

GESCHÄFTSBERICHT

ANDERMATT-URSERNTAL TOURISMUS GMBH





INHALTSVERZEICHNIS

- VORWORT 4
- 01 DIREKTION 6
- 02 TOURIST INFORMATION 10
- 03 INFRASTRUKTUR 16
- 04 PRODUKTE, ERLEBNISSE & MEDIENREISEN 20
- 05 KOMMUNIKATION, MARKETING & PROJEKTE24
- 06 VISUALISIERUNG & DIGITALISIERUNG 28
- 07 HR & FINANZEN 32
- AUT INSIDE 38
- PARTNER / SPONSOREN 40
- JAHRESRECHNUNG 42
- REVISIONSBERICHT 47

VORWORT



Geschätzte Leserinnen und Leser

Über die Festtage habe ich mich dem erfrischenden Buch «*Unterwegs – Begegnungen und Reflexionen zum Tourismus*» von Martin Nydegger und Hansruedi Müller gewidmet, welche darin Interviews mit 20 Persönlichkeiten mit Tourismuserfahrung abdrucken. Ihr Vorwort zum Tourismus möchte ich Ihnen nicht vorenthalten:

«Unterwegs sind wir alle, die einen schneller, die anderen gemächlicher. Man kann nicht anders, als unterwegs zu sein.»

Wahrhaftig befindet sich auch die Ferienregion Andermatt auf einer Reise, die für manche zu schnell, für andere zu langsam geht. Aber in der Quintessenz sind wir unterwegs und wir konnten im Jahre 2024 die Zukunft massgebend skizzieren.

Einhergehend mit der Anerkennung der Tourismusorganisation durch den Kanton Uri für die Periode 2025-2030 haben wir die bestehende Destinationsstrategie 2019-2024 überarbeitet und für die nächste Periode geschärft. Die Ferienregion Andermatt soll dabei als touristischer Leuchtturm positioniert und weiterentwickelt werden. Die hierfür notwendigen Strukturen und Abstimmungen wurden im vergangenen Jahr initiiert, wie beispielsweise die verstärkte Zusammenarbeit aller touristischer Akteure inklusive des Einbezugs der Stakeholder über den Oberalppass bis nach Disentis.

Diese Initiative hat uns aber auch gezeigt, dass der Weg bis zur Spitze des Leuchtturms noch ein weiter ist. Unzählige Ideen und Projekte sind in unseren Köpfen oder auf Papier vorhanden. Es gilt in der kommenden Strategieperiode die «richtigen» Prioritäten zu definieren, den Konsens aller Beteiligten, insbesondere auch jener der Lokalbevölkerung, abzuholen, die Finanzierung sicherzustellen und ein (finanziell) nachhaltiges Geschäftsmodell für diese Weiterentwicklungen zu finden.

Auch die Ferienregion Andermatt ist also unterwegs, mit vielen Zielen bis 2030, für welche ich uns allen nur das Beste wünsche. In diesem Sinne schliesse ich mich den finalen Dankesworten von Martin Nydegger und Hansruedi Müller an alle Persönlichkeiten des Tourismus mit einem herzlichen Dankeschön an, «*die tagtäglich dafür sorgen, dass Unterwegssein so angenehm und entspannend, so erlebnis- und lehrreich sein kann.*»

Matthias Furrer
Mitglied der Geschäftsführung



01

DIREKTION



Als Tourismusdirektor der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH (AUT), einer von zwei Tourismusorganisationen im Kanton Uri, trage ich die Verantwortung für die strategische Ausrichtung des Unternehmens, die ich gemeinsam mit den Geschäftsführern definiere und umsetze.

Ein zentraler Aspekt meiner Arbeit ist die enge Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern, um die Entwicklung des Tourismus auf lokaler und regionaler Ebene aktiv zu fördern und voranzutreiben.

Gleichzeitig liegt es in meinem Aufgabenbereich, das Unternehmen betriebswirtschaftlich und zeitgemäss zu führen, wobei die Wahrnehmung der AUT als unverzichtbarer Akteur in der Destination im Fokus steht. Ein weiterer spannender Teil meiner Tätigkeit ist die Pflege von Partnerschaften mit Verbänden, kantonalen und staatlichen Stellen sowie anderen Destinationsmanagementorganisationen in der Schweiz. Als touristischer Botschafter repräsentiere ich Andermatt und die umliegenden Gemeinden mit Stolz – sei es auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene.

RÜCKBLICK

Wir bewegen uns bereits auf Mitte 2025 zu und ich stelle fest: Mit etwas Hirnakrobatik und einer gewissen Überwindung lässt sich ein Rückblick 2024 doch noch zusammenstellen. Die Tage und Wochen schienen wie ein Tornado durchs Urserntal zu fegen und mit dem ständigen Blick nach vorne scheint der Blick in den Rückspiegel schwierig – aber keinesfalls unnötig...

Mit sieben Sitzungen führten die Geschäftsführer der AUT unsere Firma geschickt durch das Jahr. Hauptgeschäft war zweifellos die erneute Anerkennung als kantonale Tourismusorganisation – ein Prozess, der alle sechs Jahre auf Grundlage des kantonalen Tourismusgesetzes aus 2012 durchlaufen werden muss. Wahrlich eine Mammutaufgabe – vor allem administrativ. Aber: Es tat uns auch gut. Nie ist man seiner eigenen Strategie und dem Businessplan näher, als wenn sie einem Update unterzogen werden müssen. Mit Bravour haben wir diese Herausforderung gemeistert und die Anerkennung wurde von Regierung und Medien gebührend gefeiert.

Ein weiteres bewilligtes Projekt der Geschäftsführer war eine echte Innovation: Die AUT GmbH, die Sedrun Disentis Tourismus SA und die Andermatt Sedrun Marketing AG haben sich entschieden, eine gemeinsame Homepage über den Oberalp und überkantonale zu erstellen. Dies mit dem Ziel, dass jede Destination sowie die Bergbahnen einzeln ersichtlich aber dennoch als Einheit erlebbar sind. Per Anfang November war das Go-live – und zum kaum fassbaren Glück aller: Es hat zu 99.99% auf Anhieb funktioniert! Zeitgleich wurde auch die digitale Gästekarte über den Berg optimiert.

Nicht zu vergessen ist die erste Wertschöpfungsstudie des Tourismus im Kanton Uri, welche die AUT zusammen mit der Uri Tourismus AG und der Volkswirt-

schaftsdirektion in Auftrag gegeben und erfolgreich umgesetzt hat. Die Erstpräsentation fand in Andermatt mit Land- und Regierungsräten statt. Mit dieser Studie lassen sich nun Mutmassungen und angenommene Fakten zur Bedeutung und Notwendigkeit des Tourismus durch konkrete Zahlen belegen. Jede siebte Arbeitsstelle im Kanton Uri hat Bezug zum Tourismus, fast 90% der kantonalen touristischen Wertschöpfung findet im Oberland statt – und noch einiges mehr. Eine weitere Erkenntnis: Im Unterland steckt noch grosses Potenzial, das es sinnvoll zu nutzen gilt. Mit den geplanten Investitionen in Seelisberg und Isleten wird ein Quantensprung erreicht, der dem Tourismus im Kanton Uri nochmals einen höheren Stellenwert gibt.

Im Juni durften wir den «HospenTrail», einen Bewegungsparcours in Hospental, feierlich einweihen und wortwörtlich begiessen. Bei Donner und Blitz weihten die sportlichen Geschwister Eliane und Maria Christen den Park ein, während der Gemeindepräsident Rolf Tresch mit ein paar treffenden Worten die Eröffnungsfeier abrundete.

Langsam in Fahrt kommend merke ich, dass eine Seite im Geschäftsbericht nicht ausreichen wird, um all die Highlights des vergangenen Jahres zu präsentieren. Denn: Der Octopus Gravel Event, das Swiss Cycling Alpenbrevet, die erste Tavalata, das internationale Bergbahnen Camp, das tolle OpenAir Kino am Gütsch, Goethe auf dem Gotthard sowie das Verve und die vielen fantastischen Konzerte in der Musikhalle, aber auch die Wiederinbetriebnahme des Skilifts in Realp, die Rettung des Sportstützpunktes Realp, der sensationelle Alpbabzug in Wassen und, und, und... All diese Ereignisse haben die Region Andermatt, die Partnergemeinden, Anbieter und Leistungsträger noch stärker zum Leuchten gebracht. Wahrlich toll!



02

TOURIST INFORMATION

Unsere Tourist Information spielt eine zentrale Rolle in der «Customer Journey» von Gästen der Ferienregion Andermatt. Angefangen bei der Planung des Aufenthaltes sind wir behilflich bei Buchungen, Reservationen und Abklärungen aller Art, damit bei der Ankunft alles stimmt. Vor Ort sind wir die erste Anlaufstelle für Informationen zu Aktivitäten, Restaurants, Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen. Um unsere Gäste jederzeit über die ganze Vielfalt an Angeboten informieren zu können, ist die enge Zusammenarbeit mit den Leistungserbringern der Destination sehr wichtig. So pflegen wir die Beziehung zu Hoteliers, Gewerbe, Bergbahnen und anderen touristischen Anbietern aus Überzeugung und mit Herz. «Stillstand bedeutet

Rückschritt» ist nicht bloss eine Floskel für uns. Konstruktives Feedback, ob positiv oder negativ, wird immer geprüft. Prozesse und Abläufe werden bei Bedarf angepasst, damit unsere Gäste schnell und bequem die gewünschte Auskunft erhalten.

Auch hinter den Kulissen des Schalters engagieren wir uns in einer breiten Palette von Aufgaben. Wir organisieren Anlässe, verwalten die Buchungsplattform der Destination, koordinieren Dorf- und Themenführungen, stellen Programme für Firmenausflüge zusammen und unterstützen das Infrastruktur Team. Immer im Fokus: Unsere Gäste.



RÜCKBLICK

Die Kernaufgaben unserer Tourist Information umfassen die Vermittlung von Unterkünften, die Beratung zu Aktivitäten und Veranstaltungen sowie die Beantwortung vielfältiger Fragen zur Region. Mit der Weiterentwicklung der digitalen Gästekarte und des «Berg & Bahn»-Tickets im Sommer 2024 rückten wir deren Vorteile noch stärker in den Fokus unserer Beratung. Dies führte nicht nur zu längeren Aufenthalten, sondern steigerte auch spürbar die Nutzung regionaler Angebote.

Auffällig war der deutliche Anstieg englischsprachiger Gäste. Seit Vail Resorts Inc. die Mehrheit an der Andermatt-Sedrun Sport AG übernommen hat, gilt der «Epic Pass» auch im Skigebiet Andermatt+ Sedrun+Disentis. Das erklärt die zahlreichen zusätzlichen Gästekontakte aus englischsprachigen Ländern, besonders aus den USA und Australien. Auch insgesamt wurden Rekordwerte bei den Gäste- frequenzen erreicht: Im August wurden über 8'000 Interaktionen gezählt – ein Plus von 2'000 im Vergleich zum Vorjahr. In der intensivsten Woche verzeichneten wir 1'832 Anfragen per Telefon, E-Mail und am Schalter. Dies bedeutet rund 30 pro Stunde bei einer täglichen Öffnungszeit von neun Stunden, sieben Tage die Woche während der Hauptsaison.

Neben unseren Kernaufgaben engagieren wir uns auch in der Organisation von Veranstaltungen. Dazu zählen der Disney-Nachmittag auf dem Eisfeld, die Ostereiersuche und das Adventsfenster, die wir erfolgreich durchgeführt haben. Zudem waren wir im Organisationskomitee des

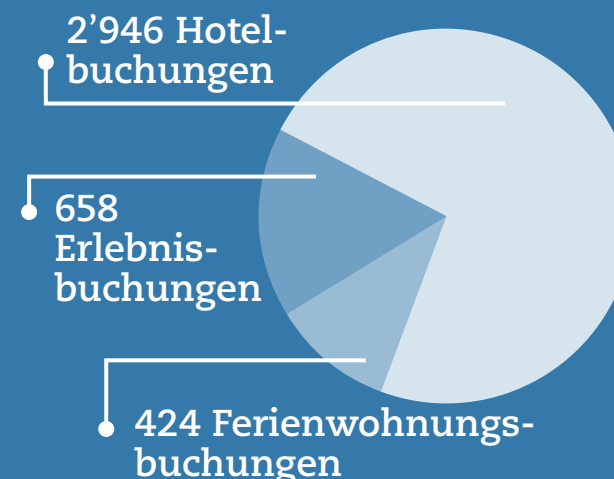
traditionellen Alpabzugs in Wassen und des Weihnachtsmarktes in Andermatt vertreten. Diese Events lockten zahlreiche Gäste an, unterstützten lokale Betriebe und boten regionalen Produzenten eine Plattform zur Präsentation ihrer Produkte.

Die Bedürfnisse unserer Gäste stehen stets im Mittelpunkt. Um diese noch besser zu verstehen, haben wir 2024 die Erfassung und Auswertung von Gästestatistiken weiter ausgebaut. Diese Daten sind nicht nur entscheidend für die Bewertung aktueller Massnahmen, sondern bilden auch die Grundlage für die strategische Planung künftiger Projekte. Die Analyse ermöglichte uns wertvolle Einblicke in die Präferenzen und Bedürfnisse unserer Gäste und half uns, unser touristisches Angebot weiter zu verbessern.

Auch investieren wir in die kontinuierliche Weiterbildung im Bereich der Fremdsprachenkompetenzen, um den steigenden Anteil internationaler Gäste noch besser bedienen zu können. So sind wir in der Lage, sowohl persönlich als auch digital in verschiedenen Sprachen mit unseren Gästen zu kommunizieren, was unseren Service weiter optimiert.

In enger Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und durch die erfolgreiche Durchführung von Veranstaltungen konnten wir die Gästezufriedenheit steigern und die Bindung zur Region stärken. Diese Partnerschaften und unser Engagement werden auch in Zukunft ein zentrales Element unserer Arbeit bleiben.

4'028
Buchungen
im Holidu-System



120
Besuchende am
Disney-Nachmittag



9'152
gebuchte
Tageskarten für
die Langlauf-Loipen

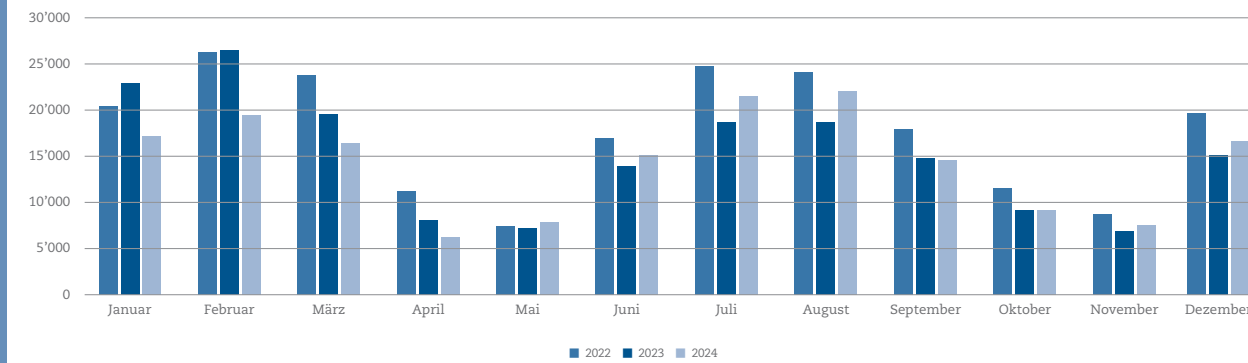


**Gästekontakte
Tourist Information**
Total 2024: 38'657*

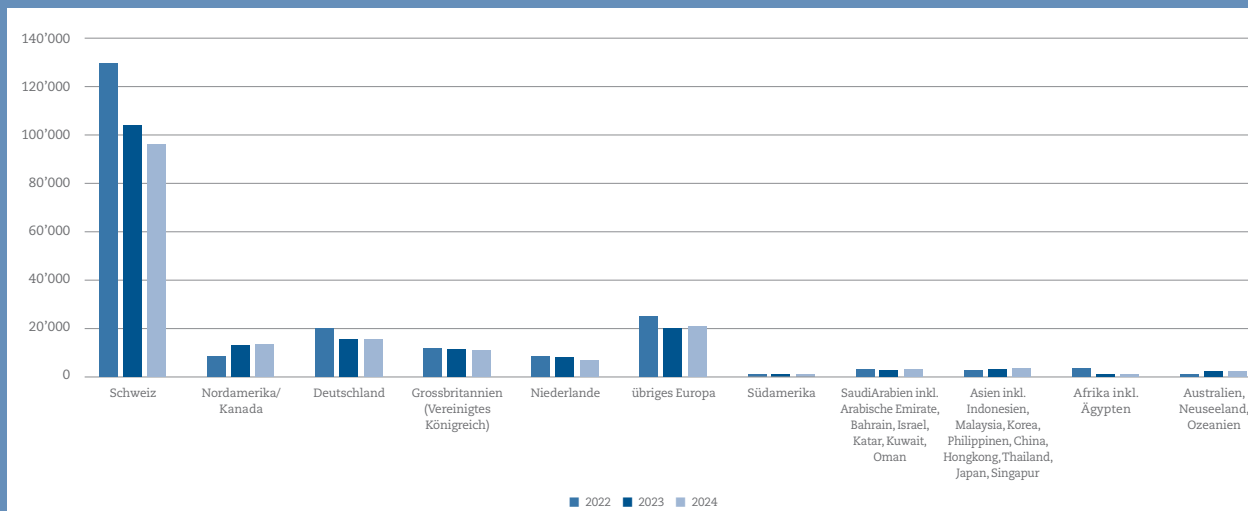
*Die Gästekontaktzahlen beziehen sich auf Besuchende in der Tourist Information sowie auf telefonischen und schriftlichen Kontakt mit Gästen.

Logiernächte Hotellerie Ferienregion Andermatt pro Monat (2022 – 2024)

2024: 172'699 Logiernächte
«Bundesamt für Statistik»



Logiernächte Hotellerie Ferienregion Andermatt nach Herkunftsländern (2022 – 2024)



Die Ferienregion Andermatt verzeichnete im Jahr 2024 insgesamt 172'699 Übernachtungen in der Hotellerie – ein Rückgang von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Allerdings bleibt die Parahotellerie (Zweit- und Ferienwohnungen, Camping- sowie Stellplätze, Berghütten und Gruppenunterkünfte) in den offiziellen Statistiken unberücksichtigt. Gerade in diesem Bereich wurden 2024 erneut Rekordwerte erzielt. **Dank der Parahotellerie konnten wir zusätzlich 515'000 Übernachtungen verbuchen.** Diese Zahl basiert auf einem Berechnungsschlüssel für Zweit- und Ferienwohnungen sowie den Meldungen von Campingplätzen, Hütten und Gruppenunterkünften.



03

INFRASTRUKTUR



Arbeiten im Bereich Infrastruktur ist eine faszinierende und anspruchsvolle Tätigkeit, die eine Vielzahl von Aufgaben beinhaltet. Unsere Hauptbereiche umfassen das Eisfeld, die Langlaufloipen und Schneeschuhtrails sowie das gesamte Wander- und Bikewegnetz im Urserntal. Von der Vorbereitung über den Bau und Unterhalt bis hin zur Nachbereitung gibt es zahlreiche Aufgaben, die erledigt werden müssen. Zudem bewirtschaften wir zwei Magazine, in denen sich unsere Werkstatt und unser Lager befindet.

Um unseren Gästen in den Wintermonaten eine bequeme Mobilitätslösung zu bieten, koordinieren wir alles rund um die Dorfbusse, wie beispielsweise die Planung der Linienführung und der Haltestellen. Wenn wir nicht draussen arbeiten, gibt es

für unser Team auch im Büro immer etwas zu tun. So sind wir unter anderem dafür zuständig, dass bei neuen Infrastrukturen die entsprechenden Baubewilligungen eingeholt werden oder die Einsatzplanung für diverse Infrastruktur-Projekte erfolgt. Unsere Abteilung ist eine sehr zentrale Schnittstelle zu den Einwohnergemeinden, da viele Infrastrukturen in der Destination in deren Besitz sind und wir im Leistungsauftrag für die Gemeinden arbeiten.

Insgesamt tragen die Arbeiten im Bereich Infrastruktur massgeblich dazu bei, dass Gäste und Einheimische die Ferienregion Andermatt sicher erkunden und geniessen können. Jede einzelne unserer Aufgaben ist ein wichtiger Beitrag zur Gestaltung einer tollen Destination.

RÜCKBLICK

Das Jahr 2024 begann mit einer erfreulichen ersten Projektbilanz. Ende 2023 wurde ein neues Loipennetz auf den Strässchen des Golfplatzes im Andermatt Talboden in Betrieb genommen. Die zusätzlichen Abschnitte erweitern nicht nur das Angebot für Langläuferinnen und Langläufer, sondern lassen sich auch bei wenig Schnee frühzeitig walzen und präparieren – was einen früheren Saisonstart ermöglicht. Bereits nach wenigen Wochen erhielten wir zahlreiche positive Rückmeldungen von Gästen und Einheimischen. Die geplante Geländeanpassung in Tenndlen konnte in der Wintersaison 2023/24 aufgrund einer Einsprache nicht umgesetzt werden. Das Baugesuch wurde 2024 neu eingereicht, mit dem Ziel, die Anpassungen in der Saison 2024/25 zu realisieren.

Das neue vergrösserte Eisfeld konnte am 16. Dezember 2023 eröffnet werden. Kurz darauf sorgte ein unerwarteter Ausfall der Kühlmaschine für eine vorübergehende Betriebspause. Trotz dieser anfänglichen Schwierigkeiten entwickelte sich die Saison insgesamt positiv. Besonders erfreulich war die steigende Zahl an Gruppenanfragen, die dank der grösseren Eisfläche nun auch während der regulären Betriebszeiten empfangen werden konnten.

Neben dem Betrieb der Loipen und des Eisfeldes gehört auch die Koordination der kostenlosen Ortsbusse zu unseren Aufgaben. In der Wintersaison 2023/24 kam es leider zu mehreren Ausfällen, da technische Probleme bei den Elektrobussen auftraten. Diese führten vorübergehend zu Einschränkungen für Gäste und Einheimische. In enger Zusammenarbeit mit dem Betreiber wurden kurzfristige Lösungen erarbeitet sowie Fahrpläne und Fahrzeugflotte angepasst, um die Situation zu stabilisieren.

Nach einem schneereichen Winter startete die Sommersaison in der Ferienregion Andermatt vielversprechend. Durch den frühen Schneerückgang konnten wichtige Arbeiten wie die Montage von Signalisationen und Brücken sowie diverse Ausmäharbeiten planmässig durchgeführt werden. So waren die Wanderwege pünktlich zum Saisonstart in optimalem Zustand. Der Sommer brachte jedoch auch Herausforderungen mit sich: Heftige Regenfälle in der Saisonmitte führten zu Schäden an mehreren Wanderwegen, insbesondere im Unteralp-Gebiet. Besonders betroffen waren die Unteralp-Prundwege Rohr und Mur, wo das Unwetter das Flussbett an mehreren Stellen mitriss und der Wanderweg dadurch gefährlich nahe ans Wasser rückte. Um die Sicherheit der Gäste zu gewährleisten, wurden Teilstücke umgeleitet. Dank rascher Intervention konnten die Rundwege jedoch schnell wiederhergestellt werden. Ein gravierender Schaden betraf die Lolenbrücke, die vollständig zerstört wurde. Um die Begehrbarkeit dennoch zu gewährleisten, wurde das Bachbett so schnell wie möglich planiert und eine provisorische Lösung geschaffen. Parallel dazu fanden Begehungen statt, um die Situation detailliert zu analysieren. Im Rahmen des Projekts «Lolenbrücke» wird derzeit gemeinsam mit der Gemeinde Andermatt und der Korporation Ursern geprüft, welche Art von Brücke oder alternative Lösung am besten geeignet ist.

Mit dieser Vielzahl an Projekten blicken wir auf ein ereignisreiches Jahr zurück – geprägt von unerwarteten Herausforderungen, aber auch von wertvollen Fortschritten und positiven Entwicklungen. Wir freuen uns, die Region weiterhin für Gäste und Einheimische attraktiv zu gestalten.



04

PRODUKTE, ERLEBNISSE & MEDIENREISEN



Der Kern unserer Arbeit besteht darin, die Ferienregion Andermatt für Gäste und Einheimische gleichermassen erlebbar zu machen.

Dies gelingt uns einerseits durch die Entwicklung von eigenen neuen Angeboten und Produkten sowie mit der Pflege von bestehenden Angeboten. Ein weiterer sehr wichtiger Bestandteil ist die Unterstützung unserer Leistungsträger vor Ort, sei es bei der Ideenfindung für neue Angebote oder beim Eruiieren von Optimierungsmöglichkeiten für deren Produkteportfolio.

Damit ein Produkt erfolgreich wird, bedarf es einer engen Zusammenarbeit mit verschiedenen internen Abteilungen und einer guten Beziehung zu den Leistungsträgern und Partnern.

Ein zentrales Element unserer Arbeit ist das Murmeltier Molly, das Destinationsmaskottchen. Mit ihr als Herzstück entwickeln wir stetig neue Angebote für Familien und Kinder. Ebenfalls begleitet uns das Thema Nachhaltigkeit, da wir auf eine ressourcenschonende Produktentwicklung setzen.

Mit viel Freude zeigen wir unsere Destination auch Journalisten, Reporterinnen oder Influencern, die einen Bericht oder Beitrag über die Ferienregion Andermatt veröffentlichen. Dazu gehört die komplette Organisation und Koordination der Besuche und auch die Bearbeitung von Medienanfragen.

RÜCKBLICK

Produkte & Erlebnisse

Das vergangene Jahr war besonders ereignisreich und voller spannender Entwicklungen. Ein Höhepunkt war die Lancierung unseres neuen Winterangebots «Pisten-Gaudi»: Die Après-Ski-Beizen-Tour lädt Skifahrerinnen, Schlittler und Spaziergänger dazu ein, die Region auf gesellige und genussvolle Weise zu entdecken.

Doch nicht nur der Winter hielt besondere Momente bereit. Nach zwei Jahren intensiver Planung und Vorbereitung konnten wir im Sommer die «Glacier Bike Tour», ein kantonsübergreifendes Abenteuer und eine Tour der Superlative, gemeinsam mit Graubünden Ferien und Valais Promotion erfolgreich realisieren. Ein weiteres Sommerprojekt war der «Hospentrail» im St. Annawald in Hospental. Dieser Bewegungsparcours verbindet Naturerlebnis mit körperlicher Herausforderung und spiegelt unsere Werte perfekt wider: Nachhaltigkeit und eine tiefe Verbundenheit zur Natur.

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Als Swiss-tainable-Mitglied Level 2 «engaged» ergreifen wir gezielte Massnahmen, um unseren ökologischen Fussabdruck zu verkleinern und eine nachhaltige Entwicklung zu fördern. Im vergangenen Jahr haben wir diverse Projekte realisiert, die Umweltfreundlichkeit stärken und nachhaltige Prozesse weiter vorantreiben.

Mit der neuen Erlebnisbroschüre und der Bikekarte, die wir gemeinsam mit Sedrun Disentis Tourismus SA entwickelt haben, stärken wir die regionale Zusammenarbeit und bieten unseren Gästen einen echten Mehrwert. Erstmals zeigen diese beiden Dokumente die Regionen Andermatt, Sedrun und Disentis als eine Einheit und präsentieren alle Erlebnisse und Routen auf einen Blick. Ergänzend dazu blieb der

Urner Hütten-Pass trotz des eher späten Sommerwetters ein wahrer Publikums-magnet und lockte fast genauso viele Teilnehmende an wie im Vorjahr. Auch der neue Trinkwasserbrunnen und die Sirup-Bar vor der Tourist Information erfreuten sich grosser Beliebtheit. Der imposante Stein aus dem Gotthard-Massiv ermöglicht es, frisches Quellwasser – die Urschner Natur «to go» – zu zapfen und zu versüssen. Unsere bewährten Angebote, darunter der «Gloria-Trail Lutersee» auf dem Gütsch, der «Schmuggler-Trail» und die Dorfführungen, stiessen ebenfalls auf grossen Anklang.

Den krönenden Abschluss des Jahres bildete das 10-jährige Jubiläum des Weihnachtsmarktes im November. Als Mitorganisatorinnen trugen wir dazu bei, dass diese traditionsreiche Veranstaltung ein voller Erfolg wurde. Dank perfekter Wetterverhältnisse begeisterte der Markt nicht nur mit einer zauberhaften Atmosphäre, sondern zog auch zahlreiche Aussteller aus der Region an. Ein gelungener Jahresabschluss!

Medienreisen

Zu Jahresbeginn begrüsst wir einen Skitour-Operator aus Kanada, um ihm unsere Region als attraktive Skiferiendestination vorzustellen. Zudem war Andermatt in der Winterzeit in renommierten Medien wie der Schweizer Familie und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung präsent. Im Sommer mussten einige geplante Medienreisen im Bereich Wandern wetterbedingt abgesagt werden. Im September stand ein besonderes Highlight auf dem Programm: Ein britischer Reporter machte sich im Aston Martin auf die Suche nach der berühmten «Goldfinger-Kurve» am Furkapass und verfasste darüber einen exklusiven Bericht in einem britischen Lifestyle-Magazin.



967
Teilnehmende
an Dorfführungen
in Andermatt

Auf sieben verschiedenen Dorf- und Themenführungen konnten unsere Guides 1'280 Gäste begrüssen.

349
eingereichte
Hütten-Pässe

Davon besuchten:

– alle 23 Hütten	9 Personen
– 10 Hütten und mehr	95 Personen
– 3 Hütten und mehr	245 Personen



364
Schmuggler-Trail
Buchungen



507
abgegebene
Murmeli-Pässe



16
Molly-
Buchungen

05

KOMMUNIKATION, MARKETING & PROJEKTE



Unsere Aufgabe ist es, die Kommunikation und Vermarktung von Andermatt-Urserntal Tourismus strategisch zu steuern, weiterzuentwickeln und gezielt einzusetzen. Dazu gehören unter anderem die fortlaufende Aktualisierung des Sprachleitfadens, die Planung und Umsetzung von Kommunikations- und Marketingmassnahmen sowie das Verfassen von Texten. Wir sind zudem die Ansprechpersonen für Presse- und Studierendenanfragen und verantworten die visuelle Kommunikation. Dazu gehört auch die Organisation von Fotoshootings zur laufenden Pflege und Erweiterung unserer Bild- und Videodatenbank.

Die Vermarktung unserer Ferienregion ist ein zentraler Bestandteil unserer Arbeit. Durch gezielte Kampagnen, Kooperationen und kreative Content-Strategien positionieren wir Andermatt als attraktive Destination für Gäste aus dem In- und Ausland.

«Kommunikation führt zu Gemeinschaft, das heisst zu Verständnis, Vertrautheit und gegenseitiger Wertschätzung». In diesem Sinne setzen wir uns täglich dafür ein, diese Wertschätzung weiter aufzubauen – sei es mit Leistungsträgern aus der Branche oder der Politik, mit unseren Mitarbeitenden, den Einheimischen und natürlich auch mit den Gästen unserer Ferienregion.

RÜCKBLICK

Ein Highlight für unsere Abteilung war das umfassende Fotoshooting mit Beat Brechbühl im Januar, bei dem stimmungsvolle Sujets für Winterwandern, Langlauf und das Eisfeld entstanden. Diese Bilder bereichern unsere Kommunikationsmittel und stärken die visuelle Präsenz. Parallel dazu startete die Erneuerung der Inszenierung in der Gotthard-Raststätte. Seit einigen Jahren bespielt die Interessengesellschaft (IG) Tourismus Uri eine grosse Fläche im zweiten Stock der Raststätte in Fahrtrichtung Süd. Nach fast sieben Jahren wird die bisherige Kugelbahn nun durch das neue Projekt unter dem Arbeitstitel «Urner Blickwinkel» ersetzt, das verschiedene Perspektiven auf Uri erlebbar macht – etwa aus einem Zugabteil, einer Berghütte, einer Wohnung oder einer Seilbahn. In Zusammenarbeit mit den Agenturen Arnold Reklamen AG und «die freunde GmbH» wurden dazu Konzepte, Visualisierungen und Prototypen erstellt. Die Enthüllung ist für Mai 2025 geplant.

Im Bereich Bewegtbild lag der Schwerpunkt auf zwei neuen Webisoden, die spannende Einblicke in unsere Region bieten: Eine widmet sich dem faszinierenden «Mythos Gotthard» und beleuchtet die Geschichte und Bedeutung dieses legendären Alpenpasses. Die zweite setzt das Skigebiet Andermatt+Sedrun+Disentis in Szene und zeigt die Vielfalt unseres Schneesportangebots.

Ein weiterer Meilenstein war der erste «Gast&Geber»-Zukunftstag in Altdorf, der 40 interessierten Oberstufenschülerinnen und -schülern Einblicke in die vielfältigen Berufsmöglichkeiten der Tourismusbranche bot. Besuche bei lokalen Betrieben wie Hotels, Restaurants und Kultureinrichtungen gaben den Jugendlichen eine praxisnahe Perspektive auf potenzielle

Karrierewege. «Gast&Geber» ist eine bestens etablierte Kampagne der beiden Urner Tourismusorganisationen zur Bewusstseinsbildung im Tourismus. Durch verschiedene Massnahmen wird der Urner Bevölkerung die Bedeutung der Branche und ihrer Wertschöpfung nähergebracht.

In der zweiten Jahreshälfte stand die Neugestaltung unserer Website im Mittelpunkt. Gemeinsam mit der Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG sowie Sedrun Disentis Tourismus SA wurden Inhalte entwickelt, die den Ansprüchen moderner Nutzerinnen und Nutzern gerecht werden. Viel Zeit floss in die Erstellung ansprechender Texte sowie die stimmige Gestaltung der Bildwelt.

Im Juli starteten wir die Planung für das Thema Rennvelo, das in den kommenden Jahren unseren Marketingfokus bildet. Um dieses gezielt zu bespielen, sind verschiedene Massnahmen erforderlich: die Planung und Organisation von Fotoshootings, die Erstellung eines Projektplans, das Kuratieren von Magazinen und Onlineplattformen sowie das Netzwerken mit Routenplanungsanbietern.

«Liebesbriefe an Uri» – eine kreative Mitmach- und Image-Kampagne der IG Tourismus Uri – verzeichnete auch 2024 zahlreiche Einsendungen mit eindrucksvollen Bildern und Zitaten zu Lieblingsorten im Kanton Uri. Die vier Favoriten wurden im November per Onlineabstimmung gekürt und zieren seither jeweils ein Busheck der Auto AG Uri.

Der Abschluss des Jahres bildete ein weiteres Foto- und Videoshooting auf dem Eisfeld, das wertvolles Material für künftige Kommunikationsmassnahmen liefert.



40 Schüler und Schülerinnen am 1. «Gast&Geber»- Zukunftstag

Im Rahmen eines Projekttagess haben die Jugendlichen einen praxisnahen Einblick in die Tourismusbranche erhalten.



178 eingereichte Liebesbriefe an Uri

Unter www.liebesbriefeanuri.ch bekundeten 178 Personen mit Bildern und Zitaten ihre Liebe zu Uri.



12 veröffentlichte Webisoden

Neue Episoden sind «Skisafari nach Graubünden» und «Mythos Gotthard» – noch nicht gesehen? Dann wird es höchste Zeit.

06

VISUALISIERUNG & DIGITALISIERUNG



Ein Bild, eine Grafik oder ein Video sagen oft mehr als tausend Worte.

Wir verstehen die immense Kraft, die in visuellen Medien steckt und setzen sie gezielt ein, um die Vielfältigkeit der Ferienregion Andermatt einzufangen und authentisch zu präsentieren. Unsere Mission ist es, Menschen mit visuellen Darstellungen nicht nur abzuholen, sondern sie auf eine Reise mitzunehmen – eine Reise voller unvergesslicher Eindrücke und Emotionen. Sei es in liebevoll gestalteten Broschüren, die auf jeder Seite neue Facetten offenbaren, in Social-Media-Beiträgen, welche die Magie unserer Ferienregion in jedem Bild oder Video einfangen oder in unseren inspi-

rierenden Newslettern, die Leser dazu einladen, sich in die Vielfalt und Schönheit unserer Ferienregion zu vertiefen. Durch die visuelle Darstellung der Ferienregion Andermatt möchten wir Besucher und Besucherinnen dazu inspirieren, die Vielfältigkeit unserer Destination selbst zu entdecken.

Gleichzeitig spielt bei uns die Digitalisierung eine entscheidende Rolle. Sie hat nicht nur die Art und Weise beeinflusst, wie wir als Unternehmen agieren, sondern auch Arbeitsmethoden und die Abwicklung von Geschäften verändert. Dabei eröffnet sie uns Türen zu Innovation, verbesserter Effizienz und einer stärkeren Kundenbindung.

RÜCKBLICK

Wir blicken auf ein Jahr voller Kreativität, Innovation und Engagement zurück – mit dem klaren Ziel, die Ferienregion Andermatt noch sichtbarer und erlebbarer zu machen.

Mit dem Versand von zwölf Newslettern, einem pro Monat, haben wir unsere Community kontinuierlich mit aktuellen Informationen versorgt und die Vielfalt unserer Region in den Mittelpunkt gestellt. Ein besonderes Highlight war unser Jahresgewinnspiel «Zwölf Monate voller Glücksmomente», bei dem wir jeden Monat ein neues Gamification-Gewinnspiel mit attraktiven Preisen geboten haben – Glücksmomente garantiert! Das Gewinnspiel war ein voller Erfolg: Rund 88'000 Aufrufe und über 20'000 Teilnahmen konnten verzeichnet werden. Für das Format «Geschichten aus dem Herzen der Schweiz» von Luzern Tourismus haben wir elf spannende Blogbeiträge verfasst, die inspirierende Einblicke und faszinierende Geschichten aus der Ferienregion Andermatt liefern. Auch auf unseren Social-Media-Kanälen war viel los: Mit abwechslungsreichem Content haben wir unsere Followerschaft begeistert und konnten Ende des Jahres stolz die Marke von 10'000 Followern knacken.

Ein zentrales Projekt im Jahr 2024 war die Weiterentwicklung der digitalen Gästekarte in Zusammenarbeit mit Sedrun Disentis Tourismus SA und Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG. Die Gästekarte Plus Berg & Bahn ermöglicht Übernachtungsgästen, die Bergbahnen und

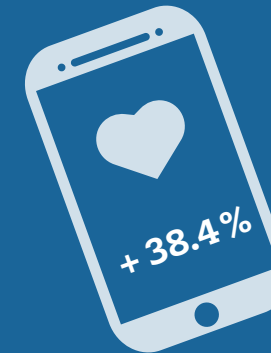
die Matterhorn Gotthard Bahn zu einem unschlagbaren Preis zu nutzen. Zudem profitieren sie von zahlreichen attraktiven Angeboten in den Ferienregionen Andermatt und Sedrun Disentis. Der vergangene Sommer war mit knapp 5'000 ausgestellten Karten der bisher erfolgreichste seit der Einführung der Gästekarte. Ein weiterer Meilenstein war die Liveschaltung der neuen viersprachigen Website im November. Diese Plattform vereint Andermatt-Ursernental Tourismus GmbH, Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG und Sedrun Disentis Tourismus SA auf einer zentralen Website. Durch gemeinsame Funktionen wie zum Beispiel einen Eventkalender, einen Warenkorb und den Wintersportbericht können Synergien effizient genutzt werden. Die Einführung der Website brachte auch Veränderungen in bestehenden Systemen und Prozessen mit sich, die nun schrittweise optimiert werden.

Neben digitalen Fortschritten haben wir auch physische Kommunikationsmittel gestaltet, darunter Plakate, Broschüren und Karten. Im Sommer entstand erstmals eine gemeinsame Event- und Erlebnisbroschüre sowie eine Bike- und Rennvelokarte mit Sedrun Disentis Tourismus SA. Diese Vielfalt in der Produktion spiegelt unsere Fähigkeit zur ganzheitlichen kreativen Umsetzung wider. Sie zeigt unser Engagement, die Einzigartigkeit der Ferienregion Andermatt authentisch und mit Herzblut zu präsentieren – und über die Grenzen unserer Region hinaus weiterzuentwickeln.

2023
7'309

2024
10'115

Entwicklung Instagram Follower



20'000
Teilnehmende am
Jahresgewinnspiel

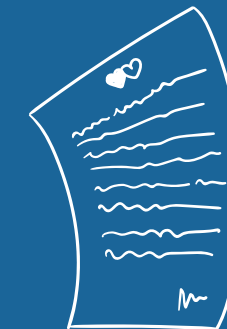


2'500
Arbeitsstunden
für die neue Website



1 Mio.
Websiteaufrufe

1'000
neue Seiten auf der
4-sprachigen Website
veröffentlicht



11
Blogbeiträge



5'000
Gästekarten Plus
Berg & Bahn

Website-Favoriten

1. Webcam
2. Unterkunftsliste
3. Gewinnspiel



2



1



3

HR & FINANZEN



In unserem dynamischen Arbeitsumfeld bilden die zentralen Bereiche Human Resources (HR) und Finanzen das unverzichtbare Rückgrat unseres Unternehmens und tragen entscheidend zu dessen Erfolg bei.

In der HR-Abteilung unterstützen und entwickeln wir unser wertvollstes Kapital – unsere Mitarbeitenden. Wir schaffen attraktive Rahmenbedingungen, um Talente anzuziehen, zu fördern und langfristig zu binden, damit wir die Herausforderungen der Tourismusbranche erfolgreich meistern.

Unsere Finanzabteilung sorgt mit präziser Planung und Analyse für eine solide Grundlage, die die strategische Entscheidungsfindung unterstützt. Die jährliche Budgetierung gewährleistet eine effiziente Ressourcenplanung und schafft die Basis für effektives Handeln. Sorgfältig definierte Budgetziele ermöglichen es uns, finanzielle Mittel optimal einzusetzen, um unsere Geschäftsziele zu erreichen. Ein institutionalisiertes Controlling dient als wirksames Kontrollinstrument, das potenzielle Verbesserungen aufzeigt und es uns erlaubt, flexibel und proaktiv auf Veränderungen zu reagieren.

RÜCKBLICK

HR

Im Jahr 2024 standen wir vor herausfordernden, aber äusserst lohnenswerten Aufgaben. Die Rekrutierung neuer Talente für die Bereiche Infrastruktur, Grafik und Tourist Information war vielschichtig. Es ist uns gelungen, hochqualifizierte Fachkräfte zu gewinnen, die unsere Begeisterung für die Region und den Tourismus teilen. Mit ihrem Know-how bereichern sie unser Team und tragen dazu bei, unsere Destination weiterzuentwickeln. Gleichzeitig wissen wir, dass der Erfolg unserer Organisation nicht nur von neuen Mitarbeitenden abhängt, sondern vor allem von unserem bestehenden Team, das mit Engagement und Fachwissen täglich Grossartiges leistet. Wir sind stolz auf die wertvolle Arbeit jedes und jeder Einzelnen. Deshalb legen wir grossen Wert darauf, unser Personal zu fördern, Verantwortung zu übertragen und ein Umfeld zu schaffen, in dem sich alle weiterentwickeln können.

Wir sind überzeugt, dass Vielfalt, Zusammenhalt und gelebte Wertschätzung innerhalb unseres Teams eine Schlüssel-

rolle für die authentische und herzliche Atmosphäre spielen, die unsere Gäste, Partner und Leistungsträger – und natürlich wir selbst – täglich erleben dürfen.

Finanzen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr standen wir vor verschiedenen Herausforderungen, die wir durch gezielte Massnahmen und strategische Entscheidungen erfolgreich gemeistert haben. Mit neuen Produkten wie dem «Berg & Bahn»-Ticket, das in die digitale Gästekarte integriert ist, konnten wir zusätzliche Erträge generieren. Auch die Verkäufe der Loipenpässe lagen dank starker Wintermonate über den Erwartungen. Gleichzeitig verursachte das Projekt der neuen gemeinsamen Website mit Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG und Sedrun Disentis Tourismus SA, die Bewirtschaftung des Eisfelds und der Langlaufloipen sowie eine ausserordentliche Nachzahlung, die periodenfremd war, zusätzliche Aufwände. So war die finanzielle Dynamik 2024 spürbar und prägte unsere Arbeit über das ganze Jahr.



443

Total erstellte
Rechnungen



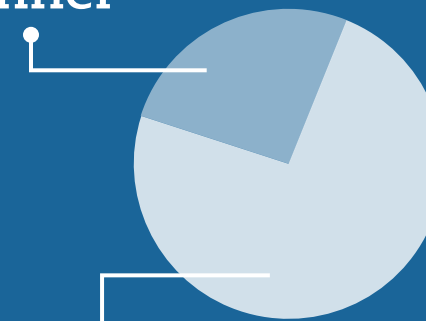
775

Total erhaltene
Rechnungen

18

Mitarbeitende

4 Männer



14 Frauen

6'261

Buchungen in der
Finanzbuchhaltung

Unterstützung
im Stundenlohn



1

Mitarbeiterin
Tourist Information



3

Dorf-Guides



9

Unterhalts-
mitarbeitende



2

Eismeister



AUT INSIDE PER 31.12.2024

MITARBEITENDE

Direktion, 100 %

Thomas Christen, 100 %, Tourismusdirektor

Tourist Information, 350 %

Sarina Tschümperlin, 100 %, Leitung Tourist Information
Ricarda Küng, 80 %, Tourist Information
Kornelia Senn, 60 %, Tourist Information
Michaela Hardmeier, 40 %, Stv. Leitung Tourist Information
Marina Zurfluh-Bär, 40 %, Tourist Information
Jacqueline Bonetti, 30 %, Tourist Information

Infrastruktur, 260 %

Roland Büchi, 100 %, Leitung Infrastruktur
Andreas Müller, 100 %, Mitarbeiter Infrastruktur
Toni Baumann, 60 %, Mitarbeiter Infrastruktur

Produkte, Erlebnisse & Medienreisen, 180 %

Miriam Eicher, 100 %, Leitung Produktmanagement & Medienreisen
Nadja Russi, 80 %, Produktmanagement & Projekte

Digitalisierung, Marketing & Kommunikation, 290 %

Samira Epp, 100 %, Digital Marketing
Claudia Wymann, 60 %, Grafik
Bettina Kypke, 50 %, Digitalisierung & Innovation
Gabriela Bissig, 40 %, Kommunikation & Projekte
Caroline Oetiker, 40 %, Leitung Marketing & Kommunikation

HR & Finanzen, 80 %

Jacqueline Russi, 40 %, Finanzen/HR Administration
Caroline Oetiker, 40 %, Controlling & Stv. Tourismusdirektion

2 Eismeister, 1 Teilzeitmitarbeitende Tourist Information sowie
9 Unterhaltsmitarbeitende (Loipen, Winter-/Sommerwanderwege) und
3 Dorf-Guides im Stundenlohn.

AUT INSIDE PER 31.12.2024

GESELLSCHAFTER

Die Gesellschafterversammlung der AUT GmbH setzt sich folgendermassen zusammen (Total Stammkapital CHF 74'000.-):

CHF 15'000.– Stammanteile:

Gemeinde Andermatt, vertreten durch Peter Baumann

Jeweils CHF 10'000.– Stammanteile:

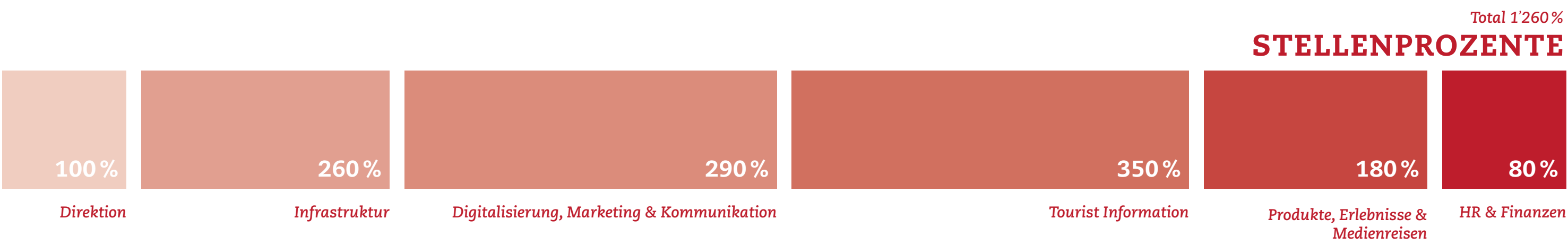
Gemeinde Hospental, vertreten durch Remo Degonda
Gemeinde Realp, vertreten durch Sandro Wüthrich
Andermatt Swiss Alps AG, vertreten durch Pascal Schär
Gewerbe/Hoteliers Andermatt, vertreten durch Mari Russi und Marco Vella
Interessengemeinschaft Zweitwohnungs-Eigentümer Urserental, vertreten durch Dieter Woschitz

Jeweils CHF 3'000.– Stammanteile:

Gemeinde Göschenen, vertreten durch Peter Tresch
Gemeinde Gurnellen, vertreten durch Rosmarie Zraggen-Gamma
Gemeinde Wassen, vertreten durch Beat Baumann-Nogueira

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Jost Meyer, Gemeinde Andermatt, Vorsitzender der Geschäftsführung
Matthias Furrer, Andermatt Swiss Alps AG
Thomas Kirchhübel, Gewerbe/Hoteliers Andermatt
René Schaad, Gemeinde Realp
Rolf Tresch, Gemeinde Hospental



PARTNER



Hauptaufgabe des Destinationsmanagements ist es, die Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern (z.B. Beherbergungsbetriebe, Bergbahnen aber auch die verschiedenen Orte in einer Region) zu unterstützen und zu fördern. Durch Kooperationen zwischen den Leistungsträgern werden durchgehende Dienstleistungsketten in der Ferienregion Andermatt sichergestellt, damit diese übergreifend vermarktet werden können.

Die AUT darf auf Partner aus den verschiedensten Bereichen zählen:

- Die Gemeinden der Ferienregion Andermatt
- Gesellschafter der AUT
- Gewerbe und Hotellerie der Ferienregion Andermatt
- Bevölkerung der Ferienregion Andermatt
- Landeigentümer/innen der Ferienregion Andermatt
- Zweitwohnungsbesitzer/innen und Gäste
- Korporation Ursern
- ASSA Realp
- Korporation Uri
- Kanton Uri
- Schweiz Tourismus
- Luzern Tourismus AG
- Uri Tourismus AG
- Sedrun Disentis Tourismus SA
- Andermatt-Sedrun Sport AG
- Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG
- Matterhorn Gotthard Bahn
- Andermatt Swiss Alps AG
- Programm / St.Gotthard
- Tourismus Göschenen – Göscheneralp
- Verschiedene Vereine
- Alle weiteren, welche die Tourismuswirtschaft unterstützen

Wir bedanken uns an dieser Stelle bei allen Partnern für das entgegengebrachte Vertrauen und die grosszügige Unterstützung – Partnerschaft ist Ehrensache.



SPONSOREN



Kooperationen und Partnerschaften sind eine wichtige Grundlage im Tourismus. Die AUT darf zusätzlich auf die grosszügige Unterstützung und das Vertrauen von Sponsoren zählen.

Wir bedanken uns an dieser Stelle herzlich bei unseren Sponsoren:

- Urner Kantonalbank
- Victorinox
- Elektrizitätswerk Ursern



/ st.gottHARD



Andermatt, Switzerland
Officially recognized as a Best Tourism Village by UN Tourism in 2022



JAHRESRECHNUNG 01.01.2024 BIS 31.12.2024

Anbei die Jahresrechnung 2024 der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH. Diese wurde von der Gesellschafterversammlung genehmigt und ist rechtlich massgebend.

BILANZ PER 31.12.2024

	2024 CHF	2023 CHF
AKTIVEN		
UMLAUFVERMÖGEN		
Flüssige Mittel	465'323.56	338'564.70
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	227'943.60	212'870.20
Delkredere	-10'600.00	-10'600.00
Übrige kurzfristige Forderungen		
Gegenüber Dritten	109'430.22	550.75
Vorräte	24'800.00	27'300.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	41'235.35	120'863.55
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	858'132.73	689'549.20
ANLAGEVERMÖGEN		
Finanzanlagen	18'000.00	18'000.00
Mobile Sachanlagen		
Betriebseinrichtungen	8.00	13'622.00
Immaterielle Anlagen		
Markenentwicklung	0.00	0.00
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN	18'008.00	31'622.00
TOTAL AKTIVEN	876'140.73	721'171.20
PASSIVEN		
FREMDKAPITAL		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	343'128.40	169'735.60
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	0.00	0.00
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		
Gegenüber Dritten	7'043.39	10'926.59
Passive Rechnungsabgrenzungen		
Noch nicht bezahlter Aufwand	112'260.35	115'067.70
Total kurzfristiges Fremdkapital	462'432.14	295'729.89
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	0.00	0.00
Gegenüber öffentliche Hand	0.00	0.00
Rückstellungen		
Rückstellungen	198'448.70	198'448.70
Total langfristiges Fremdkapital	198'448.70	198'448.70
TOTAL FREMDKAPITAL	660'880.84	494'178.59
EIGENKAPITAL		
Stammkapital	74'000.00	74'000.00
Gesetzliche Gewinnreserven	5'800.00	5'800.00
Freiwillige Gewinnreserven	147'192.61	169'230.35
Jahresgewinn/-verlust	-11'732.72	-22'037.74
TOTAL EIGENKAPITAL	215'259.89	226'992.61
TOTAL PASSIVEN	876'140.73	721'171.20

ERFOLGSRECHNUNG PER 31.12.2024

	2024 CHF	2023 CHF
Ertrag Beherbergungsgebühr	1'662'556.32	1'576'645.40
Ertrag Tourismusabgabe	120'135.70	119'918.70
Gemeindebeitrag	303'900.00	294'450.00
Ertrag kant. Tourismusgesetz	300'354.00	298'498.10
Ertrag Dienstleistungen und Partnerschaften	146'707.90	159'722.82
Ertrag Infrastruktur	243'162.21	186'913.78
Übriger Ertrag	14'228.30	13'240.00
Erlösminderung	0.00	-3'400.00
Total Ertrag	2'791'044.43	2'645'988.80
Aufwand Tourismusreglement	-89'135.00	-84'828.45
Aufwand Dienstleistungen und Partnerschaften	-39'877.75	-69'834.32
Aufwand Marketing	-219'733.65	-228'026.74
Aufwand Infrastruktur	-666'899.74	-546'104.81
Aufwand Veranstaltungen	-62'823.65	-66'276.10
Übriger Aufwand	-1'689.25	-3'379.00
Total Aufwand	-1'080'159.04	-998'449.42
BRUTTOGEWINN	1'710'885.39	1'647'539.38
Personalaufwand	-1'377'967.25	1'277'550.77
Raumaufwand	-80'585.20	-70'850.00
Unterhalt, Reparatur und Ersatz mobile Sachanlagen	-5'129.70	-3'855.35
Sachversicherungen und Gebühren	-6'034.30	-5'342.20
Energie- und Entsorgungsaufwand	-282.00	-395.40
Sonstiger betrieblicher Aufwand	-95'192.35	-83'882.39
Verwaltungsaufwand	-176'769.38	-216'550.75
Übriger betrieblicher Aufwand	-363'992.93	-380'876.09
BETRIEBL. ERGEBNIS VOR ABSCHREIBUNGEN, ZINSEN & STEUERN (EBITDA)	-31'074.79	-10'887.48
Abschreibungen	-13'614.00	-7'480.00
BETRIEBLICHES ERGEBNIS VOR ZINSEN UND STEUERN	-44'688.79	-18'367.48
Finanzertrag	7.46	3.75
Finanzaufwand	-4'469.39	-3'674.01
BETRIEBLICHES ERGEBNIS VOR STEUERN	-49'150.72	-22'037.74
Ausserordentlicher und periodenfremder Aufwand	-27'065.00	0.00
Ausserordentlicher und periodenfremder Ertrag	64'483.00	0.00
JAHRESGEWINN/-VERLUST VOR STEUERN	-11'732.72	-22'037.74
Direkte Steuern	0.00	0.00
JAHRESGEWINN/-VERLUST	-11'732.72	-22'037.74

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG 2024

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

Die Rechnungslegung erfordert von der Geschäftsführung Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Die Geschäftsführung entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

	2024 CHF	2023 CHF
Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten		
Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten mit Restlaufzeit > 1 Jahr	84'179.31	128'091.95
Nettoauflösung stiller Reserven		
Wesentliche Nettoauflösung stiller Reserven	0.00	0.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen		
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	4'149.85	1'401.60
Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen		
Bis 10 Vollzeitstellen	zutreffend	zutreffend
Nicht über 50 Vollzeitstellen		
Nicht über 250 Vollzeitstellen		
Über 250 Vollzeitstellen		

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch die Geschäftsführung sind keine weiteren wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2024 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offen gelegt werden müssten.

Eventualverbindlichkeiten bzw. -forderungen
Per Bilanzstichtag bestehen keine Eventualverbindlichkeiten bzw. -forderungen.

ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DER GEWINNRESERVEN

	2024 CHF	2023 CHF
FREIWILLIGE GEWINNRESERVEN		
Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr	147'192.61	169'730.35
Zuweisung an die gesetzlichen Reserven	0.00	-500.00
Dividende	0.00	0.00
Jahresgewinn/-verlust	-11'732.72	-22'037.74
	135'459.89	147'192.61
Verwendung der freiwilligen Gewinnreserven		
Die Geschäftsführung beantragt, die freiwilligen Gewinnreserven wie folgt zu verwenden		
Zuweisung an die gesetzlichen Reserven	0.00	0.00
Dividende	0.00	0.00
Vortrag auf neue Rechnung	135'459.89	147'192.61
	135'459.89	147'192.61

MITTELFLUSSRECHNUNG 2024

	2024 CHF	2023 CHF
UMSATZBEREICH		
Jahresergebnis gemäss Jahresrechnung	-11'732.72	-22'037.74
Zunahme Delkredere	0.00	700.00
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Erhöhung der Rückstellungen	0.00	0.00
Abschreibungen	13'614.00	7'480.00
CASH FLOW DER UNTERNEHMUNG	1'881.28	-13'857.74
INVESTITIONSBEREICH		
Zunahme Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-15'073.40	-92'269.85
Zunahme übrige Forderungen	-108'879.47	956.30
Abnahme der Warenvorräte	2'500.00	-19'200.00
Zunahme aktive Rechnungsabgrenzung	79'628.20	49'937.70
Zunahme Beteiligungen	0.00	0.00
Investitionen Maschinen	0.00	0.00
Investitionen Mobiliar und Einrichtungen	0.00	0.00
Investition EDV-Anlage	0.00	0.00
Investitionen Website/CICD/CRM/DAM	0.00	0.00
Investitionen Fahrzeuge	0.00	0.00
Desinvestitionen Pistenfahrzeuge netto	0.00	171'600.00
NETTOINVESTIERUNG	-41'824.67	111'024.15
KAPITALÜBERSCHUSS		
	-39'943.39	97'166.41
FINANZIERUNGSBEREICH		
Abnahme Verbindlichkeit aus Lieferungen und Leistungen	173'392.80	37'858.35
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00	-40'626.48
Abnahme übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	-3'883.20	-12'691.14
Abnahme passive Rechnungsabgrenzungen	-2'807.35	-34'286.70
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00	-159'120.38
Abnahme Rückstellungen	0.00	-6'490.35
Differenz Nebenbuchhaltungen	0.00	0.00
NETTOFINANZIERUNG	166'702.25	-215'356.70
ZUNAHME/ABNAHME FLÜSSIGE MITTEL		
	126'758.86	-118'190.29
LIQUIDITÄTSNACHWEIS		
Flüssige Mittel per 01.01.2024	338'564.70	751'095.20
Flüssige Mittel per 31.12.2024	465'323.56	338'564.70
ZUNAHME/ABNAHME FLÜSSIGE MITTEL	126'758.86	-412'530.50

SOLIDA
Treuhand & Immobilien AG

SOLIDA Treuhand & Immobilien AG
Via Alpsu 70
CH-7188 Sedrun
www.solida.swiss

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an
die ordentliche Gesellschafterversammlung der
Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH
CH-6490 Andermatt

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH für das am 31. Dezember 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese 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 Gesetz und Statuten entsprechen.

Andermatt, 5. Mai 2025

SOLIDA Treuhand & Immobilien AG


Martin G. Cavegn
Eidg. dipl. Treuhandexperte
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Stephan Russi
Eidg. dipl. Finanzplanungsexperte
Revisionsassistent

- Jahresrechnung 2024 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH

Gotthardstrasse 2
CH-6490 Andermatt
Tel. +41 41 888 71 00
info@andermatt.swiss
www.andermatt.swiss

Herausgeberin | Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH

Textredaktion, Grafik & Design | Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH

Bildrechte | Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH und Partner