

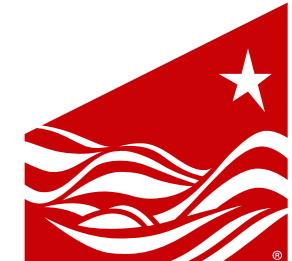
My Leukerbad AG

Thermenstrasse 8
CH-3954 Leukerbad
T +41 27 472 71 71
leukerbad.ch
info@leukerbad.ch

#myleukerbad

Geschäftsbericht 2023/24

leukerbad.ch



Leukerbad
QUELLE ZUM GLÜCK

Inhalt



Bericht des Präsidenten & der Geschäftsleitung	4
Key Facts	8
Gesundheitstag	10
Marketing & Kommunikation	12
Events & Gästeanimation	16
Nachhaltigkeit	17
Mitarbeitende	18
Zahlen im Überblick	20
Entwicklung Logiernächte	22
Zahlen des Jahres	24
Bilanz & Erfolgsrechnung	27
Anhang der Jahresrechnung	28
Gätekarte / Kurtaxen	30
Marketing	31
Webshop GmbH	32
Revisionsbericht	35

Bericht des Präsidenten & der Geschäftsleitung

Die My Leukerbad AG blickt auf ein erfreuliches Geschäftsjahr 2023/24 zurück: Sie erzielte erneut einen Umsatzrekord und erlebte eine erfolgreiche Wintersaison. Um das Sommergeschäft zu stärken, will sich die Destination künftig verstärkt international positionieren.

Die Destination Leukerbad verzeichnete im Geschäftsjahr 2023/24 einen leichten Rückgang bei den Logiernächten. Mit 725'103 Logiernächten lag das Ergebnis etwas unter dem Vorjahresresultat (750'839 Logiernächte), aber immer noch 9% höher als im vorpandemischen Geschäftsjahr 2018/19. Der Rückgang ist primär auf den Umbau und die damit verbundene temporäre Schliessung der Leukerbad Therme im vergangenen Herbst sowie auf die kürzere Wintersaison mit schwierigen Wetterbedingungen während Ostern zurückzuführen.

Der Trend, dass Schweizerinnen und Schweizer nach den Covid-Jahren wieder vermehrt Ferien im Ausland machen, zeigte sich auch in Leukerbad – insbesondere beim Sommergeschäft. Obwohl dieses im Mehrjahresvergleich weiterhin gut dasteht, braucht es Massnahmen, um mittel- und langfristig wieder mehr inländische Gäste nach Leukerbad zu locken. Ein verstärkter Fokus auf ausländische Märkte soll dazu beitragen, die Logiernächte kontinuierlich zu steigern und damit das übergeordnete Ziel zu erreichen, bis 2026 ein Plus von 20% bei den Logiernächten zu verzeichnen.

Durchzogener Herbst, sehr guter Winter mit Rekordwerten auf Torrent

Nach einer guten Sommersaison 2023 waren die Übernachtungszahlen in den Monaten Oktober und November bedeutend tiefer als in den Vorjahren. Die winterlichen Bedingungen führten zu einem starken Saisonstart im Dezember. Während der Hochsaison im Januar und Februar lagen die Logiernächte auf sehr ähnlichem Niveau wie in der Wintersaison 2022/23. Aufgrund der schlechten Wetterverhältnisse im Spätwinter brachen die

Logiernächte im April jedoch stark ein. Auch die frühen Osterfeiertage mit der witterungsbedingten dreitägigen Schliessung der Bergbahnen wirkte sich negativ auf die Zahlen aus.

Während der Sportferien im Februar konnte auf Torrent mit 4200 Ersteintritten ein Rekordwert für einen einzelnen Tag erzielt werden. Überhaupt zeigen die sehr guten Zahlen im Bereich Schneesport, dass sich die Investitionen in die neue Fun-Slope und den Family Park gelohnt haben und die Gäste das vielseitige Angebot am Berg schätzen. Dass es die Destination Leukerbad bei den «Blick Winter Awards» auf Rang 2 zwischen Davos und Saas-Fee schaffte, ist eine zusätzliche Bestätigung, dass wir mit den grossen Wintersportorten mithalten können. Auch beim internationalen Skiatest, der mittels anonymer Qualitätschecks Skigebiete und Tourismusdestinationen im Alpenraum bewertet, wurde die My Leukerbad AG im Herbst 2023 mehrfach ausgezeichnet, unter anderem in den Kategorien «Beliebtestes Bahnpersonal», «Internationales Pistengütesiegel» und «Kinderlandtrophie Gold».

Ebenfalls erfreulich ist der Blick auf die Resultate zum Dynamic-Pricing-Modell, das im vergangenen Winter eingeführt wurde. Im Gegensatz zum Vorjahr wurden viel mehr Skitickets online gekauft (34%). In der Saison 2022/23 waren es lediglich 6% gewesen. Außerdem wurde ein Viertel aller Tickets im Vorverkauf erworben. Auch in puncto Kundenbindung hat sich das Modell bewährt: Die Nachfrage nach Skipässen war um 10% höher als im Vorjahr.

Erneuter Umsatzrekord der My Leukerbad AG

Mit 22,6 Millionen Franken (exkl. LLB Busbetriebe) Umsatz im Geschäftsjahr 2023/24 wurde das letzjährige Resultat um rund eine halbe Million Franken übertroffen. Damit erzielte die My Leukerbad AG zum vierten Mal in Folge einen Rekord beim Umsatz. Die sehr guten Ergebnisse im Schneesport (+10%) haben massgeblich zu diesem hervorragenden

Resultat beigetragen. Ein weiterer Treiber war die positive Entwicklung der drei Gastronomiebetriebe Rinderhütte, Therme und Sportarena (+6,4%). Insbesondere die neue Poolbar der Leukerbad Therme hat die Erwartungen deutlich übertroffen. Wie erwartet steht im Bereich «Wasser» ein Rückgang von 640'000 Franken (-8,8%) zu Buche. Dies aufgrund der Umbauarbeiten in der Leukerbad Therme.

Die Kosten lagen im letzten Jahr etwas höher als in den beiden Vorjahren (+2,7%). Die My Leukerbad AG verfolgt weiterhin eine Vorwärtsstrategie und investierte primär beim Personal, unter anderem durch die Schaffung neuer Stellen wie Gastro-nomieleitung und Projektleitung. Der Personalaufwand war demzufolge um 7,2% höher als im Geschäftsjahr 2022/23 und machte 36,8% des Ertrags aus. Dank einer effizienten Geschäftsführung lagen die betrieblichen Sachaufwände mit knapp 5,9 Mio. Franken im Rahmen des Vorjahrs – trotz der höheren Energiekosten. Mit 4,9 Mio. Franken waren die Entschädigungen an die Eigentümer der Leukerbad Therme, der Torrent-Bahnen sowie des Snowparks Sportarena auf dem Niveau des Vorjahrs und damit deutlich höher als vor der Pandemie. Die Infrastrukturgesellschaften können somit zum zweiten Mal in Folge von den sehr guten Resultaten der My Leukerbad AG profitieren und weiterhin Investitionen tätigen und ihr Angebot ausbauen. Insgesamt verbuchte die My Leukerbad AG einen Gewinn von 29'678 Franken.

Neue Produkte stärken den Ganzjahrrestourismus

Mit 163'511 Ersteintritten verzeichneten die Bergbahnen Torrent einen neuen Rekord. Das sind 12% mehr als im 5-Jahresschnitt der Destination Leukerbad. Zum Vergleich: Schweizweit lag dieses Wachstum über fünf Jahre bei 5%. Die Leukerbad Therme verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr aufgrund der Umbauarbeiten einen Rückgang von -5% bei den Eintritten. Mit 331'823 Eintritten war das Geschäftsjahr 2023/24 dennoch das zweit-

beste Jahr der letzten zehn Jahre. Die Sportarena erreichte ein tolles Resultat mit 41'778 Eintritten, was einer Steigerung von 10% entspricht.

Die Investitionen in die neuen Produkte wie die Poolbar Leukerbad Therme, die Fun-Slope Torrent, das Skidepot Rinderhütte und der erste Indoor Padel-Platz im Oberwallis in der Sportarena haben sich von Anfang an bewährt. Das Angebot stiess bei Gästen auf Anklang und ist eine Massnahme der My Leukerbad AG, kontinuierlich Produkte zu entwickeln, um den Ganzjahrrestourismus zu stärken. Sie plant, die Angebote im Freizeitsport weiter auszubauen und neue, generationenübergreifende Aktivitäten zu entwickeln. Die Ideen fliessen in das neue Nutzungskonzept der Sportarena ein, das derzeit in Arbeit ist.

My Leukerbad goes Japan

Eine weitere wichtige Massnahme zur Stärkung des Ganzjahrrestourismus ist ein vermehrter Fokus auf ausländische Nah- und Fernmärkte. Im Geschäftsjahr wurde das bisherige Marktportfolio um Japan erweitert. Da das Land eine tief verwurzelte Bäderkultur («Onsen») hat und die Schweiz ein beliebtes Reiseziel für Japanerinnen und Japaner ist, wird sich die Destination Leukerbad künftig in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus in Japan vermarkten. Dazu wurden im Berichtsjahr bereits erste Kontakte mit den wichtigsten japanischen Einkäuferinnen und Einkäufern geknüpft. Die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus trägt bereits erste Früchte: Leukerbad wurde für eine japanische TV-Produktion ausgewählt, die bis zu 40 Mio. Menschen erreichen wird.

Klimaschutzbeitrag durch Bergbahn-tickets und Menüs

Eine nachhaltige Entwicklung ist ein zentraler Eckpfeiler in der Geschäftsführung der My Leukerbad AG. Sie unterstützt die Initiative myclimate «Cause We Care», die sich für den Klimaschutz und einen

nachhaltigen Tourismus einsetzt. Seit mehreren Jahren setzt die My Leukerbad AG auf einen integrierten Klimaschutzbeitrag bei Bergbahntickets und Menüs, um die CO2-Emissionen zu reduzieren. Im Geschäftsjahr 2022/23 wurden rund 38'000 klimaneutrale Tickets und 1800 Menüs in den Bergrestaurants verkauft. Mit dieser und weiteren Massnahmen konnten im Berichtsjahr weitere 716 Tonnen CO2 eingespart werden. Seit Einführung dieses Programms im Jahre 2021 konnten somit bislang knapp 2200 Tonnen CO2 eingespart werden. Dank der Zusammenarbeit mit myclimate ist die My Leukerbad AG seit Längerem auf Level 2 «engaged» von Swissustainable zertifiziert. Das Konzept von Swissustainable fasst allmählich auch auf Destinationsebene und bei diversen Leistungsträgern Fuss. Dort sind ähnliche Entwicklungen im Gang.

Die My Leukerbad AG überweist einen Franken pro verkauftem Skiabonnement und pro Klimamenü sowie die Einnahmen von zurückgegebenen Key Cards an den internen Nachhaltigkeitsfonds. Daraus werden Projekte von myclimate und der My Leukerbad AG zum Schutz der Natur, zur Verbesserung der Energieeffizienz und zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeit von Mitarbeitenden und Gästen finanziert. Das Geld fließt unter anderem in eine SUVA-Mitarbeiter Schulung, neue Ladestationen für E-Autos sowie energieeffizientere Lampen im Betrieb. Damit fördert die Organisation neben der finanziellen Nachhaltigkeit auch die ökologische und soziale Nachhaltigkeit auf Betriebsebene.

Der Fachkräftemangel geht zurück

Wie die meisten Destinationen war Leukerbad in den letzten Jahren vom Fachkräftemangel in der Tourismus- und Gastrobranche betroffen. Umso erfreulicher ist es, dass die My Leukerbad AG gute Fachkräfte gewinnen konnte. Die Investitionen in das Employer Branding, das Weiterbildungskonzept, die Bindung von bestehenden Mitarbeitenden und die Nachwuchsförderung haben sich gelohnt: Im letzten Geschäftsjahr konnten 6 neue Stellen geschaffen und besetzt werden. Und im Sommer 2024 haben vier neue Lernende ihre Lehre bei uns begonnen. Gemäss einer internen Umfrage konnte die Mitarbeiterzufriedenheit nochmals gesteigert werden.

Ein Blick auf die Herkunftsänder unserer Angestellten zeigt, dass bei der My Leukerbad AG Personen aus vierzehn verschiedenen Ländern

arbeiten. Rund 60% der Mitarbeitenden stammen aus der Schweiz, 17% aus Portugal und 5% aus Deutschland. Daneben arbeiten Menschen aus der Slowakei, Spanien, Rumänien, Italien, Polen, Frankreich, Russland und Ungarn bei uns. Um die Sprachkompetenz der nicht-deutschsprachigen Angestellten zu fördern, bietet die My Leukerbad AG kostenlose Deutschkurse an.

Ausblick: neue Erlebnisse und eine verbesserte Gästeinformation

Das sehr gute Geschäftsjahr der My Leukerbad AG bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und es motiviert uns, das Gästeangebot gezielt weiterzuentwickeln. Dazu gehören unter anderem neue Erlebnisse am Berg und im Dorf wie die Erweiterung der Bike-Trails auf Torrent, der neue Therme Erlebnisrundweg für Familien und die geplanten Neuerungen in der Sportarena. In dieser sollen künftig mehr generationen-übergreifende Erlebnisse im Vordergrund stehen.

Eine weitere Neuerung betrifft die stärkere Digitalisierung der Customer Journey. Einerseits sollen die Gäste ihre Tickets im Webshop noch einfacher und bequemer kaufen können. Dazu wird das Hardware-System aktuell ausgetauscht. Andererseits möchten wir die Gästeinformation in der Destination optimieren. Dafür werden die Bildschirmsysteme vereinheitlicht, um die Gäste schneller über Neuigkeiten informieren zu können.

Der Abschluss eines Geschäftsjahres ist immer auch der Moment, um Danke zu sagen. Ohne die grosse Unterstützung unserer Geschäftspartner und Leistungsträger, der Vertreterinnen und Vertreter von Behörden, Verbänden und Politik sowie unserer Aktionäre und der Eigentümer der Infrastrukturgesellschaften wäre ein derart erfolgreiches Jahr nicht möglich gewesen. Ein herzliches Dankeschön gebührt auch unseren Gästen sowie all unseren Mitarbeitenden, die sich täglich mit viel Elan für das Wohl unserer Gäste einsetzen.

Roland Zegg
Verwaltungsratspräsident

Urs Zurbriggen
CEO



Key Facts



Trails & Pisten

225 Kilometer Bike-Netz
200 Kilometer Wanderwege
55 Pistenkilometer



Topografie

Mit 555 m ü. M. liegt in Varen der tiefste Punkt der Destination. Der höchste Punkt liegt auf dem Balmhorn mit 3'697 m ü. M.



Anzahl Mitarbeiternde

123 Jahresangestellte
71 Saisonangestellte
6 Lehrlinge



Eintritte My Leukerbad AG

Torrent-Bahnen: 194'591
Leukerbad Therme: 331'803
Sportarena: 41'778
Total: 568'172



Naturpark Pfyn-Finges

Grösster Föhrenwald
in der Schweiz



Logiernächte

725'003 Total, inkl. Pauschalen



Thermalwasser

Täglich sprudeln 3.9 Mio. Liter Thermalwasser in die 30 Thermalbecken.

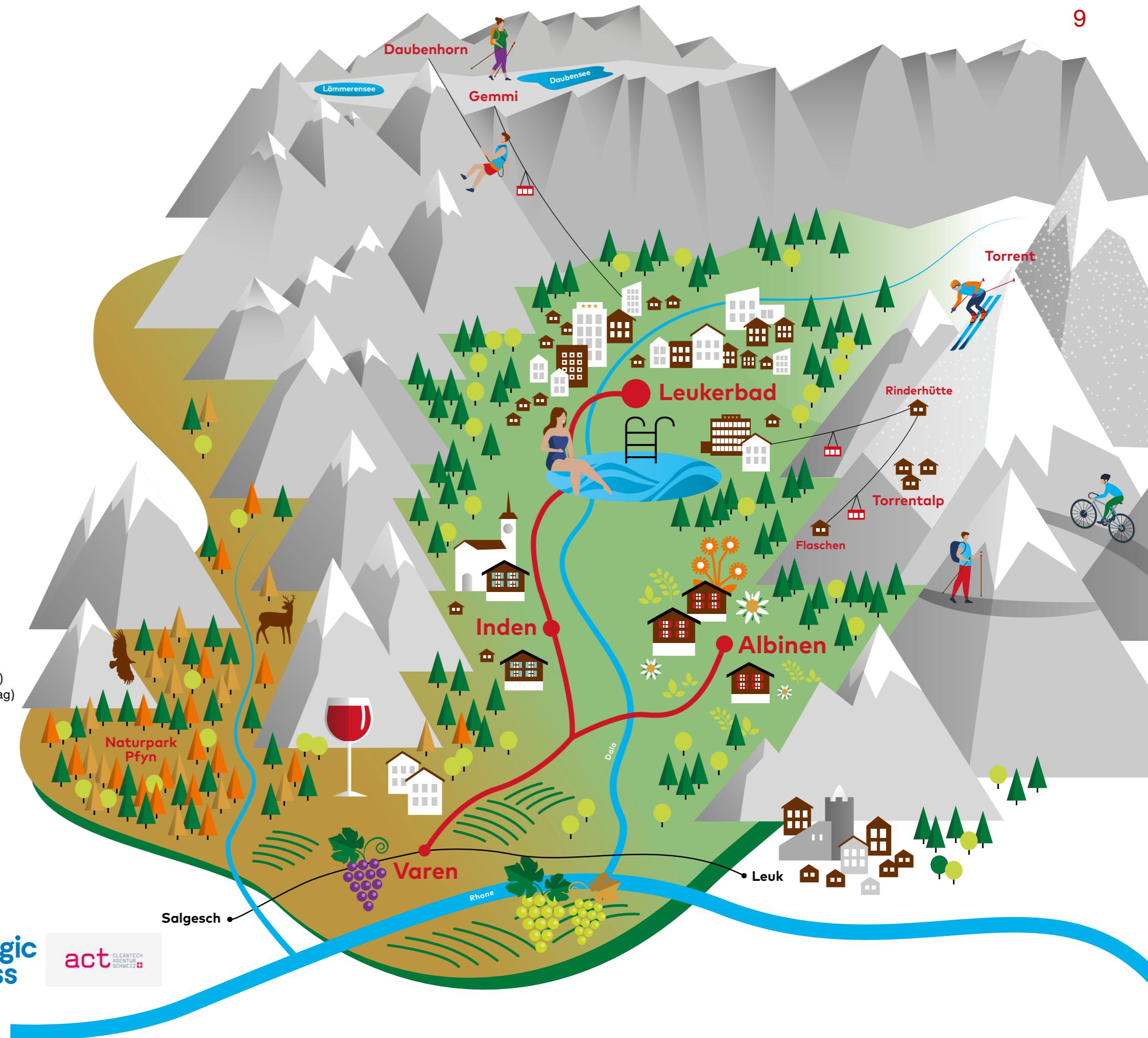


Nachhaltigkeit

Swissustainable Engaged (Level 2)

Partnerschaften:

- Magic Pass – Magic Travel
- myclimate – Cause We Care
- ACT Universalzielvereinbarung



Gesundheitstag

Das Thema Gesundheit hat in Leukerbad eine tief verwurzelte und vielseitige Bedeutung: Zum einen ist es ein zentrales Geschäftsfeld der My Leukerbad AG und fest in der Geschichte der Destination verankert. Zum anderen setzt sich die My Leukerbad AG dafür ein, ein nachhaltig sicheres Arbeitsumfeld zu schaffen und das Wohlbefinden sowie eine gesunde Work-Life-Balance ihrer Mitarbeiterinnen aktiv zu fördern.

Am ersten Gesundheitstag haben sich mehr als 50 Mitarbeitende einen abwechslungsreichen Tag gestaltet, um die vielfältigen Facetten des Themas Gesundheit zu entdecken. Die Mitarbeitenden nahmen an Vorträgen, Diskussionsrunden und Workshops teil, genossen gemeinsam gesunde Mahlzeiten und beteiligten sich an Sportaktivitäten. So konnten sie das Thema Gesundheit aus unterschiedlichen Perspektiven erleben und vertiefen. In Gruppen haben die Mitarbeitenden reflektiert und diskutiert, was für sie persönlich unter einem gesunden und sicheren Arbeitsumfeld verstehen. Dabei konzentrierte sich jede Gruppe auf einen der fünf Teilaspekte: Ernährung, Bewegung, Entspannung, Wertschätzung und Arbeitssicherheit. Anschliessend wurden die Ergebnisse in Kurzvorträgen präsentiert und miteinander ausgetauscht.

Ein weiterer Programm punkt war das Interview mit den ehemaligen Skirennfahrern und Spitzensportlern Didier Plaschy und Dionys Kippel. Die beiden sprachen über ihren Rücktritt aus dem Profisport und schilderten, wie sie in ihrer Karriere mit Verletzungen umgingen und welche Strategien sie zur Verletzungsprävention empfehlen. Sie gaben wertvolle Tipps für Amateursportler, insbesondere zur Motivation beim Training. Ausserdem berichtete Didier Plaschy von seiner heutigen Tätigkeit als Trainer für den regionalen Nachwuchs und erläuterte, welche Rolle Gesundheit dabei spielt. Er ging auch auf den Trainingsaufbau ein und wie sich dieser im Laufe der Jahre verändert hat. Das Interview wurde durch Fragen aus dem Publikum abgerundet.

Zu den weiteren Aktivitäten gehörte ein interaktiver Workshop mit der Suva, bei dem die Mitarbeitenden über Stolperfallen und häufige Arbeits- sowie All-

tagsunfälle lernten. Es wurde vermittelt, wie solche Unfälle vermieden werden können, und es fand ein lebhafter Austausch zum Thema Unfallprävention statt. Ein besonderes Highlight des Workshops war ein Stolperparcours, den die Mitarbeitenden absolvieren durften. Dieser wurde zusätzlich durch verschiedene Aufgaben erschwert, um die Reaktionsfähigkeit und Achtsamkeit im Umgang mit potenziellen Gefahren zu schärfen.

Ein Höhepunkt des Tages war die Durchführung von Sportaktivitäten in verschiedenen Gruppen. Die Mitarbeitenden nahmen an Team-Sportarten wie Tennis, Padel, Badminton und Tischtennis sowie an individuellen Fitness-Aktivitäten teil. Neben der körperlichen Betätigung zur Förderung der Gesundheit wurde dabei auch der Teamgeist gestärkt. Durch die Durchmischung in den Gruppen hatten die Mitarbeitenden die Gelegenheit, Kollegen aus unterschiedlichen Bereichen kennenzulernen und sich auszutauschen.

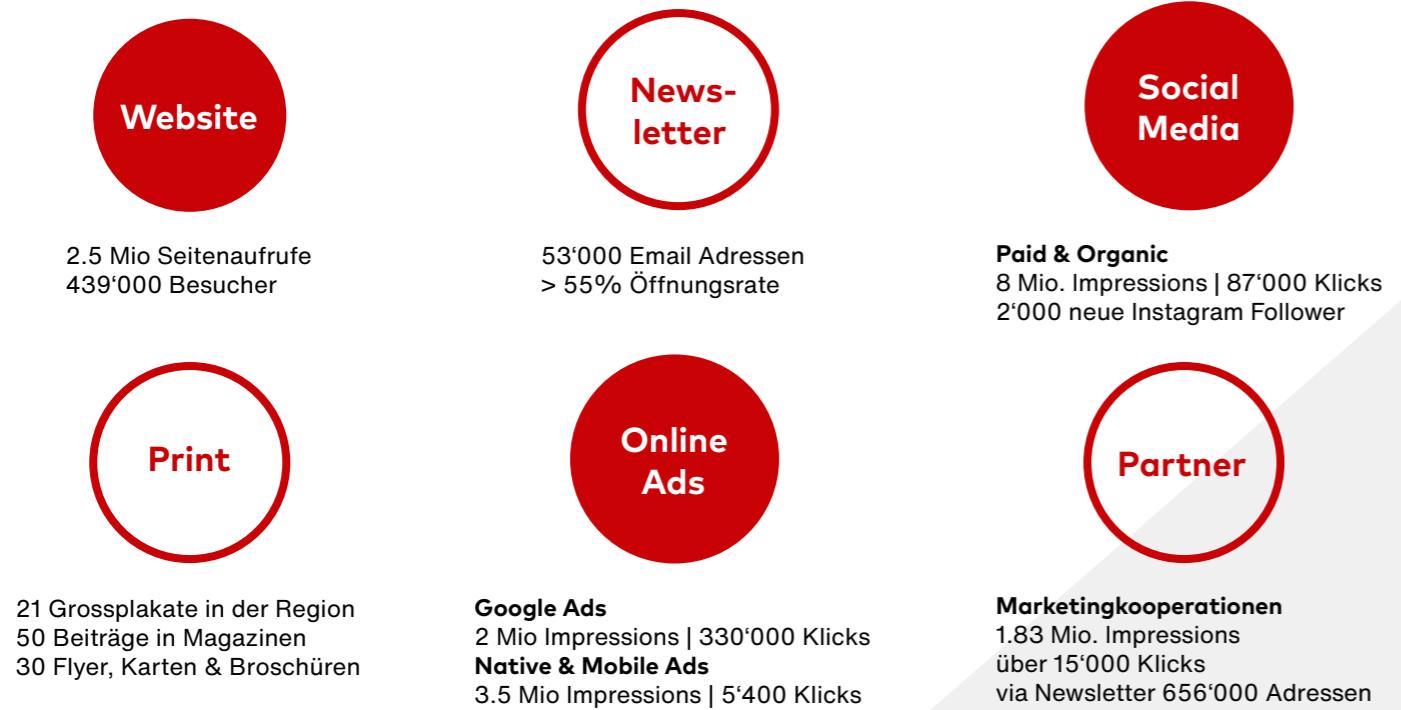
Das Tagesprogramm umfasste auch eine Präsentation zum Thema „Gesunde Ernährung im Alltag und Fakten zur Ernährung“, von Reto Spillmann, dem Leiter Gastronomie der My Leukerbad AG. Er thematisierte unter anderem die Lebensmittelpyramide sowie die optimale Nährwertverteilung auf dem Teller. Er ging auf versteckten Zucker in Lebensmitteln ein, erläuterte die Vorteile von Superfoods und evaluierte, ob Fleisch oder pflanzliche Ernährung gesünder ist. Des Weiteren beleuchtete er neben anderen Themen die Zusammenhänge zwischen Ernährung und dem Klima.

Am Ende des Tages wurde gemeinsam eine Rückschau gehalten, und der Tag fand bei einem alkoholfreien Aperitif seinen Abschluss, der von einem lebhaften Austausch begleitet wurde.



Marketing & Kommunikation

Marketingaktivitäten Schweiz

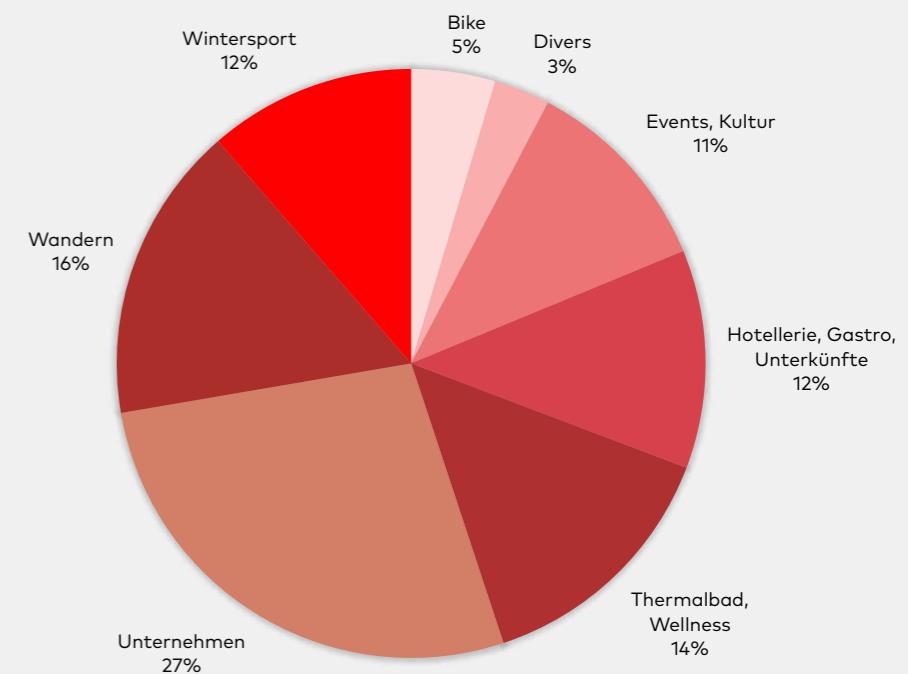


Top Events

Wildstrubel by UTMB Trailrunning Event	Konzertreihe Summer Acts	27. Internationales Literaturfestival
4'000 registrierte Läufer	9 Konzerte	37 Mitwirkende Autoren
3'022 Finishers	77 Bombay Street Headliner	3'800 Eintritte
+470'000 online Zuschauer	800 (geschätzt) Besucher am 22.07.2023	„Perspektiven“ als Haupthema

325 Medienberichte (CH)

Im vergangenen Geschäftsjahr waren etwas über ein Viertel aller Medienberichte Unternehmensthemen gewidmet (27%). Dazu zählten die Jahres- und Saisonzahlen sowie das dynamische Preismodell. Besonders erwähnenswert ist, dass das Thema Wasser/Baden in praktisch allen touristischen Artikeln vor kommt. Auch die verschiedenen Events haben Leukerbad wiederum viel positive Medienresonanz gebracht.



Marketingaktivitäten Fern- & Nahmärkte

43

FAM Trips & Medienreisen



Top Stories

Ynspiré: zeitloses Erlebnismagazin

In Zusammenarbeit mit dem Naturpark Pfyn-Finges haben wir eine neue Destinationsbroschüre mit spannenden Geschichten aus der Region realisiert. «Ynspiré» informiert als zeitloses Erlebnismagazin über Orte, Aktivitäten und Begegnungen in und um Leukerbad. Das Magazin ist kostenlos und in Deutsch, Französisch und Englisch verfügbar.

Leukerbad als «alpiner Traumort»

Der Tages-Anzeiger stellte im letzten Winter sechs Schweizer Feriendestinationen vor, die Sport und Wellness perfekt kombinieren. Mittendrin: Leukerbad mit seinen Thermalbädern. In seinem Artikel über «alpine Traumorte» schwärzte der Autor vom wohltuenden Thermalwasser, vom Pistenpass und von einem «einzigartigen Landschaftserlebnis» – eine schöne Medienplatzierung.

Grosse Kampagne mit Le Nouvelliste

Leukerbad war eines von 18 Skigebieten im Kanton Wallis, die im Winter 2023/24 bei der Kampagne «nouvelliste #en piste» mitmachten. Bei der grossangelegten Aktion des wichtigsten Walliser Mediums Le Nouvelliste wurden unter anderem 1500 Ski-Tageskarten verlost. Die Kampagne generierte viel Aufmerksamkeit bei den Gästen, in den lokalen Medien und mit über 40 Social-Media-Videos auch auf den digitalen Kanälen.



Nachgefragt beim Marketingpartner

Das Hotel Viktoria ist eines von 13 Hotels und einer von 20 Partnern in der Destination Leukerbad, die eine freiwillige Marketingkooperation mit der My Leukerbad AG haben. Mitinhaberin Inger Collenberg erzählt, welche Vorteile die Partnerschaft bringt und was ihr persönlich an Leukerbad gefällt.

Was schätzen Ihre Gäste am Hotel Viktoria besonders?

Unser wichtigster USP ist ganz klar die Passarelle, die vom Hotel direkt in die Leukerbad Therme führt. Die Gäste mögen es, dass sie mehrmals am Tag im Bademantel vom Zimmer ins Thermalbad gehen können und dass die Nutzung des Sauna- und Wellnessbereichs inklusive ist.

Welches ist Ihr persönlicher Lieblingsplatz im Hotel und wieso?

Für mich ist der direkte Austausch mit unseren Gästen sehr wichtig, daher mag ich den Speisesaal am Morgen besonders. Wenn die Gäste zum Frühstück kommen, haben sie meistens Zeit für einen Schwatz. Aus dem gleichen Grund gefällt mir die Arbeit an der Rezeption: Bei der An- und Abreise kommt man mit den Leuten ins Gespräch. Mein Mann Rinaldo und ich richten es so ein, dass immer jemand von uns an der Rezeption ist.

Und was schätzen Sie an Leukerbad als Destination?

Ein so vielfältiges Angebot wie hier findet man selten. Leukerbad bietet für jedes Alter und jeden Geschmack etwas. Da sind einerseits die Thermen, die absolut einzigartig sind. Andererseits sind die Gemmi und Torrent super Ausgangsorte für zahlreiche Aktivitäten wie Wandern, Biken, Skifahren oder Langlaufen. Und in der Sportarena finden Gäste weitere tolle Freizeitangebote.

Das Hotel Viktoria und die My Leukerbad AG arbeiten seit Frühling 2023 eng zusammen. Wie sieht diese Kooperation aus?

Durch die Partnerschaft tragen wir als Hotelbetrieb pro Hotelbett aktiv zum Marketingbudget der My Leukerbad AG bei. Sie nutzt dieses Budget

für die Vermarktung der Destination und unserer Angebote. Im Gegenzug erhalten wir bessere Buchungskommissionen – 8% statt der üblichen 12% – sowie individuelle, massgeschneiderte Marketing- und Kommunikationsleistungen.

Können Sie ein Beispiel einer solchen Leistung nennen?

Im laufenden Jahr hat die My Leukerbad AG einen Foto-/Videografen beauftragt, ein Werbevideo über unser Hotel zu produzieren. Dabei übernimmt My Leukerbad die gesamte Koordination von der Planung über die Begleitung bis zur Umsetzung. Wir selbst können selbstverständlich Inputs geben, müssen uns aber nicht um die Organisation kümmern.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit?

Wir hatten von Anfang an einen guten Austausch. Jede Partei bringt Ideen ein, danach entscheiden wir gemeinsam, welche umgesetzt werden. Wir profitieren unter anderem von den Inputs zu unserem Social-Media-Auftritt. Die Verantwortlichen bei My Leukerbad haben uns gezeigt, wie wir unser Hotel auf den verschiedenen Kanälen besser und aktiver bewerben können.

Wie sehen Sie die Zukunft der Destination?

Aus meiner Sicht sind wir auf einem sehr guten Weg. Leukerbad ist bodenständig, aber entwickelt sich stetig weiter. Wenn wir auch in Zukunft alle am selben Strick ziehen, bin ich optimistisch für unsere Destination.



Nachhaltigkeit

Emissionseinsparungen im 2023/24

716 Tonnen CO₂

im Geschäftsjahr 2023-2024

Seit Einführung der Massnahmen 2'182 Tonnen CO₂

Events & Gästeanimation

13

Top Events

mit nationaler & internat-
ionaler Reichweite

Top Events 2023–2024

Datum	Event	Organisator
04.06.2023	Kinderland Openair	Beatevents
17. & 18.06.2023	Swiss Enduro Series	BikeMedia / My Leukerbad
23.–25.06.2023	27. Internationales Literaturfestival	Verein Literaturfestival
01.07.2023	Kulinarische Thermalquellen-Wanderung	OK Gourmetwanderung
07.–09.07.2023	WEYO Mindful Mountain Festival	My Leukerbad
15.–23.07.2023	Schweizer Schach-Einzelmeisterschaft	Schachverband / My Leukerbad
15.07.–12.08.2023	Summer Acts	My Leukerbad
02.09.2023	9. Walliser Raclettag	Schwingklub Leukerbad
10.09.2023	Schafabzug	WAS Leuk
15. & 17. 09.2023	Wildstrubel 110 & 25 by UTMB	Wildstrubel by UTMB
29.09.–01.10.2023	26. Ländlertreffen Leukerbad	OK Ländler
03.02.2024	#enpistes Le Nouvelliste	Le Nouvelliste / My Leukerbad
16.03.2024	Ringkuhkampf im Schnee	Lokales OK / My Leukerbad

60

über
Gästeanimationen inkl.
wiederkehrende Wochen-
programme

CHF 61'000

Beitrag an My Leukerbad Nachhaltigkeitsfonds

12% Erhöhung der
Gesamtenergieeffizienz
gegenüber dem Referenzjahr 2018



38'258

klimaneutrale Berg-
bahntickets verkauft



175

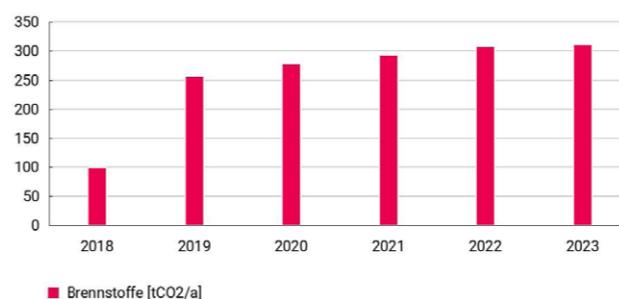
Key Cards gespendet
für myclimate
"Cause We Care"



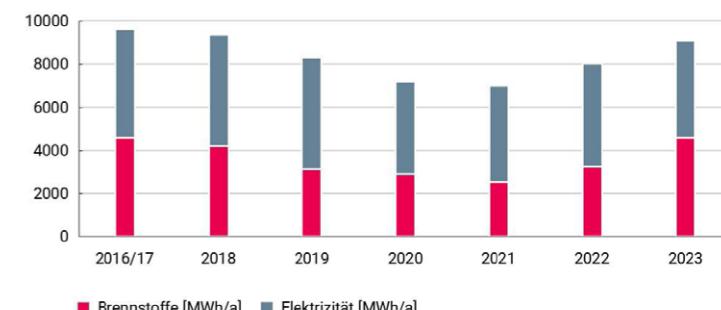
1'782

verkaufte klima-
neutrale Menüs in
der Wintersaison
2023/24

**Einsparungen von CO₂-
Emissionen seit Beginn der
Teilnahme bei ACT***



**Sinkender Energieverbrauch
der My Leukerbad AG***



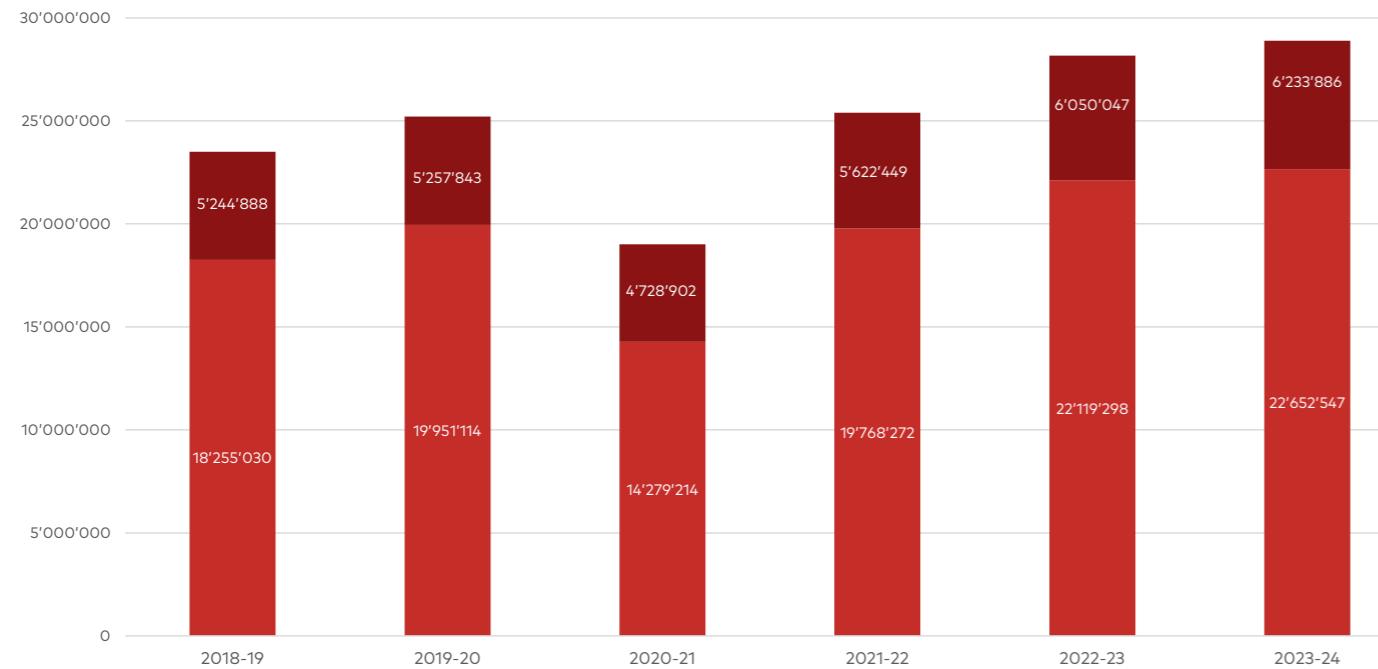
Mitarbeitende

Schweiz	59.18%
Portugal	17.01%
Deutschland	5.44%
Slowakei	4.76%
Spanien	4.08%
Rumänien	2.72%
Italien	2.04%
Polen	2.04%
Frankreich	1.36%
Russland	0.68%
Ungarn	0.68%

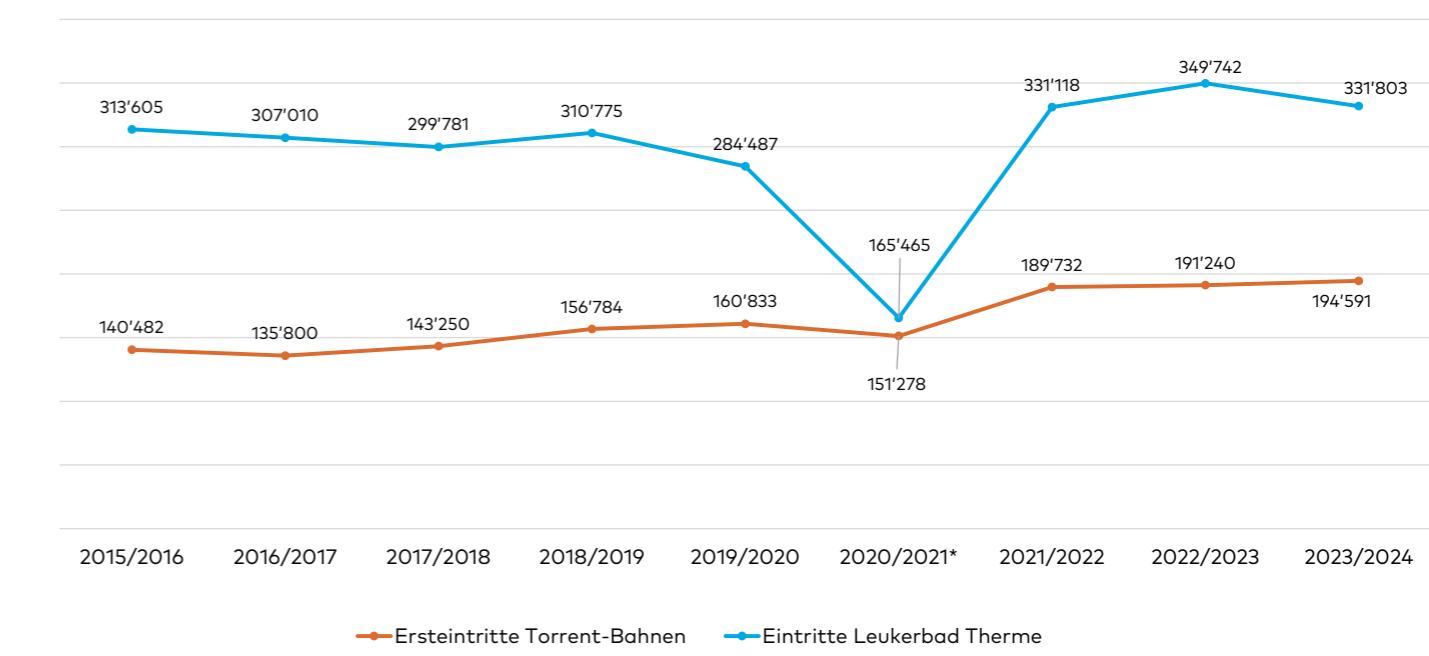


Zahlen im Überblick

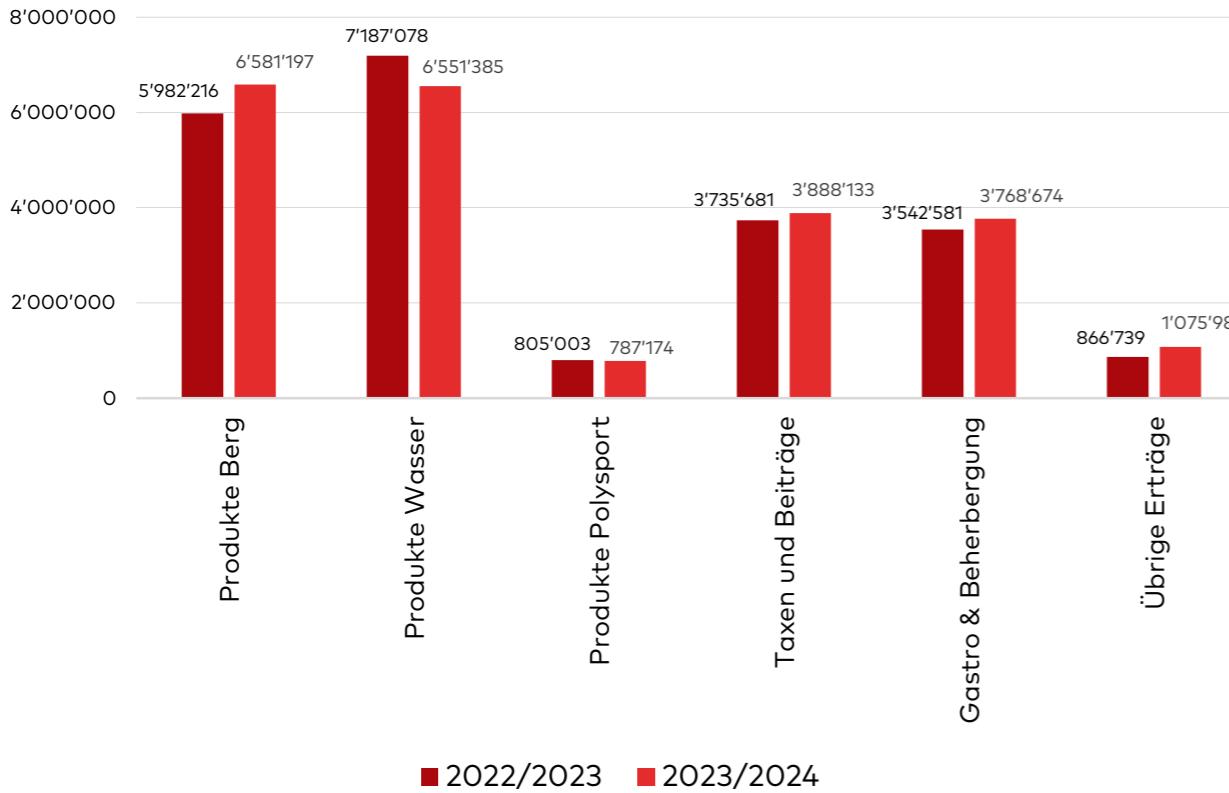
Umsatz der MYLAG und LLB Busbetriebe (in CHF)



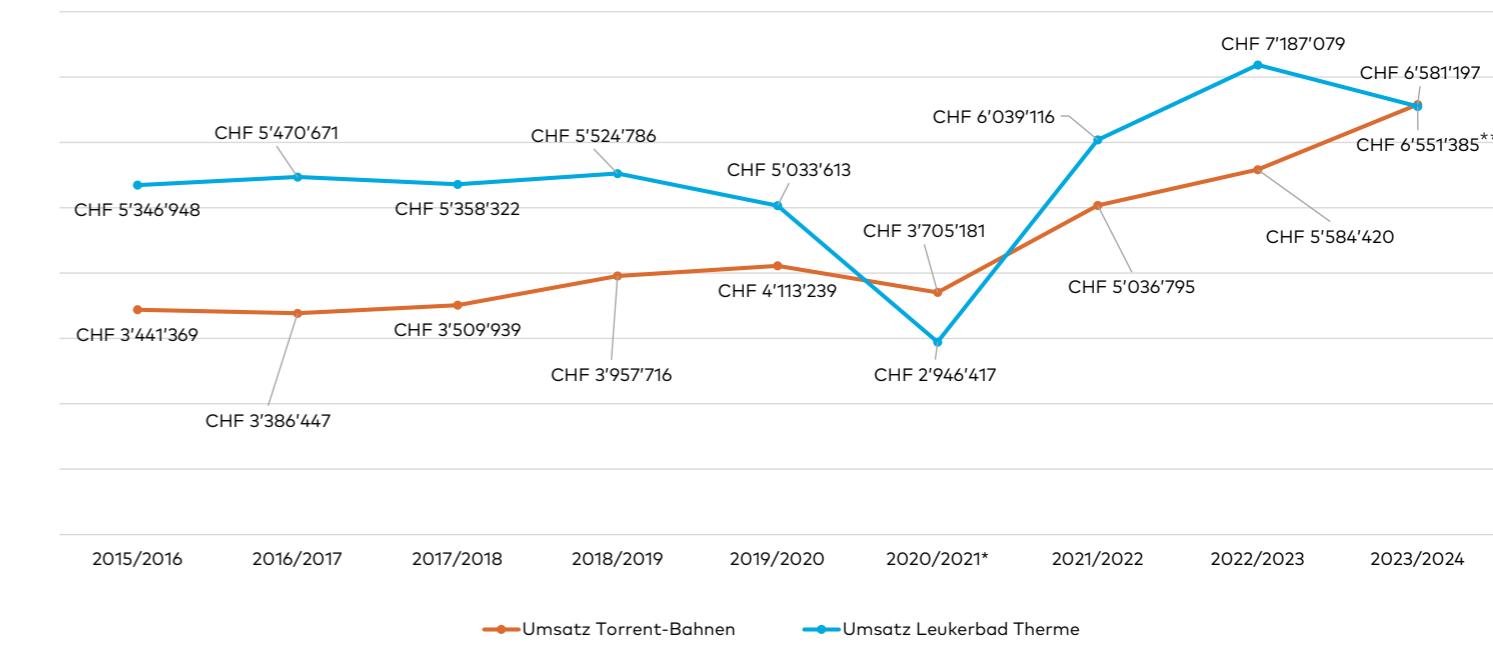
Ersteintritte Torrent-Bahnen und Leukerbad Therme



Ertrag der MYLAG nach Sparten (in CHF)



Umsatz Torrent-Bahnen und Leukerbad Therme



* Covid-19 Beschränkungen

**Schliessung und Teilbetrieb aufgrund von Umbau

Entwicklung Logiernächte

Logiernächte nach Beherbergungsform

+9.3%

Entwicklung der Logiernächte
im Vergleich zu 2018-2019

Anzahl Ankünfte

+14.42%

seit 2018-2019
in der gesamten Destination

725'003

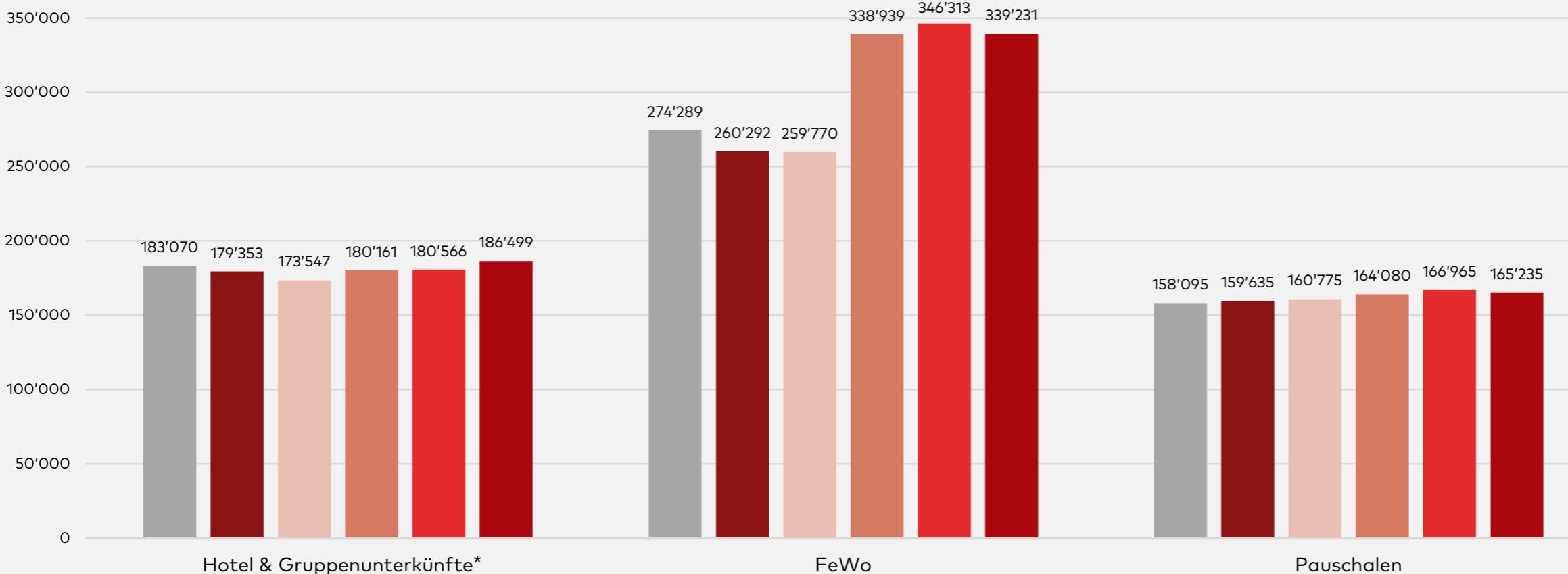
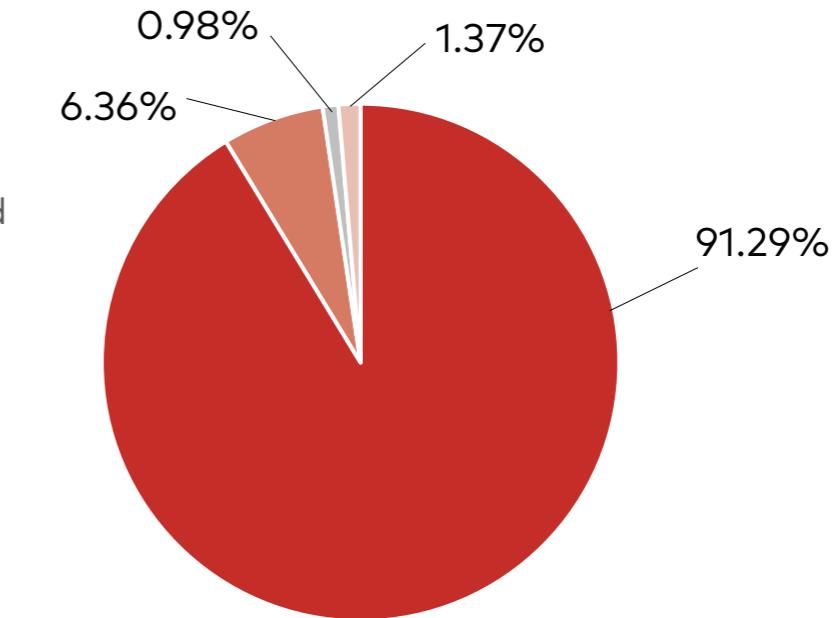
Logiernächte
im Geschäftsjahr 2023-2024

Aufenthaltsdauer der Gäste

3,4 Nächte

im Durchschnitt
pro Jahr

Logiernächte nach Destinationsgemeinden 2023-2024



*Daten aus 22 von 24 Hotelbetrieben

■ 18/19 ■ 19/20 ■ 20/21 ■ 21/22 ■ 22/23 ■ 23/24

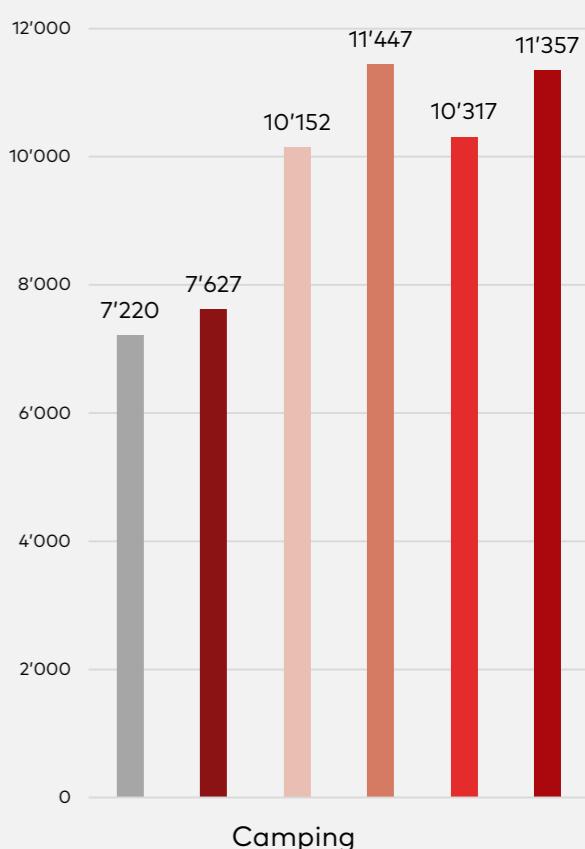
Veränderung im Vergleich
zu 2018/19

+1.9%

+23.7%

+4.5%

+57.3%



Zahlen des Jahres

CHF
11'577'441

Lohnsumme
LLB & MYLAG

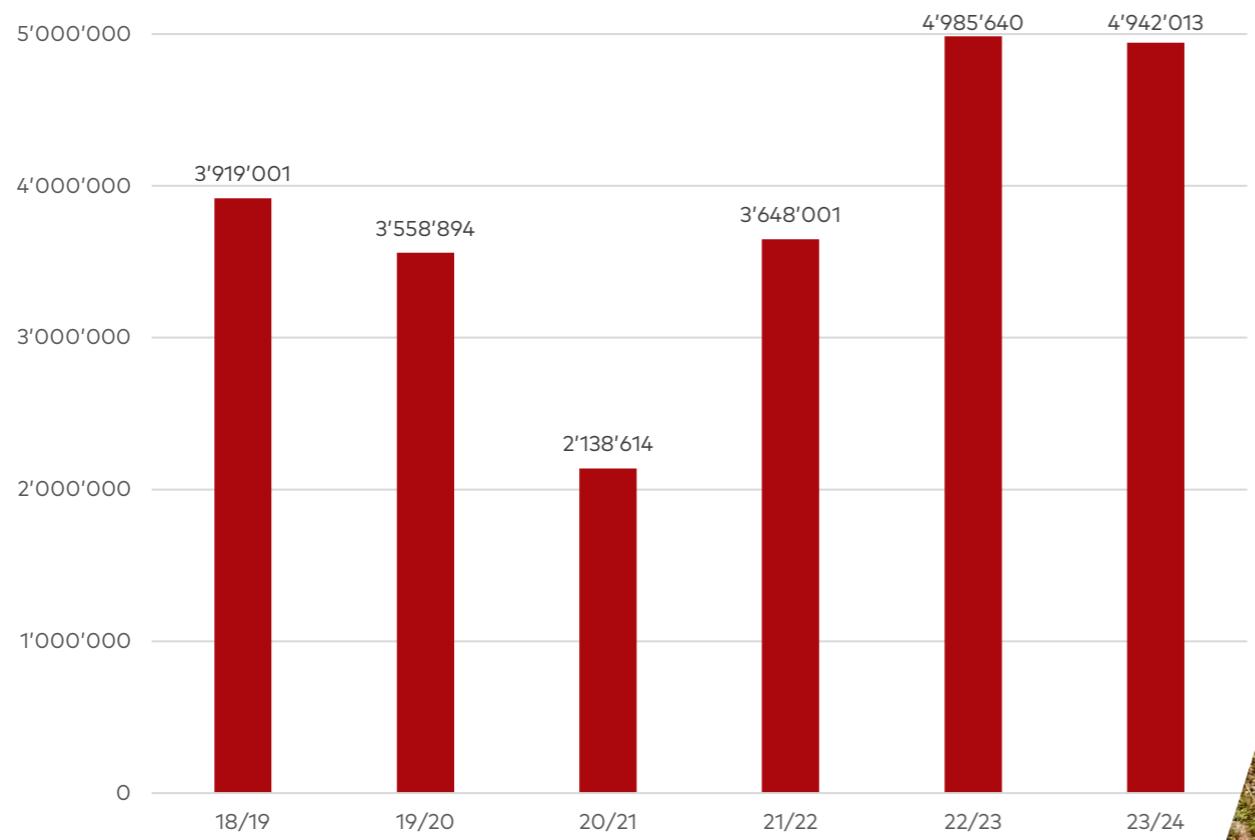
CHF
4'942'013

Entschädigung
an Infrastrukturen

568'172

Totale Ersteintritte
MYLAG

Entschädigung Infrastrukturen (in CHF)



Bilanz

Aktiven	30.04.23		30.04.24	
	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel	1'322'006.29	23.17%	1'223'875.44	19.17%
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	578'952.45	10.15%	705'205.95	11.05%
Übrige kurzfristige Forderungen	248'260.00	4.35%	213'442.27	3.34%
Vorräte	324'673.63	5.69%	346'806.67	5.43%
Aktive Rechnungsabgrenzung	1'849'779.69	32.42%	2'046'115.49	32.05%
Total Umlaufvermögen	4'323'672.06	75.78%	4'535'445.82	71.04%
Finanzanlagen	113'000.00	1.98%	113'000.00	1.77%
Mobile Sachanlagen	362'000.00	6.34%	464'000.00	7.27%
Immaterielle Werte	201'000.00	3.52%	151'000.00	2.37%
Fahrzeuge in Leasing	706'000.00	12.37%	1'121'000.00	17.56%
Total Anlagevermögen	1'382'000.00	24.22%	1'849'000.00	28.96%
Total Aktiven	5'705'672.06	100.00%	6'384'445.82	100.00%
Passiven	30.04.23		30.04.24	
	CHF	%	CHF	%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	848'587.98	14.87%	1'036'626.01	16.24%
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	379'266.47	6.65%	404'885.97	6.34%
Passive Rechnungsabgrenzung	1'388'513.21	24.34%	1'817'564.12	28.47%
Total kurzfristiges Fremdkapital	2'616'367.66	45.86%	3'259'076.10	51.05%
Darlehen gegenüber Dritten	629'518.52	11.03%	619'518.52	9.70%
WKB Kredit COVID	735'750.00	12.90%	281'250.00	4.41%
Leasingverbindlichkeiten	473'649.44	8.30%	857'389.42	13.43%
Rückstellungen	444'558.05	7.79%	426'449.02	6.68%
Rückstellungen Kurtaxen	162'295.52	2.84%	267'552.35	4.19%
Total langfristiges Fremdkapital	2'445'771.53	42.87%	2'452'159.31	38.41%
Aktienkapital	500'000.00	8.76%	500'000.00	7.83%
Gesetzliche Gewinnreserve	5'550.00	0.10%	7'550.00	0.12%
Bilanzgewinn	98'769.68	1.73%	135'982.87	2.13%
Jahresgewinn	39'213.19	0.69%	29'677.54	0.46%
Total Eigenkapital	643'532.87	11.28%	673'210.41	10.54%
Total Passiven	5'705'672.06	100.00%	6'384'445.82	100.00%

Erfolgsrechnung

	2022/23	2023/24	Abweichung
Ertrag			
Produkte 'Berg'	5'982'216	6'581'197	10.0%
Produkte 'Wasser'	7'187'078	6'551'385	-8.8%
Produkte 'Polysport'	805'003	787'174	-2.2%
Taxen und Beiträge	3'735'681	3'888'133	4.1%
Gastronomie und Beherbergung	3'542'581	3'768'674	6.4%
Übrige Erträge	866'739	1'075'984	24.1%
Total Erlöse	22'119'298	22'652'547	2.4%
Aufwand			
Entschädigungen Infrastrukturgesellschaften	4'985'640	4'942'013	-0.9%
Marketing und Gästekarte	3'020'072	2'965'198	-1.8%
Personalaufwand	7'765'665	8'328'280	7.2%
Gastronomieaufwand	1'272'731	1'397'873	9.8%
Energie- und Entsorgungsaufwand	1'383'108	1'506'724	8.9%
Betrieblicher Aufwand	2'114'897	1'996'324	-5.6%
Versicherungen und Gebühren	153'171	146'668	-4.2%
Verwaltungs- und Informatikaufwand	812'000	799'821	-1.5%
Total Aufwand	21'507'284	22'082'900	2.7%
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)	612'014	569'646	-6.9%
Abschreibungen	510'000	353'000	-30.8%
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	102'014	216'646	112.4%
Finanzaufwand / -ertrag	14'746	15'219	3.2%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	87'268	201'428	130.8%
Ausserordentlicher Ertrag	20'396		-100.0%
Periodenfremder Aufwand	-61'502	-163'576	166.0%
Direkte Steuern	6'950	8'174	17.6%
Jahresergebnis	39'213	29'678	-24.3%

Anhang der Jahresrechnung

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizerischen Gesetzes, insbesondere dem Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts, (Art. 957 bis 962) erstellt. Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betrieblich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

Anzahl Mitarbeiter

Die Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt lag nicht über 250 Vollzeitstellen.

Beteiligungen

Leukerbad Webshop GmbH, Leukerbad

- Kapitalanteil in %	100	100
- Stimmrechtsanteil in %	100	100

Verpflichtungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

	30.04.2023	30.04.2024
	CHF	CHF
Verpflichtungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	4'139.40	0.00

Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasingverpflichtungen

	30.04.2023	30.04.2024
	CHF	CHF
Zur Verfügungstellung von Infrastruktur / Mietvertrag		
- Torrent-Bahnen Leukerbad-Albinen AG	6'400'000.00	4'800'000.00
- Burgergemeinde Leukerbad	8'800'000.00	6'600'000.00
- Sportzentrum Leukerbad AG	4.00	3.00
- Skilift Erli GmbH	680'000.00	510'000.00
- Leukerbad Tourismus	216'000.00	162'000.00
	16'096'004.00	12'072'003.00

Erläuterungen zu ausser- ordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung

Der periodenfremde Aufwand per 30.04.2024 von CHF 163'576.10 betrifft einen Teil der Rechnung der Gemeinde Albinen (Wasserlieferungen) aus dem Jahr 2022 (CHF 67'614.08) sowie Korrekturbuchungen der internen Verrechnungen der Erträge in den Bereichen „Berg“ und „Wasser“ (CHF 95'962.02).

Der periodenfremde Aufwand per 30.04.2023 von CHF 61'501.65 betrifft die Rechnung der Webshop AG Leukerbad (Restsaldo 2022). Der periodenfremde Ertrag per 30.04.2023 von CHF 20'396.38 betrifft die Rückerstattung aus einer Weiterbildungsvereinbarung aus dem Jahre 2019 von CHF 15'223.82 sowie einer Rückerstattung einer Weiterbildungsvereinbarung aus dem Jahr 2020 von CHF 5'172.56.

Weitere Angaben / Bemerkungen

Die My Leukerbad AG hat für die Geschäftsjahre 2020/2021 und 2021/2022 Härtefallhilfen durch den Kanton Wallis erhalten und im ordentlichen Betriebsertrag bzw. ausserordentlichen Ertrag erfasst.

Für die Geschäftsjahre in denen die Härtefallhilfen ausgerichtet wurden, sowie für die fünf darauf folgenden Jahre oder bis zur Rückzahlung der erhaltenen Hilfen darf die Gesellschaft:

- keine Dividenden oder Tantiemen beschliessen oder ausschütten
- keine Kapitaleinlagen rückerstatteten
- keine Darlehen an seine Eigentümer vergeben

Gästekarte / Kurtaxen

	2022/23	2023/24	Abweichung
	CHF	CHF	%
Ertrag			
Kurtaxen	3'144'999	3'208'051	2.0%
Touristische Dienstleistungen und Beiträge	311'777	367'966	18.0%
Übrige Erträge	17'681	7'795	-55.9%
Total Erlöse	3'474'457	3'583'811	3.1%
Aufwand			
Beiträge Gästekarte	1'747'888	1'695'187	-3.0%
Aufwand Events / Gästeanimation	691'841	702'477	1.5%
Touristische Dienstleistungen	301'866	346'472	14.8%
Beiträge an Destinationsgemeinden	216'610	210'185	-3.0%
Touristische Infrastruktur	56'900	56'900	0.0%
Miete und Unterhalt Tourismusbüro	39'885	38'874	-2.5%
Personalaufwand Gästeservice-Center	408'306	401'633	-1.6%
Informatikaufwand	102'459	90'032	-12.1%
Verwaltungsaufwand	43'642	50'484	15.7%
Sonstiger betrieblicher Aufwand	9'410	4'445	-52.8%
Total Aufwand	3'618'808	3'596'688	-0.6%
Abschreibungen			
Abschreibungen	1'000	1'000	0.0%
Jahresergebnis			
Jahresergebnis	-145'351	-13'877	

Marketing

	2022/23	2023/24	Abweichung
	CHF	CHF	CHF
Ertrag			
Tourismusförderungstaxen	590'683	680'082	15.1%
Vertragliche Marketingbeiträge	380'345	507'376	33.4%
Übrige Erträge	77'572	77'445	-0.2%
Total Erlöse	1'048'600	1'264'903	20.6%
Marketing Aufwand			
Marketingaktivitäten Communities / Markt Schweiz	616'405	475'860	-22.8%
Marketingaktivitäten Nah- und Fernmärkte	141'000	150'000	6.4%
Werbematerial	107'278	104'707	-2.4%
Personalaufwand	370'522	391'736	5.7%
Total Aufwand	1'235'204	1'122'302	-9.1%
Jahresergebnis			
Jahresergebnis	-186'605	142'600	



Webshop GmbH

Bilanz

Aktiven	30.04.24	
	CHF	%
Raiffeisenbank	1'040'092.66	90.77%
Kreditkarten DIRES	14'062.60	1.23%
Forderungen aus L&L DIRES	78'445.41	6.85%
Aktive Rechnungsabgrenzungen	13'207.55	1.15%
Total Umlaufvermögen	1'145'808.22	100.00%
Total Aktiven	1'145'808.22	100.00%

Passiven	30.04.24	
	CHF	%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	309'034.71	26.97%
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	54'377.97	4.75%
Passive Rechnungsabgrenzungen	761'009.10	66.42%
Total kurzfristiges Fremdkapital	1'124'421.78	98.13%
Stammkapital	20'000.00	1.75%
Jahresverlust	-153.47	-0.01%
Total Eigenkapital	21'386.44	1.87%
Total Passiven	1'145'808.22	100.00%

Erfolgsrechnung

	2023/24	%
Ertrag		
Kommissionen	157'087	54.4%
Total Erlöse	157'087	54.4%
Aufwand		
Buchhaltung / Beratung	2'499	52.3%
Verwaltungsaufwand	128'777	34.2%
Marketingbeitrag	24'052	n/a
Steuern	220	-72.5%
Total Aufwand	155'548	58.1%
Jahresergebnis		
Jahresergebnis 2020/21	1'540	-54.0%

Revisionsbericht

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Gesellschafterversammlung der **Leukerbad Webshop GmbH, Leukerbad**

Brig, 30. Juli 2024

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der **Leukerbad Webshop GmbH** für das am 30. April 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

TRS AG



Marcel Pfaffen
zugelassener Revisionsexperte
leitender Revisor



Florian Bregy
zugelassener Revisor

Revisionsbericht

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
My Leukerbad AG, Leukerbad

Brig, 30. Juli 2024

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der **My Leukerbad AG** für das am 30. April 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

TRS AG



Marcel Pfaffen
zugelassener Revisionsexperte
leitender Revisor



Florian Bregy
zugelassener Revisor