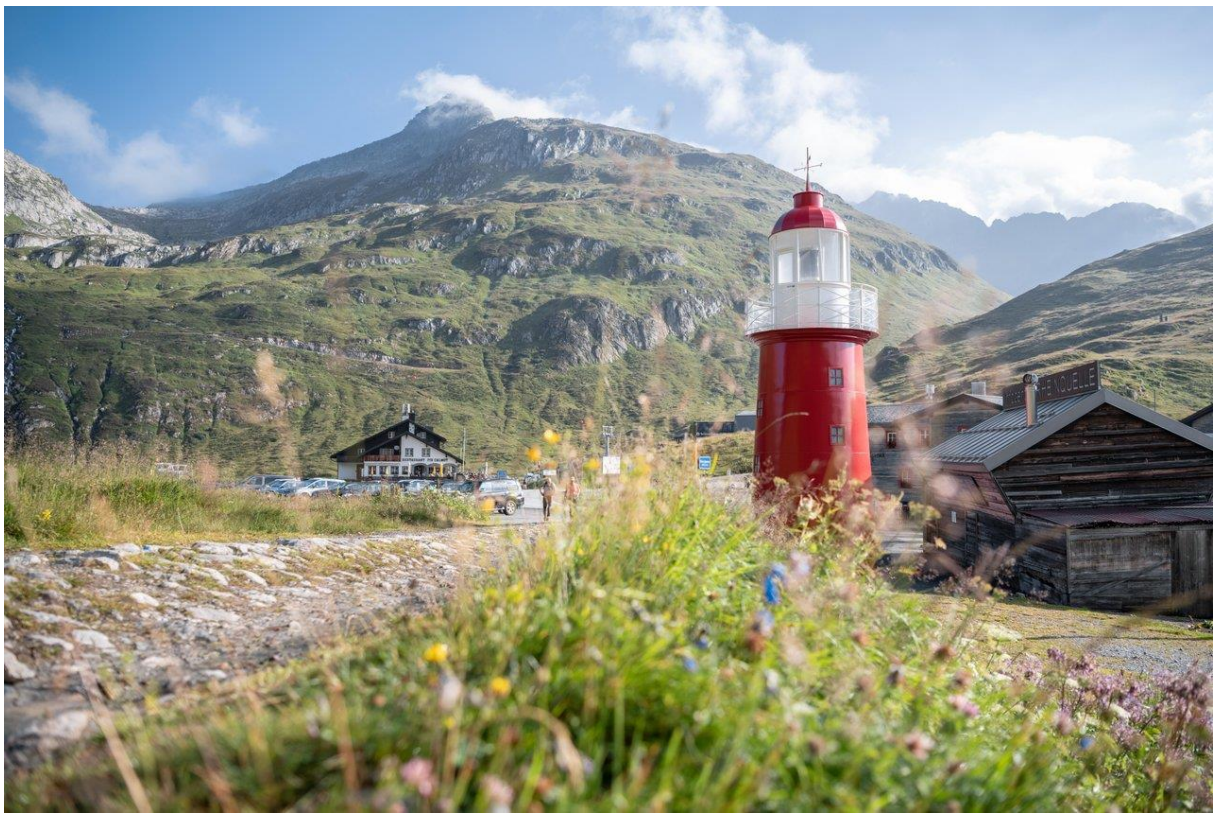


Geschäftsbericht 2024

Sedrun Disentis Tourismus SA



Inhalt

I VORWORT	4
2 ORGANISATION SEDRUN DISENTIS TOURISMUS	6
2.1 AKTIONARIAT UND VERWALTUNGSRAT	6
2.2 LEISTUNGSauftrag	6
2.3 PERSONALBESTAND	6
2.3.1 Wechsel der Geschäftsleitung	7
2.3.2 Personalstrukturanpassung	7
2.4 LEISTUNGSVEREINBARUNGEN	7
2.4.1 Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG	7
2.4.2 Conversa	7
3 MEILENSTEINE SEDRUN DISENTIS TOURISMUS IM JAHR 2024	8
3.1 BETRIEB DER BEIDE TOURISMUSBÜROS	8
3.1.1 Öffnungszeiten	8
3.1.2 Zusammenarbeit Bergbahnschalter und Schneesportschule	8
3.1.3 Digitalisierung	8
3.2 ENTWICKLUNG VON ANGEBOTEN	8
3.2.1 Gästekarte	8
3.2.2 Ferien Angebote Bialas Vacanzas und Prints	9
3.2.3 Eigene Events und Sponsoring	9
3.3 NEUE WEBSITE ANDERMATT SEDRUN DISENTIS	9
3.4 DIREKTRESERVATION	10
4 STRATEGISCHER AUSSCHUSS ANDERMATT SEDRUN DISENTIS	12
5 MARKETING	13
5.1 STRATEGISCHE AUSGANGSLAGE	13
5.2 MARKETING-KAMPAGNEN	13
5.2.1 Hauptkampagne Winter 2024/25	13
5.2.2 Hauptkampagne Sommer 2024 (in Zusammenarbeit mit ASDM)	14
5.2.3 Fokuskampagne 26 Summits	14
5.2.4 Themenallianzen mit Graubünden Ferien	14
5.3 WEITERE MARKETINGAKTIVITÄTEN	15
5.3.1 Medien- und Influencerreisen	15
5.3.2 Contentproduktion und Social Media	16
5.3.3 Konsolidierung Web & Newsletter	16
5.4 WIRKUNG & ERKENNTNISSE	16
5.4.1 Erfolgsfaktoren:	16
5.4.2 Herausforderungen:	16
5.5 AUSBLICK & EMPFEHLUNGEN	16

5.5 FAZIT	16
6 STATISTIK	17
6.1 GEÖFFNETE HOTELBETRIEBE	17
6.2 VERFÜGBARE ZIMMER IN DER HOTELLERIE	17
6.3 VERFÜGBARE BETTEN IN DER HOTELLERIE	18
6.4 ANKÜNFTE HOTELLERIE	18
6.4 LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE	19
7 JAHRESABSCHLUSS SDT 2024	20
8 REVISIONSBERICHT	29
9 SCHLUSSWORT	30

I Vorwort

Vorwort der VR- Präsidenten

Im Vorwort des Geschäftsjahres 2019 habe ich mich eingehend mit der touristischen Entwicklung der Region Sedrun Disentis im Allgemeinen und mit der damaligen Überführung des Vereins Sedrun Disentis Tourismus in eine Aktiengesellschaft im speziellen befasst. Bereits damals wurde aufgezeigt, welche äusserst lange touristische Tradition Sedrun und Disentis haben. Nur zur Erinnerung; die ersten Hotels in Sedrun wurden 1796 (La Cruna) resp. 1860 in Disentis gebaut und damit kamen bereits 1896 die ersten Skifahrer nach Sedrun und wenig später nach Disentis. Es ist belegt, dass die ersten Skifahrer Engländer waren, welche über den Oberalppass nach Sedrun-Disentis gelangen. So haben diese (sozusagen) «vorgespart», was wir über 120 Jahre später in der Region realisiert haben, die Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun.

Aber auch mit der Gründung der Tourismusorganisationen im Jahre 1905 in Disentis und 1927 in Sedrun waren sich die damaligen Verantwortlichen scheinbar bewusst, dass der Tourismus für die Region eine sehr grosse Bedeutung hat und auch für die Zukunft haben wird. Nebst den Tourismusorganisationen wurden in diesen Jahren auch die Skiclubs, Skischulen und später auch die Bergbahnen gegründet. Unsere Region war damit aus nationaler Sicht ein Pionier bei der Gründung von verschiedenen Sport- und Tourismusorganisationen. Nach dem Ende des 2. Weltkrieges wurde so richtig in die Tourismuswirtschaft investiert. Vor allem Skifahren wurde ab den 60er Jahren definitiv zum «Volkssport» Nr.1 in der Schweiz und gehörte dannzumal schon fast zum Kulturgut der Schweiz. Von diesem damaligen «Boom» hat die Region sehr stark profitiert.

Es kamen dann aber auch weniger gute Jahre. Es gab einige Hochs und Tiefs zu überwinden. Sei dies wegen den äusseren Gegebenheiten wie Schneemangel, Finanzkrisen oder Währungskrisen. Aber auch des Öfteren wegen internen Unstimmigkeiten und «Quälereien». Um dem entgegenzuwirken, wurden in den 2000-Jahren zahlreiche Versuche gestartet, die touristische Zusammenarbeit in der Region Sedrun-Disentis und Andermatt zu verbessern. Es wurden zahlreiche Strategie-Konzepte und sogar zwei Absichtserklärungen für gemeinsame und übergreifende Tourismusstrategie erarbeitet und unterzeichnet. Eine einheitliche Mission/Strategie wurde jedoch nicht wirklich gefunden.

Die Gemeinde Tujetsch hat im Februar 2022 alle Gemeinden und die touristischen Organisationen und Unternehmungen der Region Andermatt-Sedrun-Disentis zu einem Dialog eingeladen, wo gemeinsam über eine Strategieabstimmung in der Region besprochen werden soll. Nachdem auch dieser Versuch zu «stranden» drohte, hat der Verwaltungsrat von Sedrun Disentis Tourismus SA am 19. Dezember 2022 ein Positionspapier unter dem Titel «Vereint stehen wir – getrennt fallen wir» erarbeitet, allen Partnern zugestellt und damit den entscheidenden Prozess initiiert für eine gemeinsame, übergreifende Strategie. Damit wurde das Projekt «Entwicklungsstrategie Andermatt-Sedrun-Disentis» gestartet. Die Leitung des Projektes wurde der Andermatt-Sedrun-Disentis Marketing (ASDM) übergeben. Seither wird sowohl im strategischen Ausschuss wie auch in der Arbeitsgruppe sehr konstruktiv und intensiv an der Erarbeitung und Umsetzung der Entwicklungsstrategie sowie die Bearbeitung von verschiedenen Themen und strategischen Geschäftsfelder (SGF) gearbeitet. Ein erster und wichtiger Schritt und Erfolg ist die Erarbeitung und Aufschaltung der gemeinsamen Homepage www.andermatt-sedrun-disentis.ch im letzten Herbst. Weitere Umsetzungsschritte wie bspw. eine Erlebnisstrategie werden folgen.

Als VRP von Sedrun Disentis Tourismus SA bin ich überzeugt, dass wir mit dem initiierten Prozess einer gemeinsamen Entwicklungsstrategie Andermatt-Sedrun-Disentis auf dem richtigen Weg sind, um auch mittel- und langfristig im sehr hart umkämpften nationalen und internationalen Tourismusmarkt erfolgreich bestehen zu können.

Für die konstruktive und zielgerichtete Zusammenarbeit danke ich allen involvierten Partnern und Personen ganz herzlich. Ein spezieller Dank gebührt dem Geschäftsführer der ASDM, Pascal Schär für seinen ausserordentlichen Einsatz, sowohl für SDT wie auch der ASDM. Ich freue mich, den aufgelegten Weg für die Entwicklung einer «echten» Tourismusdestination Andermatt-Sedrun-Disentis weiterhin mitbegleiten zu dürfen. Dieses Mal wird es gelingen!



2 Organisation Sedrun Disentis Tourismus

2.1 Aktionariat und Verwaltungsrat

SDT ist als Aktiengesellschaft organisiert. 100% der Aktien werden von zwei Aktionären gehalten:

Gemeinde Disentis, 50 % der Aktien
Gemeinde Tujetsch, 50 % der Aktien

Der Verwaltungsrat setzt sich aus folgenden Personen zusammen (per 31.12.2024)

- Silvio Schmid (Präsident), Vertreter Bergbahnen
- Desirée Willimann, Vertreterin Gemeinde Tujetsch (bis August 2024)
- Pius Cavegn, Vertreter, Gemeinde Tujetsch (ab September 2024)
- Annette Meyer, Vertreter Gemeinde Tujetsch
- René Epp, Vertreter Gemeinde Disentis
- Iso Mazzetta, Vertreter Gemeinde Disentis
- Giusep Columberg, Vertreter Hotellerie

2.2 Leistungsauftrag

Im Dezember 2024 wurde eine neue Leistungsvereinbarung zwischen den Gemeinden Disentis und Tujetsch und SDT unterzeichnet welche per 01.01.2025 in Kraft tritt. Die beinhaltet die Grundsätze der Leistungserbringung von SDT und der Abgeltung der Leistung der Gemeinden spezifisch jeweils 70% der Einnahmen der Gästetaxen und 100% der Einnahmen der Tourismustaxen.

2.3 Personalbestand

SDT ist die Tourismusorganisation für Disentis und Tujetsch und fokussiert sich auf Gästeservice und Angebotsentwicklung. Der Andermatt Sedrun Marketing AG wurde ein Mandat für das Marketing übergeben.

SDT beschäftigt per 31.12.2024 9 Mitarbeitende mit ca. 510 Stellenprozent.

- Nicole Weber 100%
- Linda Maag 100%
- Marie Claire Clement 60%
- Helen Riedweg 60%
- Laura Schneider 70%
- Heidi Meier 20 %
- Remo Eberle 60 %
- Andrina Janki, Stundenlohn ca. 20%
- Fränzi Berther, Stundenlohn ca. 20%

TOTAL Stellenprozent ca. 510 % (Stand 31.12.2023: 440).

Die Aufstockung der Stellenprozente war durch eine Ausgleichung/Anpassung der Löhne möglich!

2.3.1 Wechsel der Geschäftsleitung

Nach dem Weggang von Simona Barmettler Ende Oktober 2022 hat Pascal Schär von der ASDM, zusammen mit dem VRP, die Geschäftsführung übernommen. Am 1. Juni 2023 hat in der Folge Flavia Berther als Teamleiterin einen Teil der Geschäftsführungs-Aufgaben übernommen. Bis im Juni 2024 wurde SDT in Form einer Geschäftsleitung, bestehend aus Flavia Berther, Pascal Schär und dem VRP geführt. Per 1. Juli 2024 hat Nicole Weber die Aufgabe als Geschäftsführerin übernommen und hat sich rasch und sehr gut in die neue Aufgabe und Region eingeführt.

2.3.2 Personalstrukturanpassung

Aufgrund diverser Abgänge und Personalwechsel ergab sich die Chance, die Personalstruktur anzupassen. Es gibt neu nur noch Teilzeitstellen an der Gästeinformation, so kann in der Hochsaison bis 100 % gearbeitet werden und in der Zwischen- und Nebensaison Überstunden abgebaut und Minusstunden aufgebaut werden. Ebenfalls wurden 2 Mitarbeiter im Stundenlohn für frequenzbedingte Planung der Gästeinformation und zur Unterstützung von Events und Backoffice eingestellt. Backoffice-Aufgaben werden vorwiegend an der Gästeinformation in den wenig frequentierten Zeiten erledigt.

2.4 Leistungsvereinbarungen

2.4.1 Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG (ASDM AG)

Ab 2024 entrichtet SDT eine jährliche Pauschale von CHF 600'000.00 an die ASDM für das Marketingmandat, welche den Wert und die Relevanz der erbrachten Leistungen widerspiegeln. Die Umsetzung des Mandats liegt in der Verantwortung von Pascal Schär, welcher von Priska Müller mit einem Pensum von 60 % unterstützt wird.

2.4.2 Conversa

Auch im Geschäftsjahr 2024 setzt SDT auf die bewährte Zusammenarbeit mit der Conversa Treuhand AG für Buchhaltung und Lohnwesen. Die Verlängerung des SLA bestätigt das Vertrauen in deren Kompetenz und sichert weiterhin Qualität und Effizienz in Finanz- und Personalbelangen.



3 Meilensteine Sedrun Disentis Tourismus im Jahr 2024

3.1. Betrieb der beide Tourismusbüros

3.1.1 Öffnungszeiten

SDT führt an den Standorten Bahnhof Disentis und in Sedrun jeweils ein Informationsbüro. Neu wurden die Öffnungszeiten so angepasst, dass in der Hauptsaison das Büro täglich geöffnet hat inkl. Feiertagen, in der Zwischensaison Mo.–Sa. und in der Nebensaison Mo.–Fr. Die Öffnungszeiten in Sedrun im Winter wurden an die Skischule angepasst.

3.1.2 Zusammenarbeit Bergbahnschalter und Schneesportschule

Per 1. Juli 2024 übernahm SDT im Büro in Sedrun die Betreuung des Bergbahnschalters. In der Leistungsvereinbarung mit der Andermatt Sedrun Sport AG wurde ein Fixbetrag von 2000.- pro Monat für die Sommermonate und ein Anteil des Umsatzes von 5 % in den Wintermonaten.

Die Zusammenarbeit mit der Schneesportschule Sedrun wurde neu definiert und alle Mitarbeiter wurden dementsprechend geschult, sodass in den wenig frequentierten Zeiten ein Mitarbeiter den Gästen für die 3 Bereiche SDT, Bergbahnschalter und Schneesportschule genügt.

3.1.3 Digitalisierung

Im Verlauf des Jahres 2024 wurden alle Mitarbeiter mit einem Teams-Konto eingerichtet und auch dementsprechend geschult. Verschiedene andere Programme wurden gekündigt, um die Vielfalt zu verringern und Kosten einzusparen. An den Backoffice-Arbeitsplätzen wurden Dockingstationen eingerichtet und die bestehenden Laptops überarbeitet, sodass alle Mitarbeiter je nach Bedarf an den Arbeitsplätzen arbeiten können.

Die beiden sehr gealterten Registrierkassen wurden durch ein online Tablet-Kassensystem abgelöst, welches die Abrechnung massiv erleichtert und somit Mitarbeiterstunden spart.

3.2 Entwicklung von Angeboten

3.2.1 Gästekarte

Für den Sommer 2024 wurde das neue Gästekartensystem inkl. Berg-Bahnticket der Firma Alturos eingeführt. Die Gästekarte wurde somit im gleichen System angesiedelt wie die zukünftige Website und weitere Artikel der Bergbahnen. Angeboten wurde wieder das Berg- und Bahnticket für CHF 20.00 (Erwachsenenpreis) welches dann 7 Tage alle Bergbahnen sowie die Matterhorn Gotthard Bahn von Disentis bis Realp

Der technische Start der Gästekarte verlief sehr holprig, neben technischen Problemen war der Ablauf des Kaufs für viele Gäste zu kompliziert. Für den Sommer 2025 sind viele Verbesserungen zu erwarten.

Kosten und Erträge der Gästekarten sind in der Jahresrechnung 2024 unter Punkt 7 ersichtlich.

3.2.2 Ferien Angebote Bialas Vacanzas und Prints

Aufgrund der vielen Personalwechsel wurden für die Bialas Vacanzas Angebote vorwiegend analog dem Vorjahr angeboten.

Im Printbereich wurde für den Winter 2024/25 die Vorlage des Infobüchleins erneuert und die Bialas Vacanzas Angebote integriert.

Wander- und Bike Karten wurden in Absprache mit den Bergbahnen vom Vorjahr übernommen.

3.2.3 Eigene Events und Sponsoring

Es wurde ein neuer Sponsoring-Leitfaden entwickelt, welcher am 14. Oktober 2024 vom Verwaltungsrat verabschiedet wurde. In dem Leitfaden wurde festgelegt, was die Anforderungen pro Betrag an den jeweiligen Event sind. Ebenfalls wurde festgelegt, dass in Zukunft Events auch mit Printmedien, Personaleinsatz oder ähnlichem unterstützt werden können.

Für Eventsponsoring wurden im Jahr 2024 folgende Beträge ausgegeben

• Surselva Marathon	CHF 10'000.00
• Trofea Pèz Ault	CHF 10'000.00
• Design am Rhein	CHF 6'000.00
• Rheinwelten	CHF 7'500.00
• NEATural	CHF 3'000.00
• Indoor Festival	CHF 30'000.00
• Schweizer Wandernacht	CHF 1'500.00
• Rock Sedrun	CHF 30'000.00
• the classics Footgolf	CHF 2'500.00
• Nationalfeiertag Tujetsch & Disentis	CHF 1'000.00
• Just Ride	CHF 24'000.00
• I. Bündnermeistersch. Akrobatik	CHF 1'000.00
• Bündner Jodlertage	CHF 7'000.00
• Weihnachtskonzert Kloster Disentis	CHF 9'000.00
• Gospelkonzert Sedrun	CHF 10'000.00
• Kleinbeiträge Dorf Vereine und Kleinanlässe	CHF 2'500.00

TOTAL Event- und Sponsoring-Budget 2024: CHF 155'000.00 (CHF 175'000.00 im Vorjahr)

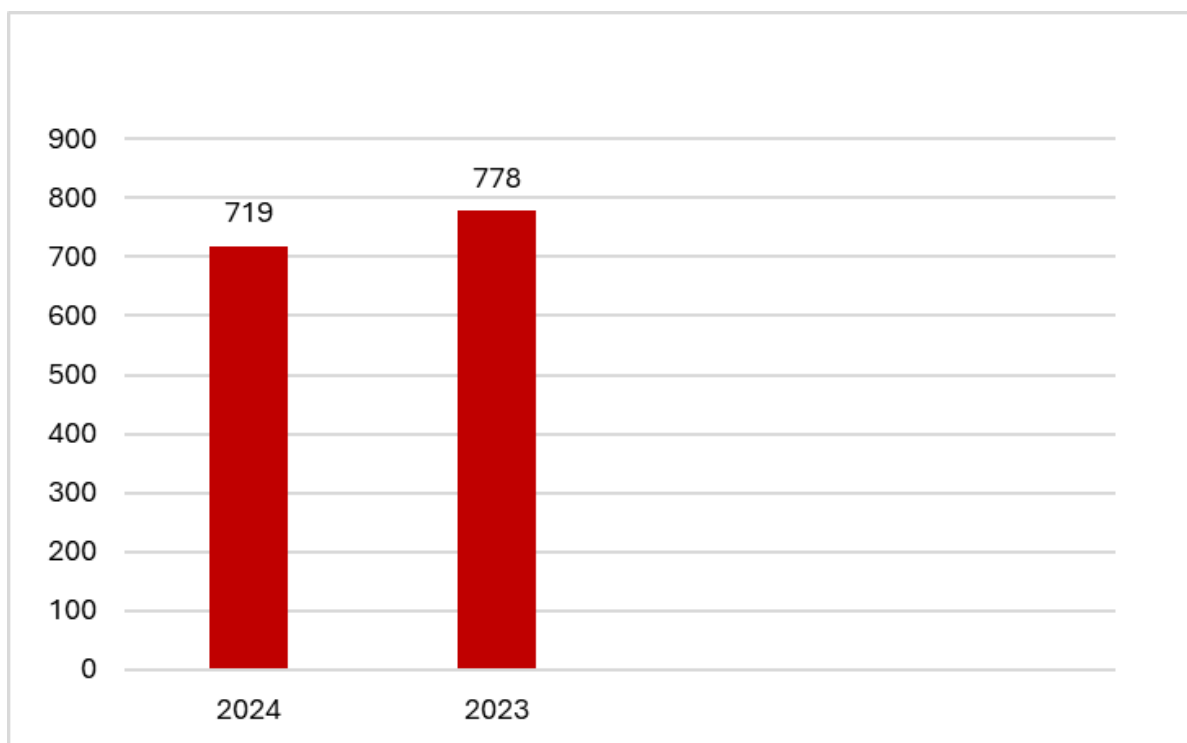
3.3 Neue Website Andermatt Sedrun Disentis

Am 6. November ist die neue gemeinsame Website von Andermatt Urserntal Tourismus, der Andermatt Sedrun Sport AG und SDT live gegangen. Das Feedback zur neuen Website war durchgehend positiv.

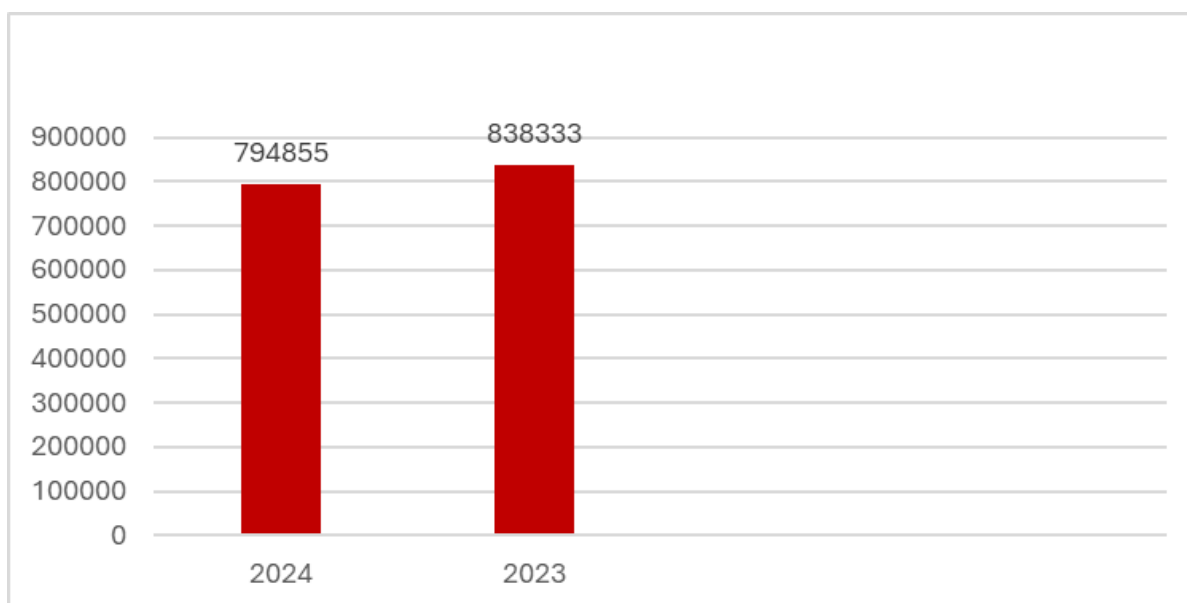
An dieser Stelle ein grosses Dankeschön an alle Beteiligten und Gratulation zu diesem Meilenstein der strategischen Zusammenarbeit über den Berg

3.4 Direktreservation

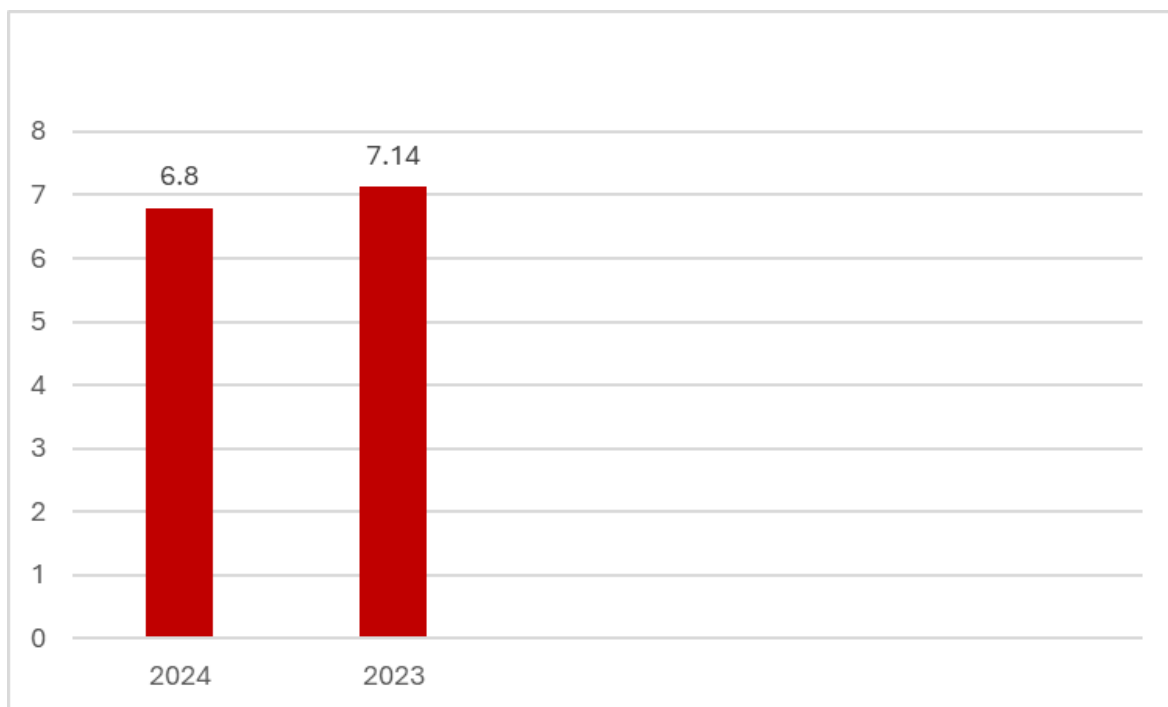
Anzahl Buchungen Pro Jahr



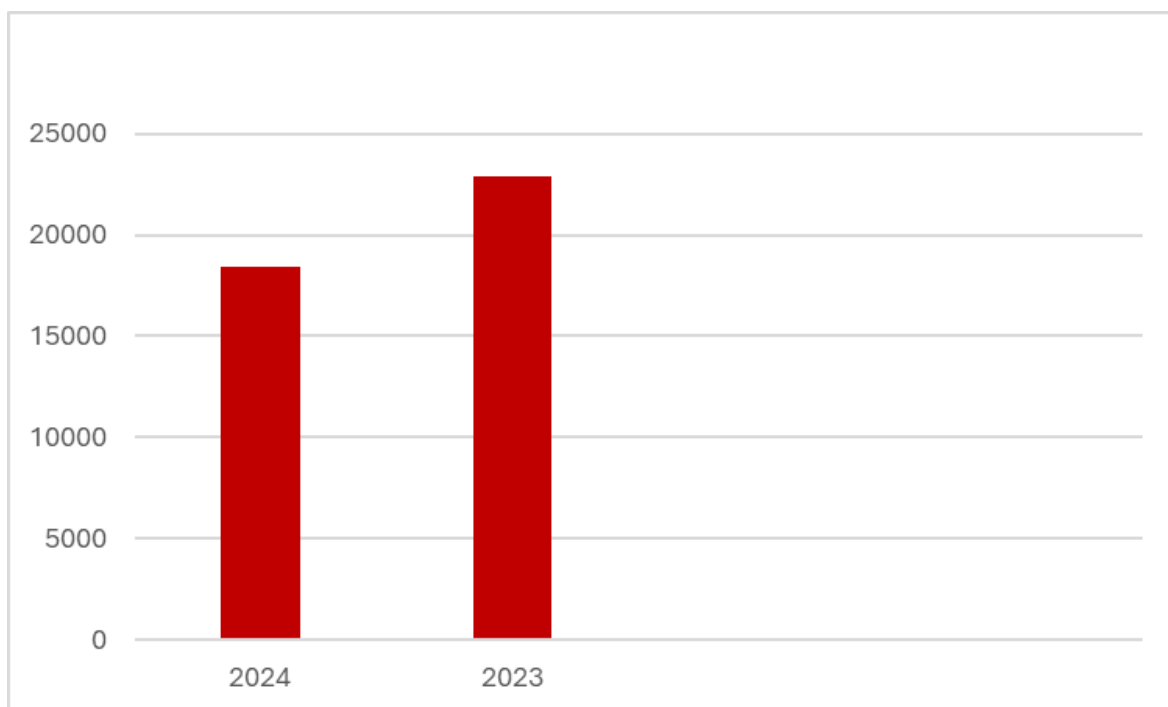
Gesamtumsatz



Durchschnittliche Aufenthaltsdauer



Logiernächte



4 Strategischer Ausschuss Andermatt Sedrun Disentis

4.1 Entwicklungsstrategie Andermatt Sedrun Disentis

Die Entwicklungsstrategie verfolgt das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit der Region nachhaltig zu stärken. Im Zentrum steht eine koordinierte Zusammenarbeit zwischen politischen Gemeinden, touristischen Organisationen, Bergbahnen, ASA und weiteren Stakeholdern. Grundlage ist ein gemeinsames, langfristiges Verständnis über strategische Ziele, Zuständigkeiten und die Finanzierung zentraler Projekte.

Fünf Pfeiler tragen die Strategie: (1) Klare Zielsetzungen für ein nachhaltiges Wachstum, (2) die Entwicklung strategischer Geschäftsfelder, (3) eine transparente Struktur mit definierten Verantwortlichkeiten, (4) abgestimmte Finanzierungsmodelle und (5) die Bearbeitung übergeordneter Themen wie Digitalisierung, Infrastruktur, Mobilität und Standortattraktivität.

4.2 Organisation der Entwicklungsstrategie

Die Entwicklungsstrategie wird vom Strategischen Ausschuss Andermatt-Sedrun-Disentis getragen. Dieses Gremium vereint die wichtigsten Akteure der Region – darunter Gemeinden, Tourismusorganisationen, Bergbahnen und ASA – und ist für die strategische Ausrichtung, Priorisierung und Finanzierung zuständig.

Die operative Umsetzung erfolgt durch eine Arbeitsgruppe, die konkrete Projekte vorbereitet, thematische Untergruppen koordiniert und genehmigte Massnahmen durchführt. Unterstützt wird sie durch die Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG, welche als Geschäftsstelle fungiert und die juristische Trägerschaft übernimmt.

Die Entscheidungsprozesse sind klar geregelt: Der Ausschuss tritt mindestens zweimal jährlich zusammen, genehmigt Budgets, Projektanträge und evaluiert die Fortschritte. Die Zusammenarbeit basiert auf einem gemeinsamen Grundlagenpapier und einem verbindlichen Organisationsreglement (Stand: Januar 2025).

4.3 Umgesetzte und geplante Massnahmen (Stand Q1 2025)

In diversen strategischen Geschäftsfeldern wurden erste konkrete Projekte umgesetzt. Im Bereich Cycling startete die Umsetzung der Marke «*The Summit of Cycling*», inklusive Trail Bau-Camp und Waschstationen in allen drei Gemeinden. Für den alpinen Wintersport wurde die Positionierung weiterentwickelt und abgestimmt kommuniziert, für Nordic wurde eine Bedürfnisanalyse erstellt und für das SGF-Golf wird ein gemeinsames Greenfee geplant.

Bei den übergeordneten Themen wurde die Konsolidierung der Webseiten und des CRM abgeschlossen, die digitale Gästekarte ist in Entwicklung. Die Mobilitätsverträge mit der MGBahn sollen harmonisiert werden, um ab 2026 neue ganzheitliche Lösungen umzusetzen. Zudem werden im Rahmen einer Erlebnisstrategie diverse Angebote entwickelt (WorkLife+, Adventszauber, Urban Golf, Bike-Angebote etc.). Weitere Massnahmen im Bereich der Infrastrukturen sind ebenfalls geplant und werden durch die Gemeinden erstellt (Feuerstellen, Toiletten etc.).

5 Marketing

5.1 Strategische Ausgangslage

Im Zentrum der Marketingaktivitäten 2024 stand das Ziel, die Awareness für die Destination Disentis Sedrun zu steigern und gleichzeitig die in der Destinationsstrategie definierten Geschäftsfelder sichtbar zu machen. Im Sinne eines ganzheitlich gedachten Marketing-Funnels wurden die Awareness-Massnahmen von Sedrun Disentis Tourismus (SDT) gezielt mit den Performance-Massnahmen der Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG (ASDM) verzahnt.

Die Zielgruppenfokussierung auf Schweizerinnen und Schweizer aus der Deutschschweiz und dem Tessin erlaubte eine Bündelung der Kommunikationsmittel, die Streuverluste minimierte und eine konsistente, sprachlich wie kulturell abgestimmte Ansprache über alle Kanäle hinweg ermöglichte.

5.2 Marketing-Kampagnen

5.2.1 Hauptkampagne Winter 2024/25

Für die Wintersaison 2024/25 wurde eine integrierte Multi-Channels-Strategie mit Zielsetzung Awareness (SDT) und Zielsetzung Performance (ASDM) umgesetzt. Dabei stand in der Awareness-Phase die Bekanntheit der Destination Disentis Sedrun sowie bei der Performance Phase der Abverkauf der Skitickets, insbesondere des Halbpreis- Abos im Zentrum.



Ziel war es, die Region Andermatt+Sedrun+Disentis in ihrer Vielfalt als Winterdestination bekannt zu machen und gleichzeitig eine starke Grundlage für die Performance-Kampagne zu legen. Die Kommunikationsarchitektur war bewusst so konzipiert, dass die Awareness-Kampagne als Impulsgeber diente – sie generierte Sichtbarkeit, schärfte die Positionierung und schuf emotionale Identifikation mit dem Wintersportgebiet.

Kanäle im Einsatz:

- Connected TV (Disney+, Joyn, YouTube)
- DOOH an Bahnhöfen (grossflächige Sichtbarkeit im urbanen Raum)
- Meta & TikTok Ads (Social Awareness)
- Google Search & Demand Gen

Ergebnisse:

- Über 2,8 Millionen Impressions auf CTV und DOOH
- Hohe mediale Akzeptanz des transparenten Preismodells

Diese Kampagne demonstrierte eindrucksvoll, welche Effektivitätsgewinne möglich sind, wenn Awareness und Performance kanalübergreifend und unternehmensübergreifend abgestimmt werden. Die gemeinsame Umsetzung entlang einer konsistenten Funnel-Logik markierte einen Meilenstein in der Zusammenarbeit zwischen SDT und ASDM.

5.2.2 Hauptkampagne Sommer 2024 (in Zusammenarbeit mit ASDM)

Ziel der Hauptkampagne Sommer war es, die neue Gästekarte sowie das Sommerangebot „Bialas Vacanzas“ bekannt zu machen und über mehrere Flights hinweg sowohl Awareness als auch konkrete Interaktionen zu erzielen. Die Kampagne war in zwei Komponenten gegliedert: Ad Engagement (Awareness) und Site Engagement (Consideration/Performance).

Zeiträume:

- Awareness: April bis Juli 2024
- Performance: April–Mai / Juni / Juli–August 24

Ergebnisse:

- 26'729 Klicks
- 33'312 qualifizierte Sessions
- 42'266 aktive Interaktionen
- 5'658 Wettbewerbsteilnahmen
- Durchschnittliche Engagement-Rate: über 60 %



Diese datengetriebene Kampagne leistete einen wesentlichen Beitrag zur digitalen Markenstärkung und zur Leadgenerierung für die Sommersaison.

5.2.3 Fokuskampagne 26 Summits

Im Sommer 2024 war Disentis Sedrun als Highlightregion Teil der nationalen Inspirationskampagne 26 Summits von Ringier, in Kooperation mit AUT und ASDM. Im Zentrum stand eine emotionale Positionierung der Region durch Print, Online und Social Media.

Kanäle & Formate:

- Blick.ch (Branded Story, Display Ads)
- Print: SonntagsBlick & L'illustré
- Social Media: Facebook Ads

5.2.4 Themenallianzen mit Graubünden Ferien

Im Jahr 2024 beteiligte sich Disentis Sedrun aktiv an mehreren Themenallianzen von Graubünden Ferien. Diese Kooperationen ermöglichten eine wirkungsvolle Positionierung unserer Destination im nationalen und internationalen Wettbewerb und stärkten die Sichtbarkeit von Disentis Sedrun bei klar definierten Zielgruppen.

Bike

Im Rahmen der neuen, dreijährigen Kampagne Home of Trails – Eine Liebe fürs Leben beteiligte sich Disentis Sedrun frühzeitig an der konzeptionellen und inhaltlichen Planung. Zielmarkt ist Deutschland, mit Fokus auf Bayern und Baden-Württemberg. Die Kampagne setzt auf emotionale Inhalte wie ein

Biketypen-Quiz, eine Dating-Show mit Content Creators, Kurzvideos und begleitende Social Media Assets, um die Partnerdestinationen – darunter Disentis Sedrun – als leidenschaftliche Bikedestinationen zu positionieren.

Skitouren

Disentis Sedrun war Teil der mehrjährigen Skitouren-Kampagne, die sich an Einsteiger, bis Routiniers richtet. Im Zentrum standen eine nutzerfreundliche Landingpage mit gefilterten Tourenangeboten sowie gezielte Online-Kampagnen (Paid Media, Social Ads) zur Inspiration und Orientierung. Die Kampagne fokussierte auf Erlebnisse, die auf die individuellen Bedürfnisse der Gäste abgestimmt sind und bot spezifische Inhalte aus der Region zur Tourenwahl und Vorbereitung.

Nordic

Mit der Beteiligung an der neuen Langlauf-Initiative Alle Laufen Lang setzte Disentis Sedrun auf digitale Innovation zur Gästebindung. Die App vereint Inspiration, Tracking und Gamification – etwa das Sammeln virtueller Steinböcke und Loipenkilometer. Bereits in der ersten Wintersaison wurden über 5'500 Downloads, 1'700 Registrierungen und 96'000 gesammelte Loipenkilometer verzeichnet. Besonders aktiv war die Altersgruppe 41–80, was auf ein hohes Interesse im Segment der erfahreneren Wintersportgäste hinweist.

Weitwandern

Disentis Sedrun engagierte sich in der Entwicklung der neuen Kampagnenidee Rucksack-Minimalismus, die das Wandern als Quelle von Entlastung, Naturverbundenheit und Erlebnisreichtum inszeniert. Die Kampagne wird ab 2026 ausgespielt und fokussiert auf entspannte, inspirierende Weitwanderangebote – eingebettet in Kultur, Kulinarik und Landschaftserlebnis.

5.3 Weitere Marketingaktivitäten

5.3.1 Medien- und Influencer Reisen

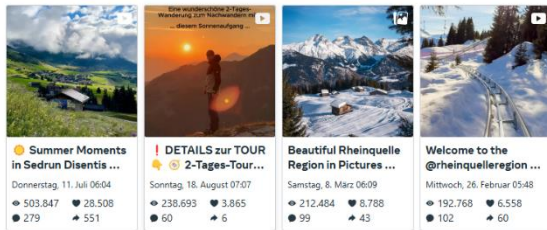
Zur gezielten Vertiefung der Inhalte und zur Steigerung der Medienpräsenz setzte SDT auf kuratierte Medienreisen. Unter anderem besuchten:

- Looping Magazin - Reisen mit Hund. Wanderung zur Rheinquelle
- Chris Jäger - Trans Grischun mit dem Gravelbike
- Jona Gisi Influencer Instagram - 2-Tages-Wanderung zur Rheinquelle
- Tom Langmans, niederländischer Journalist – Gravelbike Route "Trans Grischun"
- Moritz Marthaler Journalist Tages-Anzeiger - 3 Tage im Bikelabyrinth
- Über ST Benelux - Henk Fillipo Klosterführung Disentis
- Rapunzel will raus - Bloggpost über Region Disentis im Winter mit Kindern
-

Die Beiträge erzeugten hohe Reichweiten in digitalen und gedruckten Medien sowie eine authentische Darstellung der Erlebniswelt rund um Disentis Sedrun.

Im Rahmen des Ride-Along mit Hans Rey wurden gezielt Vertreterinnen und Vertreter der Fachpresse, Szene-Fotografen sowie Content Creators im Bereich Mountainbike eingeladen. Das Programm wurde so konzipiert, dass den teilnehmenden Biker ausreichend Zeit zur Erstellung von Inhalten sowie für Fotoaufnahmen zur Verfügung stand. An besonders fotogenen Orten wurden gezielte Stopps eingeplant, um kreative Pausen und die Produktion hochwertigen Contents zu ermöglichen.

5.3.2 Contentproduktion und Social Media



Für die Winterthemen Eislaufen und Rodeln wurden neue Bildwelten produziert. Inhalte zur Nordic-Kampagne konnten wetterbedingt nicht umgesetzt werden, sind aber für den Winter 2025/26 vorgesehen. Über den gemeinsamen Instagram-Kanal @rheinquelleregion wuchs die Reichweite weiter, so dass die Sichtbarkeit der Region im Social Web gezielt ausgebaut werden konnte. Die reichweitenstärksten Posts erreichten über 500'000 Personen.

5.3.3 Konsolidierung Web & Newsletter

Im Sinne einer nutzerorientierten Kommunikation wurde im November 2024 die Website von Sedrun Disentis, Andermatt Sedrun Disentis, sowie Andermatt-Uri-Region Tourismus technisch und strukturell vereinheitlicht. Mit Januar 2025 erfolgte zudem die Fusion der Newsletter-Systeme, um künftig gezielter und abgestimmt mit einer Stimme zu kommunizieren.

5.4 Wirkung & Erkenntnisse

5.4.1 Erfolgsfaktoren:

- Klare Rollenteilung und Zusammenarbeit mit ASDM entlang des Marketing-Funnels
- Hohe Aktivierung durch kreative Formate und inspirierende Inhalte
- Hohe Identifikation der Zielgruppe mit authentischer, naturnaher Positionierung
- Nahtlose Verzahnung von Paid, Owned und Earned Media

5.4.2 Herausforderungen:

- Nordic-Wintercontent konnte wetterbedingt nicht produziert werden

5.5 Ausblick & Empfehlungen

- Verstärkte Segmentierung und Personalisierung bei digitalen Massnahmen
- Ausbau der Storytellingformate, insbesondere für Sommerangebote
- Weiterentwicklung der Web- & Newsletterstruktur für nutzerzentrierte Kommunikation
- Gemeinsame Wirkungsmessung mit ASDM auf Funnel-Basis etablieren
- Fokus auf Reaktivierung & Wiederkehrerbindung (z. B. über Community-Building)

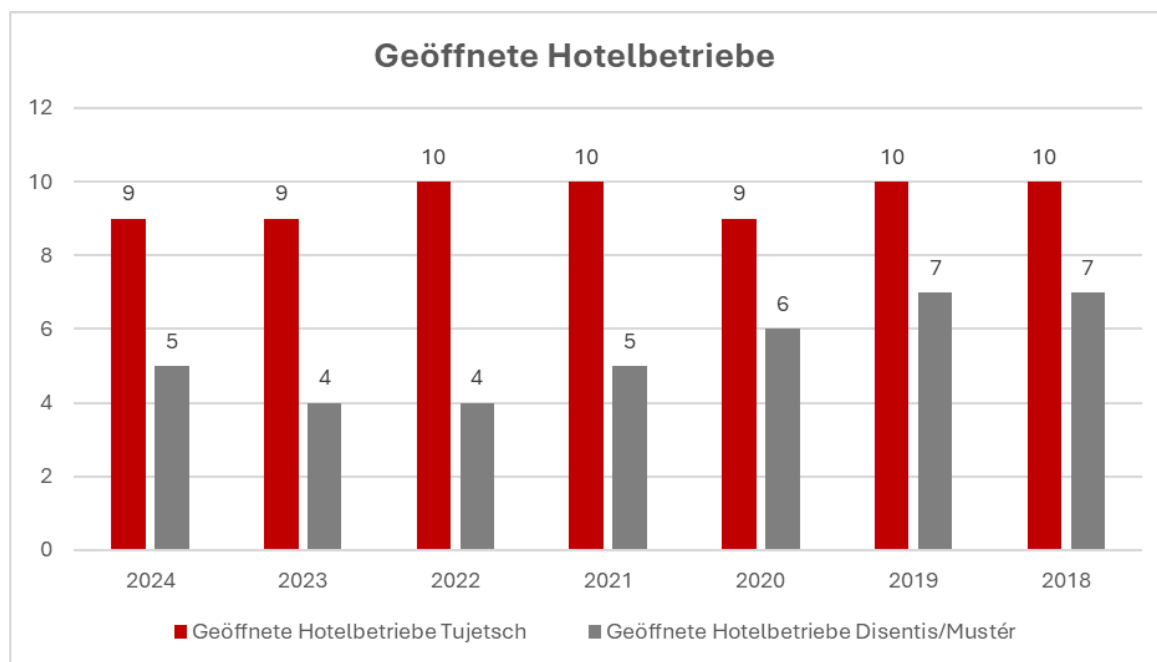
5.5 Fazit

2024 war ein Jahr mit hoher strategischer Klarheit und operativer Umsetzungsqualität. Sedrun Disentis Tourismus konnte – durch die konsequente Ausrichtung auf integrierte Kommunikation – Awareness gezielt in Wirkung übersetzen. Die Kombination aus inspirierenden Inhalten, kanalübergreifender Präsenz und koordinierter Zusammenarbeit mit Partnern macht Disentis Sedrun heute sichtbarer relevanter.

6 Statistik

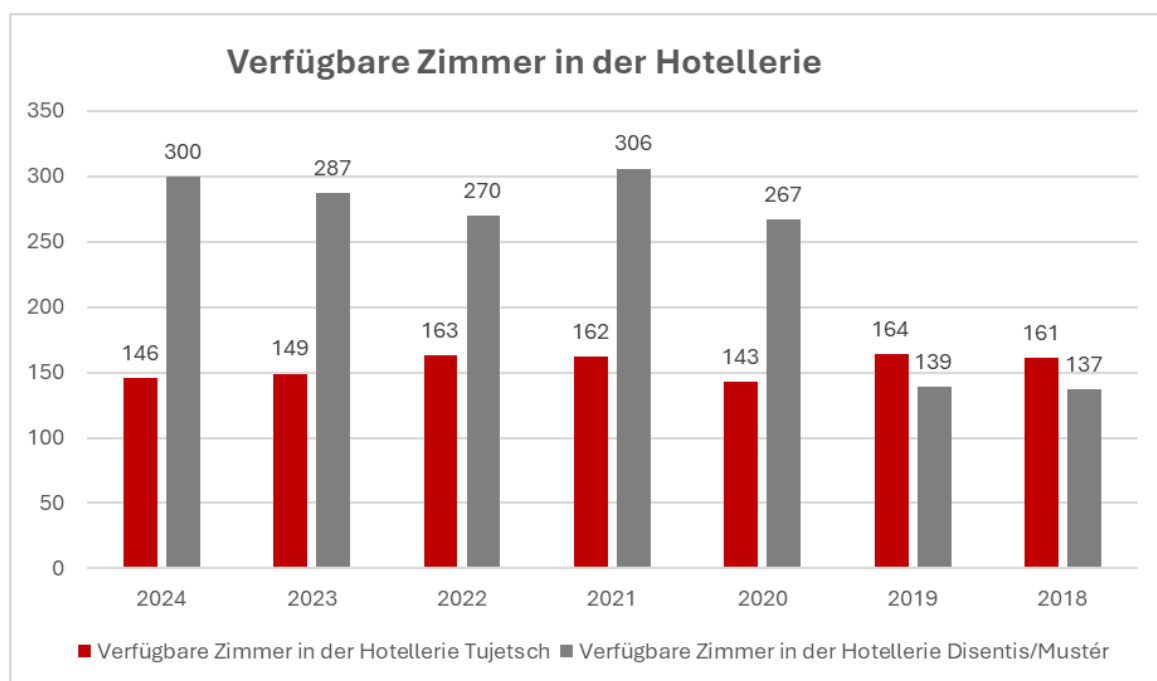
6.1 Geöffnete Hotelbetriebe

Quelle: Bundesamt für Statistik



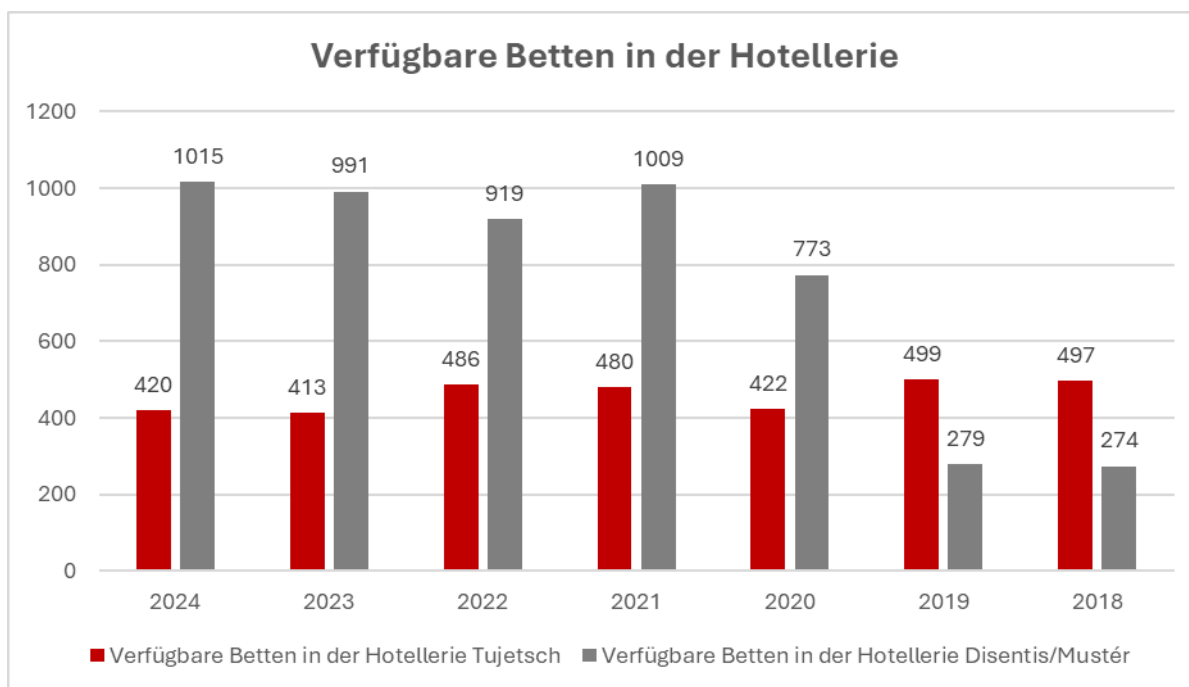
6.2 Verfügbare Zimmer in der Hotellerie

Quelle: Bundesamt für Statistik



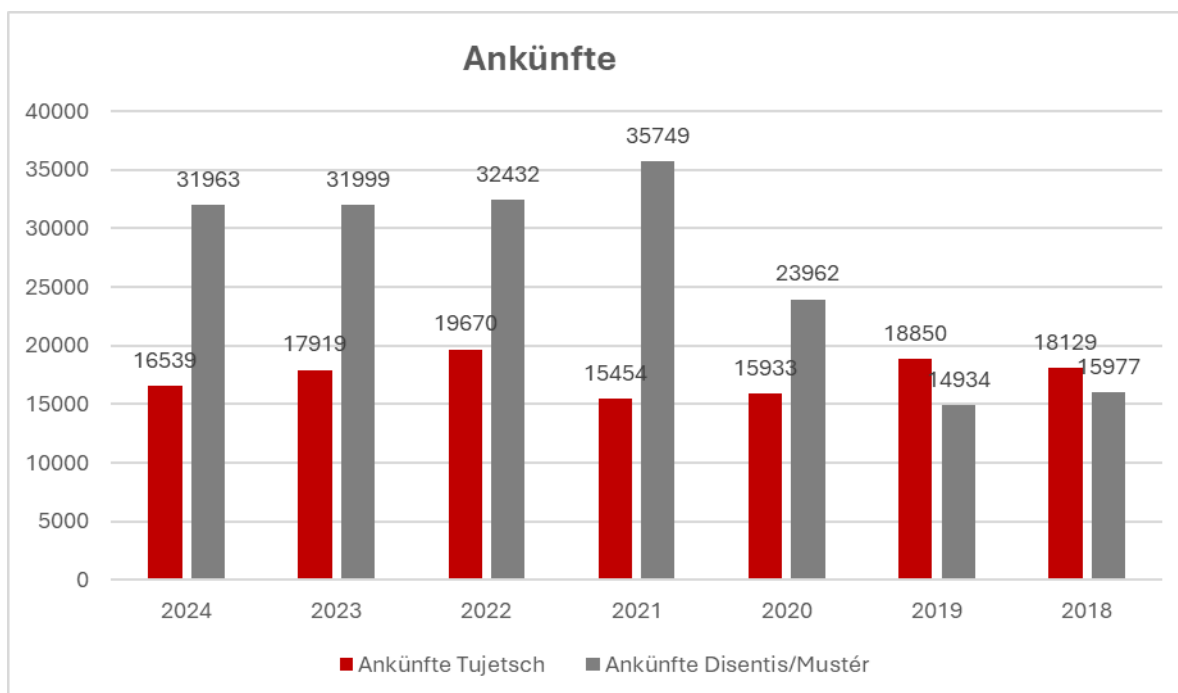
6.3 Verfügbare Betten in der Hotellerie

Quelle: Bundesamt für Statistik



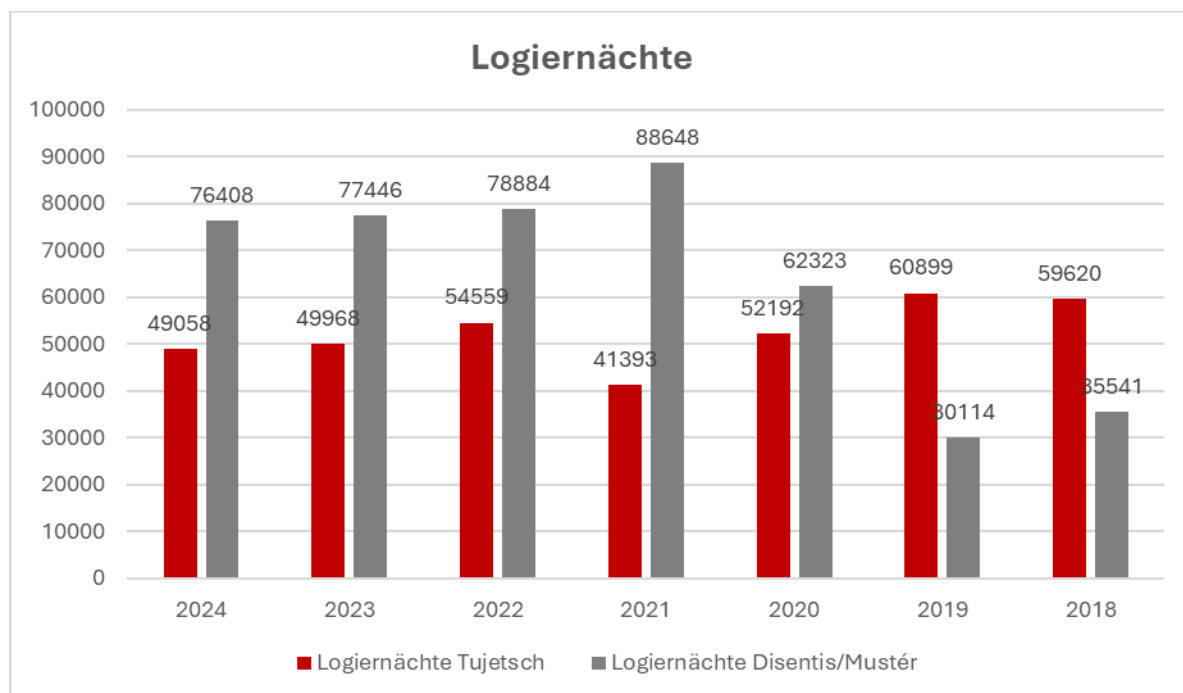
6.4 Ankünfte Hotellerie

Quelle: Bundesamt für Statistik



6.4 Logiernächte Hotellerie

Quelle: Bundesamt für Statistik



7 Jahresabschluss SDT 2024



Disentis Sedrun

JAHRESRECHNUNG 2024 Sedrun Disentis Tourismus SA

	Seite
Bilanz	1-2
Erfolgsrechnung	3-6
Mittelflussrechnung	7
Anhang	8
Antrag Gewinnverwendung	9

Disentis/Mustér, den 08. April 2025

 Disentis Sedrun			
BILANZ PER 31.12.2024			
		<u>31.12.2024</u>	<u>31.12.2023</u>
AKTIVEN		760'019.92	740'342.84
Umlaufvermögen		760'016.92	690'339.84
Flüssige Mittel		427'892.53	499'576.47
1000	Kassa Disentis	996.60	500.00
1001	Kassa Sedrun	2'976.65	500.00
1002	Tresor	612.57	965.00
1003	Kassastock ASS	825.00	0.00
1020	RB Cadi 70261.11	179'122.37	255'453.64
1023	RB Cadi / Gästekarten	175'542.30	175'590.30
1026	RB Cadi / Anteilschein	200.00	200.00
1030	RB Cadi / TOMAS	67'617.04	66'367.53
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		235'299.71	111'326.39
1100	Debitoren	197'484.41	69'548.34
1150	Debitor TOMAS	39'028.40	35'448.65
1120	Debitoren Infobüchlein	9'825.00	11'595.00
1140	Forderungen Kreditkarte	1'261.90	534.40
1105	Delkreder	-12'300.00	-5'800.00
Andere Forderungen		1'714.38	15'370.33
1180	Forderungen gegenüber Sozialversicherungen	1'698.05	15'358.20
1190	Forderungen gegenüber Verrechnungssteuer	16.33	12.13
Vorräte		13'200.00	5'900.00
1200	Büromaterial	0.00	400.00
1210	Verkaufsmaterial	13'200.00	5'500.00
1300	Aktive Rechnungsabgrenzung	81'910.30	58'166.65
Anlagevermögen		3.00	50'003.00
Sachanlagen		3.00	3.00
1410	Mobiliar	1.00	1.00
1420	Maschinen	1.00	1.00
1400	EDV	1.00	1.00
Grundkapital		0.00	50'000.00
1800	Nicht liberiertes Aktienkapital	0.00	50'000.00



BILANZ PER 31.12.2024

		<u>31.12.2024</u>	<u>31.12.2023</u>
PASSIVEN		760'019.92	740'342.84
Fremdkapital		670'922.65	564'684.20
	Kurzfristiges Fremdkapital	444'074.65	217'231.20
2000	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	412'311.35	201'530.60
2010	Verbindlichkeiten gegenüber MWST	6'463.30	10'700.60
2300	Passive Rechnungsabgrenzung	25'300.00	5'000.00
	Langfristiges Fremdkapital	226'848.00	347'453.00
2610	Rückstellung Gästegutscheine	21'848.00	22'453.00
2620	Rückstellung Projekte	205'000.00	325'000.00
Eigenkapital		89'097.27	175'658.64
2800	Aktienkapital	100'000.00	100'000.00
2810	Gesetzliche Reserven	3'600.00	2'400.00
2900	Gewinnvortrag	72'058.64	47'730.09
	Jahreserfolg	-86'561.37	25'528.55

**Sedrun Disentis Tourismus SA
7188 Sedrun**

ERFOLGSRECHNUNG 01.01.2024 - 31.12.2024

	ER 2024	Budget 2024	Abweichung	ER 2023	Abweichung
TOTAL ERTRAG	2'309'747.12	2'440'000.00	-130'252.88	2'319'220.96	-9'473.84
Total Gästetaxen und Tourismustaxen	2'000'000.00	2'100'000.00	-100'000.00	2'000'000.00	0.00
3000 Gästetaxen Sedrun	714'193.10	800'000.00	-85'806.90	721'844.03	-7'650.93
3010 Gästetaxen Disentis	693'282.40	800'000.00	-106'717.60	757'728.35	-64'445.95
3020 Tourismustaxen Sedrun	285'806.90	250'000.00	35'806.90	278'155.97	7'650.93
3030 Tourismustaxen Disentis	306'717.60	250'000.00	56'717.60	242'271.65	64'445.95
Total Kommissionen und Reservationen	40'927.42	50'000.00	-9'072.58	35'704.76	5'222.66
3100 Kommissionen aus TOMAS	43'467.06	60'000.00	-16'532.94	41'262.51	2'204.55
3101 Nutzungsgebühren TOMAS	3'552.00	3'000.00	552.00	3'212.60	339.40
3130 Kreditkartenkommissionen TOMAS	-4'380.64	-10'000.00	5'619.36	-7'606.35	3'225.71
3140 Kulanzfälle SDT/DIRES	-1'711.00	-3'000.00	1'289.00	-1'164.00	-547.00
Total Verkauf Gästekarten	222'428.63	250'000.00	-27'571.37	244'670.85	-22'242.22
3700 Einnahmen aus Verkauf Gästekarten	222'428.63	250'000.00	-27'571.37	244'670.85	-22'242.22
Total Diverses	46'391.07	40'000.00	6'391.07	38'845.35	7'545.72
3400 Einnahmen aus Verkaufsartikel	8'948.40	10'000.00	-1'051.60	8'901.90	46.50
3500 Inserate Infobüchlein	24'806.20	25'000.00	-193.80	25'487.65	-681.45
3600 Einnahmen Provisionen	100.50	0.00	100.50	58.30	42.20
3610 Einnahmen FEWO Klassifikation	199.80	0.00	199.80	295.30	-95.50
3800 Diverses	12'336.17	5'000.00	7'336.17	4'102.20	8'233.97
TOTAL AUFWAND	-2'396'308.49	-2'452'360.00	63'948.49	-2'293'692.41	222'616.08
Total Betriebsaufwand	-712'888.16	-719'360.00	-22'690.19	-577'873.03	135'015.13
Personalkosten	-438'019.20	-484'150.00	-46'130.80	-330'610.05	107'409.15
5000 Löhne und Gehälter	-382'774.90	-400'950.00	-18'175.10	-265'510.50	117'264.40
5010 Versicherungsleistungen	8'311.70	0.00	-8'311.70	11'876.60	3'564.90
5030 Drittpersonal	0.00	-18'000.00	-18'000.00	-30'783.40	-30'783.40
5700 AHV/IV/EO/FAK-Beiträge	-29'900.10	-29'000.00	900.10	-20'953.40	8'946.70
5710 Pensionskasse	-13'093.75	-10'000.00	3'093.75	-8'240.55	4'853.20
5720 Unfallversicherung	-252.80	-500.00	-247.20	-65.30	187.50
5730 Krankentaggeldversicherung	-551.95	-2'700.00	-2'148.05	-4'471.30	-3'919.35
5900 Spesen	-5'910.60	-8'000.00	-2'089.40	-9'272.15	-3'361.55
5910 Weiterbildungen und Veranstaltungen	-1'899.70	-5'000.00	-3'100.30	-387.90	1'511.80
5920 Übrige Personalkosten	-11'947.10	-10'000.00	1'947.10	-2'802.15	9'144.95
Bürolokalitäten und Bürokosten	-100'017.33	-101'900.00	-1'882.67	-104'776.70	-4'759.37
6000 Miete Büro Sedrun	-24'000.00	-24'000.00	0.00	-25'500.00	-1'500.00
6002 Miete Büro Disentis	-9'903.80	-15'000.00	-5'096.20	-11'493.00	-1'589.20
6010 Strom, Heizung, Diverses	-5'510.50	-6'000.00	-489.50	-7'325.05	-1'814.55
6100 Telefon, Fax	-4'902.00	-6'000.00	-1'098.00	-3'696.05	1'205.95
6110 Porti	-768.10	-1'500.00	-731.90	-1'008.65	-240.55
6120 Büromaterial	-509.00	-3'000.00	-2'491.00	-2'462.10	-1'953.10
6140 Leasing, Fotokopien	-14'772.73	-10'000.00	4'772.73	-14'262.77	509.96
6150 Buchhaltung	-19'890.20	-20'000.00	-109.80	-19'830.00	60.20
6155 Beratungen	0.00	-3'000.00	-3'000.00	0.00	0.00
6160 Revision der Jahresrechnung	-3'322.25	-3'400.00	-77.75	-3'456.35	-134.10
6170 Diverses	-16'438.75	-10'000.00	6'438.75	-15'742.73	696.02

Sedrun Disentis Tourismus SA
7188 Sedrun



ERFOLGSRECHNUNG 01.01.2024 - 31.12.2024

	ER 2024	Budget 2024	Abweichung	ER 2023	Abweichung
EDV-Anlage	-127'907.78	-83'000.00	44'907.78	-96'124.35	31'783.43
6200 Support und Kosten TOMAS	-32'472.40	-40'000.00	-7'527.60	-39'750.00	-7'277.60
6210 Support und Kosten EDV	-65'888.57	-15'000.00	50'888.57	-15'684.45	50'204.12
6220 Anschaffungen EDV	-4'630.10	-7'000.00	-2'369.90	-8'010.20	-3'380.10
6230 Lizenzkosten EDV	-24'916.71	-21'000.00	3'916.71	-32'679.70	-7'762.99
Diverses	-45'761.97	-49'300.00	-3'538.03	-44'913.28	848.69
6300 Einkauf Verkaufsartikel	-2'624.07	-7'000.00	-4'375.93	-9'470.13	-6'846.06
6310 Verbandbeiträge	-17'289.00	-20'000.00	-2'711.00	-16'509.00	780.00
6320 Sachversicherung	-6'543.20	-5'000.00	1'543.20	-6'584.40	-41.20
6330 Honorare Verwaltungsrat	-11'678.25	-13'000.00	-1'321.75	-5'090.00	6'588.25
6340 Jahresrapport und Generalversammlung	-652.30	-1'500.00	-847.70	-370.15	282.15
6350 Ferienwohnungs-Klassifikation	-565.15	-800.00	-234.85	-481.60	83.55
6360 Gästegutscheine	92.00	-2'000.00	-2'090.00	-4'608.00	-4'698.00
6380 Delkrederaanpassung	-6'500.00	0.00	6'500.00	-1'800.00	4'700.00
6390 Debitorenverluste	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Abschreibungen	0.00	-4'000.00	-4'000.00	-10'698.00	-10'698.00
6500 Abschreibungen	0.00	-4'000.00	-4'000.00	-10'698.00	-10'698.00
Bankzinsen, PC- und Bankspesen	-1'181.88	-1'010.00	171.88	-1'448.65	-266.77
6400 Zinserträge	12.00	10.00	-2.00	12.00	0.00
6420 Bankzinsen und Spesen	-524.60	-520.00	4.60	-242.40	282.20
6430 Kommission Kreditkarte	-669.28	-500.00	169.28	-1'218.25	-548.97
LV Rhätische Bahn	0.00	0.00	0.00	-5'324.80	-5'324.80
7210 Leistungsvereinbarung Rhätische Bahn	0.00	0.00	0.00	-5'324.80	-5'324.80
Total Marketing	-598'614.69	-600'000.00	-1'385.31	-582'819.90	15'794.79
8010 Marketing ASD Marketing AG	-598'614.69	-600'000.00	-1'385.31	-582'819.90	15'794.79
Total Gästekarte	-762'781.65	-779'000.00	-16'218.35	-738'842.20	23'939.45
8300 Gästekarte	-725'410.25	-754'000.00	-28'589.75	-719'476.90	5'933.35
8310 Distribution Gästekarte	-37'371.40	-25'000.00	12'371.40	-19'365.30	18'006.10
Total Produktmanagement	-219'933.94	-350'000.00	-130'066.06	-378'134.48	-158'200.54
8101 Druckerzeugnisse	-32'036.00	-30'000.00	2'036.00	-26'798.30	5'237.70
8103 Medienreisen	0.00	0.00	0.00	-10'019.65	-10'019.65
8200 Veranstaltungen Winter	-55'000.00	-60'000.00	-5'000.00	-40'500.00	14'500.00
8210 Veranstaltungen Sommer	-64'200.00	-100'000.00	-35'800.00	-100'707.35	-36'507.35
8220 Eigene Veranstaltungen und diverse Projekte	-35'469.89	-70'000.00	-34'530.11	0.00	35'469.89
8211 Blalas vacanzas Sommer	-4'960.00	-40'000.00	-35'040.00	-4'800.00	160.00
8212 Blalas vacanzas Winter	0.00	-20'000.00	-20'000.00	0.00	0.00
8400 Produktmanagement Partnerschaften	-28'268.05	-30'000.00	-1'731.95	-30'166.65	-1'898.60
8500 Diverse Projekte	0.00	0.00	0.00	-15'142.53	-15'142.53
8510 Rückstellung neue Projekte	0.00	0.00	0.00	-150'000.00	-150'000.00

Sedrun Disentis Tourismus SA
7188 Sedrun



ERFOLGSRECHNUNG 01.01.2024 - 31.12.2024

	ER 2024	Budget 2024	Abweichung	ER 2023	Abweichung
Total ausserordentlicher Erfolg	-102'090.05	0.00	222'090.05	0.00	222'090.05
8900 Ausserordentlicher Erfolg	-222'090.05	0.00	222'090.05	0.00	222'090.05
8900 Auflösung von Rückstellungen	120'000.00	0.00	-120'000.00	0.00	-120'000.00
TOTAL ERTRAG	2'309'747.12	2'440'000.00	-130'252.88	2'319'220.96	-9'473.84
TOTAL AUFWAND	-2'396'308.49	-2'452'360.00	63'948.49	-2'293'692.41	222'616.08
JAHRESERFOLG	-86'561.37	-12'360.00	-66'304.39	25'528.55	213'142.24

 Disentis Sedrun		
MITTELFLUSSRECHNUNG 2024		
	2024	2023
<u>Innenfinanzierung</u>	-121'683.94	47'516.68
Mittel aus betrieblicher Tätigkeit (Cash Flow)	-86'561.37	36'226.55
Jahresergebnis gem. Jahresrechnung	-86'561.37	25'528.55
+ Abschreibungen	0.00	10'698.00
Veränderung des Umlaufvermögens	-141'361.02	-66'627.44
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-123'973.32	-33'942.39
Veränderung andere Forderungen	13'655.95	-15'362.40
Veränderung Vorräte	-7'300.00	5'335.00
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzung	-23'743.65	-22'657.65
Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten	106'238.45	77'917.57
Veränderung Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	210'780.75	-72'626.38
Veränderung Verbindlichkeiten geg. MWST	-4'237.30	2'543.95
Veränderung passive Rechnungsabgrenzung	20'300.00	-4'220.00
Veränderung Rückstellungen Gästegutscheine	-605.00	2'220.00
Veränderung Rückstellungen neue Projekte	-120'000.00	150'000.00
<u>Investitionen und Desinvestitionen</u>	0.00	0.00
Investitionen Anlagevermögen	0.00	0.00
Investitionen Mobiliar	0.00	0.00
Investitionen EDV-Anlage	0.00	0.00
Investitionen Maschinen	0.00	0.00
Desinvestitionen Anlagevermögen	0.00	0.00
Mittelveränderung nach Investitionen	-121'683.94	47'516.68
<u>Finanzierungsbereich</u>	50'000.00	0.00
Veränderungen aus Finanzierungstätigkeiten	50'000.00	0.00
Einzahlung nicht liberiertes Aktienkapital	50'000.00	0.00
Veränderung flüssige Mittel	-71'683.94	47'516.68
Flüssige Mittel per 01.01.	499'576.47	452'059.79
Flüssige Mittel per 31.12	427'892.53	499'576.47
Veränderung flüssige Mittel	-71'683.94	47'516.68



Disentis Sedrun

Anhang zur Jahresrechnung 2024

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.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat 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. Der Verwaltungsrat 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.

2. Angabe, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und der Erfolgsrechnung

Durch die klare Betitelung der diversen Positionen sind diese selbsterklärend.

3. Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen

Im Jahr 2024 wurden rund CHF 220'000 an die Andermatt-Sedrun Sport AG geleistet für Leistungen im Zusammenhang mit der Zugverbindung Sedrun - Andermatt. Hierbei handelt es sich um periodenfremde Aufwände. Weiter wurden Rückstellungen in der Höhe von CHF 120'000 aufgelöst.

4. Gesetzlich vorgeschriebene und weitere Angaben

4.1 Beteiligungen

Keine wesentlichen Beteiligungen in der Jahresrechnung.

4.2 Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Partnern

Keine Verbindlichkeiten gegenüber Aktionäre oder nahestehenden Personen

4.3 Anzahl Mitarbeiter

	31.12.2024	31.12.2023
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	8.00	4.00

4.4 Sonstige Angaben

	31.12.2024	31.12.2023
Nicht bilanzierte Leasing Verbindlichkeiten (mit Restlaufzeit > Jahr)	2'064.00	9'078.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	45.00	0.00

5. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat am 08. April 2025 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2024 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

 Disentis Sedrun		
Antrag über die Gewinnverwendung		
Bezeichnung	2024	2023
Gewinnvortrag Anfangs Geschäftsjahr	72'058.64	47'730.09
Jahreserfolg	-86'561.37	25'528.55
Zwischentotal	-14'502.73	73'258.64
Zuweisung an die Reserven aus Jahresrechnung	0.00	-1'200.00
Dividendenzahlung	0.00	0.00
Vortrag auf neue Rechnung	-14'502.73	72'058.64

8 Revisionsbericht



Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
Sedrun Disentis Tourismus SA, Disentis/Mustér

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Sedrun Disentis Tourismus SA für das am 31. Dezember 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

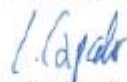
Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

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.

Ilanz, 22. April 2025

ADDISSA AG



Ladina Capeder
Revisionsexpertin
Leitende Revisorin



Marcus Cathomas
Revisionsexperte



Beilagen

- Jahresrechnung 2024 (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang sowie Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns)

9 Schlusswort

SDT war in den zwei Jahren mit verschiedenem Wechsel sowohl bei der Geschäftsführung wie auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konfrontiert. Dank der Unterstützung von Pascal Schär und Flavia Berther in Zusammenarbeit mit dem VRP, wurde diese Phase sehr gut überwunden. Es hat sich damit auch die Chance ergeben, die interne Organisation von SDT zu reformieren und erneuern. Mit der Wahl von Nicole Weber als Geschäftsführerin hat sich die Situation stabilisiert und aktuell ist nahezu ein neues Team für SDT im operativen Bereich tätig.

Flavia Berther und Pascal Schär gebührt ein grosses Dankeschön für ihren zusätzlichen und unermüdlichen Einsatz während der Vakanz in der Geschäftsführung.

Im Verwaltungsrat hat es ebenfalls eine Änderung gegeben. Mit dem Rücktritt von Desirée Willimann aus dem Gemeindevorstand ist der Sitz im VR von SDT durch ihren Nachfolger, Pius Cavegn neu besetzt worden.

Der VR dankt Desirée für Ihren Einsatz bei SDT und wünscht Ihr für die Zukunft alles Gute.

Den Mitgliedern des VR, den Gemeindevorständen von Tujetsch und Disentis/Mustér sowie allen Leistungspartnern in der Region Disentis-Sedrun wie auch Andermatt danken wir für die sehr angenehme und konstruktive Zusammenarbeit und das Vertrauen im letzten Geschäftsjahr.

Last but not least gebührt auch unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Front, welche tagtäglich einen tollen und nicht immer einfachen Job machen für unsere Gäste und Einheimische ein grosses Dankeschön.

SEDRUN DISENTIS TOURISMUS AG

Silvio Schmid, VR-Präsident

Nicole Weber, Geschäftsführerin

Pascal Schär, Marketingleiter (ASDM)

Sedrun-Disentis, 30. April 2025