



# Fortschrittsbericht Andermatt Responsible

Nachhaltigkeit bei der Andermatt Swiss Alps Gruppe  
und der Andermatt-Sedrun Sport AG

## 2025

# Fortschrittsbericht Andermatt Responsible

Nachhaltigkeit bei der Andermatt Swiss Alps Gruppe  
und der Andermatt-Sedrun Sport AG

# 2025

## Kontakt und weitere Informationen

### Nachhaltigkeit

[sustainability@andermatt-swissalps.ch](mailto:sustainability@andermatt-swissalps.ch), [andermatt-responsible.ch](http://andermatt-responsible.ch)

### Andermatt Swiss Alps AG

Gotthardstrasse 2, 6490 Andermatt

### Andermatt-Sedrun Sport AG

Gotthardstrasse 110, 6490 Andermatt

## Impressum

**Herausgeber** Andermatt Swiss Alps AG und Andermatt-Sedrun Sport AG

**Gesamtverantwortung und Texte** Luca Dittli und Vanessa Kuhn, Andermatt Swiss Alps AG

**Grafik und Layout** Damian Furrer, kumpáan GmbH; Patrick Debus, Andermatt Swiss Alps AG

**Fotos** Kim Leuenberger (Titel, S. 2, 3, 5, 12, 13, 14, 15, 23, 25, 26, 28, 30, 31, 32, 36, 38, 41),  
Kyra Frey (S. 18, 19, 20, 37, 39, 47, 48) und Derek Malou (S. 11, 29, 49) Andermatt Swiss Alps AG,  
zur Verfügung gestellt (S. 27)

# Vorwort

Seit 2005 entwickelt sich Andermatt zu einer einzigartigen, alpinen Ganzjahresdestination mit internationaler Ausstrahlung. Die Vision einer integrierten Wohn- und Ferienregion ist heute erlebbar – für Gäste, für die Region und für die Menschen, die hier leben und arbeiten. Im Zentrum steht ein stetig verbessertes Gästelerlebnis: von der Anreise über den Aufenthalt bis hin zu vielfältigen Angeboten im Sommer und Winter. Ziel ist es, Andermatt als Ort zu positionieren, an dem Qualität, Natur und Erlebnis nahtlos zusammenkommen.

Diese Entwicklung basiert auf bisherigen Investitionen von rund CHF 1,8 Milliarden. Ein grosser Teil davon fliesst bewusst in die Region und in die Schweiz zurück. Gleichzeitig entstehen Arbeitsplätze und wirtschaftliche Impulse: Über 1'000 Stellen wurden geschaffen, die touristische Wertschöpfung beträgt CHF 184 Millionen – ein bedeutender Beitrag für den Kanton Uri.

Nachhaltigkeit verstehen wir als Grundlage für langfristige Wertschöpfung. Mit der Initiative «Andermatt Responsible» verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der ökologische, soziale und ökonomische Aspekte verbindet. Ziel ist es, die Destination verantwortungsvoll weiterzuentwickeln. Das Andermatt Responsible Board steuert diese Entwicklung auf strategischer Ebene und stellt sicher, dass Nachhaltigkeit in allen Bereichen verankert und transparent kommuniziert wird.



**Barbara Heller**  
Unabhängige Vorsitzende  
Andermatt Responsible Board



**Mike Goar**  
Verwaltungsratspräsident  
Andermatt-Sedrun Sport AG  
und Senior Advisor für den  
Bereich Mountain Division bei  
Vail Resorts



**Raphael Krucker**  
Group Chief Executive Officer  
Andermatt Swiss Alps AG

Auch 2025 haben wir zahlreiche Projekte und Massnahmen umgesetzt und weiter vorangetrieben. Weitere Erfolge sind sichtbar: Wir produzieren eigenen Strom über den Windpark auf dem Gütsch, bauen nachhaltige Mobilitätsangebote aus und setzen bei Bauprojekten konsequent auf umweltfreundliche Materialien und energieeffiziente Standards. Gleichzeitig reduzieren wir Abfall und Foodwaste, fördern Biodiversität und schaffen Arbeitsplätze sowie Perspektiven für die Region. Investitionen in Angebote und Unterkünfte für Mitarbeitende stärken zudem unsere Attraktivität als Arbeitgeberin.

Der vorliegende Bericht gibt einen transparenten Einblick in die Entwicklungen und Fortschritte des Jahres 2025. Er zeigt, welche Massnahmen wir erfolgreich umgesetzt haben, wo wir unsere Ziele erreicht haben und in welchen Bereichen weiterhin Herausforderungen bestehen. Diese Offenheit ist für uns zentral, denn sie macht sichtbar, wo Chancen liegen und wo wir weiter lernen können.

Nachhaltige Entwicklung ist kein statischer Zustand, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Wir entwickeln unsere Ansätze laufend weiter, überprüfen unsere Wirkung und passen unsere Massnahmen



an neue Erkenntnisse und Rahmenbedingungen an. Der Bericht versteht sich deshalb nicht nur als Rückblick, sondern auch als Lerninstrument und Orientierung für die nächsten Schritte auf dem Weg zu einer verantwortungsvollen und zukunftsfähigen Destination.

Dieser Weg gelingt nur gemeinsam. Wir zählen auf das Engagement unserer Partner, Gäste, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und Investoren. Ihr Vertrauen ist die Basis für eine nachhaltige Entwicklung und den langfristigen Erfolg unserer Destination im Herzen der Schweiz.

# Management Summary

Andermatt Responsible steht für eine ganzheitliche nachhaltige Entwicklung der Region. Die Initiative verbindet ökologische, soziale und ökonomische Aspekte mit dem Ziel, langfristige Wertschöpfung zu sichern und ein resilientes, attraktives Tourismusangebot zu gestalten. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG und wird systematisch in Entscheidungsprozesse und entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankert.

Im Berichtsjahr 2025 lag der Fokus auf der Weiterentwicklung der Governance, der stärkeren operativen Verankerung von ESG-Themen sowie auf konkreten Massnahmen zur Effizienzsteigerung, Emissionsreduktion und Arbeitgeberattraktivität. Gleichzeitig investieren die Unternehmen gezielt in nachhaltige Infrastruktur, innovative Technologien und den Ausbau des Ganzjahresangebots, um die Resilienz der Destination weiter zu stärken.

## Nachhaltigkeitsziele, -governance und -management

Nachhaltigkeit ist strategisch klar verankert und wird über definierte Ziele, KPIs und Handlungsfelder gesteuert. Das Andermatt Responsible Board übernimmt die übergeordnete Koordination

und Weiterentwicklung der Themen im Bereich Nachhaltigkeit und stellt den Informationsfluss zu den Verwaltungsräten sicher.

2025 wurde die Governance weiter gestärkt und die Umsetzung durch ESG-Champions in den Fachbereichen vertieft. Die Wesentlichkeitsanalyse wurde bestätigt und neue Zielsetzungen definiert. Langfristig verfolgen die Unternehmen insbesondere das Ziel, bis 2040 im Betrieb Netto-Null-Emissionen zu erreichen und die Zufriedenheit von Mitarbeitenden und Gästen kontinuierlich zu steigern.

## Mitarbeitende

Per Ende 2025 beschäftigten die Unternehmen 1'148 Mitarbeitende (+3,1 Prozent). Vielfalt, Chancengleichheit und attraktive Arbeitsbedingungen stehen im Zentrum der Arbeitgeberstrategie. Mitarbeitende aus 52 Nationen prägen die Unternehmenskultur, der Frauenanteil liegt bei 37 Prozent, in Führungspositionen bei 39 Prozent. Schwerpunkte lagen 2025 auf der Weiterentwicklung der Attraktivität als Arbeitgeberin, insbesondere durch Investitionen in die Unterkünfte der Mitarbeitenden, gezielte Aus- und Weiterbildung sowie die Einführung einer einheitlichen Messung der Zufriedenheit der Mitarbeitenden bis 2026.

## Ressourcenverbrauch und Massnahmen

2025 konnte der Wasserverbrauch reduziert (–4,9 Prozent) und die Abfallmenge leicht gesenkt werden. Gleichzeitig stiegen Stromverbrauch, Energiebedarf für Wärme und Kühlung sowie der Einsatz fossiler Brennstoffe moderat an, vor allem aufgrund des Ausbaus der Infrastruktur und der höheren Auslastung.

Gezielte Effizienzmassnahmen, Investitionen in moderne Technologien sowie Projekte zur Abfallreduktion und Vermeidung von Lebensmittelabfällen tragen dazu bei, Ressourcen effizienter zu nutzen und Umweltbelastungen zu reduzieren.



## Treibhausgasemissionen

Die Treibhausgasemissionen über alle Scopes beliefen sich 2025 auf 47'883 tCO<sub>2</sub>e<sup>1</sup> und lagen damit leicht über dem Vorjahr. Haupttreiber sind weiterhin Bau- und Investitionstätigkeiten.

Gleichzeitig zeigt sich, dass sich die langfristigen Investitionen in nachhaltige Infrastruktur und die Optimierung des Betriebs auszahlen. Die Emissionen im laufenden Betrieb der Andermatt Swiss Alps Gruppe (Scope 1 und 2 nach GHG Protocol, inkl. Hotels und Restaurants) bleiben mit rund 500 tCO<sub>2</sub>e auf einem vergleichsweise tiefen Niveau. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Neubauten konsequent mit erneuerbaren Energieformen betrieben und Anlagen mit regionalem Strom versorgt werden. Zum Vergleich: Diese Emissionen entsprechen in etwa dem jährlichen Ausstoss von rund 19 durchschnittlichen Haushalten in der Schweiz.

Die aktuell erhöhten Emissionen sind somit in erster Linie Ausdruck gezielter Investitionen in die Zukunft. Gleichzeitig schaffen diese Investitionen die Grundlage für einen langfristig deutlich emissionsärmeren Betrieb und eine nachhaltige Entwicklung der Destination.

Während Scope 1 und 2 auf niedrigem Niveau bleiben, entfallen 96 Prozent der Emissionen auf Scope 3 entlang der Wertschöpfungskette. Mit einem klar definierten Absenkpfad verfolgen die Unternehmen das Ziel, die betrieblichen Emissionen bis 2040 auf Netto-Null zu reduzieren.

Scope 3 wird bereits heute aktiv adressiert und künftig noch stärker berücksichtigt. Dies erfolgt unter anderem durch die konsequente Integration von Nachhaltigkeitskriterien in Bau- und Beschaffungsprozesse, die Bevorzugung regionaler und ressourcenschonender Materialien sowie die enge Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten zur Reduktion von Emissionen entlang der Lieferkette. Ergänzend investieren die Unternehmen in langlebige und energieeffiziente Infrastrukturen, fördern nachhaltige Mobilitätsangebote für Gäste und Mitarbeitende und stärken gezielt lokale CO<sub>2</sub>-Senken, etwa durch ein regionales Aufforstungsprojekt.

<sup>1</sup> Kohlendioxid-Äquivalent (CO<sub>2</sub>e) ist ein Mass für den Vergleich der Emissionen verschiedener Arten von Treibhausgasen auf der Grundlage ihres Treibhauspotenzials (global warming potential, GWP). Das CO<sub>2</sub>-Äquivalent für ein Gas wird durch Multiplikation der metrischen Tonnen des Gases mit dem zugehörigen GWP berechnet. Der GWP-Wert für Methan beträgt beispielsweise 25 und für Distickstoffoxid 298. Das bedeutet, dass die Emissionen einer Million Tonnen Methan bzw. Distickstoffoxid den Emissionen von 25 bzw. 298 Millionen Tonnen Kohlendioxid entsprechen. Quellen: Global Reporting Initiative und Eurostat.

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort** 2

**Management Summary** 4

**Inhaltsverzeichnis** 6

**Über uns** 7

Organisation 8

Brand und Unternehmen 9

Vision, Mission und Werte 11

Nachhaltigkeitsmanagement 12

Andermatt Responsible Board 13

Nachhaltigkeitsstrategie 15

Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit 15

Wesentliche Themen 16

*Genuss mit Aussicht und Verantwortung auf dem Teller* 18

**Nachhaltigkeitsziele** 21

Stand der Zielerreichung 22

Absenkpfad Treibhausgasemissionen Andermatt Swiss Alps  
Gruppe 23

Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung 24

Partnerschaften 31

**Mitarbeitende** 33

*Ein neues Kapitel mit vertrauten Wurzeln* 37

**Treibhausgasemissionen** 40

CO<sub>2</sub>e-Emissionsvergleich 2024 vs. 2025 41

*Perfekte Pisten mit Verantwortung* 47

**Umwelkennzahlen und Ressourcenverbrauch** 49

Fossile Brennstoffe 50

Wasser 50

Elektrizität 51

Wärme aus Fernwärme und Kühlung 52

Abfall zur Verbrennung 52

**Über diesen Bericht** 53

**GRI-Inhaltsindex** 54

# Über uns

## Andermatt Swiss Alps AG

Die Andermatt Swiss Alps AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz an der Gotthardstrasse 2 in Andermatt. Sie wurde 2007 gegründet und steht an der Spitze der Andermatt Swiss Alps Gruppe. Als Unternehmensgruppe entwickeln, planen, realisieren und betreiben wir ausgewählte Teile der ganzjährigen Angebotsstruktur im Bergdorf Andermatt. Dazu gehören Hotels, Apartmenthäuser, Villen, Gewerbeflächen, Restaurants sowie Freizeiteinrichtungen wie der Andermatt Golf Course. Wir sind damit ein zentraler, aber nicht alleiniger Teil der touristischen und baulichen Entwicklung im Ort.

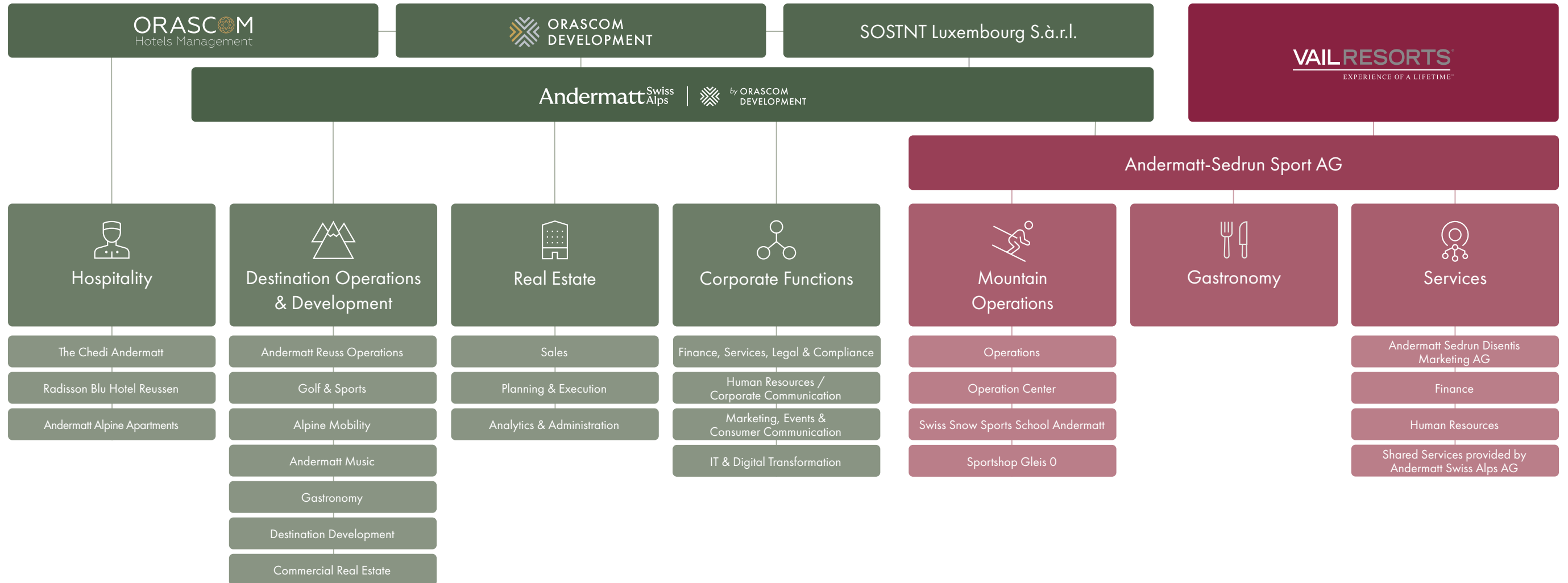
Hauptaktionär der Andermatt Swiss Alps AG ist mit 51 Prozent der Aktien und Stimmrechte der Trust SOSTNT Luxembourg S.à.r.l., der im Besitz von Samih Sawiris und seiner Familie steht. Die verbleibenden 49 Prozent befinden sich im Eigentum der Orascom Development Holding AG, welche zu rund 97 Prozent ebenfalls der Familie Sawiris gehört.

Diese Struktur unterstreicht die langfristige Ausrichtung des Unternehmens und die enge Verbindung der Familie Sawiris zur Entwicklung Andermatts.

## Andermatt-Sedrun Sport AG

Die Andermatt-Sedrun Sport AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz an der Gotthardstrasse 110 in Andermatt, Schweiz. Die Aktien- und Stimmenmehrheit am Unternehmen hält mit 55 Prozent Vail Resorts, Inc., 390 Interlocken Crescent, Broomfield, Colorado 80021, USA, 40 Prozent hält die Andermatt Swiss Alps AG, die restlichen 5 Prozent befinden sich im Streubesitz. Die Andermatt-Sedrun Sport AG betreibt in der Region Andermatt-Sedrun ein ganzjährig geöffnetes Bergresort mit einem Angebot an Winter- und Sommerfreizeitaktivitäten sowie der dazugehörigen Infrastruktur, einschliesslich der am Berg gelegenen Gastronomiebetriebe, der Schweizer Schneesportschule Andermatt und des Sportshops Gleis 0. Die Andermatt Sedrun Sport AG hält 65 Prozent der Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG, 35 Prozent gehören der Bergbahnen Disentis AG. Die Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG ist für die Vermarktung der Destination und des Bergbahnverbunds Andermatt+ Sedrun+Disentis verantwortlich.

# Organisation

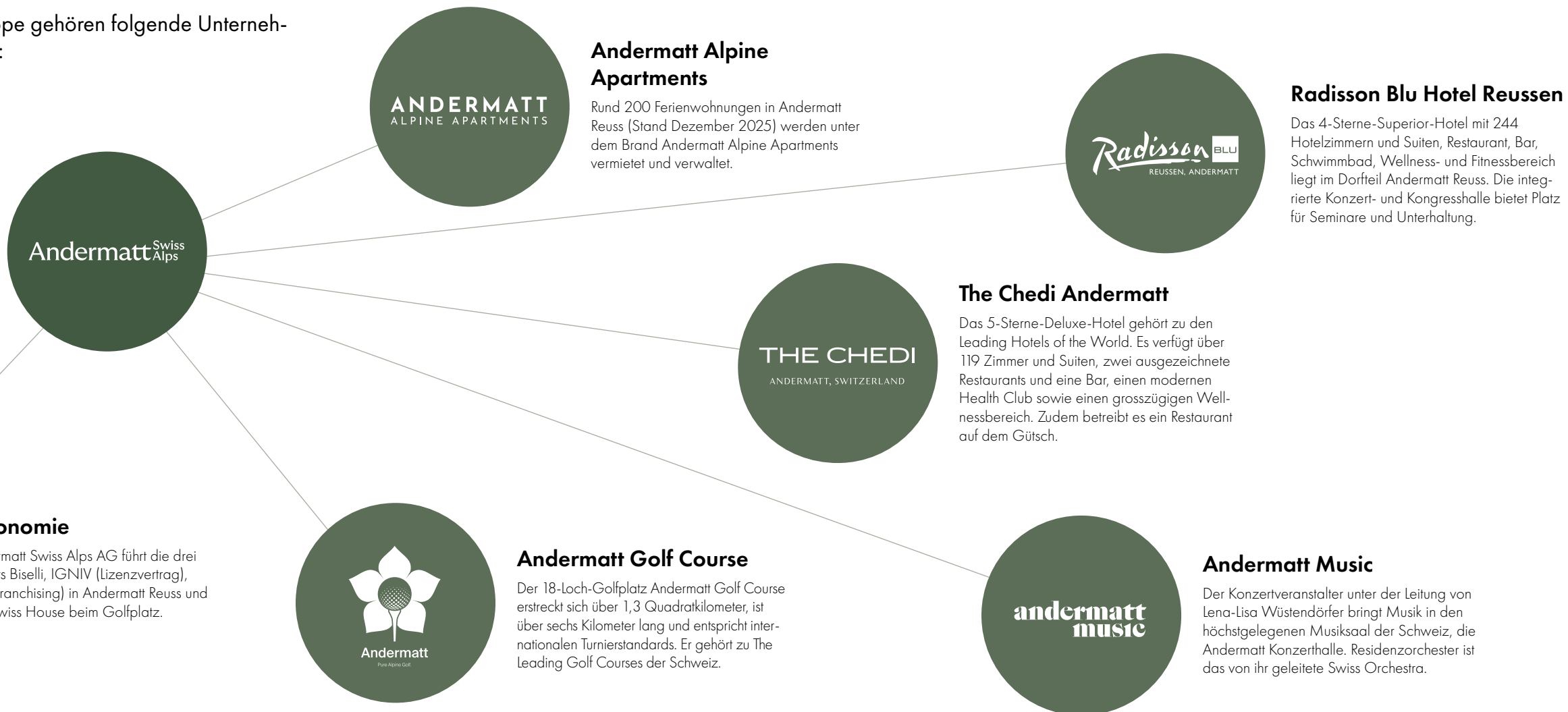


# Brands und Unternehmen

Zur Andermatt Swiss Alps Gruppe gehören folgende Unternehmen und eingetragene Marken:

## Andermatt Swiss Alps AG

Die Andermatt Swiss Alps AG entwickelt, plant und realisiert ausgewählte Bereiche in Andermatt. Seit 2009 entsteht in Andermatt Reuss ein moderner, vielfältiger Lebens- und Erholungsraum mit Apartmenthäusern, Hotels, Villen, Gewerbeflächen und Restaurants.



## Gastronomie

Die Andermatt Swiss Alps AG führt die drei Restaurants Biselli, IGNIV (Lizenzvertrag), Nooba (Franchising) in Andermatt Reuss und das The Swiss House beim Golfplatz.

## Andermatt Alpine Apartments

Rund 200 Ferienwohnungen in Andermatt Reuss (Stand Dezember 2025) werden unter dem Brand Andermatt Alpine Apartments vermietet und verwaltet.

## Radisson Blu Hotel Reussen

Das 4-Sterne-Superior-Hotel mit 244 Hotelzimmern und Suiten, Restaurant, Bar, Schwimmbad, Wellness- und Fitnessbereich liegt im Dorfteil Andermatt Reuss. Die integrierte Konzert- und Kongresshalle bietet Platz für Seminare und Unterhaltung.

## The Chedi Andermatt

Das 5-Sterne-Deluxe-Hotel gehört zu den Leading Hotels of the World. Es verfügt über 119 Zimmer und Suiten, zwei ausgezeichnete Restaurants und eine Bar, einen modernen Health Club sowie einen grosszügigen Wellnessbereich. Zudem betreibt es ein Restaurant auf dem Gütsch.

## Andermatt Golf Course

Der 18-Loch-Golfplatz Andermatt Golf Course erstreckt sich über 1,3 Quadratkilometer, ist über sechs Kilometer lang und entspricht internationalen Turnierstandards. Er gehört zu The Leading Golf Courses der Schweiz.

## Andermatt Music

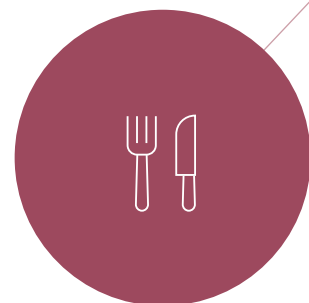
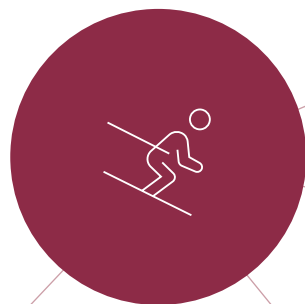
Der Konzertveranstalter unter der Leitung von Lena-Lisa Wüstendörfer bringt Musik in den höchstgelegenen Musiksaal der Schweiz, die Andermatt Konzerthalle. Residenzorchester ist das von ihr geleitete Swiss Orchestra.

# Brands und Unternehmen

Zur Andermatt-Sedrun Sport AG gehören folgende Unternehmen und eingetragene Marken:

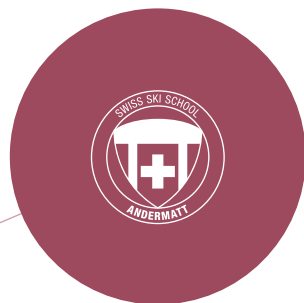
## Andermatt-Sedrun Sport AG

Die Andermatt-Sedrun Sport AG betreibt die Skigebiete Gemsstock und Andermatt-Sedrun sowie diverse Bergrestaurants und -bars, die Schweizer Schneesportschule Andermatt und den Sportshop Gleis 0. Das Skigebiet Andermatt+Sedrun+Disentis wird mit 180 Pistenkilometern und 33 Liftanlagen auf bis zu 3'000 m ü. M. als gemeinsames Gebiet vermarktet.



## Gastronomie

Die Andermatt-Sedrun Sport AG führt neun Gastronomiebetriebe am Berg und in Sedrun.



## Schweizer Schneesport-schule Andermatt

Die Schweizer Schneesportschule Andermatt blickt auf über 100 Jahre Erfahrung zurück. Mit bis zu 150 Schneesportlehrerinnen und -lehrern unterrichtet sie Gäste aus aller Welt in Ski, Snowboard und Langlauf.



## Sportshop Gleis 0

Der Sportshop Gleis 0 im Bahnhof Andermatt bietet Winter- und Sommer-Sportbekleidung sowie -ausrüstung, Miet-Equipment und Unterhaltsservice für Ski und Snowboards.



## Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG

Die Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG (ASDM) vermarktet die Destination Andermatt+Sedrun+Disentis – die Kombination der Skigebiete Andermatt Gemsstock, Andermatt-Sedrun und Disentis – im Auftrag der Andermatt-Sedrun Sport AG und der Bergbahnen Disentis.



## Andermatt Responsible

Andermatt Responsible ist die Initiative für klimafreundlichen, sozial verantwortungsvollen und wirtschaftlich nachhaltigen Tourismus in der Region Andermatt. Unser Ziel ist es, einen ressourcenschonenden Tourismusbetrieb in der Region zu ermöglichen.

# Vision, Mission und Werte

Es ist die Ambition der beiden Unternehmensgruppen, Andermatt zur «Prime Alpine Destination» zu entwickeln. Dies soll erreicht werden, indem aus Andermatt eine integrierte alpine Ganzjahresdestination geschaffen und lebendige Gemeinschaften gefördert werden, in denen Menschen inspiriert von Leidenschaft und Sinnhaftigkeit leben, geniessen und arbeiten. Dies mit Respekt vor der Umgebung und dem kulturellen Erbe der Region. In der Andermatt Swiss Alps Gruppe werden die Werte Kundenorientierung, tatkräftig und verantwortungsvoll, teamorientiert und Verpflichtung zu hoher Integrität gelebt. Bei der Andermatt-Sedrun Sport AG wurden 2022 die Werte der Hauptaktionärin Vail Resorts übernommen: Service leben, Gutes tun, Sicherheit und Wohlbefinden fördern, Integrität leben, inklusives Handeln, Freude und Leidenschaft teilen und Wert schaffen.



# Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeit ist einer der Schwerpunkte in den Unternehmen der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG und fest in der Strategie und den Geschäftstätigkeiten verankert. 2020 wurde für das ESG-Management mit dem Head of Sustainability eine neue Stelle geschaffen. Damit wurde die Basis für das Nachhaltigkeitsmanagement und dessen Koordination innerhalb der verschiedenen Firmen gelegt. Die Stelle ist im CEO-Office der Andermatt Swiss Alps AG angesiedelt. Seit Oktober 2022 stellt das Andermatt Responsible Board die strategische Verankerung der ESG-Themen innerhalb der

Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG sicher. Ende 2025 wurde die Governance weiter optimiert. Seither wird das Thema Nachhaltigkeit personell dezentral gestärkt und schrittweise operativ weiter in den Unternehmen verankert. Dazu wurden unter den Mitarbeitern fünf «ESG-Champions» im Teilzeitpensum neben ihrer angestammten Tätigkeit rekrutiert. Gemeinsam mit dem Head of Sustainability treiben sie die Umsetzung in den verschiedenen Fachbereichen voran und setzen Nachhaltigkeit entlang konkreter Handlungsfelder, Zielen und Massnahmen gezielt um.





## Andermatt Responsible Board

Die Verwaltungsräte der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG sind als Steuerungsorgane für die strategische Führung der beiden Unternehmensgruppen verantwortlich. Sie verantworten somit auch die Nachhaltigkeitsthemen der Unternehmensstrategie und sind rechenschaftspflichtig. Entsprechend genehmigen sie den Fortschrittsbericht Andermatt Responsible. Die Bearbeitung der ESG-Themen haben die beiden Verwaltungsräte an das Andermatt Responsible Board delegiert. Im Februar 2024 hat dieses in einem Rückblick auf 2023 seine Arbeit analysiert und in einer Board Charter festgehalten, wie es seine Aufsichtspflicht am besten wahrnehmen kann. Ziel ist es, die ESG-Themen weiter strategisch zu verankern, den Informationsfluss in andere Gremien sicherzustellen und eine destinationsweite Koordination und Wirkung zu erzielen. Um dies zu erreichen, wurden unter anderem Veränderungen in der Zusammensetzung vorgenommen.

## Mitglieder Andermatt Responsible Board per 2026

**Michela Gianelli**  
Chief HR Officer  
Andermatt Swiss Alps AG  
(seit Juli 2025)

**Mike Goar**  
Verwaltungsratspräsident  
Andermatt-Sedrun Sport AG  
und Senior Advisor für den  
Bereich Mountain Division bei  
Vail Resorts

**Barbara Heller**  
Unabhängige Vorsitzende  
Andermatt Responsible Board

**Raphael Krucker**  
Group Chief Executive Officer  
Andermatt Swiss Alps Gruppe

**James Lamb**  
Chief Executive Officer  
Hospitality Management  
Andermatt Swiss Alps AG  
(seit Februar 2026)

**Maren Müller**  
Head of Gastronomy  
Andermatt-Sedrun Sport AG  
(seit Oktober 2025)

**Guido Schmid**  
Chief Financial Officer  
Andermatt Swiss Alps AG  
(seit Juli 2025)

Operativ wird das Andermatt  
Responsible Board vom Head  
of Sustainability unterstützt.



# Nachhaltigkeitsstrategie

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG verfügen über eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, die auf langfristige Wertschöpfung und eine verantwortungsvolle Unternehmensentwicklung ausgerichtet ist. Sie definiert klare Handlungsfelder und bildet den Rahmen für zukunftsgerichtete Entscheidungen innerhalb der Organisation sowie entlang der gesamten Liefer- und Wertschöpfungsketten.

Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch in strategische und finanzielle Entscheidungen integriert, sodass ökologische und soziale Kriterien gleichwertig mit wirtschaftlichen Faktoren berücksichtigt werden. Die Strategie wird regelmässig überprüft und weiterentwickelt, um regulatorische Anforderungen, relevante Trends sowie Chancen und Risiken ebenso wie die Erwartungen der Anspruchsgruppen zu berücksichtigen. Ziele, Kennzahlen und Fortschritte werden laufend evaluiert, um sicherzustellen, dass die Nachhaltigkeitsbestrebungen im Einklang mit den Unternehmenszielen stehen und messbare Wirkung entfalten.



# Massnahmen im Bereich Nachhaltigkeit

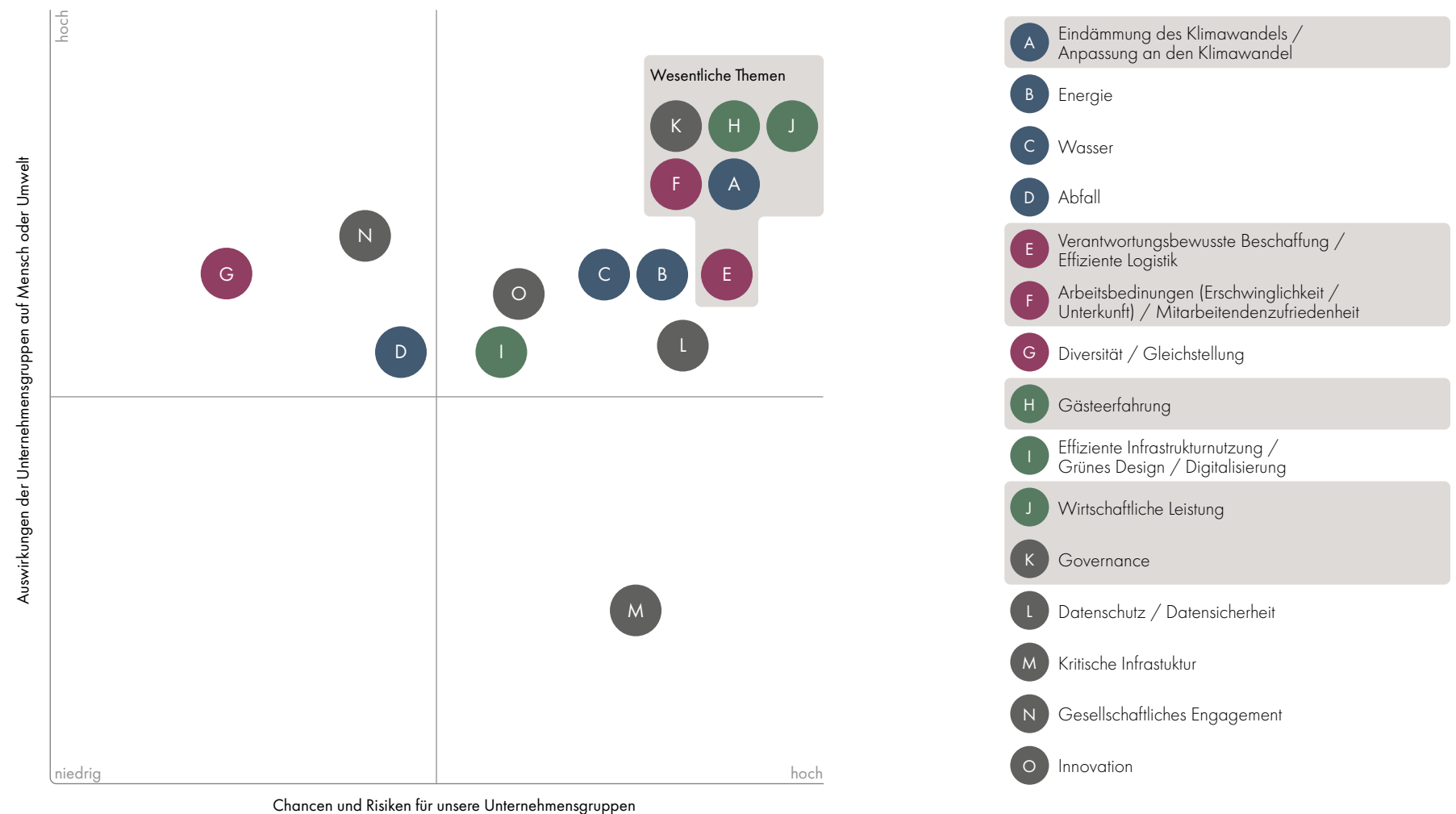
Das Andermatt Responsible Board schlägt den Verwaltungsräten basierend auf der Nachhaltigkeitsstrategie die strategischen Nachhaltigkeits-KPIs vor. Zudem beaufsichtigt es das Management von Themen im Bereich Nachhaltigkeit und die Leistung der Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeitsziele, strategische und operative KPIs und Richtlinien. Das Andermatt Responsible Board ist ausserdem für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts verantwortlich. Zusätzlich berät es die Verwaltungsräte in Bezug auf die wichtigsten Erwartungen der Interessengruppen, damit verbundene Kommunikationsfragen und in Bezug auf Trends und Entwicklungen im ESG-Bereich.

# Wesentliche Themen

2023 haben die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG eine Wesentlichkeitsanalyse für die Unternehmensgruppen erstellt, um eine fundierte Basis zu schaffen für das ESG-Management. In Zusammenarbeit mit einer externen Beratungsfirma wurden 15 Kernthemen definiert. Diese bergen wesentliche Chancen und/oder Risiken für beide Unternehmen, beeinflussen deren finanzielle Entwicklung und Reputation und wirken sich zugleich auf Umwelt, Menschen und Gesellschaft im Umfeld aus. In einem Workshop haben Vertreterinnen und Vertreter der Führungsgremien aller Unternehmensbereiche analysiert, welche Auswirkungen die Firmen auf die verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen und Anspruchsgruppen haben beziehungsweise haben können und welche Chancen und Risiken sich aus diesen Themen für die Unternehmensgruppen ergeben. Auf Basis dieser Analyse der doppelten Wesentlichkeit hat das Andermatt Responsible Board Leistungskennzahlen und Ziele festgelegt, an denen sich die Strategie ausrichtet. Die Wesentlichkeitsmatrix und die Schwerpunkte für das Nachhaltigkeitsmanagement wurden vom Verwaltungsrat der Andermatt Swiss Alps AG genehmigt. Im Sommer 2025 wurde die Materialitätsanalyse erneut überprüft und durch das Andermatt Responsible Board bestätigt. Daraus wurden Ende 2025 sechs relevante Handlungsfelder abgeleitet, Ziele und KPIs sind anfangs Q1-2026 überarbeitet worden, welche fortlaufend überprüft und in Prozesse und Geschäftsalltag verankert werden.

## Wesentlichkeitsmatrix Andermatt Swiss Alps Gruppe und Andermatt-Sedrun Sport AG

Diagramm der doppelten Wesentlichkeit



## Von der Wesentlichkeitsmatrix zu den Andermatt Responsible Handlungsfeldern



### Climate – Verantwortung für Umwelt und Ressourcen übernehmen

Dieses Handlungsfeld adressiert unsere Auswirkungen auf die Umwelt. Wir setzen gezielte Klimaschutz- und Anpassungsmaßnahmen um, um den Herausforderungen des Klimawandels aktiv zu begegnen und unsere Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Für eine Bergdestination wie Andermatt ist dies zentral, da der Klimawandel direkte Auswirkungen auf den Tourismus, insbesondere auf den Winterbetrieb und die natürlichen Ressourcen, hat.

### Governance – Nachhaltigkeit verankern und leben

Die konsequente Integration von Nachhaltigkeit in alle relevanten Unternehmensbereiche ist für uns selbstverständlich. ESG ist fest in unserer Strategie, unseren Prozessen und Entscheidungsstrukturen verankert. Dies ist notwendig, um eine langfristig erfolgreiche Destinationsentwicklung sicherzustellen, regulatorische Anforderungen zu erfüllen und das Vertrauen von Gästen, Investoren und weiteren Anspruchsgruppen zu stärken.

### Value Generation – Nachhaltig wirtschaften und Werte schaffen

So verbinden wir wirtschaftlichen Erfolg mit langfristiger Verantwortung. Wir streben eine nachhaltige Wertschöpfung an, die Profitabilität sichert und gleichzeitig ökologische sowie gesellschaftliche Mehrwerte schafft. Dies ist entscheidend, um die kontinuierliche Weiterentwicklung der Destination Andermatt zu finanzieren und langfristig attraktiv und wettbewerbsfähig zu bleiben.

### Customer Experience – Nahtlose Erlebnisse schaffen

Unsere Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt. Wir gestalten ein durchgängiges, komfortables Erlebnis entlang der gesamten Customer Journey – vom ersten Kontakt bis zur Integration in die Gemeinschaft in Andermatt. Dies ist entscheidend, da wir als integrierte Destination über verschiedene Geschäftsbereiche hinweg ein konsistentes und hochwertiges Erlebnis bieten müssen, um Gäste zu begeistern, langfristig zu binden und Andermatt als attraktiven Lebens- und Aufenthaltsort zu positionieren.

### Employee Experience – Menschen befähigen und stärken

Wir fokussieren auf unsere Mitarbeitenden als zentralen Erfolgsfaktor. Wir fördern ein leistungsstarkes, diverses und inklusives Arbeitsumfeld, das Talente anzieht, weiterentwickelt und langfristig bindet. Gerade in einer alpinen Destination ist es entscheidend, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten, um über alle Bereiche hinweg eine konstant hohe Service- und Leistungsqualität sicherzustellen.

### Sourcing – Wirkung durch Zusammenarbeit verstärken

Wir setzen auf verantwortungsvolle und nachhaltige Beschaffung. Durch den gezielten Aufbau und die Weiterentwicklung unserer Lieferketten stärken wir unsere Wertschöpfung, reduzieren Risiken und unterstützen unsere langfristige Vision. Dies ist besonders relevant, da wir als Destination stark von verlässlichen Partnern und regionalen Wertschöpfungsketten abhängig sind, um Qualität, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit gleichermassen zu gewährleisten.

WAS UNS BEWEGT

# GENUSS MIT AUSSICHT UND VERANTWORTUNG AUF DEM TELLER

Wer an einem sonnigen Skitag auf der Terrasse eines Bergrestaurants sitzt, denkt selten über Klimabilanzen nach. Beim Stimmengewirr von Skifahrerinnen und Skifahrern und dem Blick auf verschneite Gipfel steht der Genuss im Vordergrund. Genau hier entsteht ein Umdenken. Mit den Klimalieblingen bringt das Skigebiet Andermatt+Sedrun+Disentis klimafreundlichere Gerichte auf die Teller. Entwickelt wurden sie durch Food & Beverage Manager Claudius Senf und seinem Team. Die Kreationen zeigen, dass nachhaltige Ernährung auch auf 2'000 Metern Höhe funktioniert und vor allem schmeckt.



*«Wir sehen eine stetig wachsende Nachfrage.»*

Claudius Senf, Food & Beverage Manager bei der Andermatt-Sedrun Sport AG





Frische, saisonale Zutaten stehen im Mittelpunkt der Klimalieblinge. Das Konzept setzt auf Regionalität, kurze Lieferwege und einen bewussten Umgang mit Ressourcen.

Dahinter steckt eine einfache Idee: Gerichte, die ohne Fleisch auskommen oder bewusst auf pflanzliche Zutaten setzen, verursachen deutlich weniger CO<sub>2</sub>. Gleichzeitig sollen sie genauso attraktiv sein wie die klassischen Hüttenfavoriten. «Viele alpine Gerichte sind traditionell bereits fleischlos. Aber die Auswertungen zeigen, dass die Klassiker wie Chicken Nuggets, Bratwurst oder Schnitzel immer noch am beliebtesten sind bei den Gästen.»

## VOM KONZEPT ZUM GERICHT

Die Entwicklung eines Klimalieblings beginnt nicht am Reissbrett, sondern in der Küche. Neben Fragen wie «Was passt zur Region?» spielte auch die Umsetzung bei hohem Gästeaufkommen eine zentrale Rolle. Claudius Senf und sein Team haben bei den Kreationen bewusst auf den alpinen Wurzeln aufgebaut. «Unser Ansatz war es, die Klassiker zeitgemäss weiterzuentwickeln, anstatt sie komplett neu zu erfinden. Ein Beispiel dafür ist das Urner Ryys und Poor, das wir modern interpretiert haben. Ergänzt wird das Konzept durch konsequente Saisonalität mit Kürbis im Winter und Radieschen im Sommer.»

## ZWISCHEN TRADITION UND VERÄNDERUNG

Die grösste Herausforderung liegt nicht in der Zubereitung, sondern in den Erwartungen der Gäste. Gerade im Skigebiet greifen viele gerne zu herzhaften, traditionellen Gerichten. «Wir möchten unseren Gästen nichts vorschreiben oder ein schlechtes Gewissen vermitteln, sondern mit den Klimalieblingen eine zusätzliche attraktive Wahl anbieten. Die Gerichte stehen für Genuss, Qualität und Regionalität. Der Nachhaltigkeitsgedanke ist ein zusätzlicher Mehrwert», erklärt Claudius Senf.

Um diesen Schritt zu erleichtern, setzt das Skigebiet auch auf spielerische Anreize. Wer Klimalieblinge bestellt, sammelt digitale Stempel und wird belohnt. So entsteht ein niederschwelliger Zugang zu neuen Geschmackserlebnissen. «Wir sehen eine stetig wachsende Nachfrage», betont Claudius Senf. «Sowohl die Gerichte als auch die Sammelkarten erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.»

## KLEINE ENTSCHEIDUNG, GROSSE WIRKUNG

Was auf den ersten Blick wie eine kleine Anpassung auf der Menükarte wirkt, hat eine grössere Dimension. In einem Ski-gebiet mit tausenden Gästen pro Tag summieren sich die Effekte. Jede Entscheidung für ein pflanzliches Gericht reduziert den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck, ohne dass auf Genuss verzichtet werden muss.

Für Claudius Senf ist klar: Die Gastronomie spielt eine wichtige Rolle im nachhaltigen Tourismus. «Mit den Klimalieblingen bieten wir unseren Gästen ein preislich attraktives Angebot und eine Möglichkeit, sich bewusst zu entscheiden, ohne auf Genuss zu verzichten. Langfristig sehen wir eine klare Entwicklung, dass Nachhaltigkeit immer mehr zu einem Qualitätsmerkmal wird.»

So sind die Klimalieblinge mehr als nur ein Gericht. Sie stehen für einen bewussteren Umgang mit Ressourcen, für neue kulinarische Ideen und für die Überzeugung, dass Veränderung oft dort beginnt, wo man sie am wenigsten erwartet: auf dem Teller, mitten im Skigebiet.



Mit den Klimalieblingen setzt Claudius Senf auf pflanzenbasierte Angebote, die den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck reduzieren und gleichzeitig vollen Genuss bieten.

# Nachhaltigkeitsziele



Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil des Geschäfts



Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Pfeiler für den Ruf der Unternehmen und die Glaubwürdigkeit derer Führung



Zulieferer und Partner unterstützen die Nachhaltigkeitsstrategie



Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensmarken



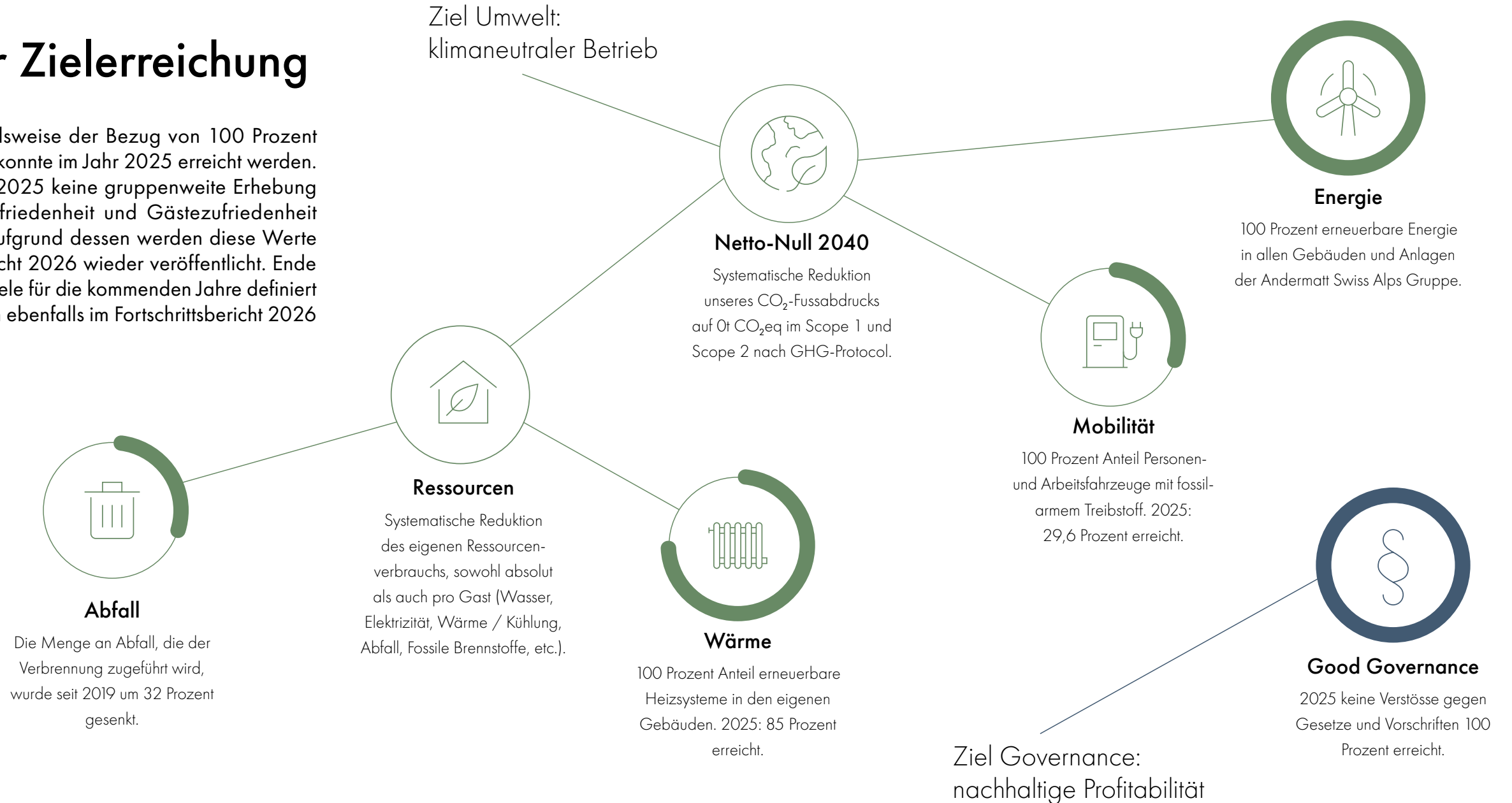
Nachhaltigkeit ist in der Unternehmenskultur verankert

## Grundsätze

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG haben ambitionierte strategische Ziele. Ein Teil davon sind die Nachhaltigkeitsziele, die sie bis 2030 beziehungsweise 2040 erreichen wollen (Ausgangsjahr 2019). Im Rahmen der Überarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie wurden auf Basis der Wesentlichkeitsanalyse klare Schwerpunkte und Ziele gesetzt. Im Zentrum steht der Anspruch, dass die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG eine führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit einnehmen.

# Stand der Zielerreichung

Das Ziel, wie beispielsweise der Bezug von 100 Prozent erneuerbarem Strom, konnte im Jahr 2025 erreicht werden. Es konnte jedoch für 2025 keine gruppenweite Erhebung zu Mitarbeitendenzufriedenheit und Gästezufriedenheit umgesetzt werden. Aufgrund dessen werden diese Werte erst im Fortschrittsbericht 2026 wieder veröffentlicht. Ende 2025 konnten neue Ziele für die kommenden Jahre definiert werden. Diese werden ebenfalls im Fortschrittsbericht 2026 vorgestellt.





## Absenkpfad Treibhausgasemissionen Andermatt Swiss Alps Gruppe

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe will wie oben erwähnt die Emissionen aus dem Betrieb ihrer Infrastruktur (Scopes 1 und 2) bis im Jahr 2040 auf Netto-Null reduzieren. Dazu hat sie einen Absenkpfad definiert. Als Referenzwert gelten die Treibhausgasemissionen aus dem Betrieb im Jahr 2028 (erstes Jahr nach der Eröffnung des Hotels The Alpinist Andermatt). Ab 2030 ist eine lineare Reduktion bis spätestens 2040 geplant, um dem technologischen Fortschritt, der Stabilisierung des Betriebs sowie Investitionszyklen Rechnung zu tragen. In Scope 1, bei mobilen Emissionen, sind Investitionen für den Einsatz alternativer Kraftstoffe für den Fuhrpark und die Maschinen geplant, stationäre Emissionen sollen durch den Einsatz von Fernwärme (aus Biomasse) anstelle von Heizöl bzw. Erdgas und die mögliche Elektrifizierung von Gaskaminen eliminiert werden. Mit diesen Massnahmen soll eine Reduzierung von mindestens 90 Prozent erreicht werden. Zur Beseitigung der verbleibenden Restemissionen werden Möglichkeiten für die dauerhafte CO<sub>2</sub>-Abscheidung und -Speicherung evaluiert. Das Netto-Null Ziel der Andermatt Swiss Alps Gruppe im Jahr 2040 steht im Einklang mit dem Netto-Null-Ziel 2050 des Kantons Uri und der Schweiz. Es wurden und werden laufend Optimierungen als Massnahmen umgesetzt. Ein detaillierter Massnahmenplan mit einem Absenkpfad für Emissionen sowie einem Aufbaupfad für Negativemissionen wird ab 2026 für die gesamte Gruppe erarbeitet.

# Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung

Die internationale Gemeinschaft hat über die Vereinten Nationen UNO in ihrer Agenda 2030 17 Ziele festgelegt für eine nachhaltige Entwicklung, die sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs). Auch unsere Unternehmen tragen mit ihren ESG-Massnahmen zur Zielerreichung bei. Insbesondere bei folgenden SDGs:





## SDG 4: Hochwertige Bildung

Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern

Unsere Betriebe bieten Lehrstellen für Kaufleute, Fachleute Hotellerie-Hauswirtschaft, Restaurationsfachleute, Köchinnen und Köche, ICT-Fachleute, Hotel-Kommunikationsfachleute und Seilbahnmechatronikerinnen und -mechatroniker an. Zudem stehen Praktikumsplätze in den unterschiedlichsten Bereichen zur Verfügung. Ehemalige Lernende, Praktikantinnen und Praktikanten haben im Anschluss an ihre Ausbildung eine feste Anstellung innerhalb der Unternehmensgruppen gefunden. So arbeitet beispielsweise der erste ICT-Lernende von Andermatt Swiss Alps heute im IT-Team der Gruppe. Auch mehrere ehemalige Seilbahnmechatroniker der Andermatt-Sedrun Sport AG sind inzwischen fester Bestandteil des Bergbahnteams. Alle unsere Unternehmen fördern die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden gezielt mit finanziellen Beiträgen und/oder zur Verfügung gestellter Arbeitszeit. Interne Ausbildungsprogrammen stellen sicher, dass Mitarbeitende aller Geschlechter fachlich bestens qualifiziert sind. Zusätzlich bieten die Unternehmen Job Rotations und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, auch über die Konzerngesellschaften Orascom Development Holding. Im Jahr 2025 haben mehrere Mitarbeitende entsprechende internationale Einsätze wahrgenommen.





## SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäranlagen

Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten

Unsere Unternehmen setzen sich für einen effizienten Umgang mit Wasser ein, dafür investieren wir in bauliche Massnahmen und sparsame Infrastruktur. Die Andermatt-Sedrun Sport AG baute im Jahr 2025 ihre Beschneigungsanlagen mit modernen, wasser- und energieeffizienteren Geräten aus. Das Wasser, das für die Beschneigung der Pisten und die Beregnung des Golfplatzes genutzt wird, stammt aus natürlichem Wasservorkommen, bleibt unbehandelt und fliesst wieder in den Wasserkreislauf zurück. Auf dem Golfplatz wird ausserdem sehr zurückhaltend gedüngt. Durch ein Grundwassermonitoring konnte kein Nachweis von Pestiziden oder Herbiziden erbracht werden; auch die gemessenen organischen Substanzen liegen unterhalb der gesetzlichen Grenzwerte. Das Baustellenwasser in Andermatt Reuss wird überwacht und gereinigt, bevor es in die Gewässer zurückfliesst oder versickert, Abwasser wird gesetzeskonform abgeleitet und wieder aufbereitet. In den Restaurants, Hotels und Büroräumen der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG sind möglichst natürliche, biologisch abbaubare Reinigungsmittel im Einsatz, die Anzahl an Wäschezyklen in den Hotels wurde reduziert, um Wasser zu sparen. Die Restaurants des The Chedi Andermatt fördern zudem

den Absatz von lokalem Trinkwasser. Das Leitungswasser wird vor Ort aufbereitet, dadurch entfallen Transportwege, Abfall und Einwegverpackungen. Bei Clean-up-Einsätzen im Dorf haben die Andermatt-Sedrun Sport AG und die Andermatt Swiss Alps Gruppe Abfall eingesammelt. Damit verhindern sie, dass Kunststoffe, giftige Produkte wie Zigarettenstummel etc. in die Gewässer gelangen.



## SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Wir achten Arbeits- und Menschenrechte und setzen uns dafür ein, dass unsere Sicherheitsrichtlinien eingehalten werden, auch bei unseren Lieferanten. Dank regelmässiger Schulungen werden die Mitarbeitenden entsprechend ausgebildet und sensibilisiert. Unser Lohnsystem ist an Qualifikation und Leistung gekoppelt, mit Lohnvergleichsprüfungen stellen wir sicher, dass niemand wegen seines persönlichen Hintergrunds benachteiligt wird. Mit unserem Wachstum entstehen Stellen und steigt die Wertschöpfung in der Region. Junge Menschen finden bei uns ein Angebot für Ausbildungsplätze und damit einen Einstieg ins Berufsleben sowie Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb unserer Unternehmensgruppen.





## SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur

Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen

Wir investieren laufend in unsere Anlagen und Gebäude und deren Modernisierung, damit sie langfristig einsetzbar sind. Wir achten dabei auf die Reduktion von Ressourcenverbrauch und Emissionen und passen Infrastruktur und Angebot den klimabedingten Veränderungen an. Innovative Technologien wie Snow-Sat bei der Pistenpräparation unterstützen uns dabei. Mit dieser satelliten-gestützten Schneetiefenmessung können die Pisten effizient und ressourcensparend präpariert werden. Alle unsere Unternehmen beziehen ausserdem erneuerbare Energie, Strom und Wärme und alle neueren Gebäude werden ohne Einsatz von fossiler Energie geheizt und gekühlt. Mit unseren Angeboten tragen wir zur weiteren wirtschaftlichen und touristischen Entwicklung der Region bei. Als Teilnehmende bei der OK:GO Initiative haben wir ausserdem die Zugänglichkeitsdaten unserer Einrichtungen veröffentlicht. Dadurch und mit unseren unterschiedlichen Produkten, Dienstleistungen und Tarifvarianten, sorgen wir dafür, dass unser Angebot für möglichst viele Menschen erschwinglich und zugänglich ist.

Mit der Initiative Andermatt Responsible setzen wir uns ausserdem für eine ressourcenschonende, nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region ein. Das bedeutet auch, dass wir nach Möglichkeit mit dem lokalen Gewerbe zusammenarbeiten und lokale Produkte beziehen.



## SDG 10: Weniger Ungleichheiten

Ungleichheit innerhalb von und zwischen Ländern verringern

Unsere Unternehmen bieten Menschen aus 52 Nationen Arbeit und damit ein Einkommen. Dabei stellen wir sicher, dass alle gleichbehandelt werden, unabhängig von Geschlecht, Alter, Ethnie, Herkunft, Religion, Behinderung, sexueller Orientierung, Krankheiten, Zivilstand, Fähigkeiten oder sonstigen Merkmalen, die nach anwendbarem Recht geschützt sind. Wie wir ein Klima des gegenseitigen Respekts und der Toleranz innerhalb unserer Betriebe sicherstellen, haben wir in unseren Personalreglementen und Verhaltensrichtlinien festgehalten. Dies leben wir mittels eines klaren Tones from the Top auf allen Ebenen vor.



## SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum und Produktion

Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Alle unsere Betriebe haben Projekte zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs. Sei es Energieberatung zur Senkung des Stromverbrauchs bei den Hotels, den Bergbahnen und den Bürostandorten, seien es Foodwaste-Projekte in der Gastronomie, Geschwindigkeitsoptimierungen bei den Seilbahnen oder Investitionen in moderne Anlagen und Fahrzeuge zum Sparen von Treibstoff und Wasser. Zudem bieten wir Angebote für unsere Gäste: Der Sportshop Gleis 0 beispielsweise vermietet nicht nur Ski-Hardware, sondern auch Skihosen, Skijacken, Helme und Skibrillen. So müssen unsere Gäste das sonst selten gebrauchte Material weder mitbringen noch kaufen, was wiederum ressourcenschonend ist.





## SDG 15: Leben an Land

Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen

Die Unternehmen der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG investieren in die verschiedensten Massnahmen zum Schutz der Umwelt und dem Erhalt der Biodiversität. Die Bautätigkeit in Andermatt Reuss wird beispielsweise von einer externen Firma beaufsichtigt und regelmässig kontrolliert. Diese Umweltbaubegleitung sorgt dafür, dass alle Umweltschutzauflagen berücksichtigt werden.

Beim GEO-zertifizierten Andermatt Golf Course stellt die Fachkommission Ökologie sicher, dass Umwelt- und Gewässerschutz respektiert werden. Zudem gibt sie regelmässig Studien zur Artenvielfalt bei Flora und Fauna auf dem Golfplatz in Auftrag. Hierzu erfolgen gegebenenfalls Infrastrukturanpassungen.

Die Andermatt-Sedrun Sport AG sorgt dafür, dass Wildruhezonen und Wildschutzgebiete im Winter klar gekennzeichnet sind, sodass sie nicht betreten werden. Neben Sensibilisierungskampagnen werden auch regelmässige Kontrollen durchgeführt, um den Wildschutz durchzusetzen. Zudem schafft die Andermatt-Sedrun Sport AG mit ökologischen Ausgleichsmassnahmen zusätzlichen Raum für Tiere und Pflanzen.



## Partnerschaften

Partnerschaften sind ein zentraler Bestandteil der nachhaltigen Entwicklung der Region Andermatt. Durch die Zusammenarbeit mit Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft entstehen wertvolle Synergien, die Innovation, Wissenstransfer und verantwortungsvolles Handeln fördern. Solche Kooperationen ermöglichen es, Herausforderungen gemeinsam anzugehen und langfristige Lösungen für die Region zu entwickeln.

### Andermatt Swiss Alps Gruppe

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe ist seit 2021 Partnerin der Fachhochschule Graubünden. Die Studierenden erhalten damit Unterstützung bei angewandten Forschungsarbeiten und -projekten. Zudem stellen die Unternehmen der Gruppe Praktikumsplätze zur Verfügung. Die Andermatt Swiss Alps Gruppe wiederum profitiert vom Wissenstransfer.

Im gleichen Jahr wurde eine Zusammenarbeit mit dem St. Gallen Symposium lanciert, der weltweit führenden Initiative für den generationenübergreifenden Dialog.

Seit Sommer 2023 ist die Andermatt Swiss Alps Gruppe Partnerin des Vereins Wald und Klima Ursern, welcher im Urserntal ein Aufforstungsprojekt betreibt. Im Rahmen der Partnerschaft unterstützt die Gruppe den Verein finanziell und mit Arbeitseinsätzen im Wald. Damit trägt sie zum Umweltschutz in der Region, zur Biodiversität und langfristig zum Klimaschutz bei.

## Andermatt-Sedrun Sport AG

Die Andermatt-Sedrun Sport AG engagiert sich im strategischen Ausschuss (STRAUS) der Destination Andermatt+Sedrun+Disentis. In diesem Gremium arbeiten die drei Gemeinden Andermatt, Tujetsch und Disentis, die beiden Bergbahnen Andermatt-Sedrun Sport AG und Bergbahnen Disentis AG, die Tourismusorganisationen Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH und Sedrun Disentis Tourismus SA sowie die Andermatt Swiss Alps AG eng zusammen, mit dem Ziel, eine umfassende Entwicklungsstrategie für die Region Andermatt-Sedrun-Disentis zu erarbeiten. Erste Massnahmen wurde bereits umgesetzt, wie etwa die Arbeit an einem gemeinsamen Auftritt zur Förderung des Radsports in der Region. Durch den aktiven Austausch und die gemeinsame Abstimmung von Strategien leistet die Andermatt-Sedrun Sport AG einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Positionierung und Weiterentwicklung der Destination.

Als Mitglied verschiedener nationaler und regionaler Branchen- und Wirtschaftsverbände wie Seilbahnen Schweiz, Schweiz Tourismus, Bergbahnen Graubünden, Transportunternehmen TUZ sowie Industrie und Wirtschaft Uri ist die Andermatt-Sedrun Sport AG eng in relevante Netzwerke eingebunden. Der aktive Austausch innerhalb dieser Organisationen stärkt die Zusammenarbeit, fördert den Wissenstransfer und unterstützt die Weiterentwicklung von Tourismus, Mobilität und Wirtschaft in der Region.

## Gemeinsam die Zukunft gestalten

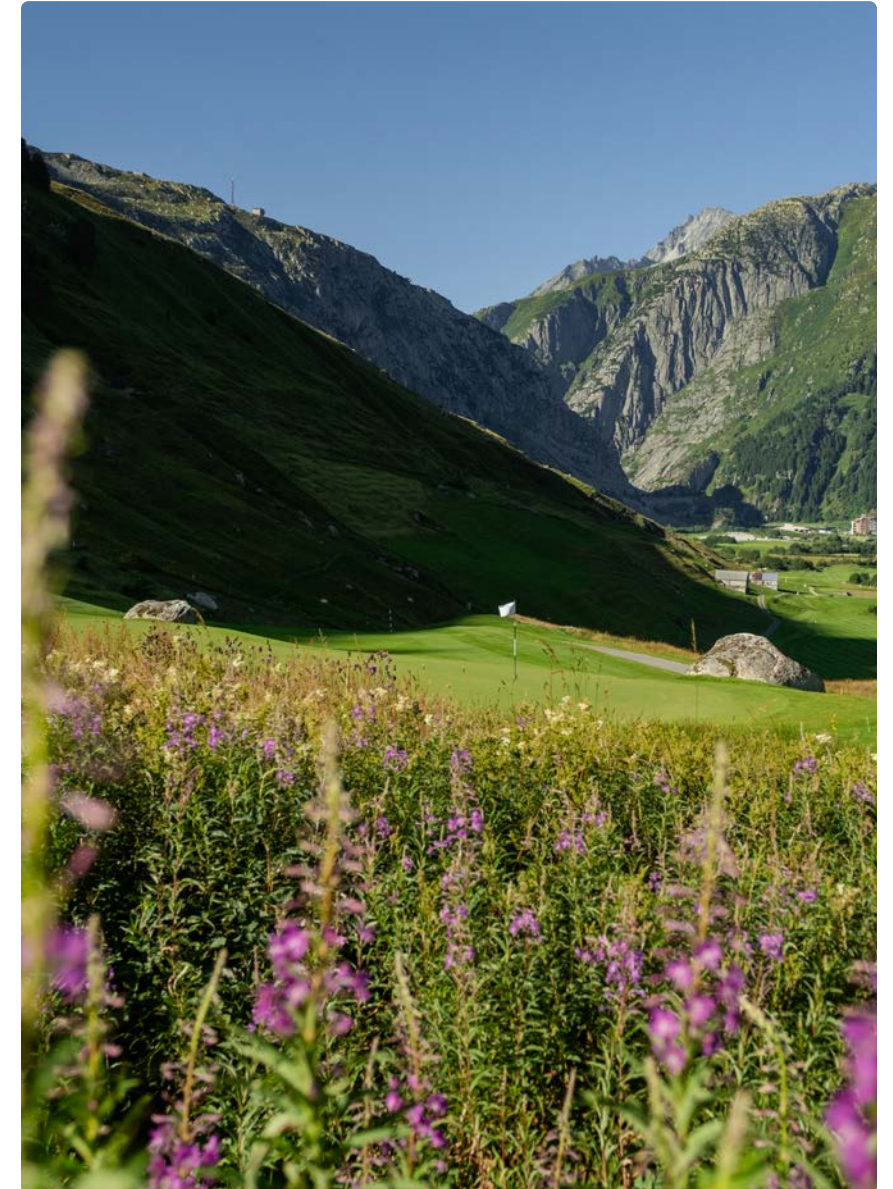
Mit Blick in die Zukunft bleibt die Andermatt Swiss Alps Gruppe und Andermatt-Sedrun Sport AG auf starke und engagierte Partner angewiesen. Komplexe Themen wie nachhaltige Destinationsentwicklung, Klimaschutz, Innovation oder die Förderung von Nachwuchstalenten lassen sich langfristig nur im Dialog und in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren bewältigen. Daher werden bestehende Partnerschaften weiter vertieft und bei Bedarf gezielt neue strategische Kooperationen aufgebaut.

Ziel ist es, gemeinsam mit verlässlichen Partnern die positive Entwicklung der Region langfristig zu sichern, innovative Projekte voranzutreiben und Andermatt als nachhaltige, zukunftsorientierte Destination weiter zu stärken.

## Swisstainable



Die Unternehmen der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG sind Teil von Swisstainable, dem Nachhaltigkeitsprogramm des Schweizer Tourismusverbands. Die Andermatt Swiss Alps AG, die Andermatt-Sedrun Sport AG und die Hotels The Chedi Andermatt und Radisson Blu Hotel Reussen haben seit mehreren Jahren das Label Swisstainable II – engaged, der GEO-zertifizierte Andermatt Golf Course ist mit Swisstainable III – leading bereits auf der höchsten Stufe.



# Mitarbeitende

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG verfolgen das gemeinsame Ziel, Andermatt als führende Ganzjahresdestination im Alpenraum zu positionieren. Die Vision «The Prime Alpine Destination» basiert auf einem ganzheitlichen Qualitätsverständnis: Exzellenz soll in allen Geschäftsbereichen erlebbar sein. Für Menschen, die in der Region leben und arbeiten, ebenso wie für Gäste aus dem In- und Ausland.

Zentrale Voraussetzung für dieses Qualitätsversprechen sind engagierte, kompetente und zufriedene Mitarbeitende. Mit den strategischen Leitbildern «People for Progress» (Andermatt Swiss Alps AG) und «Experience of a Lifetime for our Employees» (Andermatt-Sedrun Sport AG) verankern beide Unternehmen ihre Verantwortung als attraktive Arbeitgeberinnen klar in ihrer Unternehmensstrategie.

Im Fokus steht dabei, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden nachhaltig zu sichern und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Denn langfristiger unternehmerischer Erfolg, regionale Wertschöpfung und ein herausragendes Gästeerlebnis entstehen dort, wo Mitarbeitende motiviert sind, Verantwortung übernehmen und aktiv zur positiven Entwicklung der Destination beitragen.

Per 31. Dezember 2025 beschäftigten die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG gemeinsam 1'148 Mitarbeitende (Vorjahr 1'114 – Wachstum um 3,1 Prozent).

Diese verteilen sich auf 714 Vollzeitstellen (FTE) im Kalenderjahr 2025 (Durchschnitt). 515 Arbeitnehmende waren in einer Ganzjahresanstellung beschäftigt, 633 in Saisonverträgen. Die Unternehmen haben Arbeitsplätze am Hauptsitz in Andermatt, an den Bürostandorten in Altdorf, Andermatt und Sedrun, im Skigebiet Andermatt-Sedrun sowie in den Hotel- und Gastronomiebetrieben in Andermatt und Sedrun.

## Personalkennzahlen

37 Prozent der Arbeitnehmenden der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG sind weiblich, im Kader<sup>1</sup> sind es 35 Prozent und in den Führungspositionen 39 Prozent. 38 Prozent der Mitglieder der obersten Führungsgremien<sup>2</sup> der Unternehmensgruppen sind Frauen. 68 Prozent der Beschäftigten arbeiten im Rahmen eines Gesamtarbeitsvertrags oder unter dem besonderen Arbeitszeitgesetz für Personal des öffentlichen Verkehrs.

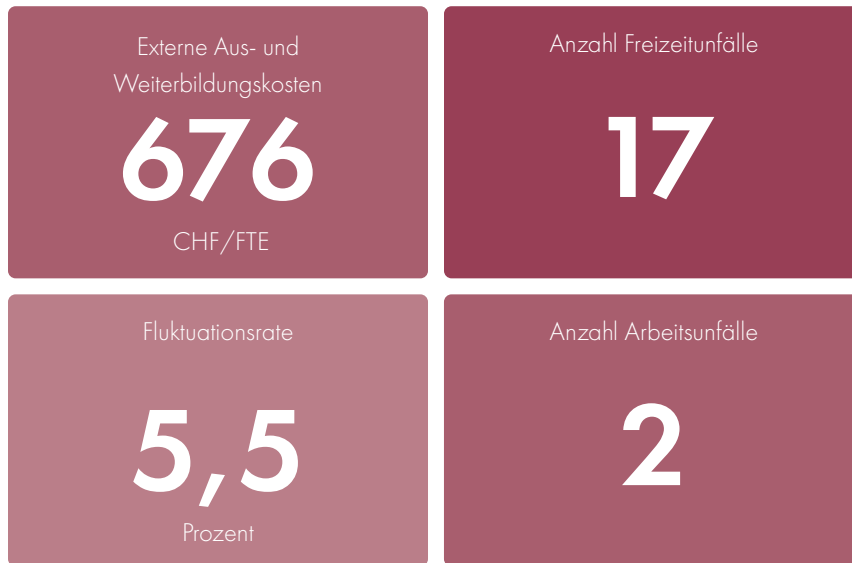
Das Durchschnittsalter der Mitarbeitenden liegt bei 37,7 Jahren, die durchschnittliche Verweildauer bei der Andermatt Swiss Alps

<sup>1</sup> Zum Kader zählen Mitarbeitende mit einem Kadervertrag (Führungskader und Fachkader ohne Führung), zu den Führungspositionen die Führungskader/People Manager.

<sup>2</sup> Zu den obersten Führungsgremien zählen die Executive Managements der Unternehmen und ihrer Tochtergesellschaften.



## Erweiterte Kennzahlen Andermatt Swiss Alps AG



Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG beträgt 3,9 Jahre. Die Gesamt-Teilzeitquote liegt bei 47 Prozent. Die beiden Firmen beschäftigen insgesamt 15 Lernende, 33 Praktikantinnen und Praktikanten und eine Person mit besonderen Bedürfnissen. Damit machen die Ausbildungs- und Integrationsarbeitsplätze 4,3 Prozent der gesamten Arbeitsplätze aus.

### Pensionskassen

Das Hotel- und Gastronomiepersonal beider Unternehmen ist bei einer Branchen-Pensionskasse versichert, einer Vollversicherung mit einem Deckungsgrad von 111 Prozent. Die übrigen Angestellten sind bei der Asga Pensionskasse versichert, welche per 31. Dezember 2025 einen Deckungsgrad von 122 Prozent auswies. Neben den Altersvorsorgeleistungen wird das Risiko der Invalidität und des Todes abgedeckt. Die Pensionskassen veranlassen unter Kriterien der Nachhaltigkeit. Asga zum Beispiel befolgt seit 2020 eine Politik zur Berücksichtigung der Nachhaltigkeit in den Kapitalanlagen, die auf den drei Säulen Normatives Screening, Stimmrechtsausübung und Dialog sowie ESG-Integration aufbaut. Asga ist zudem Mitglied beim Schweizer Verein für verantwortungsbewusste Kapitalanlagen.

### International und vielfältig

Bei der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG arbeiten Menschen aus 52 Nationen. Den grössten Anteil aller Beschäftigten machen die Mitarbeitenden mit Schweizer Nationalität aus. Gegenseitiger Respekt, Toleranz und ein offe-

nes, diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld prägen den Alltag in den Unternehmen. Dank der international geprägten Unternehmenskultur mit hoher lokaler Verankerung können auch die Bedürfnisse der Gäste besser verstanden und bedient werden.

### Mitarbeitendenbefragung

Im Berichtsjahr haben die Hotels The Chedi Andermatt und Radisson Blu Reussen Mitarbeitendenbefragungen durchgeführt. Die Andermatt Swiss Alps AG hat bereits 2024 gemeinsam mit der Konzernmuttergesellschaft Orascom eine entsprechende Befragung umgesetzt. Bis Ende 2026 soll die Mitarbeitendenzufriedenheit in allen Gesellschaften der Unternehmensgruppe einheitlich anhand des Mitarbeitenden-NPS gemessen werden. Angestrebt wird dabei ein Zielwert von 70.

Handlungsbedarf wurde insbesondere in den Bereichen Mitarbeitendenunterkünfte, team- und destinationsübergreifende Zusammenarbeit, Arbeitsbelastung sowie im Umgang mit Veränderungsprozessen identifiziert. Für alle Themenfelder wurden Massnahmen definiert, priorisiert und werden schrittweise umgesetzt.

Ein konkretes Beispiel ist das Apartmenthaus Ori in Andermatt Reuss. Es umfasst 41 Studios und eine Wohnung und bietet bei voller Belegung Platz für 86 Personen. 39 der insgesamt 42 Einheiten sind als Erstwohnungen vorgesehen und eignen sich damit besonders für Mitarbeitende der Destination. Die Lage in Andermatt Reuss ermöglicht zudem kurze Arbeitswege.

Seit 2025 werden die Andermatt Swiss Alps Properties zentral durch ein Staff Housing Team verwaltet und bewirtschaftet. Mitarbeitende profitieren dadurch von einer zentralen Anlaufstelle für sämtliche Anliegen rund um Personalunterkünfte – von der Reservation bis zum Auszug.

Darüber hinaus engagiert sich die Andermatt Swiss Alps AG neben Kooperationsprojekten mit lokalen Partnern auch aktiv für die Schaffung von zusätzlichem Wohnraum im Urner Oberland.

## Compliance, Integrität und Arbeitssicherheit

Um die Einhaltung aller gesetzlichen und regulatorischen Vorgaben sicherzustellen, setzen die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG auf kontinuierliche Verbesserung. Interne Kontrollmechanismen, praxisnahe Schulungen und regelmässige Trainings stärken das Bewusstsein und die Kompetenz der Mitarbeitenden und verankern Compliance im Arbeitsalltag.

Die Gesundheit der Mitarbeitenden hat einen hohen Stellenwert. Präventive Angebote wie Sport und ausgewogene Verpflegung, ein systematisches Monitoring von Ferienbezügen und Überzeiten sowie ein strukturiertes Case-Management bei Langzeitabsenzen tragen dazu bei, die Gesundheit langfristig zu fördern.

Eine offene und integre Unternehmenskultur ist zentral für beide Unternehmen. Interne Hinweisgeberplattformen fördern Transparenz und helfen, Fehlverhalten frühzeitig zu erkennen und zu

## Kennzahlen Mitarbeitende

in Personen, wenn nicht anders angegeben, Stand 31.12.2025

	2025			2024	
	Andermatt Swiss Alps Gruppe	Andermatt-Sedrun Sport AG	Total	Total	Differenz
Total Mitarbeitende (FTE)	536	179	714	710	+0,6 %
Total Mitarbeitende	622	526	1'148	1'114	+3,1 %
Total Frauen	258	169	427	419	+1,9 %
Mitarbeitende Kader	46	29	75 <sup>1</sup>	117	-35,9 %
Frauen Kader	19	7	26	49	-46,9 %
Quote Frauen Kader	41 %	24 %	35 %	42 %	-16,4 %
Quote weibliche Führungskräfte	39 %	38 %	39 %	44 %	-11,4 %
Quote Frauen oberste Führungsgremien	40 %	33 %	38 %	29 %	+31 %
Teilzeitbeschäftigte	224	313	537	360	+49,2 %
Teilzeitbeschäftigte Frauen	48	113	161	147	+9,5 %
Lernende	11	4	15	10	+50 %
Praktikantinnen und Praktikanten	33	0	33	17	+94,1 %
Quote Ausbildungs- und Integrationsarbeitsplätze	1 %	1 %	1,6 %	2,5 %	-36 %

<sup>1</sup> Bei Andermatt Swiss Alps AG wurde 2025 eine neue Kaderstruktur eingeführt: Fachkader wurde aufgehoben.



verhindern. Ergänzt wird dies durch umfassende Verhaltensrichtlinien, die ethisches, rechtmässiges und verantwortungsvolles Handeln fördern, insbesondere in den Bereichen Menschenrechte, Korruptionsprävention und Datenschutz. Regelmässige Schulungen und Awareness-Massnahmen stellen sicher, dass diese Werte im Alltag gelebt werden.

Die Quote der krankheits- und unfallbedingten Absenzen ist gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,1 Prozentpunkte gesunken und beträgt 1,7 Prozent.

## Mitarbeitendenbenefits

Die Unternehmen fördern die interne und externe Aus- und Weiterbildung mit einem breiten Angebot und legen grossen Wert auf attraktive Arbeitsbedingungen. Dazu gehören unter anderem gesunde Verpflegungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz, grösstenteils in eigenen Restaurants, sowie vielfältige Mitarbeitenden-Anlässe mit kulturellem und sozialem Charakter.

Zu diesen zählen beispielsweise Pflanz- und Pflegeeinsätze im Wald mit Wald und Klima Ursern, der jährliche Sporttag von Andermatt Swiss Alps AG (Energy Day), der gemeinsame Season Kick-off oder die Teilnahme an Sportanlässen wie dem Stadtlauf Luzern.

Ergänzend profitieren Mitarbeitende von vergünstigten Angeboten innerhalb der Unternehmensgruppe, etwa für Ski-, Langlauf- oder Snowboardkurse bei der Schweizer Schneesportschule Andermatt. Während der Berichtsperiode wurde das Sportangebot weiter ausgebaut: Neben einem Fitnesscenter mit Sonderkonditionen für Mitarbeitende wurde auch das Angebot an Gruppenkursen erweitert.

WAS UNS BEWEGT

# EIN NEUES KAPITEL MIT VERTRAUTEN WURZELN

Ein Abschied vom Berufsleben bedeutet nicht für alle einen klaren Schlussstrich. Für Doris Leach war klar, dass sie auch nach ihrer Pensionierung sowohl sportlich als auch beruflich aktiv bleiben möchte. Sie hat vorher fast fünf Jahre im HR von Andermatt Swiss Alps AG gearbeitet und ist heute, während der Sommersaison Teil des Teams an der Golf Rezeption.



*«Mir ist wichtig, dass ich einen Mehrwert biete und nicht einfach nur da bin.»*

Doris Leach, Rezeptionistin auf dem Andermatt Golf Course



Mit ihrer Tätigkeit auf dem Andermatt Golf Course hat Doris Leach ihr Hobby zum Beruf gemacht.

«Ich war mein ganzes Leben berufstätig, meistens zu 100 Prozent. Einfach gar nicht mehr zu arbeiten, war für mich keine Option.» Der Übergang in die Pensionierung war deshalb kein abrupter Bruch, sondern ein bewusster Schritt in eine neue Form der Arbeit. Weniger Pensum, mehr Flexibilität, aber weiterhin eingebunden in ein Umfeld, das sie kennt und schätzt. Aber im HR zu bleiben, kam für sie nicht infrage. «Mit meinem Wohnort Andermatt und Arbeitsort Altdorf wollte ich nicht mehr jeden Morgen früh auf den Zug und erst am Abend wieder zu Hause sein. Das hat für mich nicht mehr gepasst.»

## EINE NEUE ROLLE FINDEN

Stattdessen fand sie einen anderen Weg. Nach einem Zwischenschritt bei der Andermatt-Sedrun Sport AG ergab sich die Möglichkeit, an der Golf Rezeption einzusteigen. Unkompliziert und fast zufällig. Für Doris Leach passte diese neue Aufgabe geradezu perfekt, weil sie den Golfsport für sich entdeckt hatte. «Ich habe mein Hobby ein Stück weit zu meiner Arbeit gemacht. Das ist natürlich schön.»

Seit einigen Jahren empfängt sie Gäste, beantwortet Fragen und sorgt für einen reibungslosen Ablauf. Die Aufgaben unterscheiden sich von ihrer früheren Tätigkeit im HR, doch vieles bleibt vertraut. Ihre Erfahrung im Unternehmen ist dabei ein klarer Vorteil. «Ich kenne die Strukturen, weiss, wie vieles funktioniert und an wen ich mich wenden kann. Das hilft mir im Alltag sehr.»

## VERBUNDEN BLEIBEN

Die Weiterbeschäftigung ist für sie mehr als nur eine Aufgabe. Sie ist auch Ausdruck einer Verbundenheit mit einem Unternehmen und einer Entwicklung, die sie über Jahre hinweg begleitet hat. «Ich bin stolz, nach wie vor ein Teil davon zu sein.» Auch im Team spielt das Alter für sie keine Rolle. «Ich fühle mich genauso jung wie die anderen. Für mich sind wir einfach ein tolles Team.»

## FLEXIBILITÄT ALS GEWINN FÜR BEIDE SEITEN

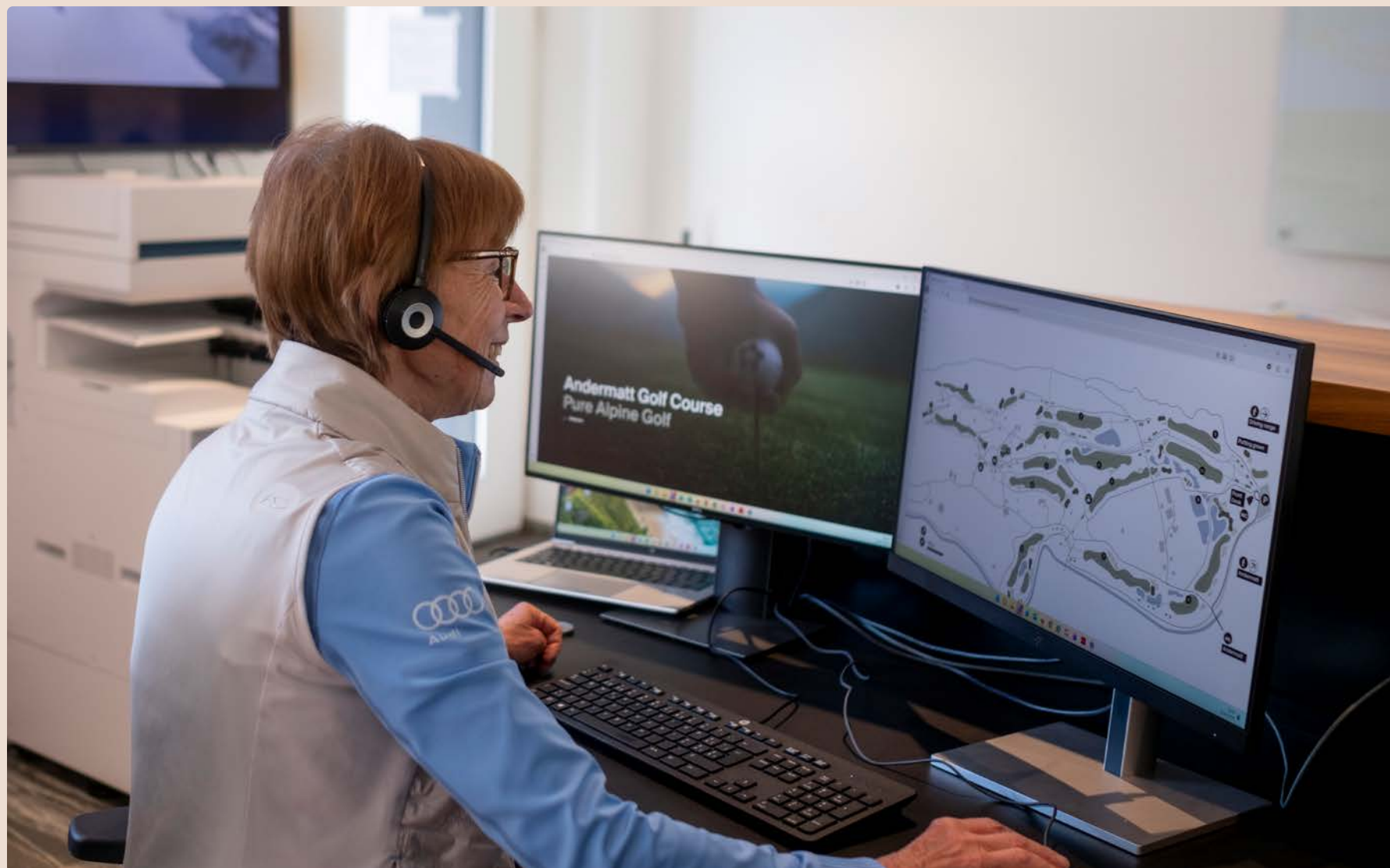
Die flexible Gestaltung ihres Pensums ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Doris Leach arbeitet an zwei Tagen pro Woche, bleibt dabei bewusst flexibel und unterstützt das Team, wenn Bedarf besteht. «Wenn ich gebraucht werde, komme ich. Das ist für mich selbstverständlich.»

Dass ein solches Modell möglich ist, sieht sie nicht als gegeben an. Umso mehr schätzt sie die Offenheit des Unternehmens. «Es ist nicht überall so, dass man nach der Pensionierung weiterarbeiten kann. Für mich ist das ein Gewinn und ich denke auch für das Unternehmen profitiert von meiner Erfahrung.» Gerade in einer Region mit vielen saisonalen Stellen sind fähige Mitarbeitende eine wertvolle Ressource. Sie bringen Wissen, Verlässlichkeit und Verständnis für Abläufe mit. Dieses Know-how ist für beide Seiten sehr wertvoll.

## BLICK NACH VORNE

Für Doris Leach ist ihre heutige Tätigkeit auch ein Zeichen von Wertschätzung. «Allein die Tatsache, dass ich weiterhin hier arbeiten kann, bedeutet mir viel.» Mit Blick in die Zukunft bleibt ihre Haltung pragmatisch. Sie möchte von Jahr zu Jahr entscheiden, wie lange und in welchem Umfang sie weiterarbeiten möchte. Und das immer mit dem Anspruch, einen echten Beitrag zu leisten. «Mir ist wichtig, dass ich einen Mehrwert biete und nicht einfach nur da bin.»

Ihre Erfahrung zeigt, dass Arbeit auch nach der Pensionierung eine wichtige Rolle spielen kann, als sinnvolle Ergänzung zum Alltag und als Möglichkeit, Teil eines grösseren Ganzen zu bleiben. «Man sollte sich bewusst überlegen, wie viel man arbeiten möchte und was zu einem passt. Und dann den Mut haben, es einfach zu machen.»



Auch nach der Pensionierung bringt Doris Leach ihre Erfahrung auf dem Andermatt Golf Course ein und schafft so Mehrwert für beide Seiten.

# Treibhausgasemissionen

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG erfassen ihren CO<sub>2</sub>e-Fussabdruck seit 2020 (rückwirkend für das Jahr 2019). Seither ist ein deutlicher Anstieg der Emissionen zu verzeichnen, der insbesondere auf die intensive Bau- und Entwicklungstätigkeit in Andermatt Reuss sowie auf die steigende Auslastung der Betriebe zurückzuführen ist.

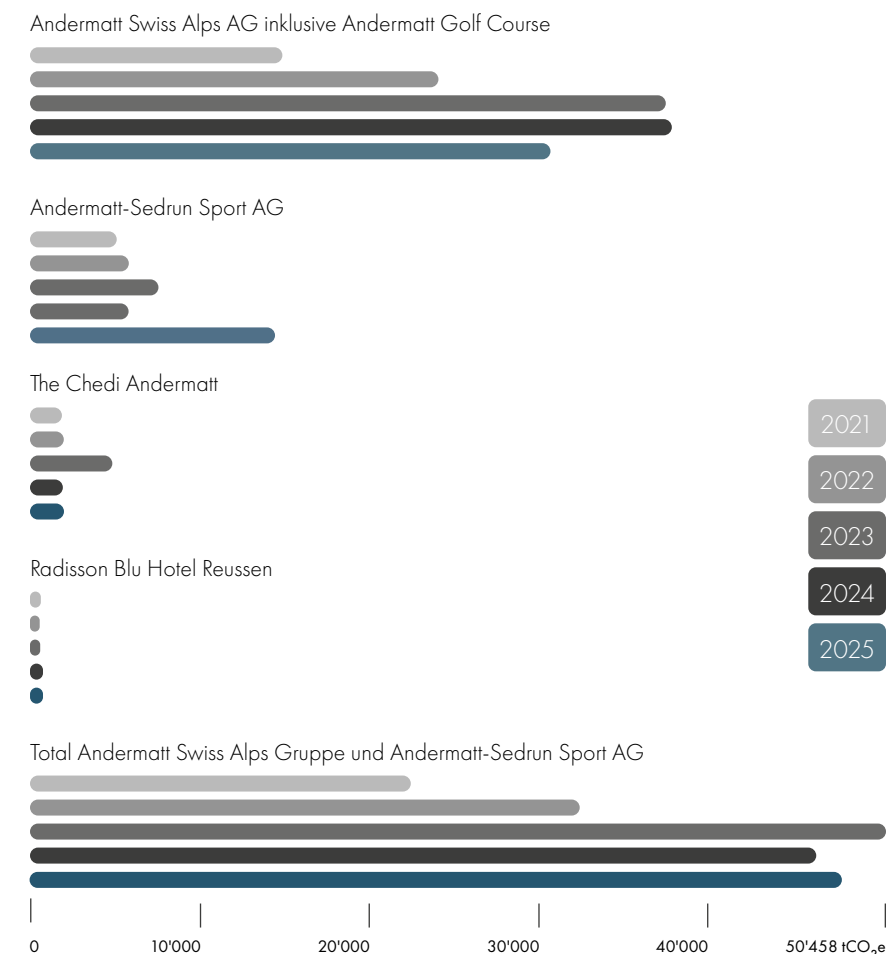
Während die Emissionen in den ersten Jahren kontinuierlich zunahmten und 2023 einen Höchststand erreichten, zeigte sich 2024 erstmals eine leichte Abnahme – trotz weiterhin hoher Bautätigkeit. Im Jahr 2025 stiegen die Emissionen erneut moderat an und beliefen sich auf 47'883 tCO<sub>2</sub>e, weiterhin geprägt durch umfangreiche Bau- und Investitionsaktivitäten.

Ausgangspunkt für das gruppenweite CO<sub>2</sub>e-Monitoring sowie für die Definition von Zielen und Massnahmen bleibt der Fussabdruck von 2019. Die Andermatt Swiss Alps AG hat 2024 einen Absenkpfad definiert, um das Netto-Null-Ziel bis 2040 zu erreichen. Eine zentrale Voraussetzung dafür ist das absehbare Ende der Bautätigkeit am neuen Hotel The Alpinist Andermatt.

Ein Netto-Null Betrieb soll durch die weitere Reduktion fossiler Energieträger, gezielte Massnahmen bei indirekten Emissionsquellen sowie den Ausgleich bzw. die Entnahme und permanente Speicherung von unvermeidbaren Restemissionen erreicht werden. Ergänzend ist die Entwicklung eines Aufbaupfads für Negativemissionen vorgesehen. Emissionen aus der Erstellung von Infrastruktur können dabei nur langfristig über den Betrieb und durch Kompensationsmassnahmen ausgeglichen werden.

**Korrekturwerte:** In den Jahren 2023 und 2024 wurde AdBlue nicht korrekt erfasst. Die entsprechenden Werte wurden im gesamten CO<sub>2</sub>e-Fussabdruck rückwirkend korrigiert. Seit 2025 wird AdBlue als indirekte Emission (Scope 3) im vollständigen Fussabdruck ausgewiesen.

## Emissionen im Jahresvergleich



# CO<sub>2</sub>e-Emissionsvergleich 2024 vs. 2025

## CO<sub>2</sub>e-Fussabdruck Andermatt Swiss Alps Gruppe und Andermatt-Sedrun Sport AG 2025

2025 sind die Treibhausgasemissionen der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen. Mit 47'883 tCO<sub>2</sub>e sind sie um 1'796 tCO<sub>2</sub>e höher als im Vorjahr. Die Scope 1-Emissionen stiegen leicht von 1'717 tCO<sub>2</sub>e (korrigierter Wert) auf 1'733 tCO<sub>2</sub>e.

Leicht angestiegen sind auch die grundsätzlich sehr geringen Scope 2-Emissionen (+3 tCO<sub>2</sub>e). Dank der Strom- und Wärmeversorgung aus erneuerbaren Energieträgern in sämtlichen Neu-

bauten der Gruppen, sowie dem Grünstrom bei den Anlagen der Bergbahnen und durch diverse Energieeffizienzmassnahmen lagen sie bei niedrigen 153,1 tCO<sub>2</sub>e.

Mit 45'997 tCO<sub>2</sub>e waren die Scope 3-Emissionen 2025 wieder etwas höher als 2024 (44'219 tCO<sub>2</sub>e). Auch dieses Jahr machen sie den Hauptteil der Treibhausgasemissionen aus. Gründe dafür waren die weiterhin intensive Bautätigkeit in Andermatt Reuss, Umbauten bei den Hotels und die im Vergleich zum Vorjahr viel

grösseren Investitionen in Infrastruktur und Bauprojekten der Andermatt-Sedrun Sport AG. Im Betrieb hatte die Andermatt Swiss Alps Gruppe Treibhausgasemissionen von 6'075 tCO<sub>2</sub>e. Zum Betrieb gezählt werden alle errechneten Emissionen, ausser die Investitionen. Nicht in die Treibhausgasstatistik eingerechnet ist die An- und die Abreise der Gäste. Die Datenlage dazu ist zu oberflächlich. Insbesondere bei den Tagesgästen ist nicht nachvollziehbar, woher sie anreisen und welche Angebote sie vor Ort nutzen. Dasselbe gilt für die Parahotellerie.



# Andermatt Swiss Alps Gruppe und Andermatt-Sedrun Sport AG 2025

## Emissionen pro Scope



### Scope 1: direkte CO<sub>2</sub>e-Emissionen

Treibhausgasemissionen, welche direkt in der Organisation anfallen (zum Beispiel Verbrauch von fossilen Energieträgern für Heizung oder Fuhrpark).

### Scope 2: indirekte CO<sub>2</sub>e-Emissionen

Indirekte Treibhausgasemissionen, die durch die Bereitstellung von Energie für eine Organisation anfallen (zum Beispiel Strom- und Fernwärmebezug einer Organisation).

### Scope 3: weitere indirekte CO<sub>2</sub>e-Emissionen

Alle übrigen Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Aktivitäten, welche eine Organisation durch ihre Tätigkeit verursacht (zum Beispiel Investitionen in Infrastruktur, Anlagegüter, Nutzung von Produkten, Arbeitswege der Mitarbeitenden, Dienstleistungen und Hilfsmaterialien).



### Grösse Emissionsquellen

	tCO <sub>2</sub> e	Prozent
● Kapitalgüter (Scope 3)	41'807,2	87,3
● Güter und Dienstleistungen (Scope 3)	2'549,4	5,3
● Mobile Verbrennung (Scope 1)	1'247,5	2,6
● Treibstoff- und energiebezogene Aktivitäten (WTT, T&D) <sup>1</sup> (Scope 3)	994,3	2,1
● Pendlerverkehr (Scope 3)	517,9	1,1
● Stationäre Verbrennung (Scope 1)	485,4	1,0
● Weitere	281,3	0,6

<sup>1</sup> WTT = Well-to-Tank, T&D = Transport- und Verteilungsverluste

## Emissionen Andermatt Swiss Alps AG

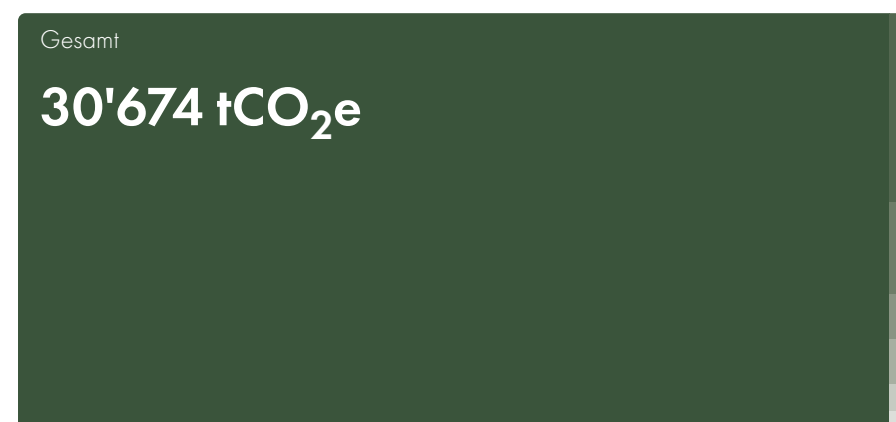
Andermatt Swiss Alps AG verzeichnete 2025 weiterhin eine hohe Bautätigkeit in Andermatt Reuss, jedoch auf tieferem Investitionsniveau als im Vorjahr. Insgesamt befanden sich sechs Mehrfamilienhäuser im Bau, davon konnten drei fertiggestellt und übergeben werden. Zudem wurde das Hotel The Alpinist Andermatt weiter realisiert sowie Arbeiten in der Umgebung und beim Ausbau von Retail-Flächen umgesetzt. Die Bautätigkeit spiegelt sich weiterhin in den Treibhausgasemissionen wider. Die grösste Emissionsquelle blieb auch 2025 die Kategorie Kapitalgüter im Scope 3 mit 29'795,0 tCO<sub>2</sub>e. Gegenüber 2024 ist der Wert gesunken, was hauptsächlich auf das Bauinvestitionsvolumen zurückzuführen ist. Weit dahinter folgen die eingekauften Güter und Dienstleistungen. Im Bereich Gastronomie fallen insbesondere die Speisen und Getränke ins Gewicht.

Die Emissionen aus dem Pendlerverkehr der Mitarbeitenden sind im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Dies auch, weil die Daten auf der Umfrage zum Pendelverhalten der Mitarbeitenden mit erhöhter Genauigkeit, aufgrund der höheren Teilnehmerzahl basieren. Stark gesunken sind die Emissionen bei den Geschäftsreisen. Durch die Umsetzung einer internen Weisung wurde bei Verfügbarkeit «Green Fares» gebucht und somit Geschäftsflüge komplett kompensiert. Die Emissionen der stationären Verbren-

nung (Scope 1) stammen von der Ölheizung im Frauenkloster St. Karl in Altdorf, in dem das Unternehmen Büroräume mietet.

Die Stiftung Frauenkloster St. Karl hat Vorbereitungen getroffen für die Umstellung auf Fernwärme, ein Zeitplan wurde jedoch noch nicht kommuniziert. Die indirekten Emissionen, die durch die eingekaufte Energie anfielen (Scope 2), sind leicht angestiegen, aber immer noch äusserst gering, weil Strom aus erneuerbaren Energieträgern bezogen und vorwiegend mit Fernwärme aus Biomasse geheizt wird.

Im Betrieb entstanden bei der Andermatt Swiss Alps AG Emissionen von 879 tCO<sub>2</sub>e. Die leichte Erhöhung ist auf die generelle Erhöhung des Ressourcenverbrauchs und das erweiterte Angebot zurückzuführen.



### Emissionsquellen

	tCO <sub>2</sub> e	Prozent
● Kapitalgüter	29'795,4	97,1
● Güter und Dienstleistungen	407,1	1,3
● Pendlerverkehr	188,2	0,6
● Treibstoff- und energiebezogene Aktivitäten (WTT, T&D) <sup>1</sup>	93,2	0,3
● Stationäre Verbrennung	90,8	0,3
● Mobile Verbrennung	56,4	0,2
● Geschäftsreisen	41,5	0,1
● Weitere	2,1	0,0

<sup>1</sup> WTT = Well-to-Tank, T&D = Transport- und Verteilungsverluste

## Emissionen Andermatt-Sedrun Sport AG

Die Andermatt-Sedrun Sport AG hat 2025 in Infrastruktur und Sicherheit investiert, beispielsweise wurden die Beschneiungsanlagen ausgebaut und modernisiert sowie sieben erstellt.

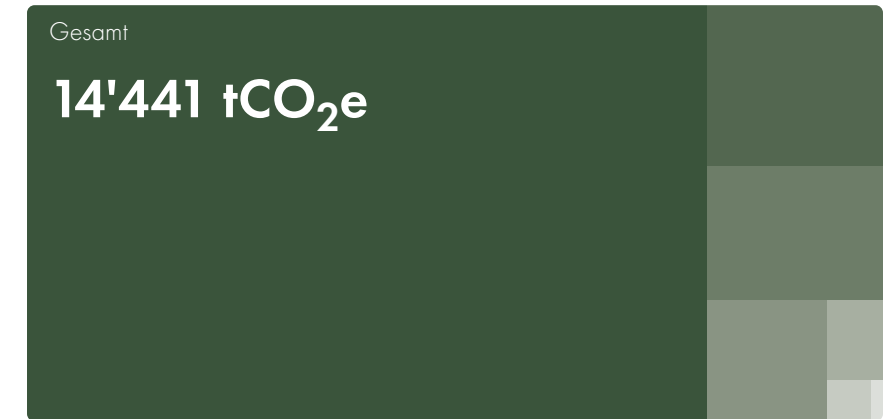
Mit 11'433 tCO<sub>2</sub>e machten die Kapitalgüter 2025 erneut den grössten Teil der Emissionen aus. Im operativen Betrieb verursachte die Andermatt-Sedrun Sport AG Emissionen von 3'007 tCO<sub>2</sub>e. Die Scope 1-Emissionen beliefen sich auf 1'162 tCO<sub>2</sub>e und stammen hauptsächlich aus der mobilen Verbrennung, insbesondere von Pistenfahrzeugen. In der Schweiz ist inzwischen ein HVO-Treibstoff aus erneuerbaren, biogenen Abfällen verfügbar, der den Treibhausgasausstoss im Vergleich zu herkömmlichem Diesel um 85 Prozent reduziert. Da jedoch nur neuere Pistenfahrzeuge (ab Baujahr 2022) für diesen Treibstoff ausgelegt sind, ist ein Ersatz bei der Andermatt-Sedrun Sport AG derzeit noch nicht möglich.

Da die Andermatt-Sedrun Sport AG aus erneuerbaren Energieträgern Strom bezieht, fallen keine Scope 2-Emissionen an.

Eine Umfrage zum Pendelverhalten der Mitarbeitenden ermöglichte es, die bisherigen Hochrechnungen weiter zu präzisieren.

Zu den Geschäftsflügen zählen auch die Transportflüge der Bergbahnen. Rettungsflüge sind nicht eingerechnet, da sie nicht zum eigentlichen Bergbahnbetrieb gehören.

Zur stationären Verbrennung zählen Öl- und Gasheizungen, die in älteren Gebäuden weiterhin im Einsatz sind.



### Emissionsquellen

	tCO <sub>2</sub> e	Prozent
● Kapitalgüter	11'433,5	79,2
● Mobile Verbrennung	1'162,4	8,1
● Güter und Dienstleistungen	968,1	6,7
● Treibstoff- und energiebezogene Aktivitäten (WTT, T&D) <sup>1</sup>	582,2	4,0
● Stationäre Verbrennung	194,5	1,4
● Pendlerverkehr	73,5	0,5
● Geschäftsreisen	24,7	0,2
● Weitere	2,1	0,0

<sup>1</sup> WTT = Well-to-Tank, T&D = Transport- und Verteilungsverluste

## Emissionen The Chedi Andermatt

The Chedi Andermatt hatte im Jahr 2025 mit 51'102 Gästen eine Auslastung<sup>1</sup> von 56,5 Prozent (2024: 60,5 Prozent). Die Treibhausgasemissionen sind leicht von 1'935,9 tCO<sub>2</sub>e auf 2'002,3 tCO<sub>2</sub>e gestiegen. Die Hauptgründe dafür sind grössere Umbauarbeiten sowie Investitionen in Maschinen und Ausrüstung, insbesondere im Bereich IT, die sich in den Kapitalgütern widerspiegeln.

Güter und Dienstleistungen machen erneut den grössten Anteil der Emissionen aus. Im The Chedi betrifft dies insbesondere Lebensmittel, Getränke und den Wäscheservice. Entsprechend hat das Gästeaufkommen einen direkten Einfluss auf die Emissionsmenge. Im operativen Betrieb verursachte The Chedi Emissionen von 1'452 tCO<sub>2</sub>e.

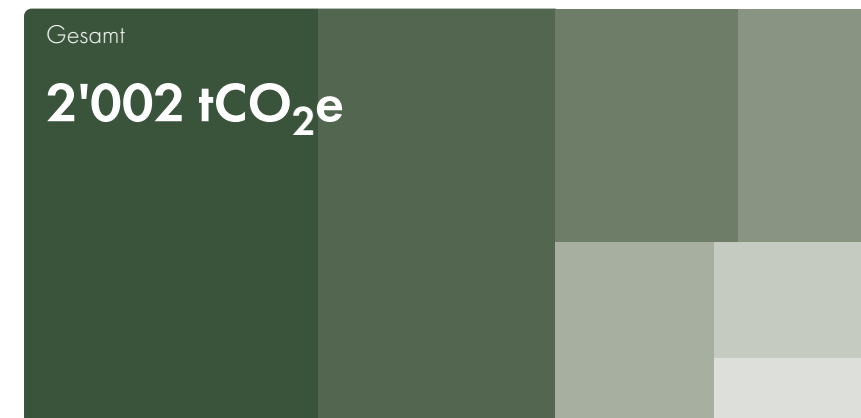
Der CO<sub>2</sub>e-Fussabdruck pro Gast sank von 30,2 kgCO<sub>2</sub>e im Jahr 2024 auf 28,4 kgCO<sub>2</sub>e (im Betrieb, ohne Kapitalgüter).

Die Scope 1-Emissionen aus stationärer Verbrennung stammen hauptsächlich von den Propan-Kaminen sowie von den Gasherden in den Restaurants. Die Nutzung der Kamine wird von den Gästen

bestimmt, was zu deutlichen jährlichen Schwankungen führt, auf die The Chedi keinen direkten Einfluss hat.

In den indirekten Emissionen aus den treibstoff- und energiebezogenen Aktivitäten zeigt sich unter anderem der vergleichsweise hohe Stromverbrauch des grossen Hauses. Gleichzeitig fallen die Scope 2-Emissionen mit 109 tCO<sub>2</sub>e relativ gering aus. Diese umfassen indirekte Emissionen aus dem Strom sowie der Fernwärmeheizung mit Holzschnitzeln, also aus Biomasse. Auch die Kühlung erfolgt ohne den Einsatz von fossiler Energie, über das Grundwasser.

Einen wesentlichen Anteil macht zudem der Pendlerverkehr der Mitarbeitenden aus, da viele nicht direkt vor Ort wohnen.



### Emissionsquellen

Emissionsquellen	tCO <sub>2</sub> e	Prozent
● Güter und Dienstleistungen	691,1	34,5
● Kapitalgüter	550,7	27,5
● Treibstoff- und energiebezogene Aktivitäten (WTT, T&D) <sup>2</sup>	238,5	11,9
● Stationäre Verbrennung	189,4	9,5
● Pendlerverkehr	160,0	8,0
● Indirekte Emissionen aus Fernwärme/-kälte	109,2	5,5
● Weitere	63,4	3,2

<sup>1</sup> Total Auslastung beinhaltet bezahlte Zimmer, kostenlos zur Verfügung gestellte Zimmer und Zimmer zum Eigengebrauch. Lediglich die Elektrizität kann separat abgerechnet werden.

<sup>2</sup> WTT = Well-to-Tank, T&D = Transport- und Verteilungsverluste

## Emissionen Radisson Blu Hotel Reussen

Das Radisson Blu Reussen hatte 2025 mit 86'156 Gästen eine Auslastung<sup>1</sup> von 60,3 Prozent (2024: 58,2 Prozent).

Die Treibhausgasemissionen lagen 2025 mit 765 tCO<sub>2</sub>e nahezu auf Vorjahresniveau (766,1 tCO<sub>2</sub>e). Davon entfielen 737 tCO<sub>2</sub>e auf den operativen Betrieb. Pro Gast sind die Emissionen mit 8,56 kgCO<sub>2</sub>e tiefer als im Jahr 2024 (9 kgCO<sub>2</sub>e), aber immer noch gering (im Betrieb, ohne Kapitalgüter).

Die grösste Emissionsquelle waren erneut eingekaufte Güter und Dienstleistungen, insbesondere Lebensmittel und Getränke für die Restaurants sowie der Wäschereiservice. Dies steht im direkten Zusammenhang mit der gestiegenen Gästezahl.

Die indirekten Emissionen bleiben weiterhin sehr gering. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass das Radisson Blu Reussen über das Holzschnitzelheizwerk in Göschenen mit Wärme versorgt wird und die Kühlung über Grundwasser erfolgt. Investitionen in IT-Material, Mängelbehebungen und Ausbauarbeiten schlugen sich in den Kapitalgütern nieder.

Der Pendlerverkehr der Mitarbeitenden stellt 2025 eine bedeutende Emissionsquelle dar. Dank einer aktuellen Umfrage

konnten genauere Daten erhoben werden als in den Vorjahren, was den höheren ausgewiesenen Wert erklärt.

Mehrere Dekokamine in den öffentlichen Bereichen des Hotels werden mit Propan betrieben und waren in der Berichtsperiode länger im Einsatz als in den Vorjahren. Gleichzeitig nahm die Anzahl Geschäftsflüge ab, während Autofahrten für Gäste sowie geschäftliche Fahrten zunahmen.



### Emissionsquellen

	tCO <sub>2</sub> e	Prozent
● Güter und Dienstleistungen	482,9	63,1
● Pendlerverkehr	96,3	12,6
● Treibstoff- und energiebezogene Aktivitäten (WTT, T&D) <sup>2</sup>	80,4	10,5
● Indirekte Emissionen aus Fernwärme/-kälte	42,9	5,6
● Kapitalgüter	27,7	3,6
● Geschäftsreisen	16,0	2,1
● Stationäre Verbrennung	10,7	1,4
● Weitere	8,2	1,1

<sup>1</sup> Total Auslastung beinhaltet bezahlte Zimmer, kostenlos zur Verfügung gestellte Zimmer und Zimmer zum Eigengebrauch. Lediglich die Elektrizität kann separat abgerechnet werden.

<sup>2</sup> WTT = Well-to-Tank, T&D = Transport- und Verteilungsverluste

## WAS UNS BEWEGT

# PERFEKTE PISTEN MIT VERANTWORTUNG

Wer frühmorgens als Erste oder Erster seine Spuren in den Schnee zieht, spürt es sofort: Die Piste ist griffig, gleichmässig, verlässlich. Perfekte Bedingungen sind im Skigebiet Andermatt+Sedrun+Disentis kein Zufall, sondern das Resultat aus präziser Planung, moderner Technologie und viel Erfahrung.

Gleichzeitig verändern sich die Winter. Natürlicher Schneefall wird unberechenbarer, die Zeitfenster für Beschneigung kürzer. Und auch die Erwartungen der Gäste sind gestiegen. «Die Ansprüche an die Pistenqualität sind heute deutlich höher als früher», sagt Dani Meyer, technischer Leiter PRD. «Wir müssen vom Saisonstart bis in den Frühling stabile Bedingungen gewährleisten.»

Technischer Schnee ist dafür zentral, aber mit klaren Grenzen. «Wir beschneien nur so viel, wie es wirklich braucht», betont Dani Meyer. «Der Rest kommt von der Natur.» Gerade in schneearmen Wintern wird das sichtbar: «Im Vorwinter wäre ohne technische Beschneigung kein Skibetrieb möglich.»



*«Die Ansprüche an die Pistenqualität sind heute deutlich höher als früher.»*

Dani Meyer, Technischer Leiter Pistenrettungsdienst bei der Andermatt-Sedrun Sport AG



Temperatur und Luftfeuchtigkeit entscheiden darüber, wann effizient beschneit werden kann.

Wie gezielt heute gearbeitet wird, zeigt das SnowSat-System. Es misst die Schneetiefe auf den Pisten per GPS zentimetergenau und in Echtzeit. «Früher haben wir viel nach Gefühl gearbeitet. Heute wissen wir genau, wo wie viel Schnee liegt.»

Diese Daten ermöglichen einen präzisen Einsatz der Ressourcen. Schnee wird nur dort produziert und verschoben, wo er wirklich notwendig ist. «Wir beschneien zunächst einen Grossteil und optimieren dann gezielt nach. So vermeiden wir unnötigen Einsatz von Wasser und Energie.»

Auch die Bedingungen für die Beschneigung sind klar definiert. Temperatur und Luftfeuchtigkeit entscheiden darüber, wann effizient produziert werden kann. «Je kälter und trockener es ist, desto besser», erklärt Dani Meyer. Moderne Anlagen passen sich automatisch an und arbeiten deutlich effizienter als früher.

Das Wasser für die Beschneigung stammt aus natürlichen Vorkommen. Nach der Schneeschmelze fließt es wieder in den natürlichen Kreislauf zurück. «Wir entziehen der Natur kein Wasser dauerhaft, sondern verschieben es zeitlich.»

Trotz aller Technologie bleibt der Klimawandel eine Herausforderung. «Die Winter werden anspruchsvoller, die Planung komplexer.» Klar ist: Technischer Schnee kann den natürlichen Winter nicht ersetzen, aber er hilft, die Nutzung der bestehenden Infrastruktur zu sichern.

Perfekte Pisten entstehen heute nicht mehr durch Masse, sondern durch Präzision. Durch Daten, Erfahrung und bewusste Entscheidungen. Oder, wie Dani Meyer es sagt: «Die Kunst liegt darin, genau zu wissen, wann wir was tun und wann wir es lassen.»



Dank dem SnowSat-System kennt Dani Meyer die Schneetiefen auf den Pisten zentimetergenau.

# Umweltkennzahlen und Ressourcenverbrauch

Die Andermatt Swiss Alps Gruppe und die Andermatt-Sedrun Sport AG konnten im Jahr 2025 einen Rückgang des Wasserverbrauchs verzeichnen. Im Vergleich zum Jahr 2024 wurden um 4,9 Prozent weniger Wasser verbraucht. Ebenso rückläufig ist die Abfallmenge, die der Verbrennung zugeführt wird.

Im Gegensatz dazu ist der Verbrauch von Strom, Energie für Wärme und Kühlung sowie fossiler Brennstoffe im Jahr 2025 gestiegen.



# Fossile Brennstoffe

in Litern

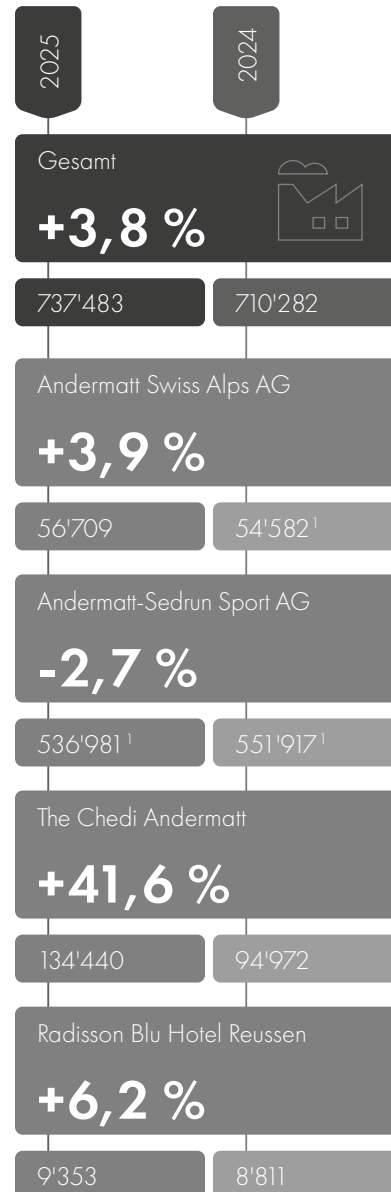
Der Gesamtverbrauch fossiler Brennstoffe ist im Jahr 2025 gegenüber 2024 leicht um 3,8 Prozent gestiegen. Trotz dieses Anstiegs liegt der Verbrauch weiterhin deutlich unter dem Niveau von 2023 (-22,4 Prozent).

Den grössten Anteil am Gesamtverbrauch hat weiterhin die Andermatt-Sedrun Sport AG, die ihren Verbrauch jedoch auch 2025 in absoluten Zahlen erneut reduzieren konnte.

Der Anstieg im Radisson Blu Hotel Reussen ist vor allem auf die Erweiterung des Betriebs zurückzuführen, die mit einer Zunahme der Reisetätigkeit im Salesbereich sowie zusätzlichen Personentransporten im Front Office einhergeht.

Im The Chedi Andermatt ist der Anstieg primär auf einen höheren Verbrauch von Flüssiggas zurückzuführen, der in den vergangenen Jahren teils deutlichen Schwankungen unterlag.

<sup>1</sup> Inklusive AdBlue, das die Umweltbelastung von Dieselmotoren reduziert



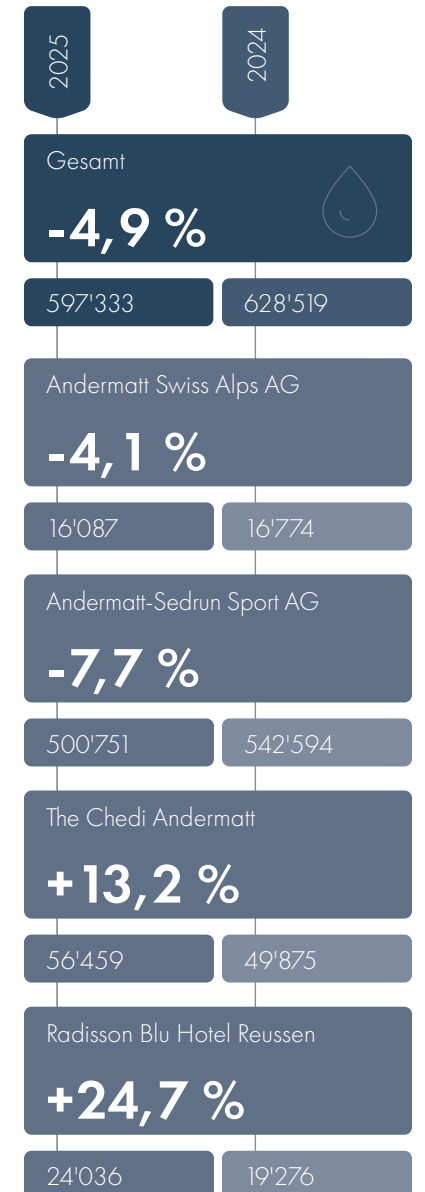
# Wasser

in Kubikmetern

Der gesamte Wasserverbrauch konnte im Berichtsjahr 2025 um 4,9 Prozent im Vergleich zu 2024 gesenkt werden.

Während der Verbrauch im Radisson Blu Hotel Reussen und im The Chedi Andermatt leicht angestiegen ist, verzeichnete die Andermatt-Sedrun Sport AG eine Reduktion. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Wasserverbrauch der Andermatt-Sedrun Sport AG im Jahr 2024 aufgrund des Ausbaus der Beschneidung sowie gesteigener Gästezahlen ausserordentlich hoch war. Entsprechend liegt der Wert von 2025 weiterhin über dem Referenzniveau von 2023.

Die Andermatt Swiss Alps AG hingegen zeigt einen kontinuierlichen Rückgang des Wasserverbrauchs. Dieser ist insbesondere auf erfolgreiche Wassereinsparungsmassnahmen zurückzuführen, darunter der Einbau wassersparender Armaturen sowie der Einsatz von Kreislaufwassersystemen.



# Elektrizität

in Megawattstunden  
(aus erneuerbaren Energieträgern)

Der deutlichste Anstieg der Umweltkennzahlen zeigt sich im Stromverbrauch. Im Berichtsjahr 2025 wurden im Vergleich zu 2024 rund 10,5 Prozent mehr Strom (MWh) verbraucht.

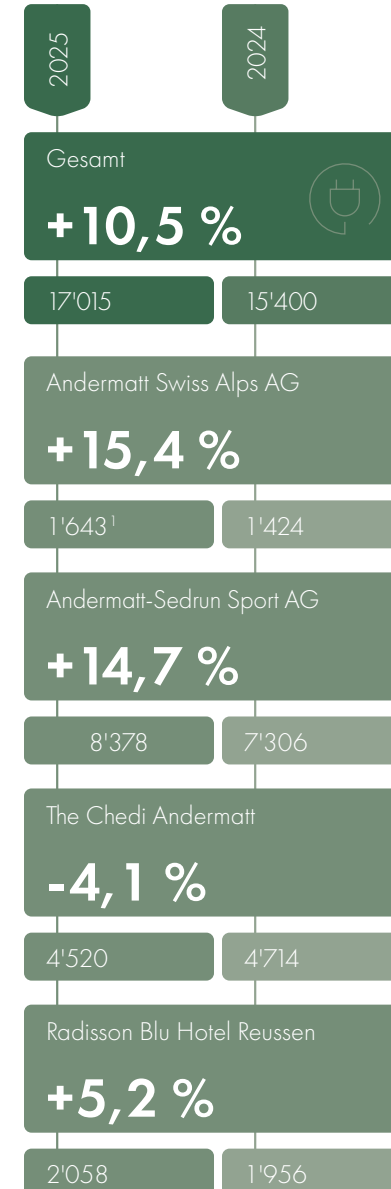
Die beiden Hotels The Chedi Andermatt und Radisson Blu Reussen verzeichnen hingegen nur geringe Veränderungen. Während der Stromverbrauch im The Chedi um 4,1 Prozent gesenkt werden konnte, stieg er im Radisson Blu Reussen leicht um 5,2 Prozent an. Diese Entwicklung steht im Zusammenhang mit der Gästezahl und der entsprechenden Auslastung. Die Reduktion im The Chedi ist zudem auf gezielte Betriebsoptimierungen zurückzuführen.

Deutlich angestiegen ist der Stromverbrauch sowohl in der Andermatt Swiss Alps Gruppe als auch in der Andermatt-Sedrun Sport AG. Haupttreiber sind die Erweiterung des Betriebs (durch zusätzliche Bilanzeinheiten) in der Andermatt Swiss Alps Gruppe sowie der Ausbau der Infrastruktur bei der Andermatt-Sedrun Sport AG, insbesondere durch neue Lifte, Beschneiungsanlagen mit elektrischen Pumpen und den Ausbau der Gastronomie. In beiden Gebieten (Ost und West) hatte die Beschneigung einen wesentlichen Einfluss. Ein trockener Herbst mit wenig Niederschlag sowie geringe

Schneemengen im Vorwinter machten eine intensivere Beschneigung erforderlich.

In der Andermatt Swiss Alps Gruppe entfielen 416 MWh auf Baustellenstrom. Bereinigt um diesen Anteil beträgt der Anstieg 15,4 Prozent. Zudem führt der kontinuierliche Ausbau und die intensivere Nutzung digitaler Infrastruktur – etwa Buchungssysteme, automatisierte Zähler oder IoT-Sensoren – zu einem insgesamt höheren Grundverbrauch.

<sup>1</sup> Von Gesamtsumme 2'059 MWh sind 416 MWh Baustellenbedarfe



# Wärme aus Fernwärme und Kühlung

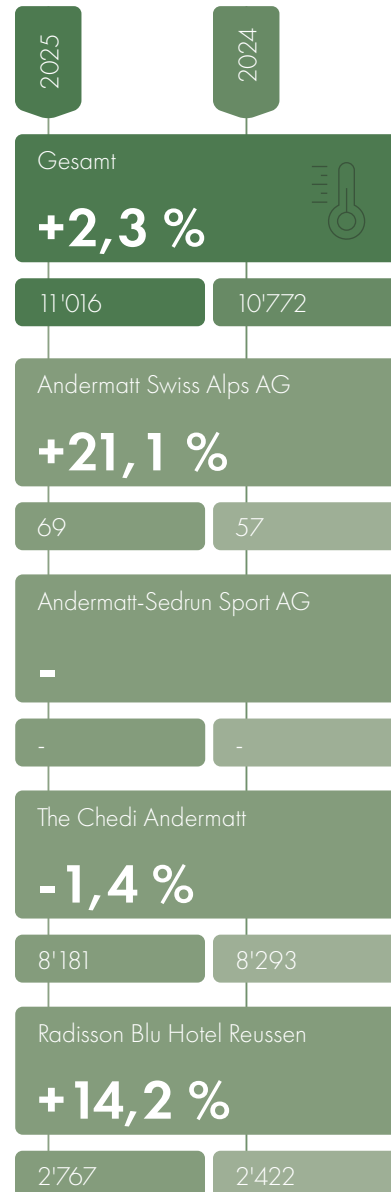
in Megawattstunden

Der Energieverbrauch für Wärme und Kühlung ist im Jahr 2025 gegenüber 2024 insgesamt moderat um 2,3 Prozent gestiegen.

Das The Chedi Andermatt, grösster Bezüger von Fernwärme, konnte den Verbrauch im Vergleich zu 2024 um 1,4 Prozent senken und setzt damit den Trend aus dem Jahr 2023 fort. Diese Entwicklung ist zu grossen Teilen auf die Betriebsoptimierung zurückzuführen.

Das Radisson Blu Hotel Reussen verzeichnete hingegen einen Anstieg von 14,2 Prozent gegenüber 2024 und liegt damit über dem Niveau von 2023. Gründe dafür sind einerseits die höhere Anzahl an Nächtigungen, andererseits eine Systemumstellung im Bereich der Kälteversorgung, die zu Abweichungen geführt haben kann.

Die Andermatt Swiss Alps AG weist prozentual den grössten Anstieg (+21 Prozent) auf. In absoluten Zahlen handelt es sich jedoch weiterhin um einen geringen Verbrauch.

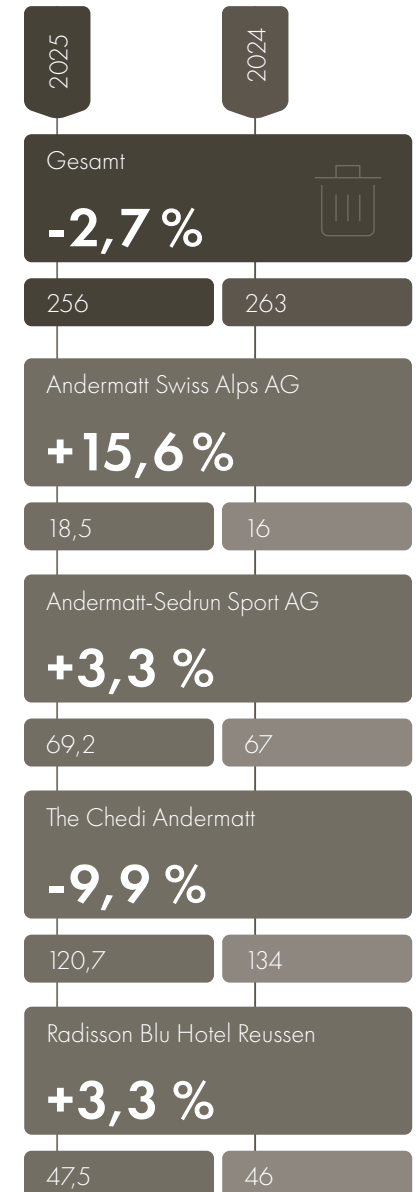


# Abfall zur Verbrennung

in Tonnen

Die Gesamtmenge an Abfällen, die im Berichtsjahr der Verbrennung<sup>1</sup> zugeführt wurde, ist leicht um drei Prozent gesunken, und dies trotz gestiegenem Gästeaufkommen. Dazu beigetragen haben insbesondere das 2024 eingeführte Recycling-System sowie die Reduktion von Einwegplastik. Diese Massnahmen sollen sich auch künftig in weiter sinkenden Abfallmengen niederschlagen.

Die Abfallmengen der Andermatt Swiss Alps Gruppe basieren teilweise auf Auswertungen und Hochrechnungen. So werden beispielsweise die Abfälle aus den Wohnungen in Andermatt Reuss und den Andermatt Alpine Apartments gemeinsam mit den Betriebsabfällen entsorgt und nicht separat erfasst. Aus diesem Grund ist nur die Gesamtmenge bekannt. Eine getrennte Erhebung ist aus logistischen Gründen auch künftig nicht vorgesehen, weshalb die ausgewiesenen Werte eine gewisse Unschärfe aufweisen.



<sup>1</sup> Das zentrale Strukturmerkmal der Schweizer Abfallpolitik ist das Deponieverbot vom 1. Januar 2000. Seither müssen alle nicht recycelbaren, aber brennbaren Abfälle verbrannt werden. Dadurch haben Müllverbrennungsanlagen (KVAs Kehrricht Verbrennungs Anlagen) eine verfassungsrechtlich verankerte Rolle in der Abfallhierarchie. Die Schweizer Müllverbrennungsanlagen zählen zu den am strengsten regulierten weltweit, ihre tatsächlichen Emissionen liegen in der Regel weit unter den gesetzlichen Grenzwerten. Die verbleibende Lücke – CO<sub>2</sub> – ist Gegenstand einer aktiven nationalen CCS-Strategie, an der auch Müllverbrennungsanlagen beteiligt sind.

# Über diesen Bericht

Dieser Fortschrittsbericht wurde am 19. Mai 2026 publiziert. Er orientiert sich an den General Disclosures 2021 der GRI Reporting Standards und deckt folgende Unternehmen ab:

Andermatt Swiss Alps AG, Andermatt-Sedrun Sport AG (Muttergesellschaft: Vail Resorts, Inc.), Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG, Bellevue Hotel & Appartement Management AG (The Chedi Andermatt) und Hotel 4B Management AG (Radisson Blu Hotel Reussen).

Das Restaurants Igniv wird im Lizenzvertrag und das Restaurant Nooba wird als Franchisenehmerin durch die Andermatt Swiss Alps AG geführt. The Swiss House wurde erst im Dezember 2025 eröffnet. Personalangaben und Ressourcenverbrauch wurden entsprechend berücksichtigt.

## Finanzberichterstattung und Berichtsperiode

Die Finanzberichterstattung der Andermatt-Sedrun Sport AG erfolgt im Annual Report 2025 von Vail Resorts. Die Berichterstattung der Andermatt Swiss Alps AG, des The Chedi Andermatt sowie des Radisson Blu Hotel Reussen ist im Financial Report der Andermatt Swiss Alps Gruppe enthalten. Die Berichtsperiode

umfasst Januar bis Dezember 2025. Für die Andermatt-Sedrun Sport AG wurde sie zum Zweck dieses Berichts entsprechend angeglichen. Der Fortschrittsbericht Andermatt Responsible erscheint jährlich. Fragen zum Bericht beantwortet [sustainability@ander-matt-swissalps.ch](mailto:sustainability@ander-matt-swissalps.ch).

## Grundlagen CO<sub>2</sub>e-Fussabdruck

Die Treibhausgasemissionen werden gemäss dem Greenhouse Gas Protocol berechnet und nach dem Ansatz der operativen Kontrolle (Operational Control) ausgewiesen. Die Datengrundlage bilden eigene Erhebungen sowie Hochrechnungen.

Berücksichtigt werden sämtliche Unternehmen unter der operativen Führung der Andermatt Swiss Alps AG und der Andermatt-Sedrun Sport AG, unabhängig von deren finanzieller Beteiligung. Die Umrechnung der Ausgangswerte (kWh, l, kg, CHF) in CO<sub>2</sub>-Äquivalente erfolgt anhand anerkannter Emissionsfaktoren, die im vollständigen Fussabdruck transparent ausgewiesen sind.

## Grundlagen Umweltkennzahlen und Ressourcenverbrauch

Die im Bericht ausgewiesenen Umweltkennzahlen, Ressourcenverbräuche und Abfallmengen basieren auf internen Erhebungen (z. B. Zählerablesungen) sowie auf Daten von Rechnungen, Nebenkostenabrechnungen und Auswertungen von Lieferanten, Dienstleistern, Versorgungs- sowie Entsorgungs- und Recyclingunternehmen.

## Externe Prüfung

Derzeit erfolgt keine unabhängige Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Andermatt Swiss Alps Gruppe und der Andermatt-Sedrun Sport AG.

# GRI-Inhaltsindex 2025

## GRI 2: Allgemeine Angaben 2021

2-1	Organisatorische Details	Über uns
2-2	Entitäten, die in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation einbezogen sind	Über uns; Über diesen Bericht
2-3	Berichtszeitraum, Häufigkeit und Kontaktstelle	Über diesen Bericht
2-4	Neuformulierung von Informationen	Über diesen Bericht
2-5	Externe Prüfung	Über diesen Bericht
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und sonstige Geschäftsbeziehungen	Über uns
2-7	Angestellte	Mitarbeitende
2-8	Arbeitnehmende, die keine Arbeitnehmende sind	Mitarbeitende
2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	Nachhaltigkeitsmanagement
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans in der Nachhaltigkeitsberichterstattung	Nachhaltigkeitsmanagement
2-16	Mitteilung kritischer Bedenken	Mitarbeiterbefragung; Compliance, Integrität und Arbeitssicherheit
2-22	Erklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	Vorwort; Nachhaltigkeitsziele; Nachhaltigkeitsmanagement
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	Compliance, Integrität und Arbeitssicherheit
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	Stand der Zielerreichung
2-30	Tarifverträge	Mitarbeitende

## GRI 3: Wesentliche Themen 2021

3-1	Prozess zur Bestimmung wesentlicher Themen	Wesentliche Themen
3-2	Liste der wesentlichen Themen	Wesentliche Themen
3-3	Management wesentlicher Themen	Wesentliche Themen

## GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016

205-2	Kommunikation und Schulung über Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	Compliance, Integrität und Arbeitssicherheit
-------	---	--

## GRI 302: Energie 2016

302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Umweltkennzahlen und Ressourcenverbrauch
302-3	Energieintensität	Umweltkennzahlen und Ressourcenverbrauch
302-4	Reduzierung des Energieverbrauchs	Umweltkennzahlen und Ressourcenverbrauch

## GRI 303: Wasser und Abwasser 2018

303-3	Wasserentnahme	Wasser
303-4	Wassereinleitung	Wasser
303-5	Wasserverbrauch	Wasser

## GRI 305: Emissionen 2016

305-1	Direkte (Scope 1) THG-Emissionen	Treibhausgasemissionen
305-2	Energieindirekte THG-Emissionen (Scope 2)	Treibhausgasemissionen
305-3	Sonstige indirekte (Scope 3) THG-Emissionen	Treibhausgasemissionen
305-4	THG-Emissionsintensität	Emissionen The Chedi Andermatt; Emissionen Radisson Blu Hotel Reussen

## GRI 306: Abfall 2020

306-3	Abfallaufkommen	Abfall zur Verbrennung
306-4	Abfälle werden der Entsorgung entzogen	Abfall zur Verbrennung
306-5	Der Entsorgung zugeführter Abfall	Abfall zur Verbrennung

## GRI 401: Beschäftigung 2016

401-1	Neue MitarbeiterEinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	Mitarbeitende
-------	--	---------------

## GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018

403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	Mitarbeitende
-------	------------------------------	---------------

## GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016

405-1	Diversität von Leitungsorganen und Mitarbeitern	Mitarbeitende
-------	---	---------------

