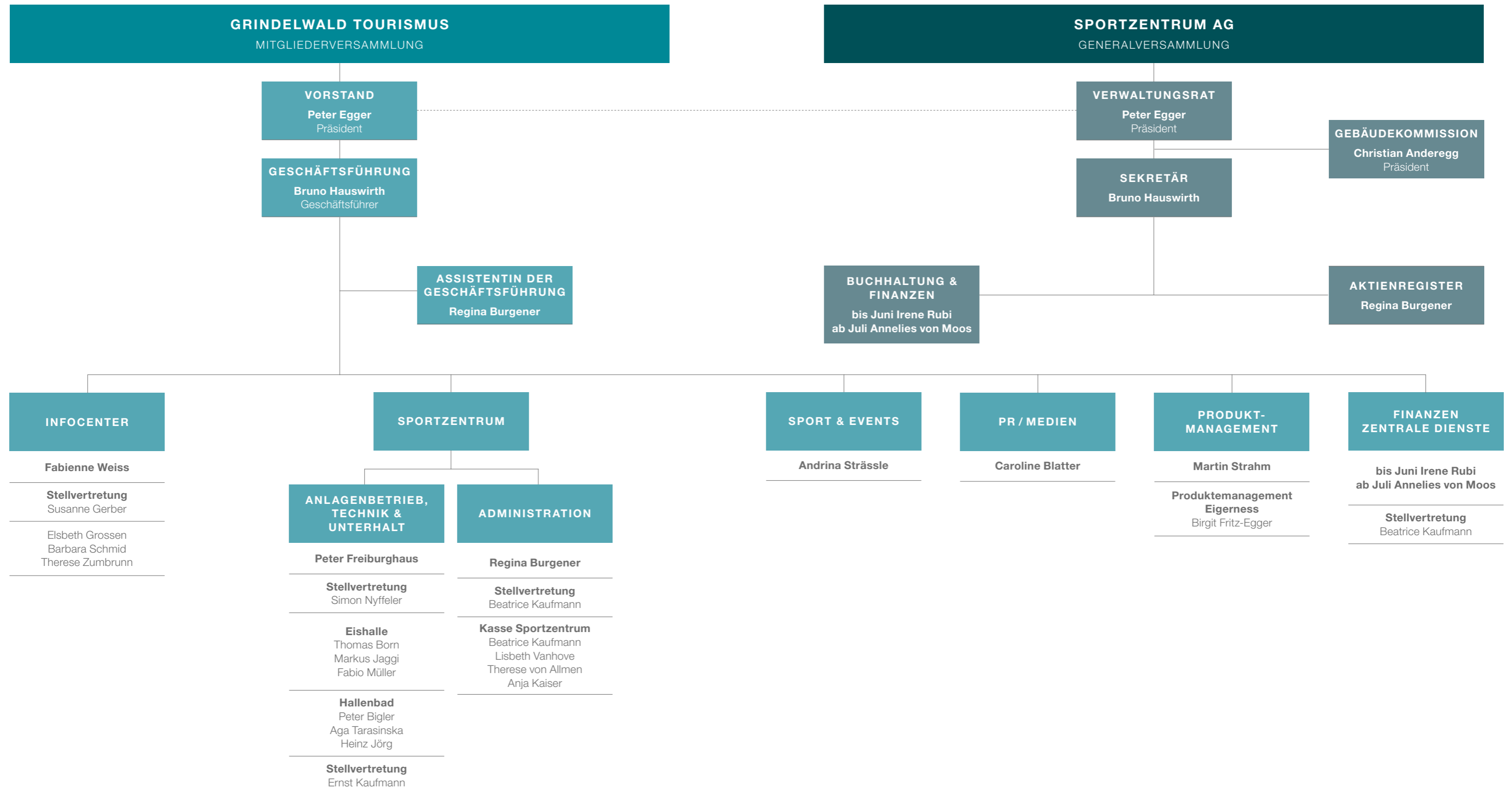
TREUHAND | SUISSE  EXPERT
SUISSE

GÖNNERBEITRÄGE 2016

Apotheke Dr. Portmann AG	3800 Interlaken	100.00
Ausländische Biere AG	4144 Arlesheim	65.00
Canetti SA Vini	6616 Losone	100.00
Classic Textile Stickerei AG	3800 Unterseen	250.00
Elektro Seiler	3806 Bönigen	300.00
Ernst Kaufmann, Autofahrschule	3800 Interlaken	135.00
Espro	3655 Sigriswil	100.00
Feldschlösschen Getränke AG	4310 Rheinfelden	300.00
Geotest AG	3052 Zollikofen	200.00
Grosse Apotheke Dr. G. Bichsel AG	3800 Interlaken	50.00
H + R Gastro AG	3800 Interlaken	800.00
H. Gosteli AG	3800 Matten	65.00
Hansen AG	3800 Interlaken	65.00
Henri Badoux SA	1860 Aigle	135.00
Hotelbedarf AG	3800 Interlaken	270.00
Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG	3322 Urtenen-Schönbühl	100.00
Inäbnit AG	3812 Wilderswil	100.00
Kästli & Co. AG	3123 Belp	135.00
Kolb Wohnideen AG	3800 Unterseen	500.00
Konsag	3805 Goldswil	50.00
Marcel Boschung AG	1753 Matran	100.00
Media-Line GmbH	3600 Thun	100.00
Michel Comestibles AG	3800 Unterseen	135.00
Obrist Weine SA	1800 Vevey	200.00
Oel-Pool AG	5034 Suhr	500.00
Räuber & Co. AG	3800 Interlaken	50.00
Ritschard AG	3800 Interlaken	500.00
Roro Herrenkonfektion AG	3800 Interlaken	350.00
Rugenbräu AG	3800 Matten	800.00
Sanitas Troesch AG	3645 Gwatt	135.00
Stähli Natursteine AG	3806 Bönigen	250.00
Winkler AG, Käserei-Molkereibedarf	3510 Konolfingen	100.00
Wohncenter von Allmen	3800 Interlaken	270.00
Wyss & Früh AG	3800 Unterseen	135.00
Zumstein Elektroapparate AG	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.

ORGANIGRAMM PER 31.12.2016



INHALT UND GRAFIK

Daten / Inhalt	Grindelwald Tourismus
Grafik / Layout	Jungfrau Region Tourismus AG
Bilder	David Birri (davidbirri.com) / Markus Greber