



BRIG SIMPLON

JAHRESBERICHT.

BRIG SIMPLON TOURISMUS AG
2023.



INS HERZ GEMEISSELT



© Brig Simplon / Pascal Gertschen

Inhaltsverzeichnis.

| | |
|--|----|
| Jahresbericht des Präsidenten und Direktors | 4 |
| Positionierung und Strategie Brig Simplon | 6 |
| Umgesetzte und laufende Projekte | 8 |
| Frequenzen | 12 |
| Produkte | 14 |
| Kommunikation und Publikationen | 16 |
| Bilanz | 18 |
| Erfolgsrechnung und Budget | 20 |
| Anhang | 23 |
| Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns | 23 |
| Bericht der Revisionsstelle | 24 |
| Organe | 26 |



Jahresbericht des Präsidenten und Direktors.



Silvio Burgener, Direktor/CEO

Stefan Luggen, Verwaltungsratspräsident

Das Jahr 2023 stand im Zeichen der zukünftigen Ausrichtung der Tourismusdestination Brig Simphon. Im Frühjahr durfte der Verwaltungsrat die gemeinsam erarbeiteten tourismuspolitischen Stossrichtungen der Gemeinden Brig-Glis, Ried-Brig, Simphon, Termen und Zwischbergen in Empfang nehmen. Basierend darauf begann der Verwaltungsrat mit der Ausarbeitung der Tourismusstrategie für die nächsten Jahre. Festgehalten wird der Tourismusauftrag in der neuen Leistungsvereinbarung.

Tourismus findet da statt, wo Menschen leben. Deshalb ist es für die Tourismusakteure wichtig, dass die Strategie in guter Balance mit der Qualität des Lebensraums steht. Brig Simphon will einen Qualitätstourismus fördern und weiterentwickeln. Für einen auf Frequenzen orientierten Volumentourismus ist der Grossteil der Infrastruktur in der Region nicht ausgerichtet und passt nicht zum Angebot der Destination. Die Positionierung von Brig Simphon anhand der Reiseströme «Brig als Hub», «Brig Simphon als Etappenort» und «Brig Simphon als Ferienort», zählt auf die Heterogenität der

Destination ein. Stadt & Berge, Sommer & Winter – Brig Simphon bietet Erlebnisse für die unterschiedlichen Reiseströme.

Die erarbeitete Leistungsvereinbarung definiert den touristischen Grundauftrag und erlaubt es Brig Simphon sich künftig auf diese Aufgaben zu fokussieren. Neben den klassischen Aufgaben einer Destinations-Management-Organisation wie Reiseinspiration, Reiseinformation, Erlebnisentwicklung & -vermittlung und Taxeninkasso übernimmt Brig Simphon weitere wichtige Funktionen. Einerseits will man künftig gemeinsam mit den Gemeinden das Tourismussystem weiterentwickeln, andererseits ist die Vernetzung der Branche und die Wissensvermittlung ein wichtiger Aspekt.

Partnerschaften und Kooperationen bilden ein zentrales Element der künftigen Ausrichtung. Während über Systemkooperationen Synergien mit anderen Tourismusdestinationen genutzt werden, können über Vermarktungsk Kooperationen neue Gästesegmente gefunden werden. Brig Simphon ist ein zentraler Teil des Walliser Tourismusangebots und kann mit seinem Angebot unterschiedli-

che Märkte bedienen. Diese Märkte sind wichtig, um besonders in auslastungsschwächeren Monaten die touristische Wertschöpfung zu steigern.

Die im Rahmen der Digitalisierung erarbeiteten Prozesse werden laufend für Marketingzwecke genutzt und optimiert. Im Content Marketing lösen digitale Plattformen die klassische Werbung ab. Drucksachen werden in den meisten Fällen nur noch als Vor-Ort-Informationen konsumiert. Inserat-Werbung wird nicht auf Reichweite getrimmt, sondern auf eine zielgruppengerechte Ansprache.

Die Brig Simphon Tourismus AG hat ein spannendes und herausforderndes Geschäftsjahr hinter sich. Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Mitarbeiterinnen konnten gemeinsam mit den Tourismusakteuren den Schwung vom Vorjahr mitnehmen. Die Entwicklung der Logiernächte und Zahlen der unterschiedlichen Angebote zeigen ein positives Bild. Um weiterhin auf der Erfolgsspur zu bleiben, gilt es das Tourismussystem gemeinsam mit den Gemeinden und Leistungsträgern weiterzuentwickeln. Infrastrukturen (wie: Übernachtungsmöglichkeiten, Wege des Freizeitverkehrs, ...) und Angebote (wie: Foxtrail, Baumwipfelpfad, ...) sollen wo sinnvoll erstellt und wo nötig erhalten bleiben. Damit kann unser Wirtschaftssektor langfristig gefestigt werden. Hiervon profitieren wiederum nicht nur die Wirtschaft und Gäste, auch für die Bevölkerung bieten sich erlebnisreiche Mehrwerte.

Stefan Luggen
Verwaltungsrats-
präsident

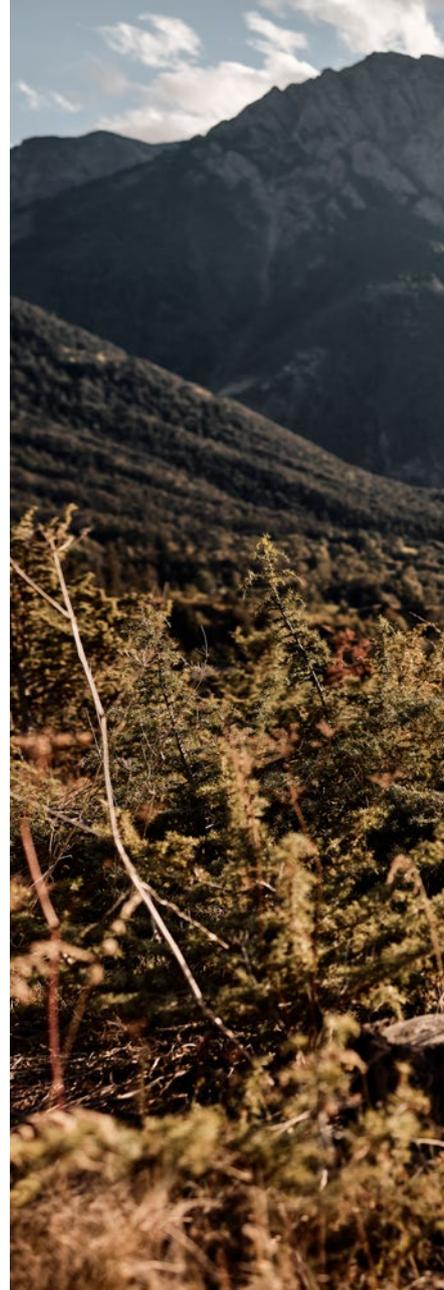
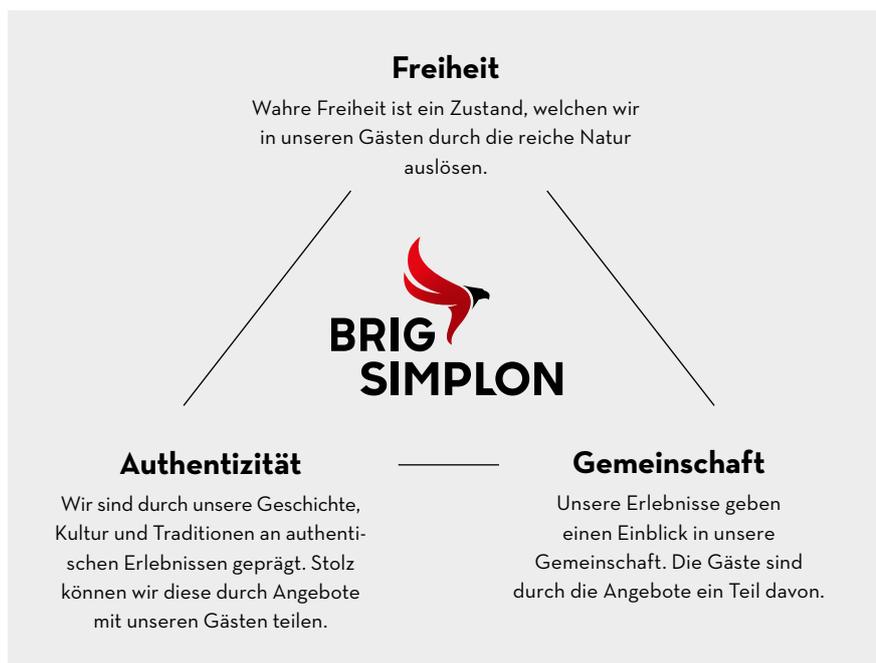
Silvio Burgener
Direktor/CEO



Positionierung und Strategie Brig Simplon.

Marke

Die Marke Brig Simplon verbindet Gäste und Einheimische untereinander mit dem Gefühl von Stadt und Natur. Mit diesem Gefühl werden eine dauerhafte Verbundenheit und bleibende Erinnerungen geschaffen. Die echten Erlebnisse der Region gemeinsam entdeckbar zu machen und als Qualitätslabel zu vermarkten, ist unser Ziel.



Logo

Die Integration der Marke Brig Simplon in die Marke Wallis bringt viel Synergiepotenzial mit sich. Brig Simplon ist stolz die erste DMO im Auftritt der Marke Wallis zu sein. Das Logo mit dem abstrakten Adler bietet Spielraum für Interpretation. Der Steinadler ist in der Region seit Jahren manifestiert. In Gemeindewappen, als Denkmal aber auch als majestätisches Tier in freier Wildbahn.





© Brig Simpon / Simon Ricklin



Positionierung

Seit jeher ist Brig Simpon Dreh- und Angelpunkt der Schweizer Bundesbahnen und daher von der Deutschschweiz, Italien und Romandie her bequem wie auch rasch erreichbar. Der Bau der Autobahn bringt die Region näher an die Genferseeregion. Die geschichtsträchtige Simplonregion ist ein Zufluchtsort für Naturfreunde, die etwas Neues entdecken möchten und die Ruhe wie auch Gelassenheit fernab vom Massentourismus suchen.

Brig Simpon konzentriert sich auf drei adressierte Reiseströme (mit touristischer Promotion und Angebotsentwicklung), die bereits eine Bedeutung in der Region haben, wo ein Wachstumspotenzial vorhanden ist und deren Gäste Wertschöpfung generieren.

- Brig als Hub
- Brig Simpon als Etappenort
- Brig Simpon als Ferienort

Umgesetzte und laufende Projekte.

Anders als herkömmliche Touristeninformationen erfüllt die DMO zentrale Rollen bei der Produktentwicklung und der Gestaltung von Reisezielen. Die Vermarktung der Region und ihrer Angebote ist dabei ein wesentlicher Aspekt. Im Folgenden ist eine Auswahl dieser Projekte aufgeführt. Die aufgeführten Projekte werden mit Stand 31.12.2023 beschrieben.

Strategieprozess & Leistungsvereinbarung

Der Prozess zur Erarbeitung der Tourismusstrategie hat nicht nur eine schriftliche Leistungsvereinbarung hervorgebracht, sondern auch zu einer Rollen- und Aufgabenklärung der Tourismusdestination geführt. Der Tourismusstrategie ist ein partizipativer Prozess vorausgegangen, an welchem sowohl die einzelnen Aktionäre wie auch die touristischen Branchenvertreter der Region befragt wurden. Diese Einschätzungen und Erfahrungswerte wurden in dieser Strategie berücksichtigt.

Swisstainable / myclimate «Cause We Care»

In einer Welt, die sich ständig verändert, erkennen wir die Notwendigkeit, bewusster zu reisen und unsere wunderschöne Umwelt zu schützen. Die nachhaltige Entwicklung nimmt in allen Lebensbereichen eine zentralere Rolle ein, so auch im Tourismus. Nachhaltiges Reisen bedeutet nicht zwingend Verzicht. Es steht für mehr Bewusstsein, Genuss und Tiefe. Es gilt gemeinsam Verantwortung zu übernehmen und die Weichen für die Zukunft zu stellen. Brig Simplon will mit den Programmen Swisstainable und myclimate «Cause We Care» einen Beitrag leisten.



Mehr lesen
www.brig-simplon.ch/nachhaltigkeit

Datenschutz, AGB

Im Zuge der Digitalisierung gewinnen Daten an Bedeutung. Beim Umgang mit diesen Informationen gilt es rechtliche Grundlagen im Schweizer- und Europäischen Recht zu befolgen. Brig Simplon hat die Datenschutzbestimmungen erarbeitet und umgesetzt. Gleichzeitig wurden die folgenden Dokumente überarbeitet: Allgemeine Geschäftsbedingungen, Allgemeine Reisebedingungen für Pauschalreisen und Allgemeine Vermittlungsbedingungen.

Content Management / Digitalisierung

Brig Simplon bedient diverse Medienanfragen und ist auf ausdrucksstarke Bilder für die Vermarktung der Region angewiesen. Die **Mediendatenbank** steht den Gemeinden und Leistungsträgern zur Verfügung und wird laufend erweitert. Die Wichtigkeit und der Anspruch an die Qualität der Webinhalte nimmt zu. Informationen müssen nicht nur gefunden werden, sondern den Zielgruppen einen Mehrwert bieten. Inhalte zu Points of interest, Touren, Ausflügen und weiteren Themen müssen stetig überarbeitet, ergänzt oder neu erstellt werden. Das **Content Management** stellt einen zentralen Wert im Tourismusmarketing dar. Brig Simplon hat im Rahmen der Digitalisierung in die Erarbeitung des **Customer Relationship Management (CRM)** investiert. Damit Gästedaten genutzt werden können, muss das CRM gepflegt werden. Marketingkampagnen werden auf Basis des CRM auf verschiedenen Kanälen gleichzeitig publiziert.

Übersetzungen

Die Destinationswebseite konnte in französische und englische Sprache übersetzt werden. Künftige Webseiten-Inhalte werden direkt multilingual erstellt und publiziert. Durch den Content Hub des Aletsch Kollektivs steht ein leistungsstarkes System zur Verfügung.

Kirchenführung Glis

Brig Simplon hat gemeinsam mit Pro Historia die Führung durch die Wallfahrtskirche Glis als neues Angebot erarbeitet. Eine Führung, die sowohl kulturell als auch architektonisch interessierte Besucher anspricht. Diese Tour bietet eine detaillierte Einsicht in die lange Geschichte des Wallfahrtorts Glis. Besucher haben die Möglichkeit den Friedhof und die beeindruckende Kirche zu erkunden, während sie auf dem Rundgang umfassende Informationen zu den historischen und architektonischen Besonderheiten erhalten.

FÜHRUNG.

WALLFAHRTSKIRCHE GLIS.



INS HERZ GEMEISSELT.

Glis kann auf eine lange Geschichte als Wallfahrtsort zurückblicken.

In Begleitung lassen sich Friedhof und Wallfahrtskirche besuchen. Während der Führung werden Informationen vermittelt, die nicht nur für religiös Interessierte spannend sind. Auch Kultur- und Architektur Fans kommen auf ihre Kosten.

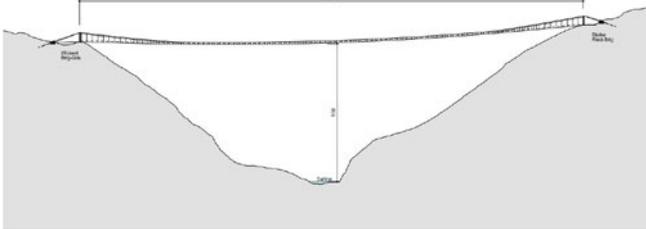
Die Führungen finden auf Anfrage und nach vorgängiger Reservation statt.

Baumwipfelpfad

Brig Simplon prüft gemeinsam mit der Gemeinde Termen und den Rosswald Bahnen, ob mit einem Baumwipfelpfad auf Rosswald ein Freizeitangebot im naturnahen und sanften Tourismus entstehen kann. Das "Gesuch um Auskunft" wurde von der Kantonalen Baukommission beantwortet. Die Abklärungen im Gespräch zeigen, dass ein Projekt möglich ist, in der Dimensionierung jedoch besonders auf Umwelt und Wald Rücksicht genommen werden muss. Brig Simplon erwartet nächstens die Präzisierungen zur Stellungnahme der Dienststellen, um daraufhin mit den Projektträgern das weitere Vorgehen zu bestimmen.

Hängebrücke Ried-Brig / Brig-Glis

Das Hängebrücken-Projekt der touristischen Vitalisierung des Naherholungsgebiets im Grindji wurde vorerst sistiert. Die Stadtgemeinde Brig-Glis stand dem visuellen Eingriff skeptisch gegenüber. Das touristische- und auch wirtschaftliche Potential des Naherholungsgebiets zwischen Grindji und Grund zu erschliessen ist nach wie vor prüfenswert.



Stockalperweg Gondo-Paglino

Die Bemühungen den Stockalperweg ab Gondo nach Italien weiterzuführen, reichen bereits einige Jahrzehnte zurück. Gemeinsam mit der Gemeinde Zwischbergen und der Stiftung Ecomuseum versucht Brig Simplon den Wanderweg an die Grenze in Paglino weiterzuführen. Die Gemeinde Zwischbergen hat das Projekt erfolgreich öffentlich aufgelegt. Nun liegt es an den italienischen Gemeinden die nächsten Schritte zu unternehmen.

Bike Brig Simplon

Anfangs 2023 wurde nach langer Wartezeit das aufgelegte Bike-Netz der Gemeinden Brig-Glis, Ried-Brig, Termen und Simplon durch den Staatsrat homologiert. Die Neubauabschnitte, insbesondere zur Entlastung des Stockalperwegs, befinden sich in der Detailplanung und sollen 2024 realisiert werden – zeitgleich mit der Beschilderung. Somit wäre ein erster Ausbauschritt erfolgt und in Brig Simplon stünde ein Angebot von Bikewegen zur Verfügung.

Neubeschilderung Simplon Süd

Nachdem 2022 in Zwischbergen mit der Neubeschilderung der Wanderwege begonnen wurde, folgte 2023 das Gemeindegebiet von Simplon. Im Jahr 2024 erfolgen noch Korrekturen und einzelne Wege werden mit fehlenden Schildern ergänzt. Wie vorgesehen wird das Projekt im Jahr 2024 beendet.

Neubeschilderung Simplon Nord

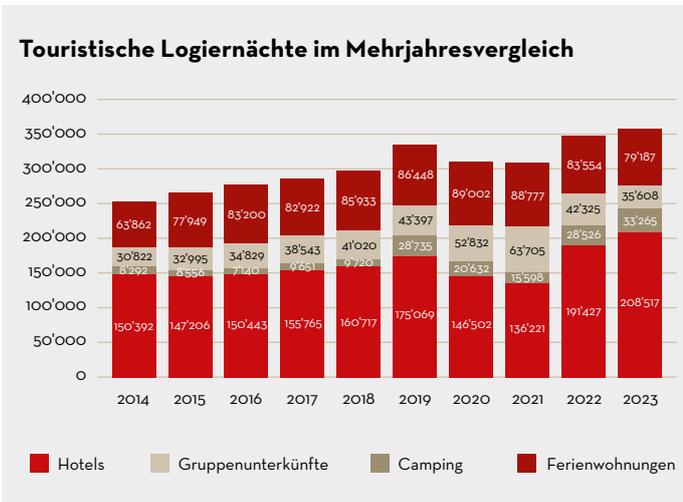
Die Gemeinden Ried-Brig und Termen haben sich ebenfalls für eine Überarbeitung des Wanderwegnetzes entschieden. Die Beschilderungsplanung erfolgt im Winter 2023/24. Für die komplette Neubeschilderung werden zwei Jahre benötigt.

Foxtrail

Erste Abklärungen mit der Firma Foxtrail haben stattgefunden. Die Erarbeitung einer interessanten Route konnte abgeschlossen werden. Brig Simplon prüft gemeinsam mit der Stadtgemeinde, wie das Projekt weiterverfolgt werden soll.



Frequenzen.



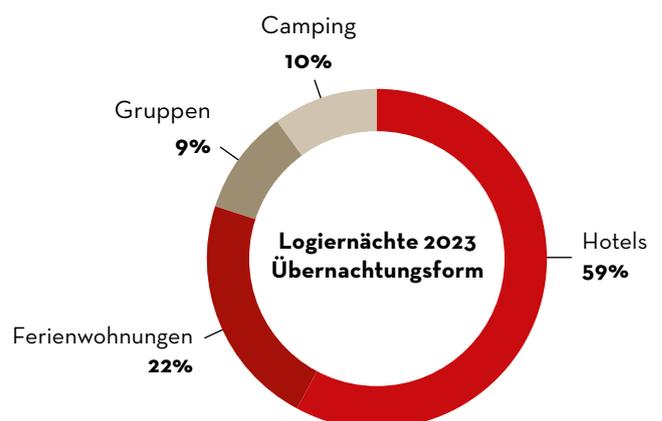
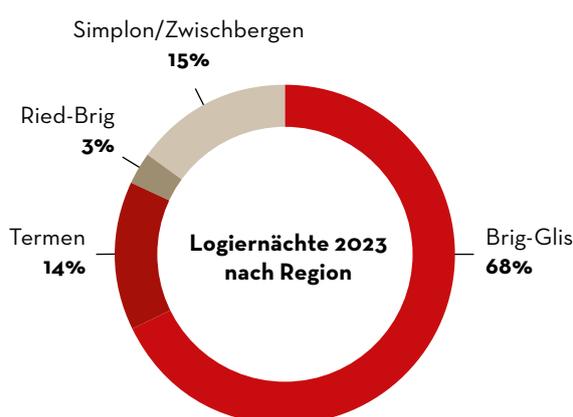
Brig Simplon verzeichnet weiterhin ein Wachstum an übernachtenden Gästen. Die Nachfrage nach Unterkünften, insbesondere Hotels bleibt konstant hoch. In der Talhotellerie ist die Auslastung in Sommermonaten so hoch, dass es teils zu Kapazitätsengpässen kommt.

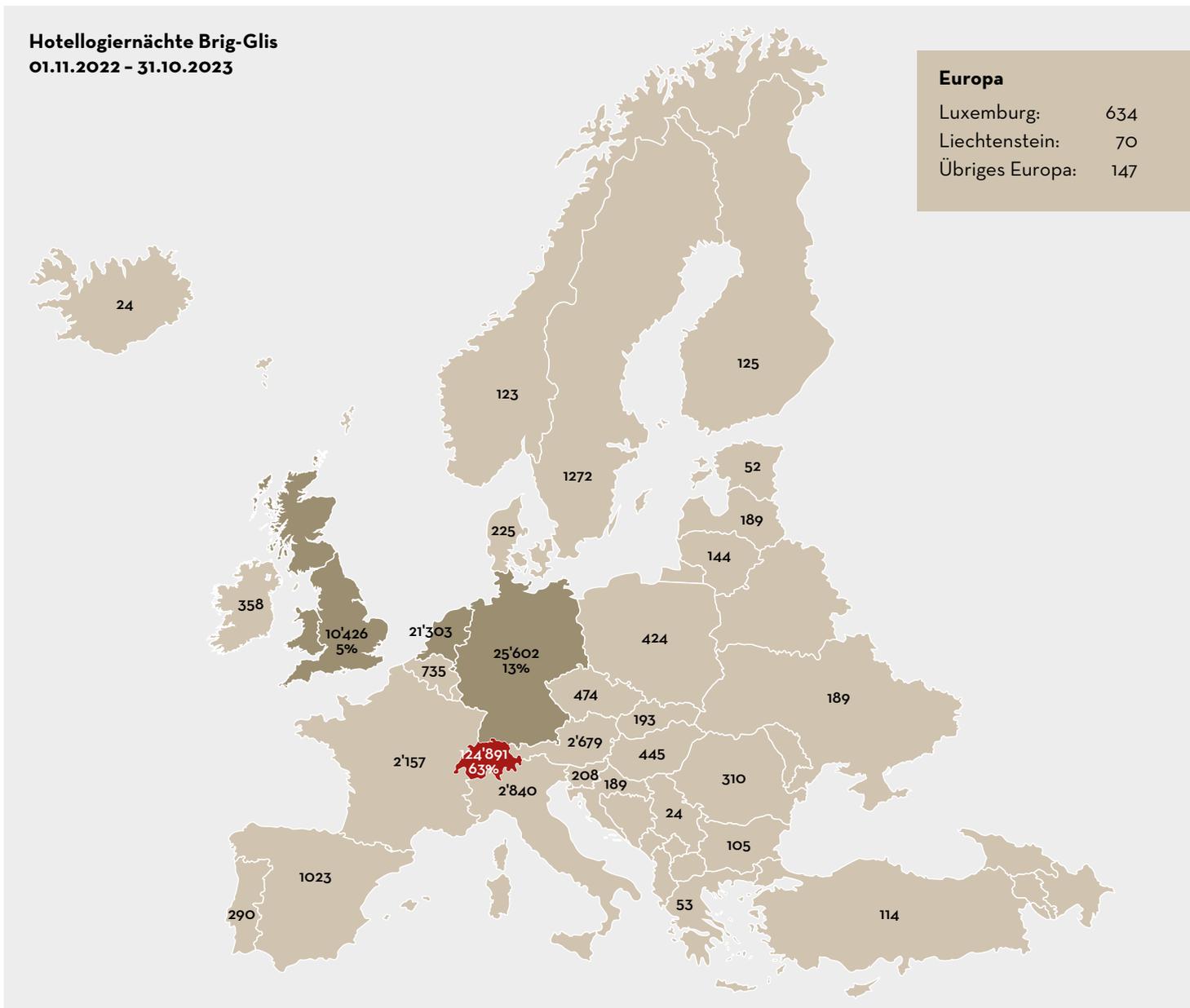
Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnten die Logiernächte um 3.11% gesteigert werden. Besonders erfreulich ist der Anstieg der Logiernächte in den Wintermonaten. Von November bis März durfte mit +13.14% erneut ein Zuwachs verzeichnet werden. Die Sommerlogiernächte weisen ein Minus von 3.09% aus.

- Die Logiernächte Camping sind 2023 nochmals zurückgegangen (-15.87%). Dies ist zurückzuführen auf die Arbeiten und des damit vorübergehenden Rückgangs von angebotenen Plätzen auf dem Camping in Brigerbad. Die Nachfrage nach Stellplätzen ist nach wie vor hoch.
- Die Sommerlogiernächte machen 58.10% auf den Jahresvergleich aus.
- Die Auswertung der Logiernächte betrifft, wenn nicht anders vermerkt, den Zeitraum 01.11 – 31.10.

Logiernächte nach Beherbergungsform Jahr 2023

| | Brig-Glis Brigerbad | | Termen Rosswald | | Ried-Brig Rothwald | | Simplon Zwischbergen | | Total pro Jahr | |
|--------------------|------------------------|------------|--------------------|------------|-----------------------|------------|-------------------------|------------|----------------|----------------|
| | LN | % | LN | % | LN | % | LN | % | 2023 | 2022 |
| Hotels | 196'873 | 81 | 288 | 1 | 2'165 | 18 | 9'191 | 18 | 208'517 | 191'427 |
| Ferienwohnungen | 2'944 | 1 | 22'167 | 45 | 1'384 | 11 | 3'582 | 7 | 30'077 | 30'484 |
| Gruppenunterkünfte | 10'932 | 5 | 4'160 | 8 | 531 | 4 | 17'642 | 34 | 33'265 | 28'526 |
| Camping | 28'756 | 12 | - | - | 1'537 | 13 | 5'315 | 10 | 35'608 | 42'325 |
| Jahrespauschalen | 3'150 | 1 | 22'800 | 46 | 6'630 | 54 | 16'530 | 32 | 49'110 | 53'070 |
| Total | 242'655 | 100 | 49'415 | 100 | 12'247 | 100 | 52'260 | 100 | 356'577 | 345'832 |
| Total Vorjahr | 236'784 | | 48'557 | | 12'964 | | 47'527 | | | |
| Veränderung | | 2.48 | | 1.77 | | -5.53 | | 9.96 | | |





Gästeherkunft

Auf obenstehender Karte werden die Herkunftsländer der Hotellogiernächte in Europa bildlich dargestellt. Die Daten beinhalten ausschliesslich die Logiernächte der Briger Hotellerie. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Hotellerie Brig-Glis beträgt 2.20 Nächte (-0.09 gegenüber Vorjahr) und liegt damit über dem Schweizer Schnitt von 2.09 Nächten.

Produkte.

Buchbare Produkte machen die Tourismusregion erlebbar und bieten darüber hinaus eine gute Inspirationsquelle. Brig Simplon arbeitet laufend an der Optimierung der bestehenden und Erarbeitung neuer Angebote.

ViaStockalper - Stockalperweg

Erstmals konnte mit dem Wanderangebot Stockalperweg ein Umsatz von über 100'000 CHF erwirtschaftet werden.

Schlossführungen

3'817 Personen durften 2023 während den offiziellen Schlossführungen durch das Stockalpenschloss geführt werden. Damit wird der Vor-Pandemiewert von 2019 erreicht. Der Anstieg gegenüber Vorjahr beträgt +6.53%.

Stadtführungen

Stadtführungen in Brig finden ganzjährig auf Anfrage statt. 59 Gruppen waren im Jahr 2023 in der Alpenstadt unterwegs. Damit wird das Ergebnis vom Vorjahr mit +5 Führungen übertroffen. Zusätzlich fanden 10 kulinarische Stadtführungen statt.

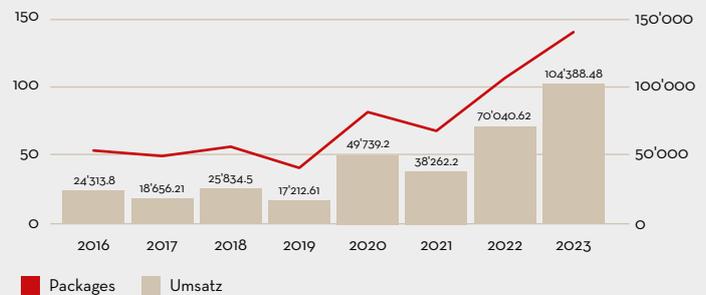
Simplilär Dorfgschichte

Der Ziegenhirte auf den Simplilär Dorfgschichte war an 16 Tagen in Simplon Dorf unterwegs und durfte 178 Personen auf eine Reise in die Vergangenheit mitnehmen.

Simplonhalle

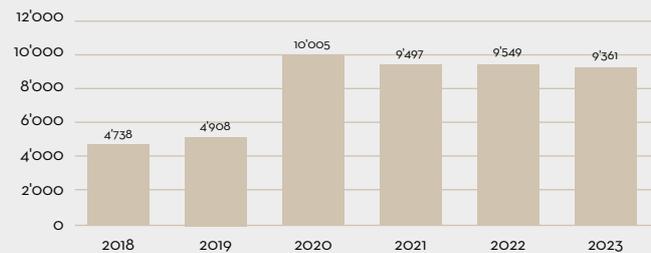
Die Vermarktung der Simplonhalle sowie die Gewinnung neuer Veranstaltungen erweisen sich als Herausforderung. Die vorhandene Infrastruktur ist nur teilweise für Konferenzen geeignet. Die Räume sind eher gross und lassen sich nur schwer unterteilen, was die Nutzungsmöglichkeiten einschränkt. Zudem ist in Verbindung mit Seminaren und Tagungen ein Bistro gefragt, wo Teilnehmende individuell verpflegt werden. Aufgrund begrenzter Hotelkapazitäten in Brig-Glis können die Veranstalter von mehrtägigen, grossen Seminaren die Simplonhalle nicht berücksichtigen.

Umsatz in CHF und Anzahl der ViaStockalper Packages

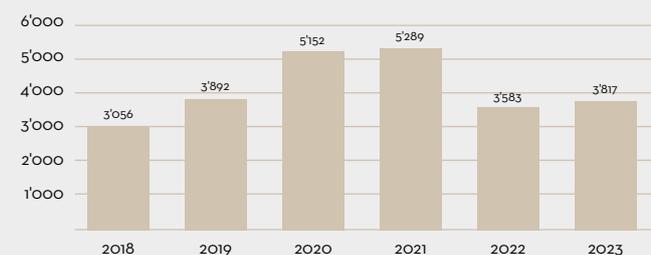


Anzahl Durchgänge Stockalperweg 2023

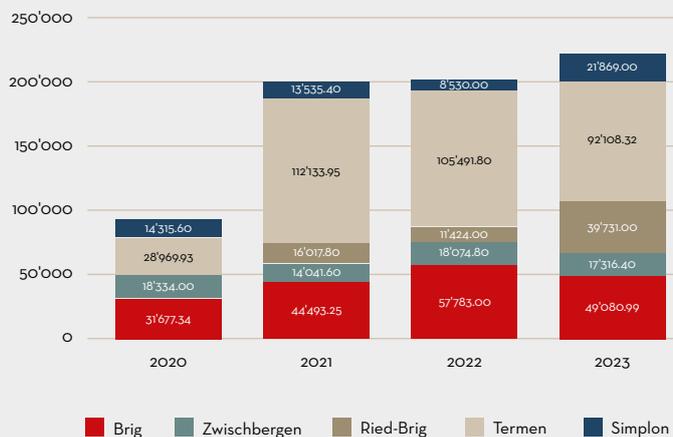
Die Durchgangszähler auf dem Stockalperweg oberhalb Simplon Dorf zeigen die folgende Entwicklung.



Anzahl Personen an offiziellen Schlossführungen 2023



Umsätze in CHF Webshop nach Gemeinde



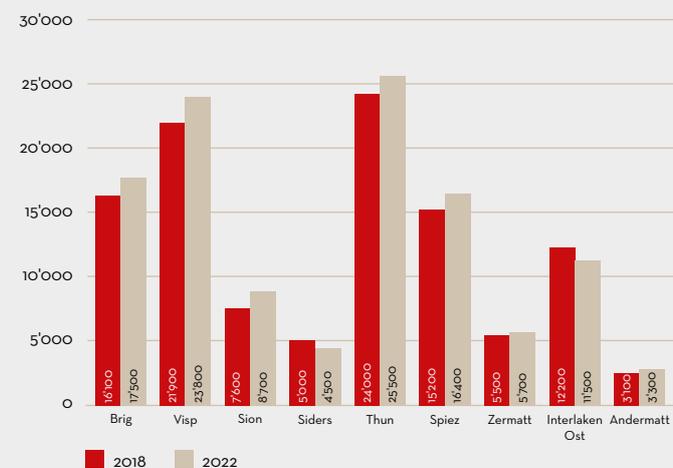
Webshop brig-simplon.ch

Die Webshopverkäufe konnten im Umsatz (220'105.71 CHF) gegenüber Vorjahr (+9.35%) gesteigert werden. 18.1% der Verkäufe stammen aus Angeboten, Tickets und Zusatzleistungen. Weitere 81.9% beziehen sich auf Unterkunftsbuchungen.

CityCash

Die Digitalisierung der CityCash-Gutscheine hat sich bewährt. Seit Einführung der Gutscheine im Kartenformat am 1. September 2022 konnten Gutscheine im Wert von über 300'000 CHF in Umlauf gebracht werden. Die Gutscheinkarten wurden im vergangenen Geschäftsjahr 1'784-mal benutzt, dabei konnten 114'469 CHF an die Teilnehmenden ausbezahlt werden. Für Simplon Süd konnte eine eigene Geschenkkarte eingeführt. Der Guätschii Simplon Süd ist in zwei Sujets erhältlich und in verschiedenen Betrieben einlösbar.

Ein- und aussteigende Personen an Bahnhöfen



Ein- und Aussteigende an Bahnhöfen

Die folgende Grafik zeigt den durchschnittlichen nicht-werktäglichem Verkehr (Samstag, Sonntag, Feiertage) an ausgewählten Bahnhöfen. Die Frequenzen am Bahnhof Brig sind hoch und zwischen 2018 und 2022 angestiegen. Die Daten werden von der SBB erhoben.

Hotellerie Logiernächte nach ausgewählten Gemeinden im Vergleich

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | % gegenüber Brig-Glis |
|---------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| Zermatt | 997'094 | 1'064'727 | 1'481'092 | 1'632'630 | 666% |
| Davos | 670'995 | 706'743 | 830'116 | 810'299 | 280% |
| Interlaken | 309'615 | 374'682 | 657'435 | 804'544 | 277% |
| Saas-Fee | 274'409 | 288'024 | 262'675 | 251'484 | 18% |
| Crans-Montana | 188'323 | 205'323 | 221'562 | 227'543 | 7% |
| Brig-Glis | 131'104 | 145'521 | 193'587 | 213'261 | - |
| Chur | 108'082 | 130'793 | 191'798 | 212'188 | -1% |
| Leukerbad | 190'841 | 226'974 | 214'484 | 209'030 | -2% |
| Thun | 84'863 | 106'736 | 126'800 | 149'745 | -30% |
| Spiez | 92'759 | 139'036 | 137'930 | 144'834 | -32% |
| Aletsch Arena | 131'868 | 132'154 | 141'101 | 137'321 | -36% |
| Sion | 49'297 | 63'694 | 96'331 | 120'067 | -44% |
| Martigny | 50'898 | 73'700 | 91'705 | 90'792 | -57% |

Kommunikation und Publikationen.

Für die klassische Markt- und Medienarbeit wurde der Schweizer Zielmarkt in Zusammenarbeit mit einer PR-Agentur bearbeitet.

| | 2023 | 2022 |
|--|------------------|------------------|
| Werbewert (AEV) Der Anzeigenäquivalenzwert (AEV-Wert) sagt aus, wie hoch der Preis wäre, um eine Anzeige gleicher Grösse im jeweiligen Medium zu schalten. | CHF 1'045'588.00 | CHF 673'400.00 |
| PR-Wert Der PR-Wert wird gegenüber dem Werbewert um 1.8x höher gewichtet, da redaktionelle Beiträge eine höhere Glaubwürdigkeit als geschaltete Werbung (Inserate) besitzen. Es können beim Leser mehr Botschaften verankert werden. | CHF 1'882'058.40 | CHF 1'212'120.00 |
| Erzielte Auflage (Stk.) | 8'502'223 | 6'293'308 |

Zwischen Januar und Dezember konnten zwölf Medienmitteilungen an die Kontakte der PR-Agentur verbreitet werden.

Damit in den definierten Nah- und Fernmärkten ein Wachstum in auslastungsschwächeren Monaten erzielt werden kann, müssen Gäste angesprochen werden, die in diesen Monaten reisen. Über die Kooperation mit der Matterhorn Region AG kann Brig Simplon vermehrt Reisende aus diesen Zielmärkten erreichen. Die folgend aufgeführten Umsätze zeigen eine Tendenz. Die direkte Messbarkeit der Kooperation ist nicht möglich. Dies weil die unterschiedlichen Operators eigene Einkaufskanäle nutzen, die hier nicht erfasst werden können. Der erzielte Umsatz betrug im Jahr 2023 190'000.- CHF. Ein Plus von 102'800 CHF gegenüber dem Vorjahr.

Web Impressions.

Impressionen «brig-simplon.ch»

Die Webseite erreichte im Geschäftsjahr über 4.6 Millionen Impressions auf Google. Der CTR im touristischen Durchschnitt beträgt 3-5%.

| | Impressions | CTR |
|------|-------------|-------|
| 2021 | 3'154'168 | 2.90% |
| 2022 | 3'265'773 | 3.80% |
| 2023 | 4'687'597 | 4.38% |

Die Nutzerherkunft 2023 stellt sich in Prozent folgendermassen dar:

| Region | % |
|-----------|----|
| Zürich | 23 |
| Waadt | 18 |
| Bern | 16 |
| Wallis | 14 |
| Fribourg | 6 |
| Zug | 3 |
| Lombardei | 3 |
| Luzern | 2 |
| Thurgau | 2 |
| Rest | 15 |

Bilanz.

| Aktiven (in CHF) | 31.12. 2023 | 31.12. 2022 |
|---|-------------------|-------------------|
| Umlaufvermögen | 678'776.08 | 800'387.70 |
| Flüssige Mittel | 540'601.18 | 702'975.39 |
| Kassa | 3'258.00 | 2'242.15 |
| Kassa City Cash | 1'787.10 | 3'570.30 |
| Postfinance | 26'309.94 | 24'411.38 |
| Credit Suisse | 212'613.59 | 323'851.40 |
| Raiffeisenbank | 171'754.63 | 175'914.24 |
| Walliser Kantonalbank City Cash | 35'458.70 | 78'305.90 |
| Raiffeisenbank City Cash | 89'419.22 | 94'680.02 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 116'186.20 | 80'291.45 |
| Debitoren | 122'186.20 | 85'291.45 |
| Delkrede | -6'000.00 | -5'000.00 |
| Vorräte | 4'000.00 | 4'000.00 |
| Warenvorräte | 4'000.00 | 4'000.00 |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | 17'988.70 | 13'120.86 |
| Transitorische Aktiven | 17'988.70 | 13'120.86 |
| Anlagevermögen | 7'200.00 | 8'300.00 |
| Wertschriften | 5'000.00 | 5'000.00 |
| Mobiliar und Einrichtungen | 1'100.00 | 1'500.00 |
| EDV-Anlage | 1'100.00 | 1'800.00 |
| Total Aktiven | 685'976.08 | 808'687.70 |

| Passiven (in CHF) | 31.12. 2023 | 31.12. 2022 |
|--|--------------------|--------------------|
| Fremdkapital | 422'436.05 | 535'442.24 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | 51'298.13 | 102'562.01 |
| Kreditoren | 51'298.13 | 102'562.01 |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 189'008.95 | 165'959.00 |
| Vorauszahlungen von Kunden | 0.00 | 416.50 |
| Rückstellungen City Cash | 189'008.95 | 165'542.50 |
| Passive Rechnungsabgrenzung | 182'128.97 | 266'921.23 |
| Transitorische Passiven | 182'128.97 | 266'921.23 |
| Eigenkapital | 263'540.03 | 273'245.46 |
| Aktienkapital | 200'000.00 | 200'000.00 |
| Aktienkapital | 200'000.00 | 200'000.00 |
| Gesetzliche Gewinnreserven | 10'000.00 | 5'000.00 |
| allgemeine gesetzliche Gewinnreserve | 10'000.00 | 5'000.00 |
| Bilanzgewinn | 53'540.03 | 68'245.46 |
| Gewinnvortrag | 63'245.46 | 14'770.83 |
| Jahresgewinn / -verlust (-) | -9'705.43 | 53'474.63 |
| Total Passiven | 685'976.08 | 808'687.70 |

Erfolgsrechnung und Budget.

| Ertrag | definitiv 2022 | definitiv 2023 | Budget 2023 | Budget 2024 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ertrag Kur- und Beherbergungstaxen | CHF | CHF | CHF | CHF |
| Kurtaxen | 607'554.36 | 590'047.77 | 535'000.00 | 592'000.00 |
| Beherbergungstaxen | 125'224.05 | 127'767.20 | 115'000.00 | 128'000.00 |
| Total Ertrag Kur- und Beherbergungstaxen | 732'778.41 | 717'814.97 | 650'000.00 | 720'000.00 |
| Verkaufserträge | | | | |
| Verkaufserträge | 71'491.54 | 13'023.05 | 60'000.00 | 15'000.00 |
| Total Verkaufserträge | 71'491.54 | 13'023.05 | 60'000.00 | 15'000.00 |
| Partnermarketing | | | | |
| Einnahmen Marketing | 41'202.98 | 36'445.70 | 28'200.00 | 35'200.00 |
| Beteiligungen Journalisten und Medien | 4'758.00 | 16'367.60 | 3'000.00 | 3'000.00 |
| Total Partnermarketing | 45'960.98 | 52'813.30 | 31'200.00 | 38'200.00 |
| Leistungsvereinbarungen | | | | |
| Leistungsvereinbarung Grundauftrag Standortgemeinden | 280'000.00 | 280'000.00 | 280'000.00 | 262'000.00 |
| Leistungsvereinbarung Geschäftsstelle Simplon Süd | 45'000.00 | 45'000.00 | 45'000.00 | 45'000.00 |
| Leistungsvereinbarung Simplonhalle | 20'000.00 | 20'000.00 | 20'000.00 | 20'000.00 |
| Leistungsvereinbarung Garten- und Gliserplausch | - | - | - | 20'000.00 |
| Leistungsvereinbarung Rosswald Bahnen AG | 21'540.00 | 21'540.00 | 21'540.00 | 21'540.00 |
| Leistungsvereinbarung La Caverna | 8'616.00 | 8'616.00 | 8'616.00 | 8'616.00 |
| Leistungsvereinbarung Gewerbeverein Brig-Glis | 5'385.00 | 5'385.00 | 5'385.00 | 5'385.00 |
| Leistungsvereinbarung Verein Brig Tourismus | 4'308.00 | 3'231.00 | 4'308.00 | 3'243.00 |
| Total Leistungsvereinbarungen | 384'849.00 | 383'772.00 | 384'849.00 | 385'784.00 |
| Beiträge Events | | | | |
| Beiträge Events | 13'380.99 | 7'015.50 | 15'000.00 | 10'000.00 |
| Total Beiträge Events | 13'380.99 | 7'015.50 | 15'000.00 | 10'000.00 |
| Individual- und Gruppenangebote | | | | |
| Führungen Stockalperschloss | 70'068.99 | 77'638.93 | 55'000.00 | 78'000.00 |
| Ertrag Individual- und Gruppenangebote | 31'009.62 | 52'148.33 | 26'000.00 | 53'000.00 |
| Total Individual- und Gruppenangebote | 101'078.61 | 129'787.26 | 81'000.00 | 131'000.00 |
| Mehrwertsteuer | | | | |
| Mehrwertsteuer (Pauschalsteuersatz) | -16'083.60 | -15'980.11 | -18'000.00 | -19'000.00 |
| Total Mehrwertsteuer | -16'083.60 | -15'980.11 | -18'000.00 | -19'000.00 |
| Total Ertrag | 1'333'455.93 | 1'288'245.97 | 1'204'049.00 | 1'280'984.00 |

| Aufwand | definitiv 2022 | definitiv 2023 | Budget 2023 | Budget 2024 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Einkauf Verkaufsmaterial | CHF | CHF | CHF | CHF |
| Einkauf Verkaufsmaterial | -58'989.80 | -10'088.35 | -55'000.00 | -10'000.00 |
| Total Einkauf Verkaufsmaterial | -58'989.80 | -10'088.35 | -55'000.00 | -10'000.00 |
| Marketingaufwand | | | | |
| Kommunikation und Print | -21'569.04 | -22'870.25 | -14'000.00 | -19'000.00 |
| Webseite & Partnersysteme | -15'528.39 | -22'239.53 | -24'500.00 | -27'800.00 |
| Content Marketing | -84'422.86 | -106'018.99 | -70'000.00 | -93'000.00 |
| Partnerschaften und Kooperationen | -7'615.25 | -10'971.05 | -7'500.00 | -15'500.00 |
| Marketingaktivitäten Märkte | -156'165.00 | -152'584.90 | -130'000.00 | -130'000.00 |
| Journalisten & Medienreisen | -36'825.35 | -30'547.80 | -20'000.00 | -20'000.00 |
| Total Marketingaufwand | -322'125.89 | -345'232.52 | -266'000.00 | -305'300.00 |
| Events und Gästeanimation | | | | |
| Aufwand Events | -26'373.94 | -33'856.45 | -30'000.00 | -35'000.00 |
| Aufwände Stockalperschloss | -6'655.60 | -7'606.40 | -4'000.00 | -4'000.00 |
| Gästeanimation | -50'381.60 | -56'172.15 | -49'000.00 | -44'000.00 |
| Total Events und Gästeanimation | -83'411.14 | -97'635.00 | -83'000.00 | -83'000.00 |
| Projektaufwände | | | | |
| Destinationsentwicklung Brig Simlon | -50'724.45 | -11'365.70 | -10'500.00 | -10'500.00 |
| Total Projektaufwände | -50'724.45 | -11'365.70 | -10'500.00 | -10'500.00 |
| Personalaufwand | | | | |
| Lohnaufwand | -412'088.70 | -478'524.40 | -495'000.00 | -510'000.00 |
| Honorare Verwaltungsrat | -11'351.60 | -11'851.60 | -12'000.00 | -12'000.00 |
| Lohnaufwand Stockalperschloss & Führungen | -52'148.25 | -46'442.75 | -40'000.00 | -55'000.00 |
| übriger Personalaufwand | -15'739.40 | -16'868.45 | -24'000.00 | -23'500.00 |
| Sozialleistungen | -59'035.55 | -67'503.05 | -71'000.00 | -74'000.00 |
| Total Personalaufwand | -550'363.50 | -621'190.25 | -642'000.00 | -674'500.00 |
| Verwaltungsaufwand | | | | |
| Mieten Verwaltungsgebäude und Unterhalt | -74'706.95 | -73'740.63 | -86'000.00 | -90'000.00 |
| Energieaufwand | -1'434.35 | -2'052.90 | -2'500.00 | -2'000.00 |
| Versicherungsaufwand | -1'844.80 | -2'179.90 | -4'000.00 | -4'000.00 |
| Verwaltungsaufwand | -26'010.98 | -18'945.40 | -27'000.00 | -26'000.00 |
| Aufwand Kurtaxeninkasso | -9'594.90 | -15'472.00 | -12'000.00 | -15'000.00 |
| Revisions- und Rechtsberatung | -13'908.65 | -16'645.74 | -3'000.00 | -3'000.00 |
| Total Verwaltungsaufwand | -127'500.63 | -129'036.57 | -134'500.00 | -140'000.00 |

Erfolgsrechnung und Budget.

| Aufwand | definitiv 2022 | definitiv 2023 | Budget 2023 | Budget 2024 |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Informatikaufwand | CHF | CHF | CHF | CHF |
| EDV Unterhalt und Support | -10'246.20 | -16'067.83 | -17'000.00 | -16'000.00 |
| Software Finanzen und Buchhaltung | -5'342.70 | -12'084.85 | -6'500.00 | -11'000.00 |
| Customer Relationship Management | -29'302.20 | -17'058.03 | -17'000.00 | -25'000.00 |
| Destinations Management System | -9'536.35 | -9'539.45 | -10'000.00 | -10'000.00 |
| Systemkosten CityCash | -10'253.11 | -7'035.42 | -6'000.00 | -5'000.00 |
| Total Informatikaufwand | -64'680.56 | -61'785.58 | -56'500.00 | -67'000.00 |
| Total Abschreibungen | -9'686.30 | -18'919.85 | 0.00 | 0.00 |
| Total Finanzaufwand | -3'227.33 | -2'292.08 | -1'600.00 | -1'600.00 |
| Total Steueraufwand | -9'268.70 | -405.50 | -1'000.00 | -8'000.00 |
| Total Aufwand | -1'279'981.30 | -1'297'951.40 | -1'250'100.00 | -1'299'900.00 |
| Total Ertrag | 1'333'455.93 | 1'288'245.97 | 1'204'049.00 | 1'280'984.00 |
| Gewinn / Verlust (-) | 53'474.63 | -9'705.43 | -46'051.00 | -18'916.00 |

Anhang.

1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

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

2. Nettoauflösung stille Reserven

| | | |
|---|---------------|---------------|
| Gesamtbetrag der netto aufgelösten stillen Reserven | 31.12.2023 | 31.12.2022 |
| | CHF 54'522.15 | CHF 41'128.40 |

3. Weitere Angaben

3.1 Firma, Rechtsform und Sitz der Gesellschaft

Die Brig Simplon Tourismus AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Brig-Glis.

3.2 Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

Weniger als zehn, d.h. rund 6.0 (Vorjahr: 6.0) Stellen.

3.3 Zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendete Aktiven

Keine.

3.4 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2023 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns.

Vorschlag des Verwaltungsrats:

Vortrag auf neue Rechnung

CHF 53'540.03

Bericht der Revisionsstelle.



Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der

Brig Simplon Tourismus AG, Brig-Glis

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Brig Simplon Tourismus AG für das am 31. Dezember 2023 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Brig-Glis, 17. April 2024

Widar Treuhand AG

Yann Stucky
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

p.p. Chantal Imboden
zugelassene Revisorin

Beilagen:

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)
- Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns



Organe.

| Aktionäre | AK - Anteil | % |
|--------------|----------------|------------|
| Brig-Glis | 120'000 | 60 |
| Ried-Brig | 20'000 | 10 |
| Termen | 20'000 | 10 |
| Simplon | 20'000 | 10 |
| Zwischbergen | 20'000 | 10 |
| | 200'000 | 100 |

| Personal | Funktion | % |
|-------------------|----------------------------|-----|
| Silvio Burgener | Direktor/CEO | 100 |
| Lena Imstepf | Stv. Direktorin | 100 |
| Rebecca Imboden | Projektleiterin E-Business | 100 |
| Claudia Meichtry | Welcome Desk | 100 |
| Romaine Steiner | Booking Manager | 100 |
| Fabienne Schmid | Finanzbuchhaltung | 50 |
| Eveline Berchtold | Administration | 50 |

| Verwaltungsrat | Funktion |
|-----------------|--------------------------------|
| Stefan Luggen | Verwaltungsratspräsident |
| Lilian Roten | Verwaltungsratsvizepräsidentin |
| Gregi Escher | Verwaltungsrat |
| Marco Tacchella | Verwaltungsrat |
| Reto Werlen | Verwaltungsrat |

Die Vereine Brig und Simplon Tourismus sind nicht der Brig Simplon Tourismus AG zugehörig. Sie bilden jedoch das Bindeglied zu den Leistungsträgern. Die Vorstände setzen sich wie folgt zusammen.

| Verein Brig Tourismus | | |
|-----------------------|-------------------|------------------------|
| Marco Fux | Präsident | |
| Adrian Zurwerra | Vizepräsident | Vertreter Restauration |
| Daniel Studer | Vorstandsmitglied | Vertreter Brig-Glis |
| Christian Tenisch | Vorstandsmitglied | Vertreter Ried-Brig |
| Nadine Bregy | Vorstandsmitglied | Vertreterin Termen |
| Silvio Burgener | Vorstandsmitglied | Brig Simplon |

| Verein Simplon Tourismus | | |
|--------------------------|-------------------|--------------|
| Urs Zenklusen | Präsident | |
| Amadeo Arnold | Vizepräsident | Gewerbe |
| Romeo Arnold | Vorstandsmitglied | Restauration |
| Sebastian Arnold | Vorstandsmitglied | Simplon |
| Yannick Squaratti | Vorstandsmitglied | Zwischbergen |
| Gregi Escher | Beisitz | Brig Simplon |



© Brig Simplon / Simon Ricklin

Brig Simplon Tourismus AG

Bahnhofstrasse 2

CH-3900 Brig

Tel. +41 27 921 60 30

Mail: info@brig-simplon.ch

Web: www.brig-simplon.ch

**BRIG
SIMPLON**