

## **Lötschental mit einem Übernachtungsplus von 6.8 %**

**An der Generalversammlung der Lötschental Marketing AG konnte der Geschäftsführer Adrian Schnyder für das Geschäftsjahr 2015/2016 die Aktionären über einen Logiernächtezuwachs von 6.8 % unterrichten. Im sehr umkämpften Tourismusmarkt, vor allem bei Bergdestinationen, ist dieses Ergebnis sicherlich nicht nur im Wallis sondern schweizweit eine absolute Ausnahme. Der schneereiche Winter und die Schönwetterperiode im Herbst haben sicherlich den Ausschlag zum Ergebnis beigetragen.**

Der Winter 2015/2016 war in vielen Regionen der Schweiz sehr schneearm. Dank der geografischen Lage und der Höhenlage fiel im Lötschental hingegen sehr viel Schnee. So konnten die Verantwortlichen vom ersten bis zum letzten Tag beste Pistenverhältnisse anbieten. Bei vielen Stationen fiel das Weihnachtsgeschäft beinahe gänzlich aus, während man im Lötschental bereits zum Beginn des Winters kräftig zulegen konnte. Da die Lauchernalp ein sehr bekanntes Freeride- und Tourengebiet ist, fanden diese Wintersportgruppen auch bei schlechten Wetterverhältnissen zahlreich den Weg ins magische Tal. Somit resultierte im Winter ein Übernachtungsplus von 4.1 %.

Nach einem harzigen Sommeranfang bei viel Regen an den Wochenenden konnte der sonnige Herbst sehr viele Gäste ins Lötschental locken und die Logiernächte um rund 7'500 Einheiten steigern. Über das ganze Jahr konnten alle Unterkunftsformen mehr Übernachtungen generieren. Die Hotellerie verzeichnete +10.1 %, die Parahotellerie + 5.6 % und die Gruppenunterkünfte /Campings +10.5 % Logiernächte.

### **Gemeinsam gegen die Krise**

Im Lötschental hat man die Zeichen der Zeit bereits früh erkannt und hat die ganze Vermarktung in die Hände der Lötschental Marketing AG gelegt. Die Organisation wurde am 1. November 2015 mit den Lötschentaler Gemeinden, der Gemeinde Steg-Hohtenn, der Lauchernalp Bergbahnen AG und Lötschental Tourismus als Aktionäre gegründet. Die so geschaffene Vermarktungsagentur kann Dank schlanker Strukturen auf besondere Schnee- oder Witterungsverhältnisse reagieren und die entsprechenden Zielgruppen direkt ansprechen. Im gleichen Zug konnte ebenfalls das Angebot für den Gast vor Ort mit einer zweiten Informationsstelle auf der Lauchernalp verbessert werden. Bereits in den ersten beiden Geschäftsjahren konnte die Organisation zahlreiche renommierte Veranstaltungen wie die Helvetia Nordic Games, das DEFI oder den Sporttag der Pro Senectute ins Tal holen. Bereits jetzt wird intensiv an weiteren Events wie dem Internationalen Walsertreffen 2019 gearbeitet. Ebenso engagiert sich die Lötschental Marketing AG mit Partnern an wichtigen Infrastrukturprojekten wie etwa Bikewegen oder der Erweiterung des Kinderlandes. Das sehr positive zweite Geschäftsjahr zeigt, dass die intensive Zusammenarbeit und Vermarktung der Leistungsträger ein Schritt in die richtige Richtung war.

### **Ausgeglichenes Geschäftsergebnis**

An der Generalversammlung konnte der Verwaltungsrat den Gesellschaftern ein ausgeglichenes Jahresergebnis mit einem kleinen Gewinn von rund CHF 2'200.- präsentieren. Die Marketingausgaben ohne Personalkosten beliefen sich im vergangenen Geschäftsjahr bei CHF ca. CHF 413'000.-. Der Verwaltungsratspräsident Leander Jaggi betonte am Ende der Generalversammlung, dass es auch in Zukunft gilt, mit vereinten Kräften aufzutreten und so das magische Tal durch die Tourismuskrise zu führen.