

GESCHÄFTSBERICHT 2017.

MATTERHORN REGION AG



— MATTERHORN REGION
SWISS ALPS

Inhalt.

Matterhorn Region AG.	4
MRAG in Zahlen.	5
Die Partner.	5
Die Märkte.	7
Wallis-Angebote.	8
FAM-Trips.	9
Medienreisen.	10
Promotions- und Verkaufsaktivitäten.	12
Online-Marktplatz.	13
Feedback aus den Märkten.	14
Das MRAG-Team.	14
Finanzen.	16
Jahresabschluss 2017.	17

IMPRESSUM

Texte	Valais/Wallis Promotion
Grafische	
Gestaltung	Formaz – Andenmatten
Fotos	Matterhorn Region AG, Schweiz Tourismus
Titelbild	David Carlier, Valais/Wallis Promotion

Gemeinsam in die Zukunft.

Anfangs 2017 – nach einer intensiven Vorbereitungsphase – nahm die Matterhorn Region AG (MRAG) ihre operative Tätigkeit auf. Dieses erste Jahr war auch ein Jahr der Aufbauarbeit. Ein Jahr der Herausforderungen und ein Jahr erster Erfolge. 15 Fam Trips und 29 Medienreisen sowie weitere zahlreiche Promotionsaktivitäten sorgten für die Visibilität der Marke „Valais Matterhorn Region“ in Greater China, Süd-Korea und Nordamerika. Die Fernmärkte gehören gemäss KOF zu den wichtigsten Wachstumsträgern für den Schweizer Tourismus im laufenden Jahr. Damit wird die Wichtigkeit einer Präsenz in diesen Märkten bestätigt. Eine besondere Herausforderung für alle Beteiligten der neuen MRAG im vergangenen Jahr war es, in der Phase der Lancierung mit starken Produkten in den Verkauf einzusteigen. So fand zeitgleich zur Entwicklung des Online-Marktplatzes die Produktkreation, die Schulung und der Vertrieb statt. Dabei war die Steuerung der Kapazitäten mangels Erfahrungswerten nicht immer einfach. Dennoch haben es all die Partner gemeinsam geschafft, der MRAG die richtigen Impulse zu geben und wichtige Basisarbeit für das weitere Gelingen zu leisten. Die Reaktionen in den Märkten auf den Vertrieb von Wallis-Erlebnissen und auf den gemeinsamen Auftritt unter der Dachmarke „Valais Matterhorn Region“ waren und sind durchwegs positiv. Der gerade in Asien B2B- fokussierte Tourismus profitiert stark von der Möglichkeit, umfassende Wallis-Erlebnisse auf einem Marktplatz buchen zu können. Für Mitte des laufenden Jahres 2018 ist das Go-Live des Buchungssystems geplant, mit dem sich die Wallis-Erlebnisse online individuell kombinieren und einfach buchen lassen. Ein wichtiger Meilenstein für die MRAG, um den Verkauf weiter zu professionalisieren und zu vereinfachen. Gleichzeitig wird die B2B Lösung auch den Weg hin zu einem B2C-Vertrieb ebnen. Wir freuen uns zusammen mit unseren Repräsentanten im Markt und hier vor Ort auf ein weiteres erfolgreiches MRAG-Jahr und bedanken uns bei allen Partnern für ihr Vertrauen in die Idee einer gemeinsamen Vermarktung des Wallis.



Damian Constantin
Verwaltungsratspräsident Matterhorn Region AG



Mario Braide
Geschäftsführer Matterhorn Region AG

Matterhorn Region AG.

Vision und Mission

Die MRAG ist ein Kompetenzzentrum, dessen Dienstleistungen denjenigen Unternehmen zur Verfügung stehen, die Walliser Produkte und Dienstleistungen auf Fernmärkten vermarkten, vertreiben und verkaufen möchten.

Werteversprechen

- ✓ Steigerung der Wertschöpfung durch eine erhöhte Umsatzwirkung
- ✓ Steigerung der Wertschöpfung durch Kostenoptimierung über das Outsourcing der Fernmarkt-Bearbeitung
- ✓ Höhere Präsenz in den Fernmärkten und Präsenz der Verkäufer (KAM/KMM) vor Ort
- ✓ Bessere Durchdringung bestehender Märkte und Erschliessung weiterer, neuer Märkte
- ✓ Innovative und marktspezifische Angebotspackages
- ✓ Neue Perspektiven durch Erfahrungsaustausch und kollektiven Lernprozess

Märkte

Der Fokus liegt auf den stark wachsenden Fernmärkten Greater China (Festland China, Taiwan, Hongkong), Süd-Korea und Nordamerika. Das Vertriebssystem basiert auf dem B2B-Ansatz, ist aber so ausgerichtet, dass in Zukunft eine Ausweitung auf einen B2C-Verkauf und die Nahmärkte einfach umsetzbar ist.



Leistungsvereinbarung

Die MRAG verfügt über einen Geschäftsführer und greift für die weiteren Leistungen auf bestehende Ressourcen der Partner zurück. Damit wird die Expertise der Partner optimal genutzt. Gleichzeitig kann die Organisation schlank gehalten werden.

Leistungsvereinbarung
Promotion und Kommerzialisierung
Fernmärkte / Produktmanagement



MRAG in Zahlen.



8

Walliser Partner



5

Märkte



950

Vertriebskontakte



137

Journalisten im Wallis



MATTERHORN REGION
S W I S S A L P S



120

Teilnehmerinnen und Teilnehmer
an Fam-Trips

Die Partner.

- ✓ Aletsch Arena AG
- ✓ Verbier Promotion SA
- ✓ Brig Simplon Tourismus AG

- ✓ Fondation Barry du Grand-St-Bernard
- ✓ My Leukerbad AG

- ✓ Matterhorn Gotthard Bahn
- ✓ Saastal Marketing AG
- ✓ Valais/Wallis Promotion

"Die Matterhorn Region AG ermöglicht uns wichtige Zielgruppen besser ansprechen zu können. Gemeinsam haben wir mehr Gewicht in den grossen und wettbewerbsintensiven Fernmärkten."



Raoul Calame
Geschäftsführer Aletsch Arena AG



Pierre-André Gremaud
Direktor Verbier Promotion SA

"Brig ist nicht nur eine charmante Alpenstadt, sondern auch der ideale Ausgangspunkt, um in kurzer Zeit verschiedene Sehenswürdigkeiten des Wallis zu besuchen. Mit dieser Botschaft möchten wir in erster Linie die Gäste aus den Fernmärkten ansprechen. Dafür brauchen wir eine Partnerschaft wie die MRAG."



Jürg Krattiger
Geschäftsführer Brig Simplon
Tourismus AG

"Eine eigene Präsenz in den immer wichtiger werdenden Fernmärkten aufzubauen, ist für uns alleine zu kostspielig. Man darf nicht ausser Acht lassen, dass gerade im asiatischen Raum sehr spezifische kulturelle und sprachliche Kenntnisse wichtig sind, um erfolgreich im Markt bestehen zu können."



Jean-Pierre Rey
Direktor My Leukerbad AG

"Bisher blieben Gäste aus den Fernmärkten oft nur sehr kurz im Wallis – im Rahmen eines kurzen Schweiz-Besuchs auf ihrer Europa-Reise. Solche Reisegruppen sind für die Wertschöpfung der verschiedenen Leistungsträger oft wenig attraktiv. Mit "Valais Matterhorn Region" können wir gesamtheitliche Wallis-Pakete anbieten, die den Bedürfnissen der Reisenden entsprechen und gleichzeitig für mehr Wertschöpfung in der gesamten Region sorgen."



Pascal Schär
Direktor Saastal Marketing AG

"Die Gäste aus dem asiatischen Raum sind für uns eine sehr wichtige Kundengruppe. Für sie sind die Bernhardinerhunde ein Nationalsymbol der Schweiz. Innerhalb der MRAG können wir diese Kunden gezielter und besser ansprechen."



Claudio Rossetti
Direktor Fondation Barry
du Grand-St-Bernard

"Der grosse Vorteil für Partner der Matterhorn Region AG ist der gemeinsame Direktverkauf in den Zielmärkten sowie die einfachere Buchbarkeit für Reiseveranstalter. Diese mussten bisher alle Leistungen mühsam zusammensuchen und bei jedem Leistungsträger einzeln buchen. In Zukunft können Wallis-Erlebnisse einfach und individuell zusammengestellt aus einer Hand bezogen werden."









Marco Tacchella
Leiter Marketing & Vertrieb
Matterhorn Gotthard Bahn

"Die Marktgegebenheiten haben sich verändert. Der Tourismus braucht neue Lösungen, die der gesamten Wertschöpfungskette Rechnung tragen. Um in den wachsenden Fernmärkten wie China, Nordamerika oder Südkorea erfolgreich zu sein, ist ein kooperativer Ansatz anstelle von Einzellösungen zentral."



Damian Constantin
Direktor Valais/Wallis Promotion

Die Märkte.

	Market China (exkl. Taiwan & Hong-Kong)	Market Taiwan & Hong-Kong	Market Süd-Korea	Market Nordamerika
		 		 
Einwohner	1'374'000'000	Taiwan: 23'550'000 Hong-Kong: 7'347'000	151'250'000	USA: 323'100'000 Canada: 36'290'000
Bedeutung für den Walliser Tourismus	Nr. 11 – 1.05% total Übernachtungen in 2016	Taiwan: 0.59% Hong-Kong: 0.51%	0.65% total Übernachtungen in 2016	USA: Nr. 5 – 3.66 % Canada: 0.58 %
Unterkunftsart	Hotel 80 %	Hotel	Hotel	Hotel
Hotelkategorie	4 Sterne: 39.6%	4 Sterne	3 Sterne: 35.5% 4 Sterne: 21.9%	3 und 4 Sterne
Saisonalität	Winter: 23.6% Sommer: 76.4%	Taiwan Winter: 11.4% Sommer: 88.6% Hong-Kong Winter: 28.7% Sommer: 71.3%	Winter: 23.6% Sommer: 76.4%	Sommer: 64% Winter: 36%
Beliebteste Monate	Juli: 15.8% September: 14.6% August: 14.4% Juni: 13.7%	Taiwan September: 21% Juni: 18.7% Juli: 13.1% Hong-Kong September: 15.3% Juni: 15.2% August: 13.8%	Juli: 15.8% September: 14.6% August: 14.4% Juni: 13.7%	USA August September Juli Canada Juli August Juni
Durchschnittliche Übernachtungsdauer	1.3 Nächte CH-Durchschn.: 2.2 Nächte	1.3 Nächte CH-Durchschn.: 2.2 Nächte	1.3 Nächte CH-Durchschn.: 2.2 Nächte	2.1 Nächte CH-Durchschn.: 2.2 Nächte
Durchschnittliche Ausgaben pro Tag	330 CHF (Durchschnitt aller Touristen in der Schweiz: 190 CHF)	330 CHF (Durchschnitt aller Touristen in der Schweiz: 190 CHF)	330 CHF (Durchschnitt aller Touristen in der Schweiz: 190 CHF)	USA : CHF 220.- Canada : CHF 200.- , Durchschnitt: 190.- CHF
Buchung über Reiseveranstalter etc. (B2B)	29.8%	29.8%	29.8%	24.1%
Marktprognosen für die Schweiz (Quelle: Schweiz Tourismus)	+20.8% zwischen 2015-2019	+20.8% zwischen 2015-2019	+14% zwischen 2015-2019	+8.2% zwischen 2015-2019

Wallis-Angebote.

Mit der Kreation und dem Verkauf von Wallis-Angeboten konnte die MRAG im ersten Betriebsjahr bereits einen Umsatz von über 300'000 CHF generieren. Aus den fünf bearbeiteten Märkten wurden 1798 Logiernächte generiert.



Highlights – Bookable for you in one easy step.

All rates per person for groups from 10 PAX on (tour leader always free for all services).



Aletsch glacier – Longest glacier of the Alps

Discover the three different viewpoints Moosfluh (2333m/xxxx ft), Bettmerhorn (2647 m/xxxx ft.) and Eggishorn (2809m/xxxx ft) and enjoy the view on the Aletsch Glacier, UNESCO World Heritage Site Jungfrau-Aletsch, with its 23 km/XXmi of everlasting ice including Matterhorn view as well! By cableway you can easily reach the view point by 30 – 45 minutes!

View point package:

- Cableway to the view point return ticket
- One 3-course-lunch CHF 45



Hiking – Enjoy the pure nature and fresh air

Hiking is libus, ut utatur aliquis autem ulparum re ea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo rempfsaeritae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet et quas inhiicab orercius as ditem sandis sdf Hiking is libus, ut utatur aliquis autem ulparum re ea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo rempfsaeritae nonsequenda ditions equamus,

Rates for guides:

- Hiking guide: CHF 15 for half day / CHF 20 for one day
- Mountain guide: CHF 40 per day and for a glacier hiking tour
- 3-course-lunch: CHF 45 per person



Traditions – Cheese & butter making like in the old days

In the Alpine museum ut utatur aliquis autem ulparum re ea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet rio eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet rio eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae,

Package rates:

- Traditional Cheese & Butter making (1 hour): CHF 30
- incl. a typical Valaisan lunch (2 hours): CHF 50
- Mountain guide: CHF 600 per day and for a glacier hiking tour



Quietness as an experience in car free resorts

Experience the quietness aliquis autem ulparum reea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet et quas ullorem ulparum reea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet et quas ullorem.

Package rates:

- 1 overnight in a 4* hotel incl. 4-course-half board dinner, cableway return tickets to the view point and 3-course-lunch CHF 157
- incl. a typical Valaisan lunch (2 hours)



Ski in – ski out – over 100 km/ 62 mi of slopes

Get up in the morning ... aliquis autem ulparum reea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet et quas ullorem ulparum reea destrum quaerit eorum cum ea voluptatis dolorpo remperitae nonsequenda ditions equamus, apeditest harunda conecatet et quas ullorem.

Package rates:

- 3 overnights in a 3* hotel incl. 4-course-half board dinner,
- 2-day-ski-pass Aletsch, winter and ski rental equipment (jacket, pants, gloves, cap, skis, boots, helmet) CHF 670



1798
Logiernächte

FAM-Trips.

Um die Produktkenntnisse der Reiseveranstalter in den Fernmärkten zu verbessern, organisierte die MRAG im vergangenen Jahr 15 FAM-Trips mit rund 120 Teilnehmern.



120
Teilnehmer

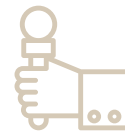


15
FAM-Trips



Medienreisen.

Im vergangenen Jahr sind insgesamt 137 Journalisten aus den Märkten Greater China, Süd-Korea und Nordamerika für Recherchen ins Wallis gereist. An den 29 Medienreisen wurden diesen Journalisten die Vorzüge der MRAG-Partnerangebote präsentiert.

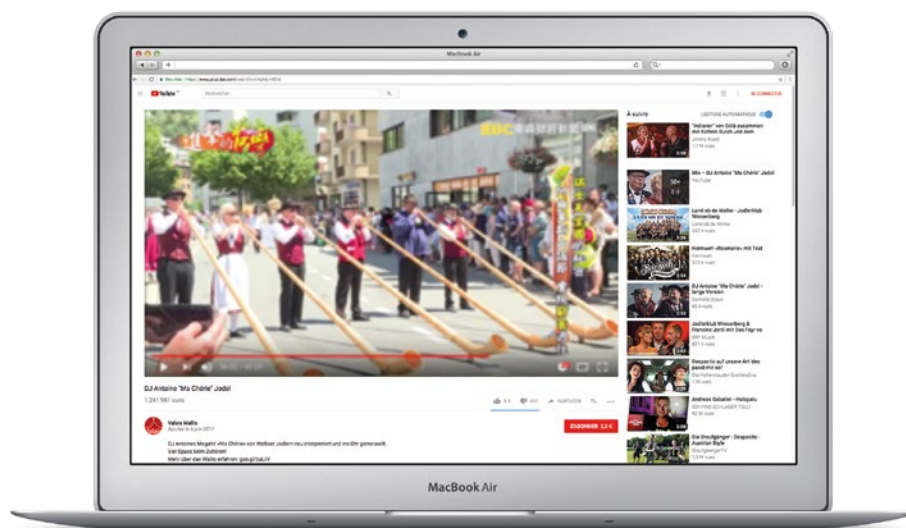


137
Journalisten

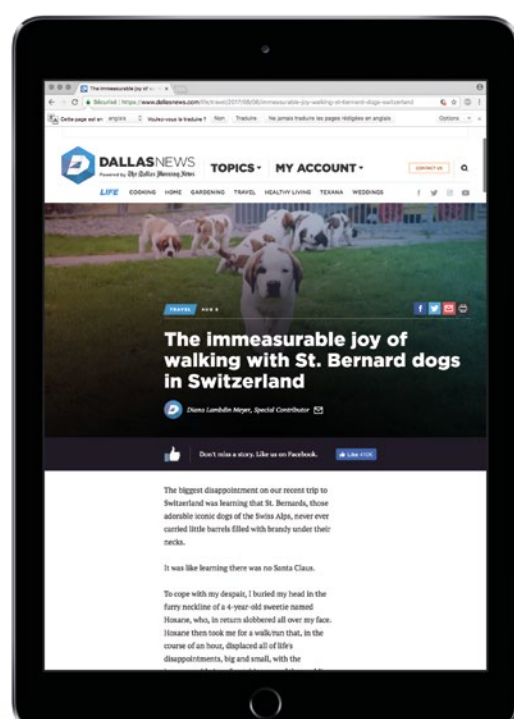
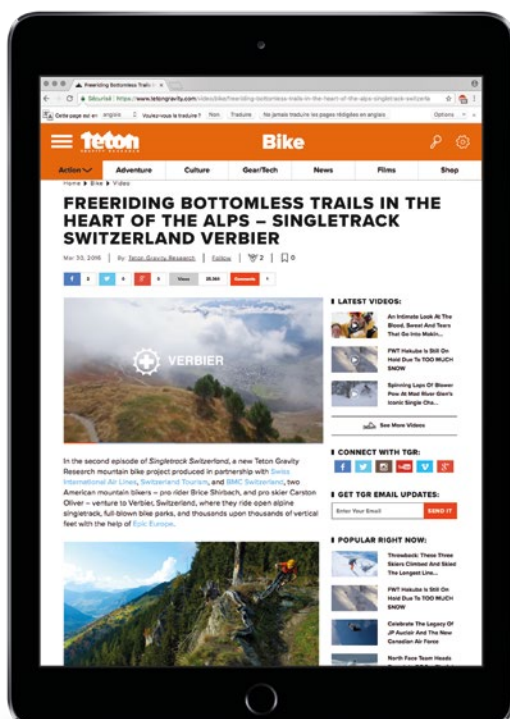


29
Medienreisen

Süd-Korea



USA



Taiwan



China



Promotions- und Verkaufsaktivitäten.

Die Promotionsaktivitäten der MRAG basieren neben den Medienreisen und den FAM-Trips in erster Linie auf dem Optimieren und Pflegen eines relevanten Netzwerks in den Märkten. Hierfür besuchen die Verkaufsrepräsentanten regelmässig

die wichtigsten Reiseveranstalter. Sie organisieren ausserdem Sales-Workshops und nehmen an Verkaufsveranstaltungen, Messen etc. teil.



Promotionsaktivitäten der MRAG 2017

- ✓ Sales-Workshops in Taipei, Peking, Shanghai Hongkong, New York und San Francisco
- ✓ Auftritt am Formosa Bento Food Festival (Taiwan)
- ✓ Messeauftritt an der Hanatour Fair (Südkorea)
- ✓ Meeting der Verkaufsrepräsentanten in Hongkong
- ✓ Switzerland Travel Experience für Reiseveranstalter in Busan, Seoul und Chengdu
- ✓ Mountain Travel Symposium in Banff
- ✓ Road to Switzerland in Kanada und den USA
- ✓ Adventure Travel Trade Association in Idaho
- ✓ International Luxury Travel Market in Shanghai
- ✓ World Winter Sports Expo in Peking
- ✓ Switzerland Travel Mart in Davos
- ✓ Sales-Workshops in Shanghai, Peking, Hanzhou, Hongkong, Seoul, Danyang, Chengdu und Chongqing
- ✓ Extravaganza in Montreal, New York und Los Angeles



Online-Marktplatz.

Ein wichtiger Pfeiler für einen langfristig erfolgreichen Vertrieb ist das sich in der Umsetzung befindliche Wallis-Buchungssystem der MRAG.

Bereits im Sommer sollen sich die Reiseveranstalter in den Fernmärkten individuell ihre Wallis-Erlebnisse zusammenstellen und direkt buchen können.



Feedback aus den Märkten.

<p>"Not every market requests the same new products." Byung-in Lim, Manager, Lotte Tour, Seoul</p>	<p>"Be patient, the potential is enormous." An Linlin, Utour Group, Beijing</p>	<p>"Traveller from Hong Kong are big fans to hike in the Swiss Alps and are looking forward to try more different hiking routes and activities in the Swiss Alps." Kimmy Yu, Manager Premium Holidays, Hong Kong</p>
<p>"TO/TA are happy to have such a new booking opportunity." Eun-Jung Park, Team Leader Very Good Tour, Seoul</p>	<p>"I believe more and more people will go to Switzerland more than just once. And they are willing to try new products and new destinations." James Yang, President Eurson, Taiwan</p>	<p>"Markets are ready to include more and new products." Bao Xiawa, China Bamboo, Shanghai</p>
<p>"„Small & special“ products are requested and highly appreciated." Monika Leuenberger, President CTC, USA</p>	<p>"We have already many requests and bookings." Hyun-Jae Yoon, General Manager HANA TOUR, Seoul</p>	<p>"Success is made by close partnership." James Jung, Manager Kuoni, Seoul</p>

Das MRAG-Team.

Gabriel Han, Market Manager, Süd-Korea

Virginie Baeriswyl Koulibaly, Market Manager, Nordamerika

Dominique Chen, Market Manager, Greater China (Taiwan, Hongkong, Süd-China)

Ricci Zhai, Market Manager, Greater China (Mainland China)

Mario Braide, Geschäftsführer MRAG, Schweiz

Alex Chang, Market Manager, Süd-Korea

Larissa Müller, Product Manager MRAG, Schweiz





Finanzen.

RECHNUNG 2017	Budget 2017	Rechnung 2017
EINNAHMEN	1'400'000.00	1'040'639.55
Jährliche Beiträge der Partner	900'000.00	730'092.60
Verkauf Packages/Angebote	500'000.00	313'546.95
Debitorenverluste	0.00	-3'000.00
AUSGABEN	1'400'000.00	1'122'878.00
Organe der Gesellschaft	2'000.00	1'642.35
Generalversammlung und Verwaltungsrat	2'000.00	1'642.35
Zentrale Dienste	289'000.00	300'886.02
Gehälter	120'000.00	114'999.90
Sozialleistungen	24'000.00	24'653.60
Aufträge für zentrale Dienste	125'000.00	117'373.40
Versicherungen und Bankgebühren	2'000.00	1'371.27
Verwaltungskosten	18'000.00	31'969.60
Gemeinde-, Kantons- und Bundessteuern	0.00	604.20
Entw. und Lizenzen Reservationssystem	0.00	1'413.85
Diverse Personalkosten	0.00	8'500.20
Aktivitäten in den Märkten	635'000.00	521'179.18
Aufträge für das Verkaufspersonal in den Märkten	285'000.00	335'000.00
Verkaufspromotion	100'000.00	25'915.18
Zusammenarbeiten mit Schweiz Tourismus	200'000.00	160'264.00
Andere Marketingaktivitäten im Ausland	50'000.00	0.00
Verkaufsaktivitäten	474'000.00	299'170.45
Einkauf Produkte/Packages	474'000.00	299'170.45
BETRIEBSERGEBNIS	0.00	-82'238.45

BILANZ	2016	2017
AKTIVEN	174'282.39	317'139.64
Umlaufvermögen	174'282.39	317'139.64
WKB Kontokorrent CO841.52.77	174'276.20	152'520.40
Aktive Rechnungsabgrenzungen	0.00	167'613.05
Rückstellungen für Debitorenverluste	0.00	-3'000.00
Verrechnungssteuerguthaben	6.19	6.19
PASSIVEN	174'282.39	317'139.64
Fremdkapital	4'407.18	129'502.88
Passive Rechnungsabgrenzungen	0.00	125'095.70
Gläubiger Aktionäre	4'407.18	4'407.18
Eigenkapital	169'875.21	187'636.76
Aktienkapital	150'000.00	250'000.00
Vorgetragene Ergebnisse	19'875.21	-62'363.24

Jahresabschluss 2017.

Der Jahresabschluss 2017 der Matterhorn Region AG weist einen Verlust von CHF 82'238.45 bei Ausgaben in Höhe von CHF 1'122'878.- und Einnahmen in Höhe von CHF 1'040'639.55 aus.

Nach Wiederaufnahme der Verkaufstätigkeit und Anpassung der Statuten der Wallis Incoming AG, die in Matterhorn Region AG umbenannt wurde, hat der Verwaltungsrat beschlossen, das Kalenderjahr als Geschäftsjahr festzulegen. Damit erstreckt sich das betrachtete Geschäftsjahr ausnahmsweise über den Zeitraum vom 1. Juli 2016 bis 31. Dezember 2017.

Um den Betrieb des Unternehmens finanziell abzusichern, wurden die Partnerdestinationen und -dienstleister um eine pauschale Beteiligung gebeten. Diese Beiträge in Höhe von insgesamt CHF 730'000.- bildeten 70 Prozent der Einnahmen. Die MRAG befindet sich im Start-up-Modus mit intensiver Aufbauarbeit in den Märkten. Entsprechend braucht es Zeit, bis sich die Umsätze relevant entwickeln. Zu berücksichtigen ist auch der zeitliche Aufwand, der notwendig war, um die Produkte vorzubereiten und den Reiseveranstaltern zu präsentieren. Obwohl die ersten Verkäufe nicht vor Juni 2017 realisiert werden konnten, generierten diese einen Umsatz von über 310'000 CHF.

Da sich die Matterhorn Region AG auf die Kompetenzen und Ressourcen ihrer Partner stützt, enthalten die Ausgaben auch die Kosten der Aufträge für Werbung, Verkauf und Betreuung der Reservationen in Höhe von CHF 452'000.-. Die Kosten in Verbindung mit der Statutenänderung und der Kapitalerhöhung belaufen sich auf über CHF 20'000.- und wurden unter Verwaltungskosten gebucht.

Die Matterhorn Region AG macht auf den Märkten, auf denen sie tätig ist, auch Werbung für das Wallis. Die Vermarktungskosten ergeben sich aus der Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus sowie aus den eigenen Aktivitäten der Matterhorn Region AG und betragen CHF 185'000.-. Entsprechend der Nachfrage der Reiseveranstalter wurden 2017 im Wallis touristische Leistungen für rund CHF 300'000.- eingekauft. Dabei handelte es sich hauptsächlich um Unterkünfte.

Die Bilanzsumme per 31. Dezember 2017 beläuft sich auf CHF 317'139.64. Die Aktiven setzen sich zu gleichen Teilen aus der verfügbaren Liquidität und den antizipativen Aktiven zusammen. Die Passiven enthalten die Forderungen zum 31. Dezember in Höhe von rund CHF 130'000.-, das Aktienkapital von CHF 250'000.- sowie den kumulierten Verlust von CHF 62'363.24.

BERICHT DER REVISIONSSTELLE zur eingeschränkten Revision

an die Generalversammlung der

Matterhorn Region SA, Sion

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Matterhorn Region SA, Sion für das den Zeitraum vom 01.07.2016 bis 31.12.2017 umfassende 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 Gesetz und Statuten entsprechen.

Susten, 12. März 2018

Die Revisionsstelle

Quadis Revisionen GmbH

Reto Werlen
eidg. dipl. Steuer- &
Treuhandexperte
Zugel. Revisionsexperte RAB
(Leitender Revisor)

Lukas Bayard
dipl. exp. in Rechnungslegung
und Controlling

Geschäftsbericht 2017
© 2018 Matterhorn Region AG
Alle Rechte vorbehalten.

MATTERHORN REGION AG

Rue Pré-Fleuri 6
Postfach 1469 | CH-1951 Sitten

+41 (0)27 927 77 66



MATTERHORN REGION
SWISS ALPS