



GESCHÄFTSBERICHT 2024/2025.

LÖTSCHENTAL MARKETING AG.



INS HERZ GEMEISSELT.



Lötschental Marketing AG

www.loetschental.ch



Inhalt.

Einladung zur ordentlichen Generalversammlung	5
Protokoll der Generalversammlung vom 19.09.2024	6
Jahresbericht des Präsidenten	10
Jahresbericht des CEO's	12
Marketing und Vertrieb	14
Logiernächte	17
Digital	18
Jahresrechnung 2024/2025	20
Revisionsbericht	25
Organisation	26



Einladung zur ordentlichen Generalversammlung.

Einladung an die Aktionäre zur 11. ordentlichen Generalversammlung der Löt-schental Marketing AG.

Donnerstag, 18. September 2025, 18:45 Uhr im Alpenhotel zur Wildi

Traktanden mit Anträgen des Verwaltungsrates

1. Begrüssung durch den Präsidenten

2. Protokoll der 10. Generalversammlung vom 19.09.2024

Antrag des Verwaltungsrates:

- Genehmigung des Protokolls

3. Jahresbericht, Jahresrechnung

Antrag des Verwaltungsrates:

- Genehmigung des Jahresberichtes
- Genehmigung der Jahresrechnung
- Kenntnisnahme Bericht der Revisionsstelle

4. Verwendung des Bilanzgewinns

Antrag des Verwaltungsrates:

- Zuweisung an die gesetzlichen Gewinnreserven: CHF 5'500.00
- Vortrag auf neue Rechnung: CHF 265'637.51

5. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates

Antrag des Verwaltungsrates:

- Entlastung der Mitglieder in globo

6. Wahl der Revisionsstelle

Antrag des Verwaltungsrates:

- Treuhand Marugg + Imsand AG

7. Verschiedenes

Protokoll der Generalversammlung vom 19. September 2024.

Datum: Donnerstag, 19. September 2024
Zeit: 18:30 – 19:30 Uhr
Ort: Gemeindehaus Wiler
Vorsitz: Léander Jaggi (LJ)
Aktuar: Mathias Fleischmann

Anwesende:

Karin Ebener Einwohnergemeinde Ferden, Willy Rieder Einwohnergemeinde Kippel, Elmar Ritler Einwohnergemeinde Wiler, Elmar Ebener Einwohnergemeinde Blatten, Bernhard Bregy Einwohnergemeinde Steg-Hohtenn, Mathias Ebener Lötschental Tourismus, Reinhart Tannast LABB, Jean-Christoph Lehner (Revisionsstelle), Léander Jaggi, Peter Lehner, Mathias Fleischmann, Pascal Ebener, Lilian Ritler

Entschuldigt:

Folgende Aktionäre sind anwesend.

Aktionär	Anzahl Aktien	Anzahl Stimmen	Vertreten durch:
Gemeinde Ferden	93	93	Karin Ebener, Gemeinderätin
Gemeinde Kippel	118	118	Willy Rieder, Gemeinderat
Gemeinde Wiler	248	248	Elmar Ritler, Gemeindepräsident
Gemeinde Blatten	149	149	Elmar Ebener, Gemeinderat
Gemeinde Steg-Hohtenn	12	12	Bernhard Bregy, Gemeinderat
Lauchernalp Bergbahnen AG	280	280	Reinhart Tannast, CFO
Lötschental Tourismus	100	100	Mathias Ebener, Vizepräsident

Das Aktienkapital ist zu 100% vertreten. Die GV ist handlungs- und beschlussfähig.

1. Begrüssung durch den Präsidenten

Präsident Léander Jaggi eröffnet die 10. Generalversammlung der Lötschental Marketing AG und begrüßt die anwesenden Aktionäre und Gäste. Innert der gesetzlichen Frist sind keine Anträge eingegangen. Als Stimmenzähler wird Karin Ebener vorgeschlagen. Dieser Vorschlag wird einstimmig angenommen.

2. Protokoll der Generalversammlung vom 14. September 2023

Auf das Vorlesen des Protokolls, welches im Geschäftsbericht veröffentlicht wurde, wird verzichtet. Der Präsident Léander Jaggi dankt dem Verfasser des Protokolls, Mathias Fleischmann. Das Protokoll wird von der Generalversammlung einstimmig angenommen.

3. Jahresbericht und Jahresrechnung

Präsident Léander Jaggi verweist auf das Vorwort im Geschäftsbericht. Er weist in seinem Jahresbericht auf die Meilensteine des abgelaufenen Geschäftsjahres hin und unterstreicht die Richtigkeit des eingeschlagenen Wegs mit der Partnerschaft mit der Lauchernalp Bergbahnen AG und der Destinationsstrategie 2022-2026.

Er bedankt sich bei den Anwesenden, dem Verwaltungsrat, dem Team der Lötschental Marketing AG und allen Leistungsträgern und Partnern für die konstruktive Zusammenarbeit.

Der CEO Mathias Fleischmann blickt auf die Highlights des vergangenen Geschäftsjahres zurück. Der Beitritt der Lauchernalp Bergbahnen zum Tarifverbund Magic Pass hatte auch positive Auswirkungen auf die Destination. So konnten die Logiernächte im Winter 2023/24 um 5% gesteigert werden. Im Sommer 2023 blieben die Logiernächte stabil, trotz der Tatsache, dass der beliebte Campingplatz auf der Fafleralp im Sommer aufgrund von Arbeiten für den Hochwasserschutz geschlossen blieb. Mit neuen Angeboten wie dem Loichi Kugelweg von der Lauchernalp nach Wiler konnte die Attraktivität der Destination im Sommer weiter gesteigert werden.

Wichtige Projekte der Lötschental Marketing AG im abgelaufenen Geschäftsjahr waren die Anpassung des visuellen Auftritts des Lötschental an die Marke Wallis sowie die Arbeiten an der neuen Destinationswebsite, welche im Juni dieses Jahres aufgeschalten werden konnte. Mit Auftritten an der Cycle Week in Zürich, am Marché Concours in Saignelégier und an der Foire du Valais in Martigny konnten neue Zielgruppen auf das Lötschental aufmerksam gemacht werden.

Mathias Fleischmann erläutert anschliessend die Bilanz und die Erfolgsrechnung, welche einen Gewinn von CHF 21'895.- ausweist. Der Revisionsbericht ist im Geschäftsbericht veröffentlicht, welcher von den Aktionären zur Kenntnis genommen wird.

4. Verwendung des Bilanzgewinns

Mit dem Jahresgewinn ergibt sich ein Bilanzgewinn von CHF 162'370.31 zu Handen der GV. Der Verwaltungsrat beantragt die Zuweisung von CHF 1100.00 an die gesetzliche Gewinnreserve und den Vortrag auf die neue Rechnung in der Höhe von CHF 161'270.31: Der Antrag des Verwaltungsrates wird einstimmig angenommen.

5. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates

Dem Verwaltungsrat wird einstimmig die Entlastung erteilt. Der Präsident dankt für das Vertrauen.

6. Wahl der Revisionsstelle

Die Revisionsstelle Treuhand Marugg + Imsand AG wurde an der GV 2023 das Mandat für die Revision für weitere drei Jahre erteilt. Somit ist anlässlich dieser GV keine erneute Wahl nötig.

7. Verschiedenes

Elmar Ebener bedankt sich beim Verwaltungsrat, dem CEO und dem gesamten Team für die geleistete Arbeit. Er informiert über die Projekte der Gemeinde Blatten. So wurde eine neue Webcam bei der neuen Handyantenne angebracht. Eine weitere Kamera bei der Hollandiahütte wird zurzeit geprüft. Die Gemeinde Blatten hat diesen Sommer in den Ausbau des Wegs zur Anenhütte investiert. Außerdem wurden die ersten neuen Feuerstellen eröffnet. Weitere folgen im nächsten Jahr. Ebenfalls wurde in die Infrastruktur des Campings Fafleralp investiert. Die Gemeinde unterstützt die Saisonverlängerung des Postautos Ende Mai/Anfang Juni während drei Jahren, zusammen mit der LMAG und den Betrieben auf der Fafleralp. Ebenfalls wird eine Transportmöglichkeit im Winter auf die Fafleralp geprüft.

Jean-Christoph Lehner schliesst sich dem Dank an und appelliert an die Gemeinden Wohnraum zu schaffen, um die Entwicklung der Region und des Tourismus zu fördern. Ebenfalls betont er die Wichtigkeit der Fertigstellung des Bikenetzes (Lauchernalp-Fafleralp-Blatten) und der Besucherlenkung. Mathias Fleischmann weist darauf hin, dass das Beschilderungskonzept Ende Oktober dem Talrat präsentiert wird.

Reinhard Tannast ist mit der Entwicklung des Campings in Kippel zufrieden. Er dankt den Gemeinden, dem Verwaltungsrat, dem CEO und dem Team für die geleistete Arbeit.

Elmar Ritler schliesst sich dem Dank an und fordert einen weiteren Ausbau der Sommerangebote für Familien. Auf der Lauchernalp wurden mit dem Kugelweg, dem Loichi Trail und dem Kinderspielplatz erfolgreich Projekte umgesetzt. Mit dem bevorstehenden Ausbau des Lauchernalp Resorts ist eine positive Dynamik spürbar.

Bernhard Bregy informiert, dass die Situation mit dem Kreisel beim Bahnhof Gampel-Steg für die Gemeinde Gampel-Bratsch bzw. das Open Air Gampel unproblematisch ist. Ebenfalls berichtet Bernhard Bregy über die Herausforderung der Finanzierung des Neubaus des Hallenbads. Er bedankt sich für die gute Zusammenarbeit und das Engagement.

Willy Rieder erwähnt den neuen Polysport-Platz in Kippel und dankt dem Verwaltungsrat für die geleistete Arbeit.

Karin Ebener schliesst sich dem Dank an den Verwaltungsrat, den CEO und das Team an.

Mathias Fleischmann erläutert die Schwerpunkte der Arbeit der Lötschental Marketing AG in der Sommersaison 2024 und zeigt die Neuigkeiten und Highlights im kommenden Winter 2024/25 auf.

Um 19.30 Uhr schliesst der Vorsitzende Léander Jaggi mit einem Dank für das Vertrauen und die konstruktive Zusammenarbeit den offiziellen Teil der ordentlichen Generalversammlung und lädt die Anwesenden zum Abendessen ein.

Wiler, 19. September 2024
Lötschental Marketing AG

Präsident



Léander Jaggi
Verwaltungsratspräsident

Aktuar



Mathias Fleischmann
CEO Lötschental Marketing AG

Jahresbericht des Präsidenten.

Diese Tendenzen brachten den Tourismus im Lötschental voran

Präambel

Geschätzte Aktionäre

Das Jahr 2024 / 2025 war geprägt von Veränderung, Innovation und einem anhaltenden Wandel im Reiseverhalten. Im Lötschental haben wir es geschafft, diese Entwicklungen nicht nur aufzunehmen, sondern aktiv zu gestalten. Dank dem Engagement unserer Leistungsträger, der lokalen Bevölkerung und unserem starken Team konnte die touristische Entwicklung weiter gefördert werden. Wir haben daran gearbeitet, das Lötschental als attraktives Ganzjahresziel weiter zu positionieren – für Arbeit, Freizeit und Erholung.

Nachhaltiger Tourismus als Zukunftsmodell

Die Nachfrage nach authentischen, naturnahen und verantwortungsvoll gestalteten Reiseerlebnissen nimmt weiter zu. Im Lötschental haben wir gezielt in nachhaltige Angebote investiert.

Die zunehmende Flexibilisierung der Arbeitswelt eröffnet neue Chancen für den ländlichen Raum. Wir haben in die Vermarktung des Lötschentals als Workation-Destination investiert. Mit schnellem Internet, ruhigen Rückzugsorten und inspirierender Natur-

kulisse bieten wir ideale Voraussetzungen für die Verbindung von Arbeit und Erholung.

Der Ganzjahrestourismus gewinnt an Bedeutung und die Saisonalität verliert Schärfe: Frühling und Herbst gewinnen dank gezielter Angebotsweiterung.

Die digitale Transformation ist ein zentrales Werkzeug zur Vermarktung und Besucherlenkung. So haben wir vergangenen Geschäftsjahr die Webseite der Destination Lötschental mit der Marke von Wallis neu gestaltet. Wir setzen bewusst auf qualitative Entwicklung statt Massentourismus. Die Kombination aus Natur, Kultur und Tradition und nachhaltiger Infrastruktur spricht vor allem Individualtouristen, Naturliebhaber und kulturinteressierte Gäste an. Die langfristige Perspektive liegt auf sanftem, authentischem Tourismus der im Einklang mit der lokalen Bevölkerung und der Natur steht.

Schlusswort und Dank

Das Lötschental hat im Jahr 2024 / 2025 gezeigt, dass es bereit ist für die Zukunft des Tourismus. Dank gemeinsamer Anstrengungen konnte die Region nicht nur wachsen, sondern ihren Charakter bewahren. Lassen Sie uns diesen Weg auch 2025 gemeinsam weitergehen – nachhaltig, innovativ

und mit Respekt für das Einzigartige dieses Tals.

Mein besonderer Dank gilt allen Leistungsträgern im Tal, unseren Partnern, Mitarbeitenden, unserem CEO Matthias Fleischmann, unseren Aktionären und nicht zuletzt unseren Gästen, die mit Begeisterung und Respekt das Lötschental erleben. Gemeinsam gestalten wir eine touristische Zukunft, die wertvoll, nachhaltig und echt ist.

Touristischer Perspektiven nach dem verheerenden Bergsturz in Blatten

Obwohl das Ereignis nicht in das Geschäftsjahr 2024 / 2025 gefallen ist, beschäftigt uns heute - neben vielen anderen - die Frage: «Hat das Lötschental für 2025 / 2026 eine touristische Zukunft? Wir sind der Meinung, dass die Chancen für einen nachhaltigen Zukunft vorhanden sind. Der Wille, das Lötschental neu zu beleben, ist stark. Mit der Solidarität der Gäste, temporären Lösungen hat das Tal eine echte Zukunftschance.

Léander Jaggi
Verwaltungsratspräsident





Jahresbericht des CEO's.

Geschäftsjahr 2024/2025: Die Destination Lötschental weiterhin auf Erfolgskurs

Sehr geehrte Aktionäre, geschätzte Partner

Das Geschäftsjahr 2024/25 bestätigte die Erfolge des Vorjahrs, in welchem wir durch die Einführung des Magic Pass deutlich mehr Gäste im Lötschental begrüssen konnten. Die erneute Steigerung der Gästezahlen zeigt, dass die Qualität unseres Angebots von den Gästen geschätzt wird und das neu gewonnene Gäste, welche das Lötschental für sich entdeckt haben, gerne zurückkommen und zu Stammgästen werden. Die weitere Zunahme der Übernachtungszahlen auf hohem Niveau unterstreicht die Zufriedenheit der Gäste mit unserem Produkt.

Das grösste Projekt im Bereich Marketing war sicherlich die komplett neue Website der Destination Lötschental in den Farben der Marke Wallis. Nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich und strukturell wurde die Plattform rundumerneut und bietet Interessierten einen ansprechenden und raschen Überblick über die Vielfalt unserer Angebote. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte zudem die Implementierung des neuen

visuellen Auftritts des Lötschentals abgeschlossen werden. Wir verfügen nun über ein modernes und gefälliges Erscheinungsbild mit einem hohen Wiedererkennungswert.

Die Winterwanderwege wurden auf den Winter 2024/25 hin komplett neu beschildert und mit den vier Talgemeinden wurde ein einheitliches Beschilderungskonzept beschlossen. Dessen Umsetzung erfolgt im Laufe des Jahres 2025. Diese Massnahmen werden die Orientierung und die Wahrnehmung in unseren Dörfern und auf den Winterwanderwegen für unsere Gäste verbessern.

In der Angebotskommunikation stellten wir im Sommer die zahlreichen Attraktionen des Familienerlebnis Lauchernalp ins Zentrum. Im Winter konnten wir in Zusammenarbeit mit der BLS und den SBB eine Rekordzahl an Wanderern auf dem Höhenpanoramaweg mit der neuen Aussichtsplattform am Hockenhorn und auf dem Lötschenpasstrail begrüssen.

Mit unseren Auftritten am Bikefestival Cycle Week in Zürich, und der Präsenz an der Messe Neuland in Thun sowie der Ferienmesse in Bern konnten wir das Lötschental neuen Zielgruppen näherbringen. Werbetafeln auf den Wagen des Autoverlads

Lötschberg machen die Passagiere auf die Schönheiten des Lötschentals in unmittelbarer Nähe aufmerksam.

Die Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitenden der Lötschental Marketing AG und der Lauchernalp Bergbahnen AG konnte nochmals intensiviert werden und es kann dies bezüglich, drei Jahre nach der Zusammenführung der Teams, von einem echten Mehrwert für beide Unternehmungen, aber auch für die Mitarbeitenden selbst gesprochen werden.

Abschliessend möchte ich allen Mitarbeitenden, dem Verwaltungsrat, den Aktionären und Partnern meinen herzlichen Dank aussprechen für Ihren unermüdlichen Einsatz zu Gunsten der Destination Lötschental. Ihr Engagement und Ihre Unterstützung sind der Schlüssel zum Erfolg. In allen Bereichen wie der Tourist Information, dem Marketing und dem Produktmanagement wurde ausgezeichnete Arbeit geleistet. Ich freue mich auf weitere spannende und erfolgreiche Projekte, auch wenn die Zeiten für den Lötschentaler Tourismus nach dem verheerenden Bergsturz in Blatten im Mai 2025 sehr herausfordernd werden.

Mathias Fleischmann
CEO Lötschental Marketing AG

Marketing.

Highlights Marketingmassnahmen Sommer 2024

- Präsenz im "Reisemagazin"
- Präsenz im Magazin "Femina" Sommerausgabe
- Präsenz im Magazin "Belvedere" Herbstausgabe
- Präsenz im Magazin "Annabelle" Herbstausgabe
- Präsenz Ausflugstipps Schweiz am Wochenende

Highlights Marketingmassnahmen Winter 2024/25

- Präsenz im Magazin "Ferientrends"
- Präsenz im Magazin "Belvedere" Winterausgabe
- Präsenz im Magazin "Annabelle" Winterausgabe
- Präsenz im Magazin "Reisetrends" Fühlingsausgabe
- Präsenz im Magazin "Femina" Fühlingsausgabe
- Präsenz im Magazin "Schweizer Familie" Fühlingsausgabe
- Präsenz im Magazin "Event Emotion" Fühlingsausgabe
- Präsenz im Magazin "Annabelle" Frühlingsausgabe
- Präsenz an der Ferienmesse in Bern im Januar 2025

Das Lötschental ist weiterhin Partner des UNESCO-World Nature Forums in Naters. Unsere Gäste können dieses mit der Lötschental Card kostenlos besuchen. Das Lötschental wurde sowohl im Winter, als auch im Sommer in den Grossleinwandfilm eingebunden.

Medienarbeit und PR

Die Lötschental Marketing AG arbeitet seit Herbst 2024 mit der Medienagentur **Gretz Communications AG** zusammen. Einer renommierten Full-Service-PR- und Marketingagentur mit Sitz in Bern, spezialisiert auf die Bereiche Tourismus, Lifestyle und Medienplatzierungen in den passenden Print-, Online- und Social-Media-Kanälen. Diese Zusammenarbeit ermöglicht uns in vielen Medien eine passende Präsenz.

Dieses Jahr konnten wir wieder zahlreiche **Journalisten** aus der Schweiz und dem Ausland (Italien, Frankreich, Niederlande, Deutschland) im Lötschental begrüssen.

Das Newsmagazin „**Lötschental informiert**“ wird vier Mal im Jahr den Mitgliedern von Lötschental Tourismus, den Haushaltungen im Tal und weiteren Schlüsselpartnern ausserhalb des Lötschentals zugestellt. Das Einholen der externen Beiträge, die interne Redaktion sowie die Gestaltung bis hin zum Versand ist das Werk unseres Marketing-Teams.

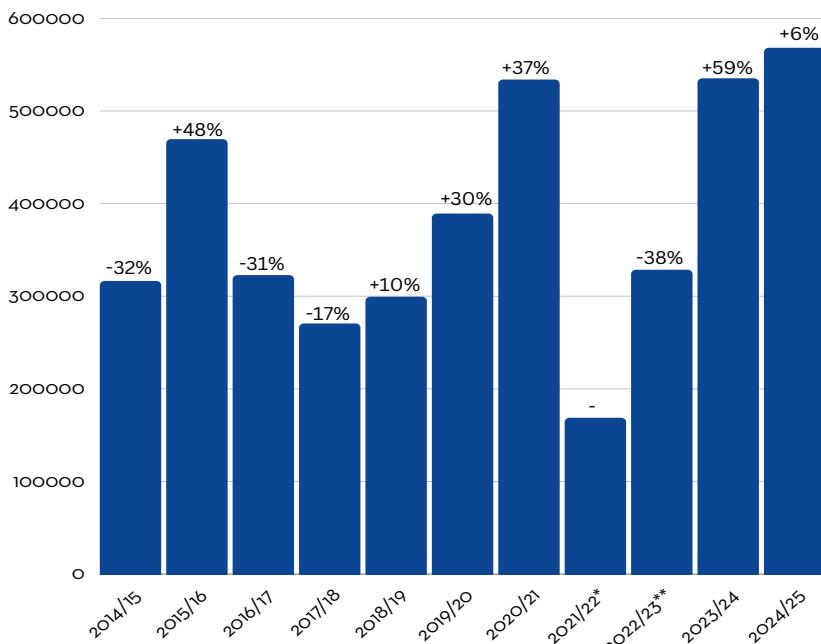
Events.

Im Geschäftsjahr 24/25 konnten wir folgende Events durchführen:

- Dario Cologna Fun Parcours
- Abschlussevent inkl. Season-End Party
- Clean Up Day
- Wandernacht - Trail of Surprise
- Alpenkino
- Lötschentaler Herbstmarkt
- Wilde Wochen
- Weihnachtszauber
- Summit Sessions Lauchernalp
- Grosse Ostereiersuche im Lötschental

Vertrieb.

Unterkunftsbuchungen über das TOMAS-System in CHF.



* Nur 6 Monate von 01.11.2021 bis 30.04.2022

** im Vergleich zu 2020 / 2021



Logiernächte.

Logiernächte im 5-Jahresvergleich

Jahr	Logiernächte	Veränderung
2020 / 2021	221'203	+1.7%
2021 / 2022*	111'960	-
2022 / 2023**	203'236	-8.1%
2023 / 2024	208'357	+2.5%
2024 / 2025	220'107	+5.6%

Jahr	Parahotellerie	Hotellerie	Gruppenunterkünfte/ Camping / Berghütten			
2020 / 2021	170'646	+3.0%	33'025	+7.5%	17'533	-17.0%
2021 / 2022*	92'749	-	13'231	-	5'980	-
2022 / 2023**	144'809	-15.1%	31'723	-3.9%	26'704	+52.3%
2023 / 2024	151'437	+4.6%	33'316	+5.0%	23'604	-11.6%
2024 / 2025	155'579	+2.6%	34'979	+5.0%	29'549	+25.2%

Anteile Gemeinden

Steg-Hohtenn	Ferden	Kippel	Wiler	Blatten
2.1%	5.2%	12.4%	52.4%	27.8%

Logiernächte nach Winter- & Sommersaison 2024 / 2025

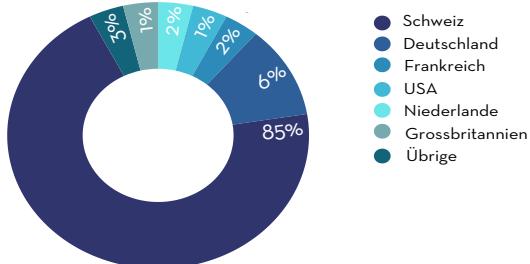
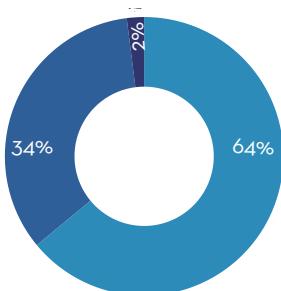
	Winter		Sommer	
	LN	in %	LN	in %
Parahotellerie	97'213	62%	58'366	38%
Hotellerie	20'253	58%	14'726	42%
Gruppenunterkünfte	8'364	77%	2'446	23%
Camping	27	0%	10'673	100%
Berghütten	2'316	29%	5'723	71%
Total	128'173	58%	91'934	42%

* Nur 6 Monate von 01.11.2021 bis 30.04.2022

** im Vergleich zu 2020 / 2021

Webseite.

Nutzung der Webseite



Mobile
Desktop
Tablet

	Nutzer	Sitzungen
2023/2024	193'558	457'167
2024/2025	236'915	519'799

Social Media.

Instagram

	Follower	Profilaufrufe	Reichweite
2023 / 2024	9'410	25'428	94'664
2024 / 2025	10'785	2'213'533	79'536
Bilanz	+ 14.6 %	+ 8'607.0 %	- 16.0 %

Facebook

	Follower	Profilaufrufe	Reichweite
2023 / 2024	5'400	22'473	202'438
2024 / 2025	5'529	724'144	105'352
Bilanz	+ 2.4 %	+ 3'122.4 %	+ 48.0 %

Im vergangenen Geschäftsjahr konnten wir auf unseren Social Media-Kanälen erneut deutliche Fortschritte erzielen. Sowohl auf Instagram als auch auf Facebook. Die starke Zunahme der Profilaufrufe, das Wachstum bei den Followerzahlen und die insgesamt positive Entwicklung der Reichweite zeigen, dass unsere strategischen Massnahmen Wirkung zeigen.

Optimierung der Content-Strategie

Ein zentraler Erfolgsfaktor war die gezielte Weiterentwicklung unserer Content-Strategie. Mit einem strukturierten Redaktionsplan sorgen wir für regelmässige, ansprechende und relevante Inhalte. Jeden Montag um 08:00 Uhr veröffentlichen wir das Wochenprogramm mit sämtlichen Events im Lötschental. Unsere Präsenz vor Ort und das Teilen von Bildern und Eindrücken aus dem Tal stossen sowohl bei Gästen als auch bei Einheimischen auf grosses Interesse. Ergänzt wird unser Content durch interaktive Beiträge, die zur Teilnahme und Interaktion anregen.

Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Influencern

Durch die gezielte Zusammenarbeit mit passenden Influencern konnten wir insbesondere auf Instagram eine starke Reichweitensteigerung erzielen. Die authentische Kommunikation dieser Partner hat unser Markenbild gestärkt und neue Zielgruppen auf uns aufmerksam gemacht.

Fazit

Die enormen Zuwächse bei den Profilaufrufen auf beiden Plattformen, mit +8'607 % auf Instagram und +3'122 % auf Facebook, sprechen für sich. Die Followerzahlen zeigen ein stabiles Wachstum, was auf eine stärkere und nachhaltigere Communitybindung hinweist. Mit der konsequenten Weiterführung unserer Social Media-Strategie sind wir zuversichtlich, auch künftig erfolgreich zu wachsen und die Sichtbarkeit des Lötschentals weiter zu steigern.

Jahresrechnung 2024/2025.

Bilanz.

Aktiven	30.04.2025	30.04.2024
Flüssige Mittel	441'127	362'262
Forderungen aus Leistungen	243'094	234'838
Übrige kurzfristige Forderungen	14'798	20'154
Vorräte	10'966	11'093
Transitorische Aktiven	74'650	85'116
Total Umlaufvermögen	784'637	713'462
 Anlagevermögen		
Maschinen und Apparate	250	400
Mobiliar und Einrichtungen	6'600	8'800
Infostelle Lauchernalp	450	600
Büromaschinen und Informatik	4'600	7'600
Total Anlagevermögen	11'900	17'400
 Total Aktiven	796'537	730'862
Passiven		
 Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Leistungen	261'810	313'446
Transitorische Passiven	152'909	145'466
Total Fremdkapital	414'719	458'912
 Eigenkapital		
Aktienkapital	100'000	100'000
Gesetzliche Gewinnreserve	10'680	9'580
Gewinnvortrag	161'270	140'474
Jahreserfolg	109'867	21'896
 Total Eigenkapital	381'818	271'950
 Total Passiven	796'537	730'862

Jahresrechnung 2024/2025.

Erfolgsrechnung.

Ertrag	Abschluss 2024/2025	Budget 2024/2025	Abschluss 2023/2024
Beitrag Gemeinden	205'220	206'000	204'449
Beitrag LT	30'000	30'000	30'00
Beitrag LABB	100'000	100'000	100'000
Einnahmen Postagentur	20'026	21'000	19'734
Provision Loterie Romande	4'732	5'000	4'903
Tourismusförderungstaxe	135'971	130'000	130'857
Kurtaxen	946'963	845'000	893'420
Anteil Kurtaxen LIAG	-106'405	-107'000	-107'108
Direktreservation	13'924	10'000	7'060
Inserate	14'209	6'000	9'650
Events/Sponsoring	8'274	5'000	8'438
Einnahmen Maskenschnitzen	16'721	22'000	16'629
Geschäftsstelle LIAG	3'600	3'600	3'600
Verkaufsertrag	20'187	23'500	21'693
übriger Ertrag	318	0	0
Debitorenverluste	-400	0	-400
Total Ertrag	1'413'341	1'300'100	1'342'924

Aufwand	Abschluss 2024/2025	Budget 2024/2025	Abschluss 2023/2024
Marketing	-246'345	-293'000	-269'543
Ausgaben Maskenschnitzen	-15'661	-20'000	-20'729
Leistungen Gästekarte	-510'394	-469'000	-477'640
Materialaufwand	-25'195	-16'000	-21'594
Veränderung Lager	1'570	0	960
Personalaufwand	-358'889	-350'000	-366'696
Raumaufwand	-34'880	-35'300	-34'880
Versicherung	-1'492	-1'500	-1'492
Verwaltungsaufwand	-35'822	-37'500	-38'881
Informatik	-26'301	-25'000	-26'361
Reisespesen	-2'966	-2'000	-2'359
Vorsteuerkürzung	-19'892	-21'652	-23'168
Finanzerfolg	-3'405	-3'200	-3'031
Abschreibung	-11'934	-15'000	-26'415
Übriger Betriebsaufwand	-145	-2'500	-1'534
Ausserordentlicher Erfolg	3'988	0	-4'529
Steuern	-15'710	-5'000	-3'135
Total Aufwand	-1'303'474	-1'296'652	-1'321'028
Jahreserfolg	109'867	3'448	21'896





Revisionsbericht.

treuhand
marugg + imsand



Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
Lötschental Marketing AG, Wiler (Lötschen)

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lötschental Marketing AG für das am 30. April 2025 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. Ein Mitarbeitender unserer Gesellschaft hat im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision war er nicht beteiligt.

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 deliktsicher Handlungen oder anderer Gesetzesverstöße nicht Bestandteil dieser Revision.

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

Brig-Glis, 30. Juni 2025

Treuhand Marugg + Imsand AG

Barbara Minning
Master of Science in Economics
Zugelassene Revisorin
Leitende Revisorin

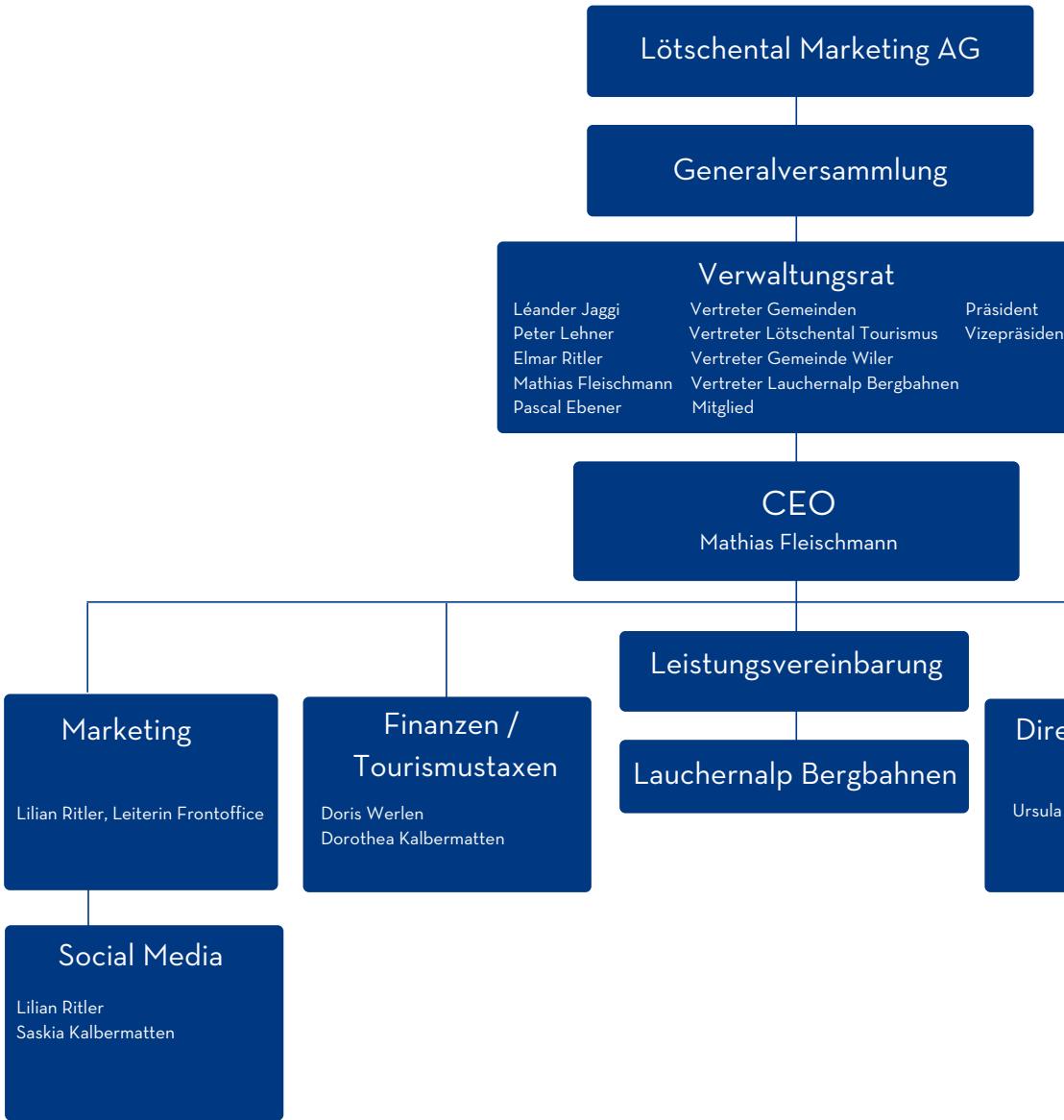
Elena Albrecht
Dipl. Wirtschaftsprüferin
Zugelassene Revisorinexpertin

- | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| ✉ Getipfstrasse 6, 3902 Brig-Glis | ✉ Rathausgasse 5, 5401 Baden | ✉ Bahnhofstrasse 8, 7000 Chur |
| 027 922 29 49 | 056 225 03 03 | 081 416 18 18 |
| ✉ Sustenstrasse 3, 3952 Susten | ✉ Bälliz 40, 3600 Thun | ✉ Grienbachstrasse 17, 6300 Zug |
| 027 473 30 32 | 033 553 01 41 | 041 712 27 42 |

EXPERT
Suisse
Certified Controller

✉ www.trmi.ch
✉ info@trmi.ch

8. Organisation.



ektreservation

Werlen

Informationsdienst

Saskia Kalbermatten
Nathalie Henzen





Lötschental Marketing AG

Dorfstrasse 80

CH - 3918 Wiler

Tel. +41 27 938 88 88

info@loetschental.ch

www.loetschental.ch



INS HERZ GEMEISSELT.