

GV Aletsch Tourismus

ALETSCH ARENA

05.04.2024



AGENDA

1. Begrüssung
2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024
3. Hauptaktivitäten 2023 & 2024
4. Strategie & Projekte
5. Fragen

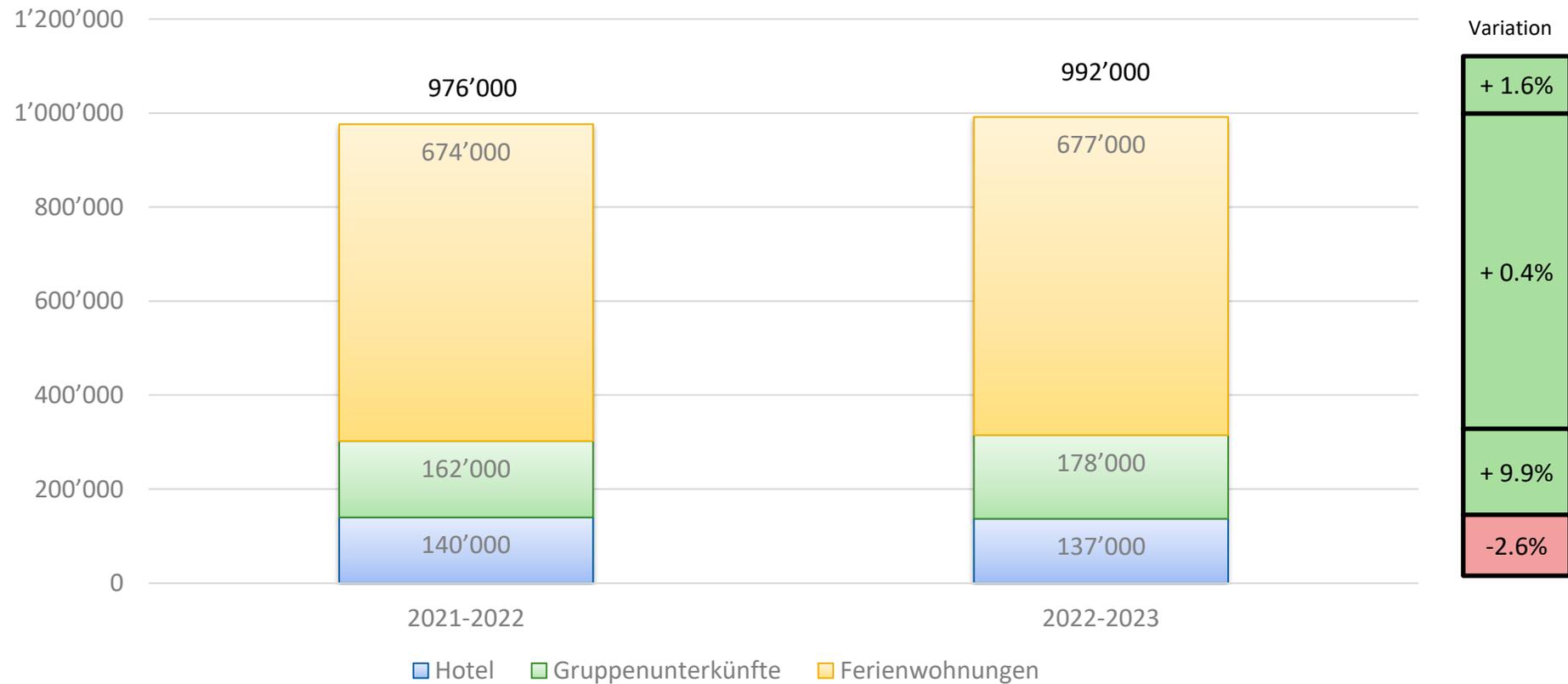
2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



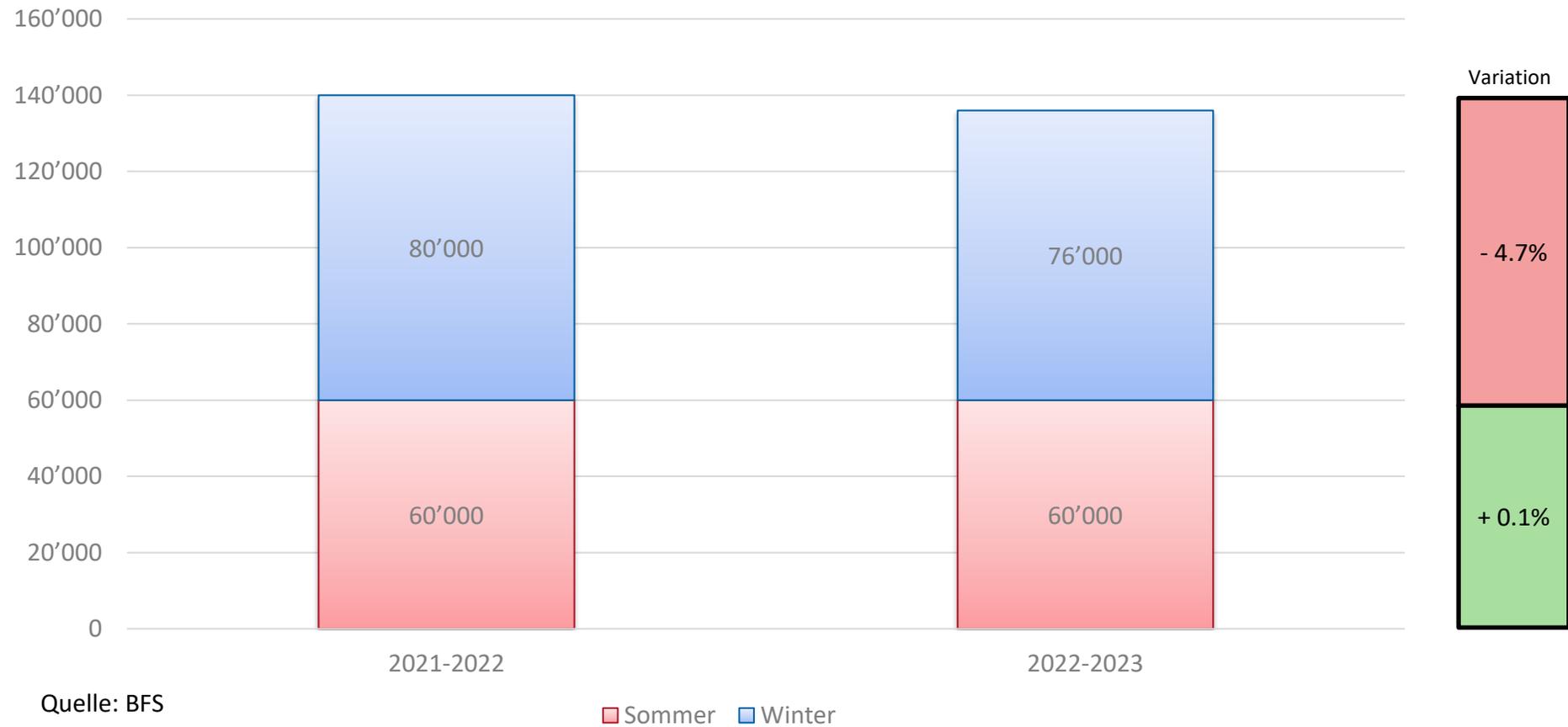
Logiernächte nach Unterkunftsform



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



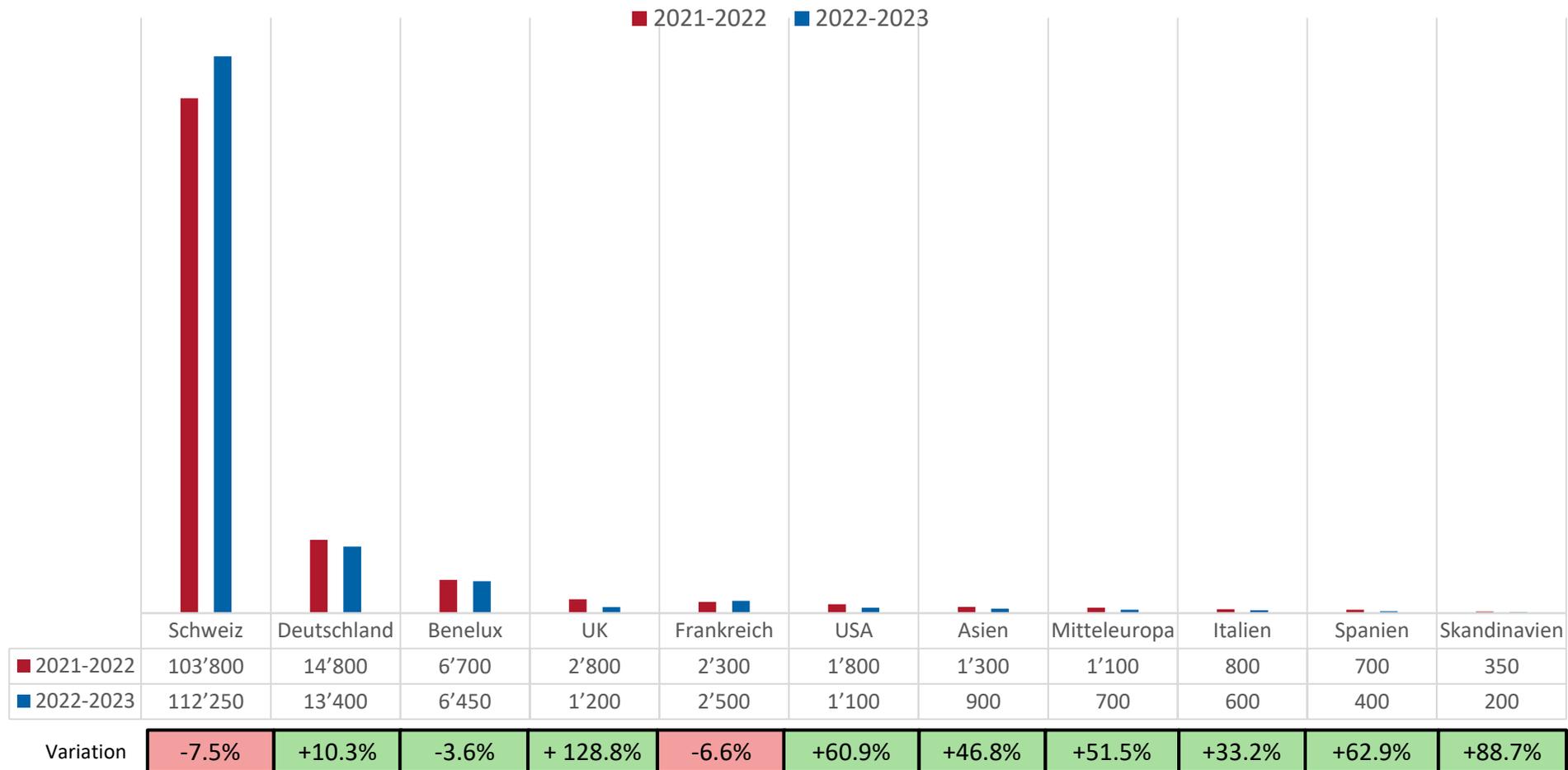
Logiernächte Hotellerie nach Saison



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



Logiernächte Hotellerie nach Ländern

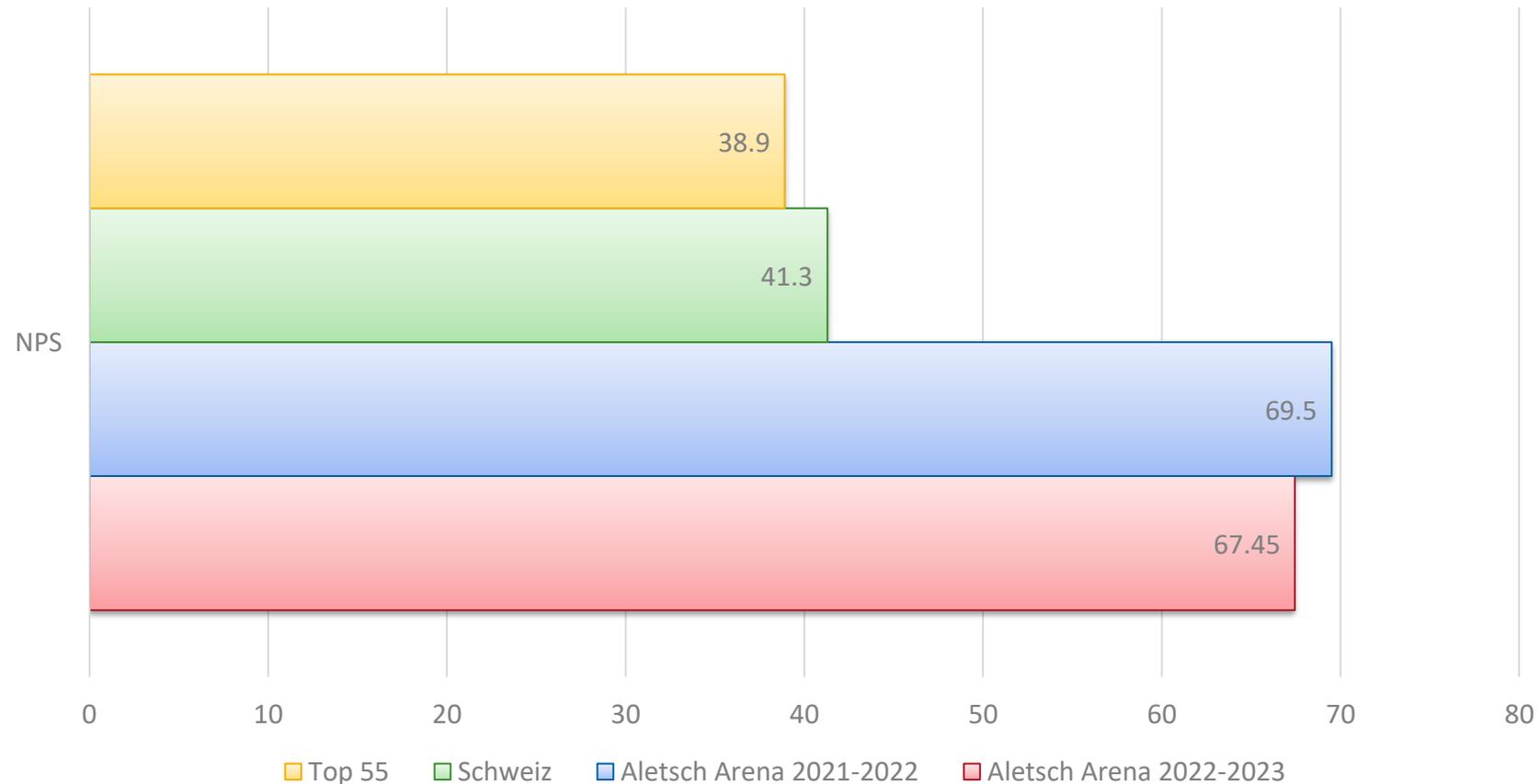


Quelle: BFS

2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



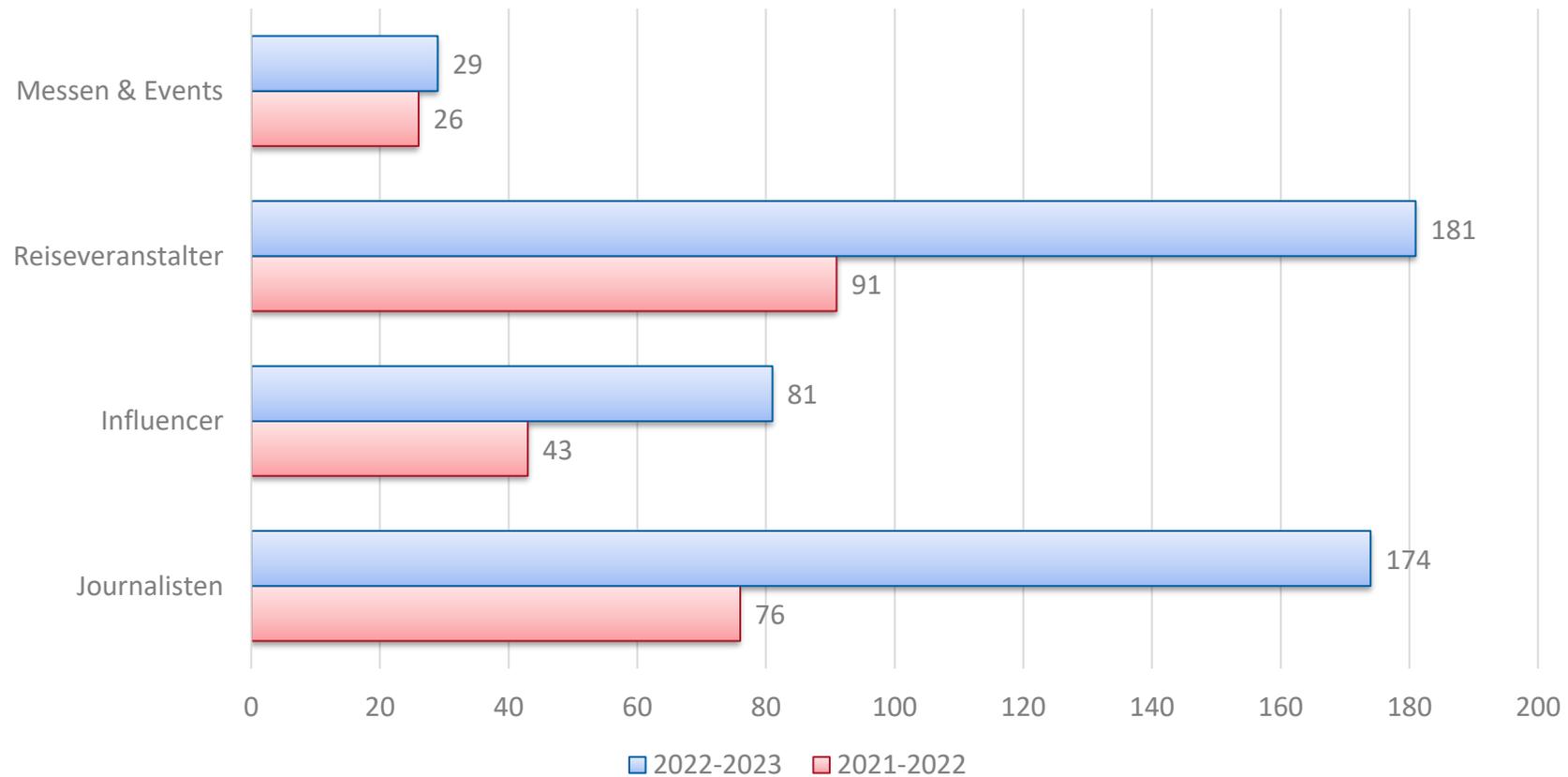
Net Promoter Score / Weiterempfehlungsabsicht Gäste



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



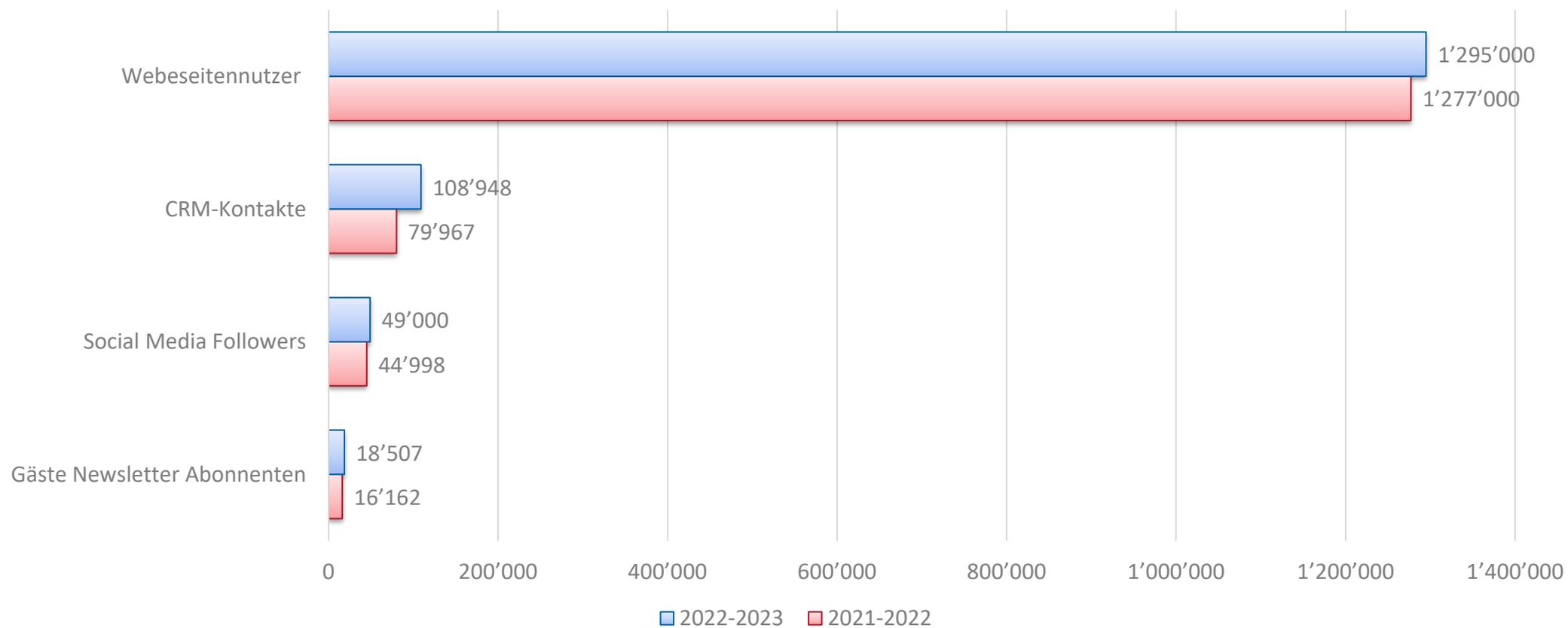
Marketing & Vertrieb



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



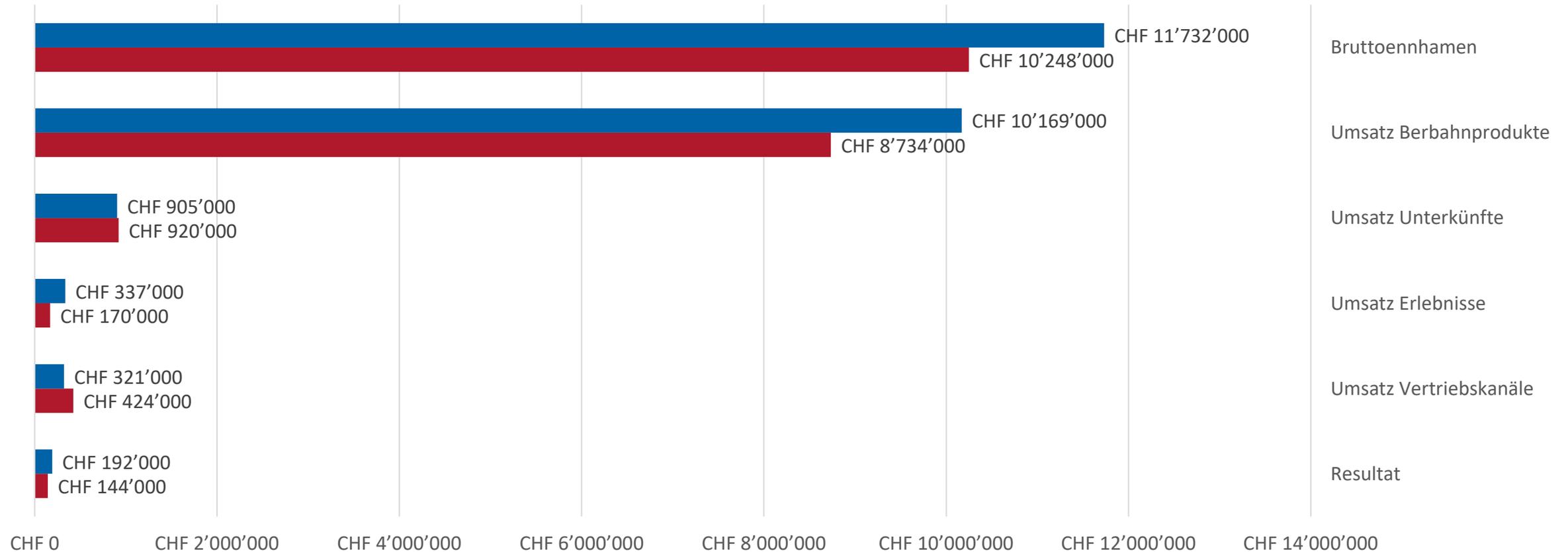
E-Business



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



Jahresrechnung 2022/2023 - Webshop



2. Statistiken & Kennzahlen 2023 & 2024



Winter 23/24: Statistiken & Kennzahlen

KPI	Periode	Quelle	Resultat	Variation
LN Hotellerie	Nov. 2024 – Jan. 2024	BAS	32'000	+1.5%
LN Parahotellerie	Nov. 2024 – März 2024	Eigene Umfrage		Zunahme
LN Gruppenunterkünfte	Nov. 2023 – Feb. 2024	Sport Resort Fiesch	9'550	+4.8%
Ersteintritte Sportanlagen	Nov. 2023 – Feb. 2024	ABAG	664'000	+ 2.3%
Kassenbons Coop	Nov. 2023 – Feb. 2024	Coop	282'000	+8.3%
Umsatz Webshop Bahnprodukte	Nov. 2024 – März 2024	Report Center Alturos	CHF 10'790'000	+24.0%
Umsatz Webshop Unterkünfte	Nov. 2024 – März 2024	Report Center Alturos	CHF 383'000	-14.6%

3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024

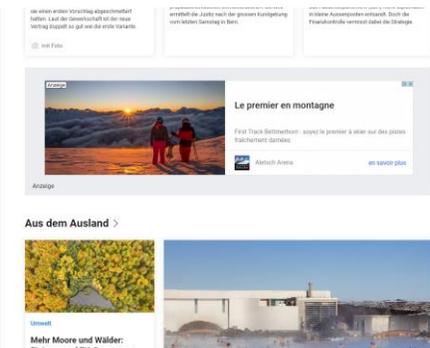
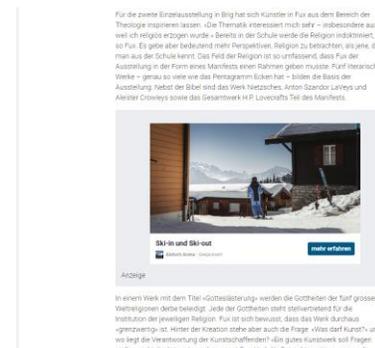
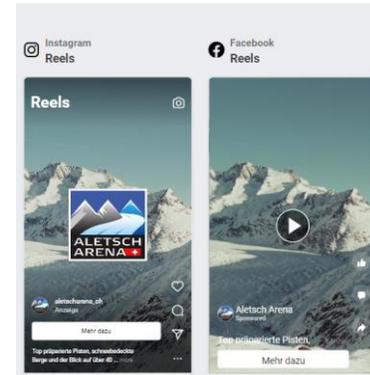


3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



Winterkampagne 2023-24

Name	Entdecke deinen Winter am Aletschgletscher
Laufzeit	Phase 1 ab Do, 2.11. – Fr, 16.12.2023 Phase 2 ab Mo, 8.1. – Fr, 26.1.2024 Phase 3 ab Mo, 1.3. – Fr, 22.3.2024
Nebenkampagne	#myaletschmoment Aletschgletscher trifft Loipe Goms
Zielgruppen	Aktivfahrer und genussorientierte Skifahrer Sandra & Daniel (Performer)
Ziele	Lust auf Wintersport und Wintersportferien wecken Nebensaison pushen Online Verkauf via Webshop pushen Traffic auf Landingpage generieren
Zielraum	Markt Schweiz
M-Mix	Digital Marketing (Google-Ads, Some-Ads, Programmatic Ads)
Budget	CHF 70-100'000



3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024

Marketingaktivitäten Winter 2023-24 - Schweiz

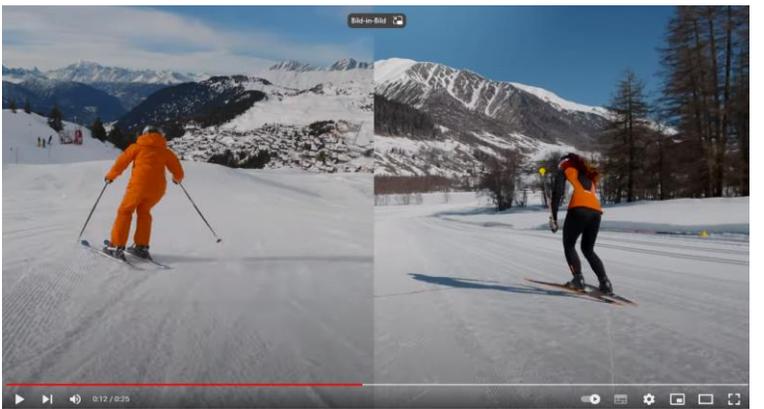
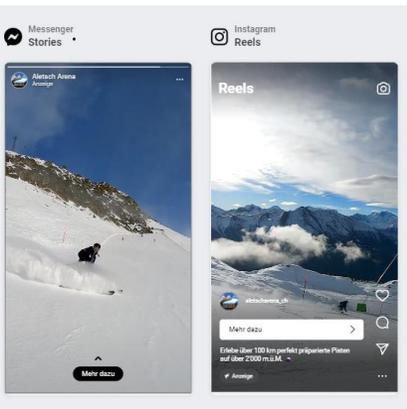
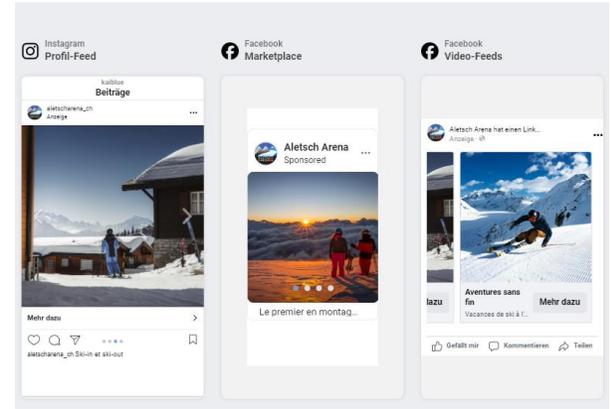
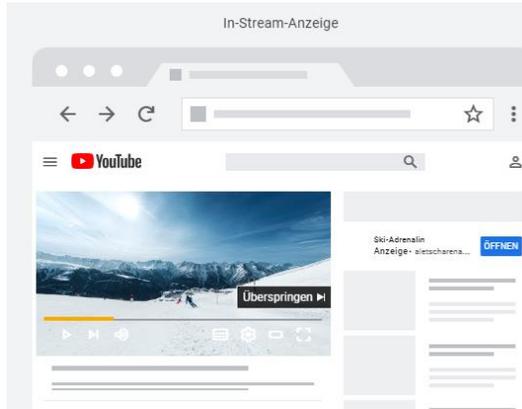
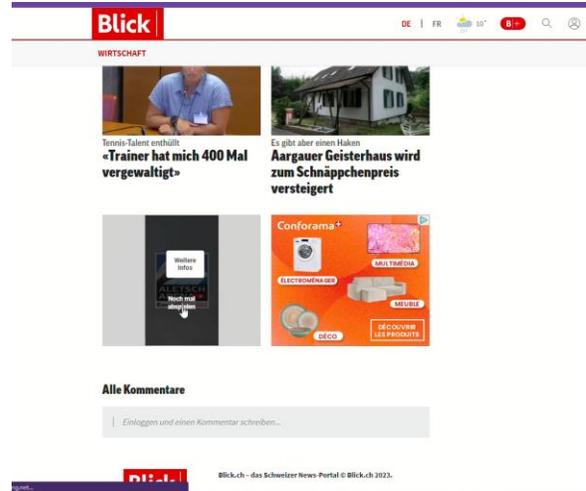
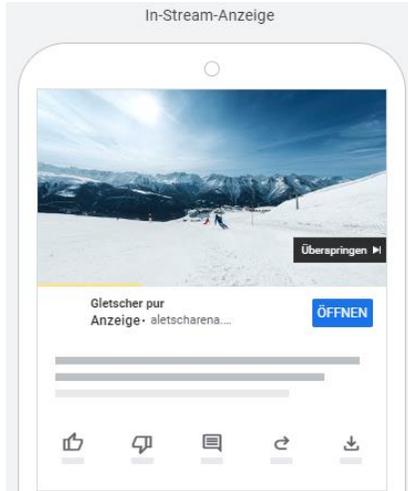


Für die zweite Einzelausstellung in Brig hat sich Künstlerin Fux aus dem Bereich der Theologie inspirieren lassen. «Die Thematik interessiert mich sehr – insbesondere auch weil ich religiös erzogen wurde». Bereits in der Schule werde die Religion indoktriniert, so Fux. Es gebe aber bedeutend mehr Perspektiven, Religion zu betrachten, als jene, die man aus der Schule kennt. Das Feld der Religion ist so umfassend, dass Fux der Ausstellung in der Form eines Manifests einen Rahmen geben musste. Fünf literarische Werke – genau so viele wie das Pentagramm Ecken hat – bilden die Basis der Ausstellung. Nebst der Bibel sind das Werk Nietzsches, Anton Szandor LaVeys und Aleister Crowley's sowie das Gesamtwerk H.P. Lovecrafts Teil des Manifests.



In einem Werk mit dem Titel «Gotteslästerung» werden die Gottheiten der fünf grossen Weltreligionen derbe beleidigt. Jede der Gottheiten steht stellvertretend für die Institution der jeweiligen Religion. Fux ist sich bewusst, dass das Werk durchaus «grenzübertretend» ist. Hinter der Kreation stehe aber auch die Frage: «Was darf Kunst?» und wo liegt die Verantwortung der Kunstschaffenden? «Ein gutes Kunstwerk soll Fragen stellen, nicht die Antworten geben», sagt Fux. Und: Als Betrachter müsse man auch

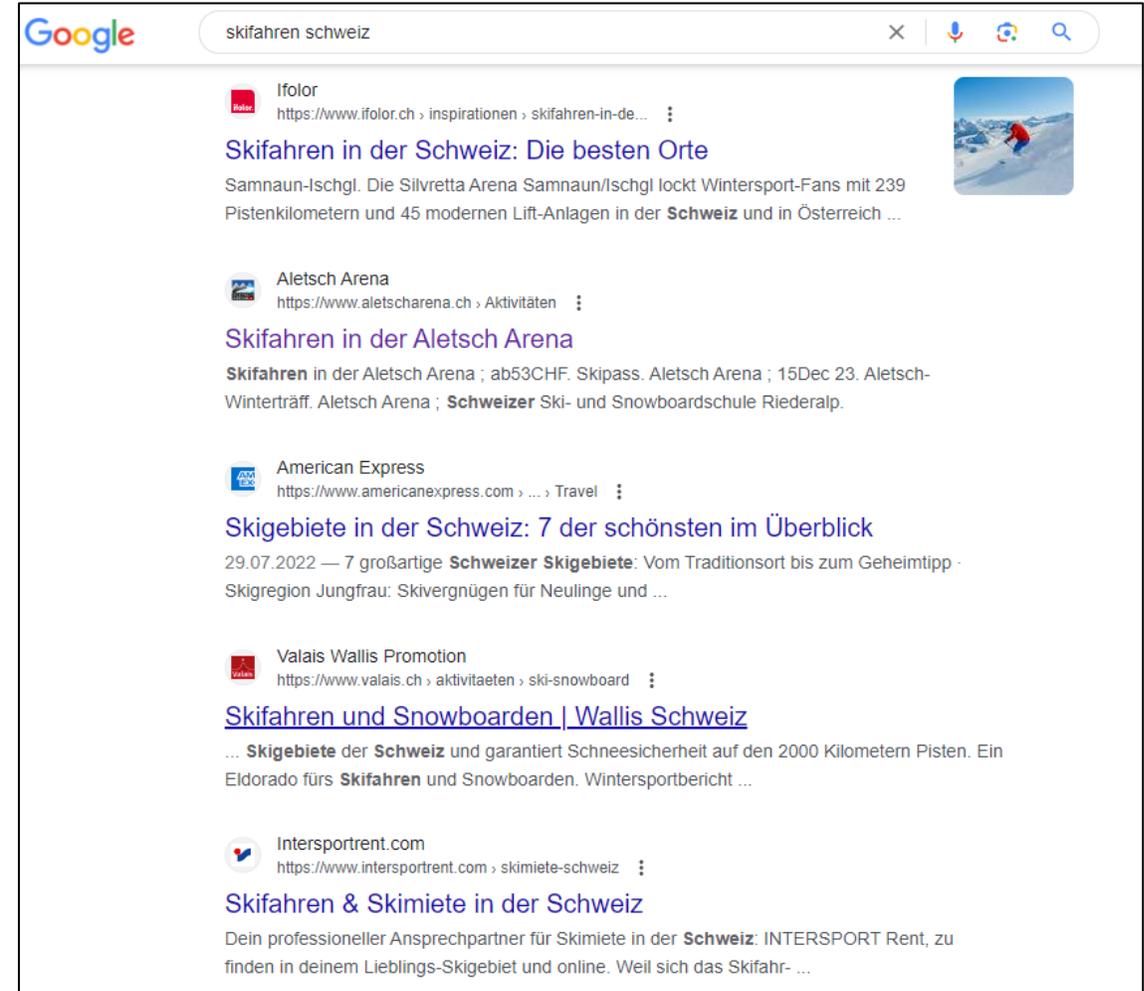
sie einen ersten Vorschlag abgeschmettert hatten. Lauf der Gewerkschaft ist der neue Vertrag doppelt so gut wie die erste Variante.
ermittelt die Justiz nach der grossen Kündigung von letzten Samstag in Bern.
in kleine Aussprengern entzündet. Doch die Feuerkontrolle vermisst dabei die Strategie.



3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024

Sichtbarkeitsindex bei Google Top-Bergdestinationen Schweiz

Ranking	Destination	Internetseite	Sichtbarkeitsindex
1	Zermatt	zermatt.ch	6.4100
2	Engadin	engadin.ch	5.0700
3	Arosa-Lenzerheide	arosalenzerheide.swiss	4.7290
4	Aletsch Arena	aletscharena.ch	3.1520
5	Engelberg	engelberg.ch	2.2940
6	Saas-Fee	saas.fee.swiss	2.1730
7	Flims-Laax	flimslaax.com	2.0560
8	Val D'Anniviers	valdanniviers.ch	1.9730
9	Gstaad	gstaad.ch	1.3920
10	Grindelwald	grindelwald.swiss	1.2350
11	Andermatt	andermatt.swiss	1.1290
12	Leukerbad	leukerbad.ch	1.1950
13	Goms	goms.ch	1.1920
14	Crans-Montana	cransmontana.swiss	0.9730
15	St.Moritz	stmoritz.com	0.9700
16	Nendaz	nendaz.ch	0.9640
17	Adelboden	adelboden.ch	0.9080
18	Verbier	verbier.ch	0.8070
19	Haslital	haslital.swiss	0.4910
20	Lauterbrunnen	lauterbrunnen.swiss	0.4360
21	Veysonnaz	veysonnaz.ch	0.3190
22	Wengen	wengen.swiss	0.2730



Google search results for "skifahren schweiz". The search bar shows "skifahren schweiz" and the Google logo. The results list several articles:

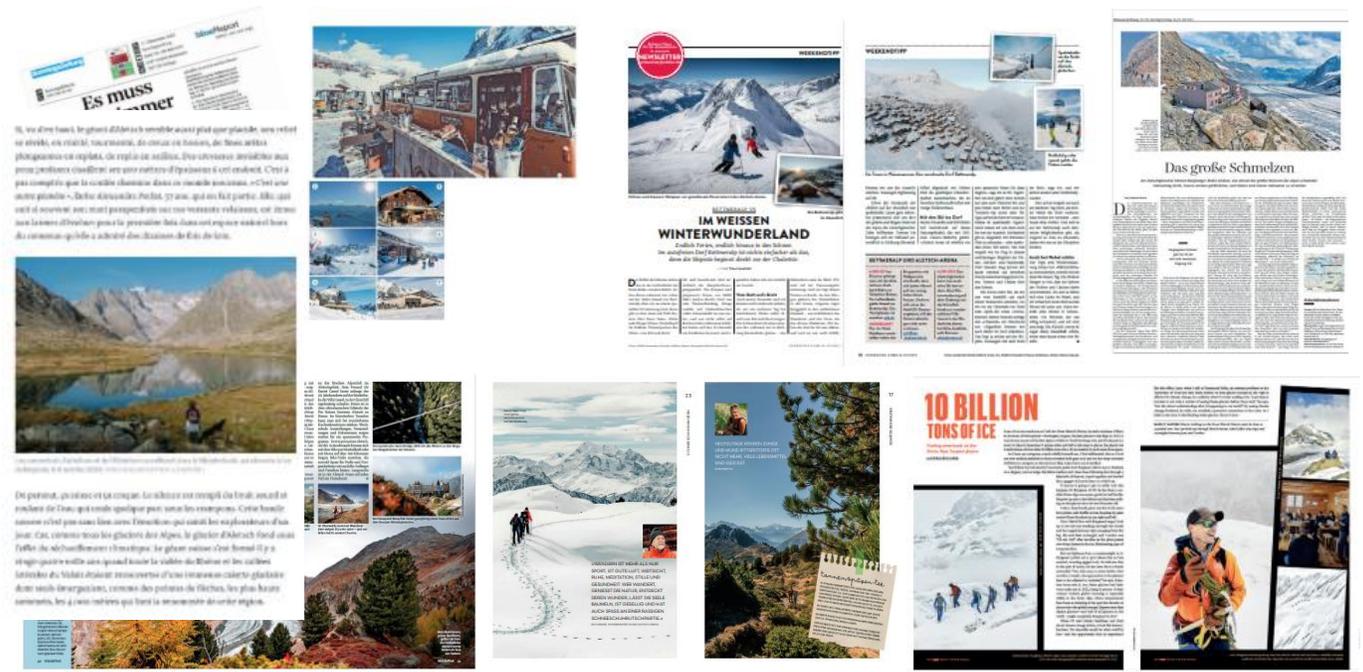
- Ifolor**: <https://www.ifolor.ch/inspirationen/skifahren-in-de...> **Skifahren in der Schweiz: Die besten Orte**. Samnaun-Ischgl. Die Silvretta Arena Samnaun/Ischgl lockt Wintersport-Fans mit 239 Pistenkilometern und 45 modernen Lift-Anlagen in der **Schweiz** und in Österreich ...
- Aletsch Arena**: <https://www.aletscharena.ch/Aktivitäten> **Skifahren in der Aletsch Arena**. **Skifahren** in der Aletsch Arena ; ab53CHF. Skipass. Aletsch Arena ; 15Dec 23. Aletsch-Winterträff. Aletsch Arena ; **Schweizer** Ski- und Snowboardschule Riederalp.
- American Express**: <https://www.americanexpress.com/.../Travel> **Skigebiete in der Schweiz: 7 der schönsten im Überblick**. 29.07.2022 — 7 großartige **Schweizer Skigebiete**: Vom Traditionsort bis zum Geheimtipp - Skigregion Jungfrau: Skivergnügen für Neulinge und ...
- Valais Wallis Promotion**: <https://www.valais.ch/aktivitaeten/ski-snowboard> **Skifahren und Snowboarden | Wallis Schweiz**. ... **Skigebiete** der **Schweiz** und garantiert Schneesicherheit auf den 2000 Kilometern Pisten. Ein Eldorado fürs **Skifahren** und Snowboarden. Wintersportbericht ...
- Intersportrent.com**: <https://www.intersportrent.com/skimate-schweiz> **Skifahren & Skimiete in der Schweiz**. Dein professioneller Ansprechpartner für Skimiete in der **Schweiz**: INTERSPORT Rent, zu finden in deinem Lieblings-Skigebiet und online. Weil sich das Skifahr- ...

3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



Medien- und Trade-Arbeit

Herkunftsland	Anz. Journalisten				Herkunftsland	Anz. Influencer 2022/23
	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23		
Schweiz	21	20	13	15	Schweiz	6
Deutschland	13	17	9	19	Deutschland	12
Frankreich	3	6	5	12	BeNeLux	1
Vereinigtes Königreich	7	6	6	9	Italien	2
Italien	6	0	6	4	Middle Europe	16
Niederlande	5	4	6	15	Nordics	0
Belgien	0	0	4	2	Russland	0
Spanien	3	3	3	8	Vereinigtes Königreich	2
Russland	2	0	0	0	USA / CAN	1
Polen/Tschechien	4	6	4	11	Asien	27
Nordics	1	0	0	4	Total	81
Asia	1	3	12	50		
Indien	0	0	1	0		
USA / Kanada / Australien	0	2	3	11		
weitere Länder	2	0	4	14		
Total	63	67	76	174		



3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024

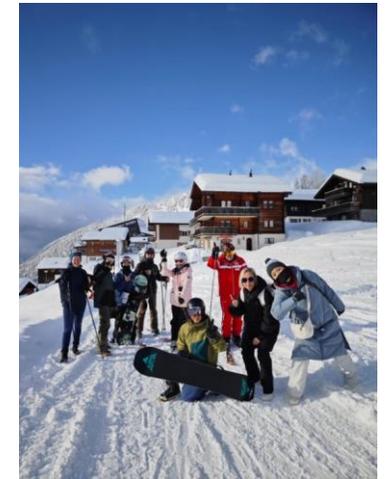


Medien- und Trade-Arbeit

Aktive (virtueller) Präsenz der Aletsch Arena AG an folgenden Fach- und Publikumsmessen und Events:

Event	Datum	Ort
Road Show MRAG South East Asia/Korea/Taiwan	1. – 11.11.2022	B2B
Meet Switzerland Event UK	1. – 4.11.2022	B2B
Destination Training India (virtuell)	4.11.2022	B2B
Präsenz Coop Zill-Center, Kreuzlingen	1. – 24.12.2022	B2C
Sales Calls Tour / Road Show MIKI, South East Asia/Hongkong	30.1. – 9.2.2023	B2B
ITB Berlin, B2B Messe	7. – 9.3.2023	B2B
ST Workshop Prag, Warschau, Krakow	13. – 17.3.2023	B2B
India Workshop Interlaken	20. – 22.3.2023	B2B
Bike Messe Prag	23. – 25.3.2023	B2C
ST Ferientag, Key Partner und GToS Meetings	4. – 5.4.2023	B2B
Messe MEGATHal, Balsthal	5. – 7.5.2023	B2C
STE Japan	8. – 12.5.2023	B2B
DAV Event München	11. – 12.5.2023	B2C
KAM Event Milano	11.5.2023	B2B
Cycle Week (Stoneman), Zürich	23. – 26.5.2023	B2C
Marktstand "Pärke in der Stadt", Thun	3.6.2023	B2C
Bourse d'Echange, Fully	6.6.2023	B2B
Präsenz Coop Haag Zentrum, Haag	28.6 – 1.7.2023	B2C
Sales Calls UK	30.6 – 4.7.2023	B2B
Präsenz Coop Gallus Markt, St. Gallen	1./8./15./22./27.7.2023	B2C
Destination Training Event Delhi, India (virtuell)	22.8.2023	B2B
Destination Training Event Mumbai, India (virtuell)	23.8.2023	B2B
Destination Training Event Jaipur, India (virtuell)	29.8.2023	B2B
Swiss Travel Mart, international, Genf	11. – 14.9.2023	B2B
Sales Calls Spanien	25. – 26.9.2023	B2B
KAM Event Freiburg, DE	27.9.2023	B2B
Winter Opening BeNeLux	4. – 6.10.2023	B2B
Media Meeting Milano, IT	05.10.2023	B2B
KAM Webinar DE, virtuell	25.10.2023	B2B

Herkunftsland	2020/21	2020/21	2021/22	2021/22	2022/2023	2022/23
	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax	Anzahl Fam Trips	Anzahl Pax
China /Hongkong	1	2	1	1	1	11
Taiwan	0	0	7	17	3	10
Korea	1	4	1	1	5	23
Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia (SEA)		0	5	20	11	55
UK	1	2	1	10	3	18
USA/Australien	1	3	2	33	0	0
Russland	0	0	0	0	0	0
Polen, Tschechien	1	1	0	0	0	0
Niederlande	1	2	1	2	1	12
Indien	0	0	1	6	1	8
Deutschland	1	1	1	1		24
Schweiz	0	1	0	0	0	0
International	0	0	0	0	4	20
Total	7	20	20	91	29	181



4. Strategie & Projekte

Internationale Marktbearbeitung



4. Strategie & Projekte

Kompetenzevaluierung MRAG-Partner 2023

Markt Management Team Aletsch Arena



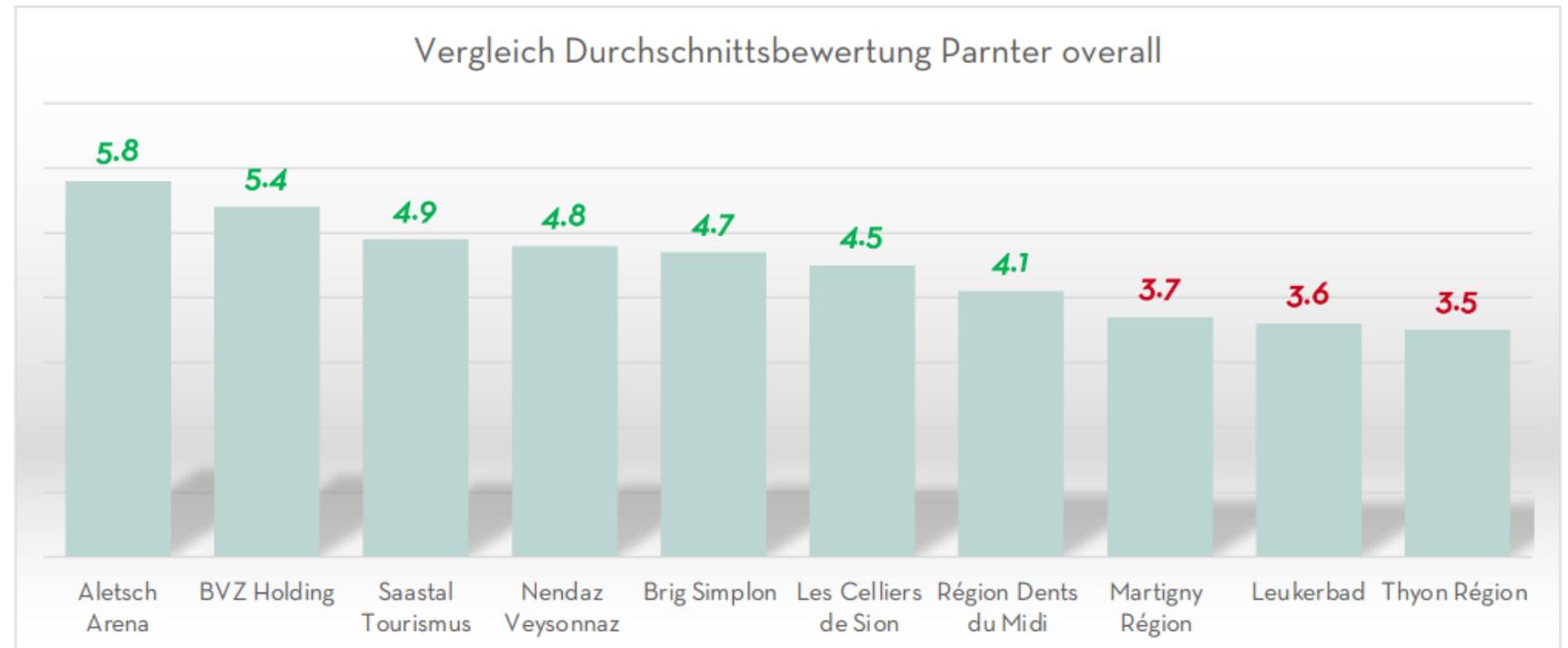
David Kestens
Leiter Markt Management
Asien, Europa



Nadine Blatter
Markt Management
Europa



Jasmine Noti
Markt Management
Europa, Nord Amerika

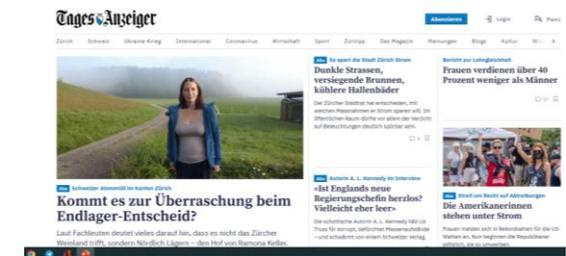


3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024

Sommerkampagne 2024



Name	Entdecke den grossen Aletschgletscher
Laufzeit	April – Juni 2024 August – September 2024
Zielgruppen	Individual & Slow Tourer
Ziele	Lust wecken den Aletschgletscher zu entdecken Nebensaison pushen Online Verkauf via Webshop pushen Traffic auf Landingpage generieren
Zielraum	Markt Schweiz
M-Mix	Digital Marketing (Google-Ads, Some-Ads, Programmatic Ads)
Budget	CHF 70-100'000



3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



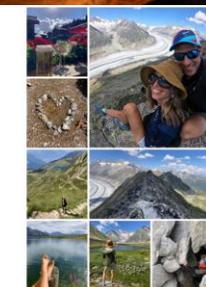
Neues Destinationsmagazin - Winter 2023-24

FACTS & FIGURES

- A4 Format
- 36 Seiten
- 20'000 Auflagen
- Winterausgabe
- Modern. Inspirierend
- Kostenlos in Hotel, Fewos und Restaurant

ZIELE

- Stamm-Gäste Bindung
- Steigerung Kundenzufriedenheit
- Förderung Wiederbesuchs im Sommer
- Interesse für das Angebot der Aletsch Arena wecken
- Bekanntheit der Destination steigern



Grösster Gletscher der Alpen

3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



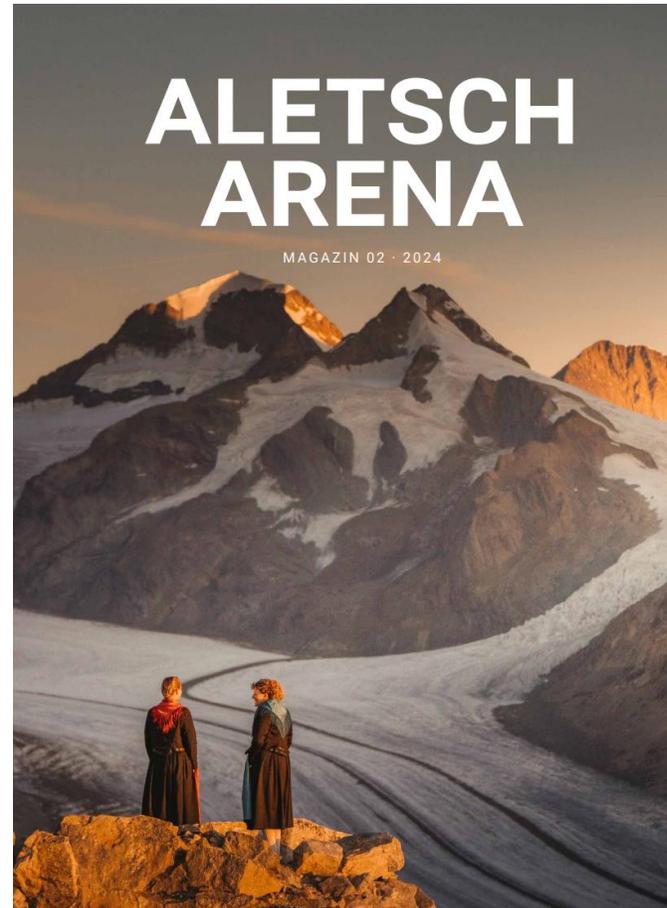
Neues Destinationsmagazin - Sommer 2024

FACTS & FIGURES

- Ab 17.6.2024 in der Destination
- A4 Format
- 36 Seiten
- 5'000 Auflagen
- Sommerausgabe
- Modern. Inspirierend
- Kostenlos in Hotel, Fewos und Restaurant

GÄSTEUMFRAGE

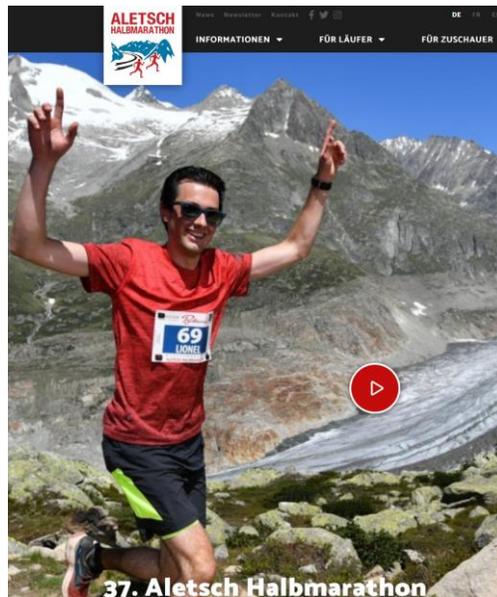
- 1'730 Teilnehmer
- Bewertung: 8.4 von 10 Punkte
- «Ich bin voll begeistert» 66.7%
- «Sehr gut» 40%



3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



Top Sommer Events 2024



22.-23. Juni 2024



12. Juli – 14. Juli 2024



19. Juli – 17. August 2024

3. Rückblick & Ausblick 2023 & 2024



Rollibock, Zorn der Natur? - Freilichttheater in Fiesch/Fieschertal



- Spieldaten: 14 Aufführungen zwischen Mitte Juli und Mitte August 2023
- Premiere: Freitag, 19. Juli 2024
- Dernière: Samstag, 17. August 2024
- Budget: CHF 420'000
- Spielort: Lischmatta Fiesch
- Tribüne: 500 Personen
- Erwartete Zuschauer: 5'000
- Trägerschaft: Verein Aletsch Kultur
- Ausführung: Autonomes Organisationskomitee
- Präsident: Fredy Huber
- Regisseur: Willy-Franz Kurt

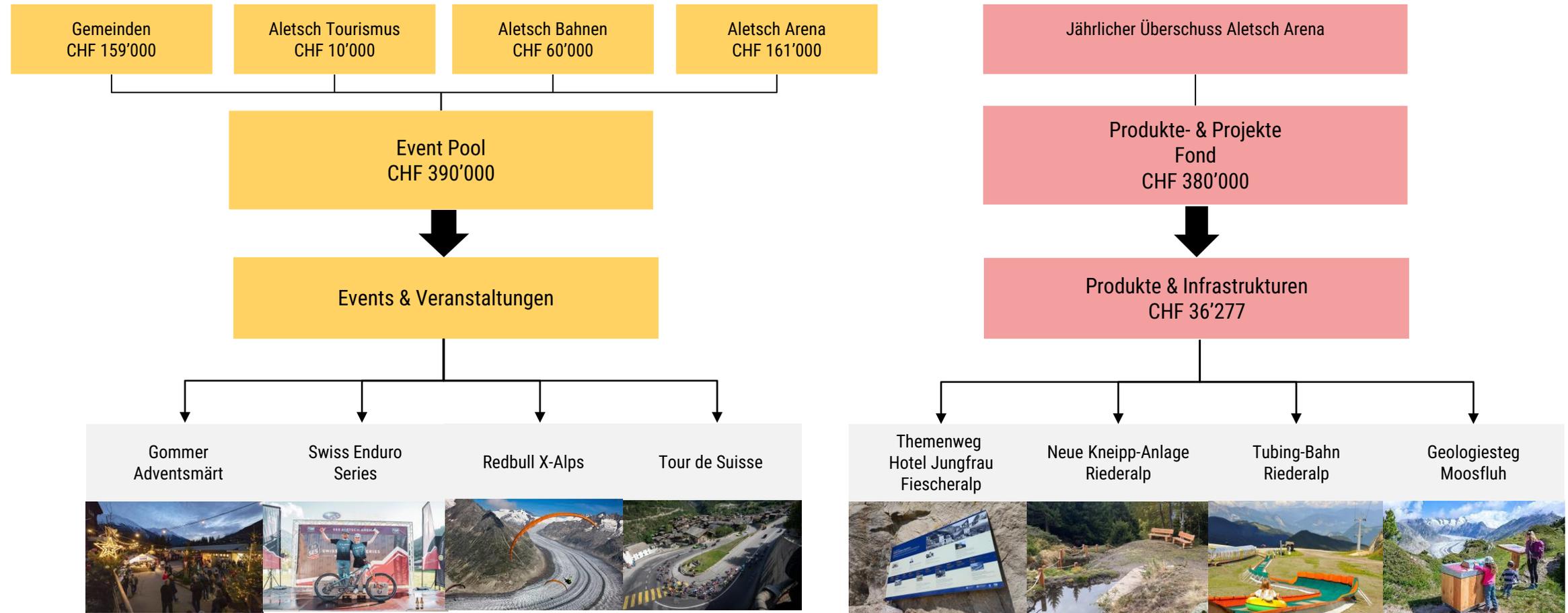
Logo Sponsor Logo Sponsor Logo Sponsor



4. Strategie & Projekte



Event Pool & Produkte & Projekte Fond



5. Aletsch Arena AG



Event-Strategie

1. Events sind eines der wichtigsten Instrumente zur Realisierung der Ziele der Destinationsstrategie der Aletsch Arena (SGF & neue Gästeströme).
2. Um neue Kunden innerhalb der definierten Segmente zu gewinnen und die Saison zu verlängern, müssen grosse Veranstaltungen zu bestimmten Zeiten im Veranstaltungskalender der Region geschaffen werden.
3. Veranstaltungen lassen sich klar in zwei Kategorien einteilen: Grossveranstaltungen (A-Events) sind der Hauptgrund für einen Besuch von Gästen von ausserhalb des Kantons (Schweiz/Ausland) in der Destination. Hingegen kleinere Veranstaltungen (B-, C-, D-Events) dienen hauptsächlich der Unterhaltung von Kunden, die bereits in der Region sind oder im Kanton wohnen.
4. **Der Schwerpunkt liegt auf nationalen und internationalen, jährlich wiederkehrende, Grossveranstaltungen (A-Events).**
5. A-Events müssen zu Haupt-Vehikeln für die Positionierung der Region in den definierten strategischen Geschäftsbereichen werden.
6. A-Events müssen Wertschöpfung und Übernachtungen in der Region generieren sowie die Hauptsaison im Winter und Sommer verlängern.
7. Es müssen genaue Bewertungskriterien für die Einstufung von Veranstaltungen (A-, B-, C- und D-Events) und die Zuweisung von Ressourcen festgelegt werden.
8. Das Entscheidungssystem für die Ressourcenzuweisung muss zentral koordiniert werden und alle wichtigen Tourismuspartner einbeziehen.
9. Es müssen angemessene finanzielle und personelle Ressourcen für die Umsetzung der Event-Strategie geschaffen und den Veranstaltern zur Verfügung gestellt werden.
10. Die Aletsch Arena AG ist kein Veranstalter, sondern stellt den Veranstaltern die notwendigen Ressourcen für die Organisation von Events zur Verfügung. Die Aletsch Arena ist für die Konzeption und Akquisition von sportlichen und kulturellen Grossanlässen (A-Events) zuständig.
11. Die Aletsch Arena AG führt ein Kompetenzzentrum und ein eigener Fachbereich für Eventskoordination in ihre Struktur ein.

4. Strategie & Aktivitäten



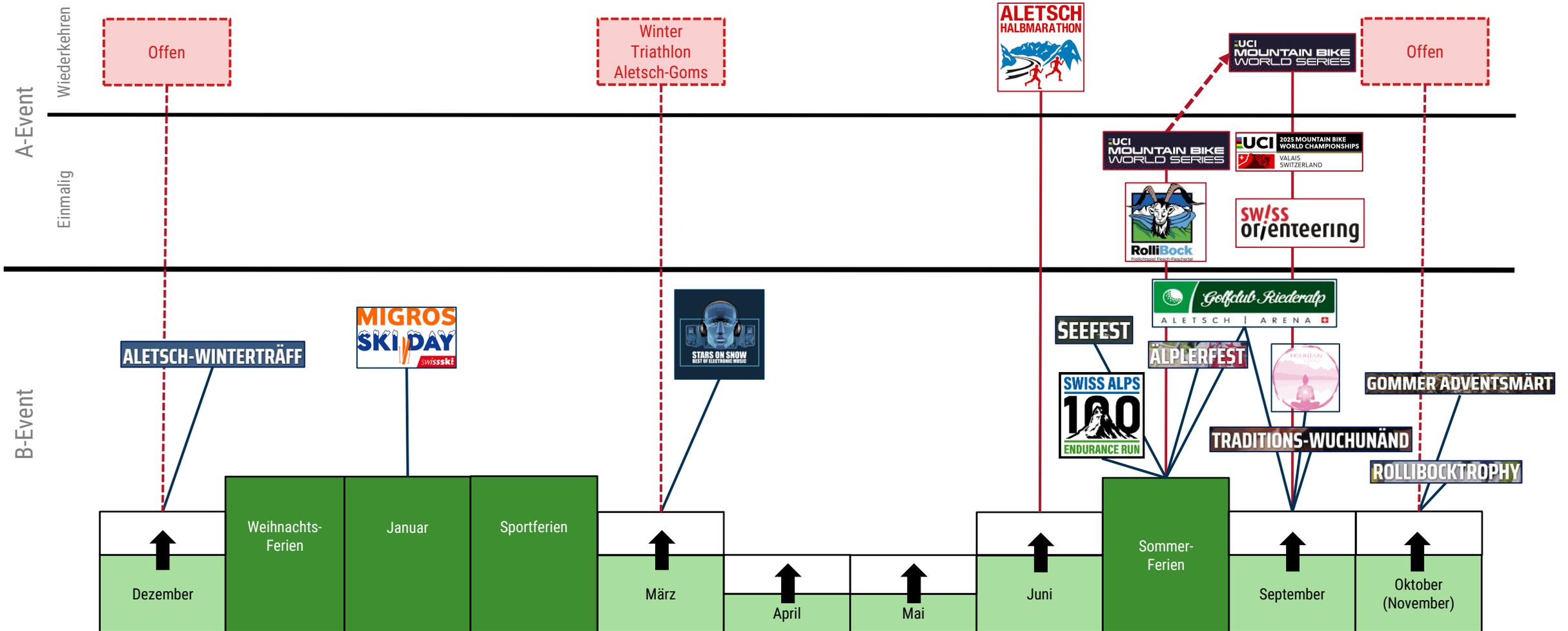
Event-Strategie - Bewertungskriterien

		Gewichtung	A-Event	B-Event	C-Event	D-Event
	Kriterien					
1	Breite geographische Besucher-Tragweite (nationale und internationale Herkunft der Besucher)	4	xxxx	xxx	xx	x
2	Hohe Marketing-Reichweite (Marketing erfolgt international und national)	4	xxxx	xxx	xx	x
3	Hauptgrund für den Besuch der Gäste	6	xxxx	xxx	xx	x
4	Einzigartigkeit (nichts vergleichbares international und national)	6	xxxx	xxx	xx	x
5	Keine Abhängigkeit von Wetter- und Naturbedingungen	4	xxxx	xxx	xx	x
6	Hohe Anzahl Teilnehmer/Zuschauer	6	xxxx	xxx	xx	x
7	Image/Identität Förderung / Hohes Mediales Interesse	6	xxxx	xxx	xx	x
8	Generiert Wertschöpfung und Logiernächte	6	xxxx	xxx	xx	x
9	Findet ausserhalb der Hochsaison statt	5	xxxx	xxx	xx	x
10	Findet über mehrere Tage statt	5	xxxx	xxx	xx	x
11	Findet regelmässig in der Destination statt	5	xxxx	xxx	xx	x
12	Übereinstimmung mit Destinationsstrategie/SGF	5	xxxx	xxx	xx	x
13	Übereinstimmung mit Zielgruppe der Destination	4	xxxx	xxx	xx	x
14	Hohes Budget und hohe organisatorischen Ressourcen	5	xxxx	xxx	xx	x
15	Nachhaltigkeit wird berücksichtigt					
15.1.	Ökonomisch - Hohe Eigenfinanzierung	5	xxxx	xxx	xx	x
15.2.	Ökologisch - Nachhaltigkeitsbewusstsein	3	xxxx	xxx	xx	x
15.3.	Sozial - Fördert die lokale Wirtschaft und generiert Arbeitsplätze	4	xxxx	xxx	xx	x
	RESULTAT		>60 Punkte	40-59 Punkte	20-29 Punkte	<20 Punkte

4. Strategie & Projekte



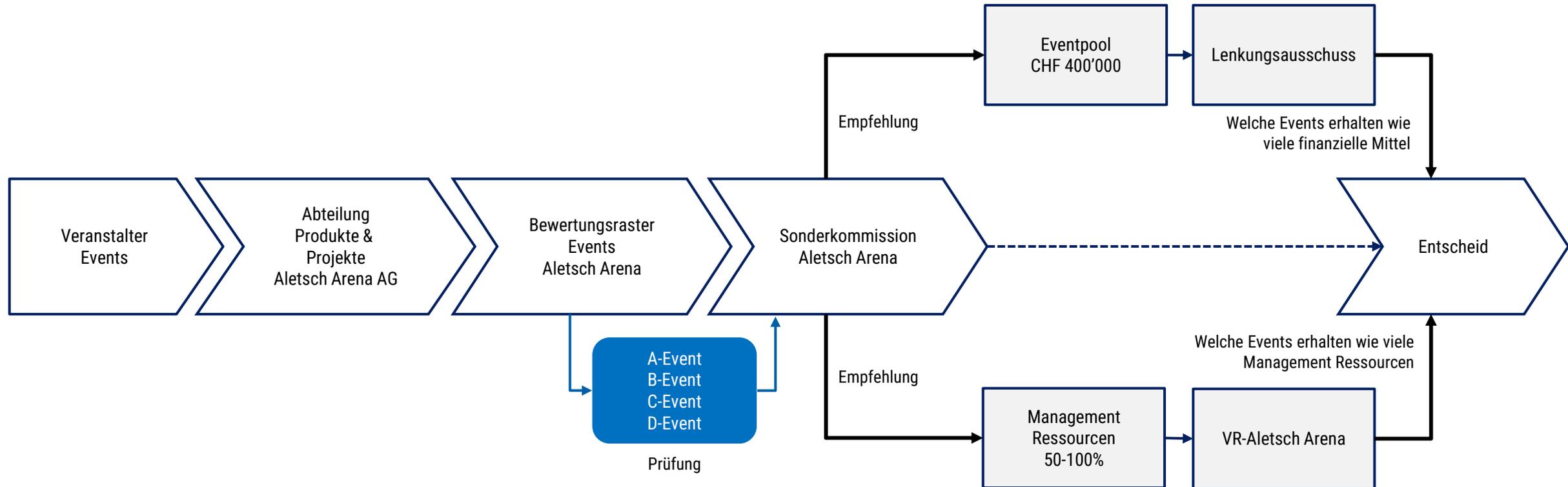
Event-Strategie



4. Strategie & Projekte



Event-Strategie - Entscheidungsprozess



3. Strategie & Projekte

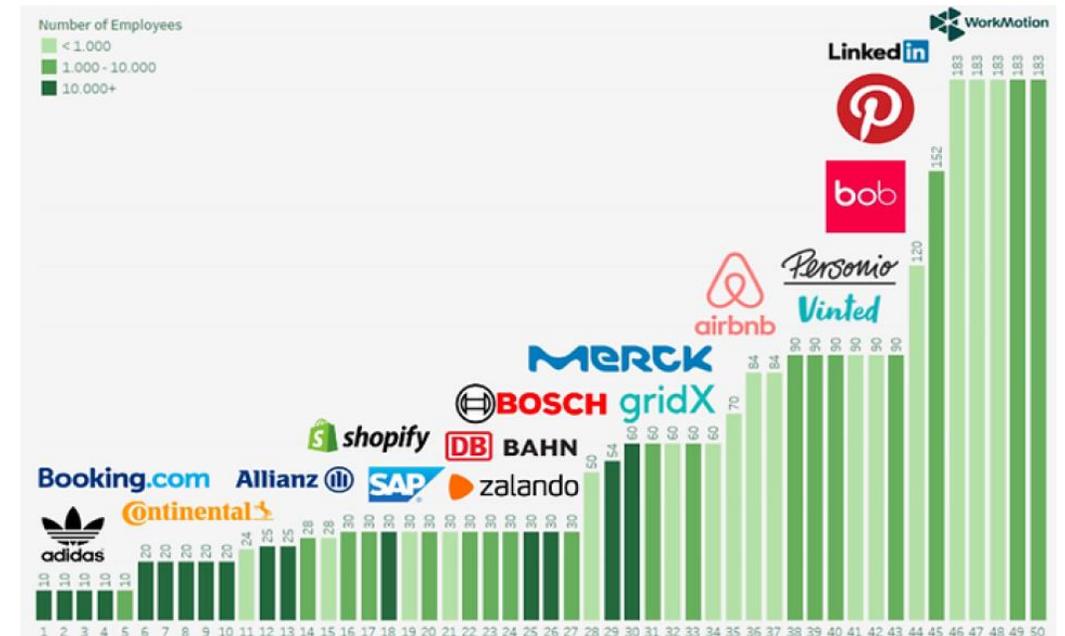
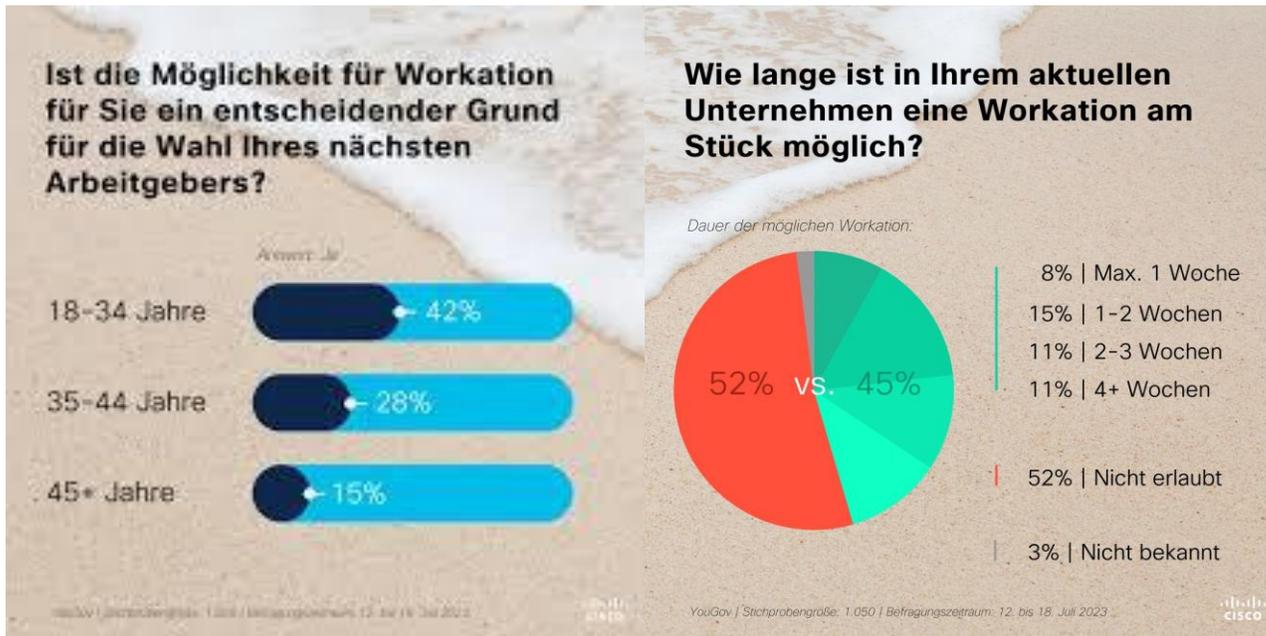


Projekt Workation Schweiz – Der Trend



Treiber für Workation

- Flexibilität (Beruf und Privates)
- Persönliche Weiterentwicklung
- Mitarbeiterzufriedenheit
- Employer Branding



3. Strategie & Projekte

Projekt Workation Schweiz - Konzept

Ziele

Neue und zahlkräftige Gäste für den Schweizer Tourismus
 Rekrutierung Qualifizierte Arbeitskräfte (Employer Branding)
 Gesundheit und Leistungsfähigkeit Mitarbeiter

Angebot

One stop shop für Workation
 Workation Academy

Tourismuspartner

Aletsch Arena AG
 Gstaad Saanenland Tourismus AG

Angebot

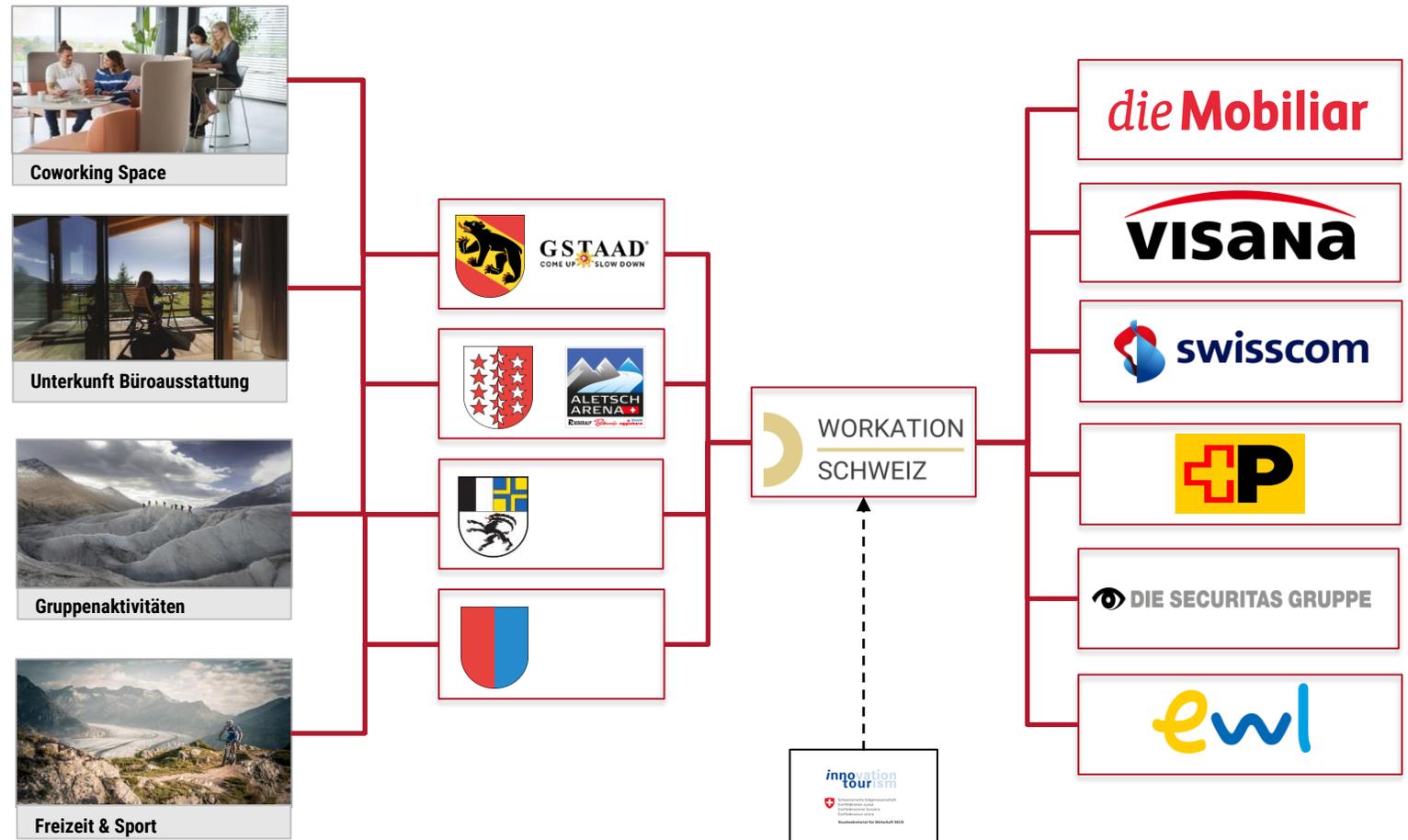
Co-Working Spaces
 Ferienwohnungen & Hotelzimmer mit Büroausstattung
 Freizeitangebote inklusive

Unternehmen (die eingeladen werden)

Mobiliar, Post, Swisscom, Securitas, Visana, SBB,
 SRG-SSR, Galenica, EWL, Lonza

Unterstützung

Innotour, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
 Budget (2024-2025) CHF 500'000



4. Strategie & Projekte



Projekt Workation Schweiz – Vision Aletsch Arena

- Unterkunft**
Ferienwohnungen (LP)
Hotel (Riederhof, Silbersand)
- Freizeit & Sport**
Aletsch Bahnen, Golf Club,
Sport Geschäfte
- Coworking Space**
Chalet Roby Riederalp

- Workation Center Riederalp**
Testlauf ab Herbst 2024
Co-Working Space
10-20 Ferienwohnungen
1-2 Hotel
- Workation Center Bettmeralp**
Co-Working Space
10-20 Ferienwohnungen
1-2 Hotel
- Freizeitangebote**
Ski, Bike, Wandern, Golf
- Workation Center Fiesch**
Co-Working Space
10-20 Ferienwohnungen
1-2 Hotel

4. Strategie & Projekte

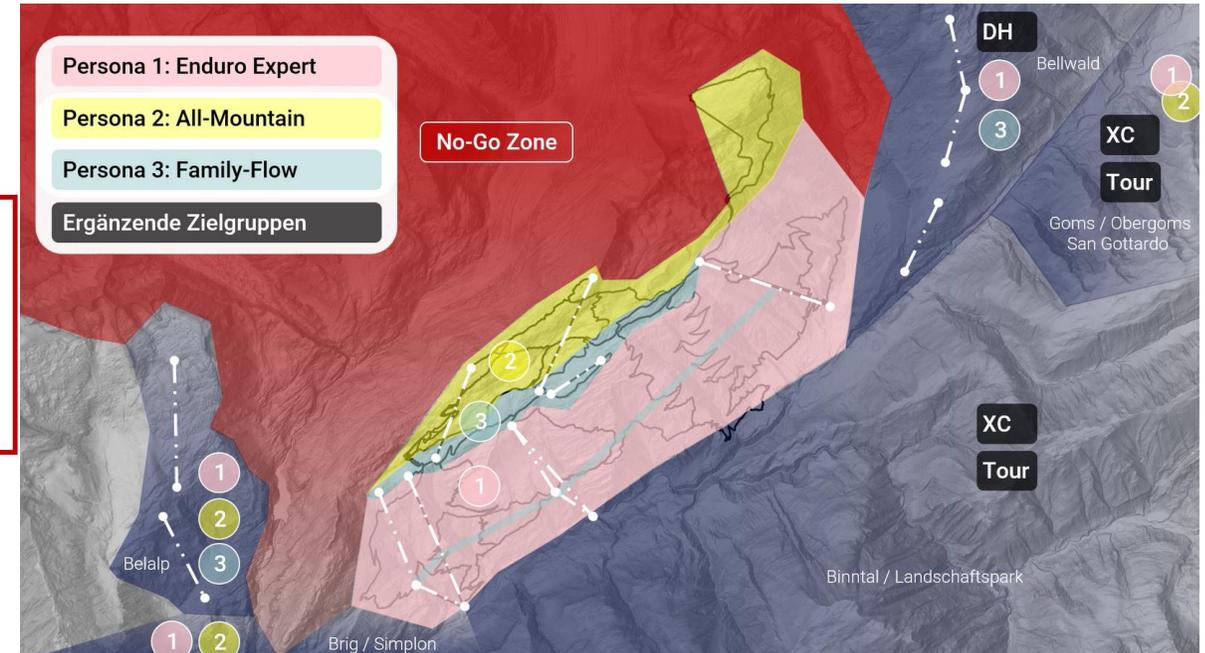
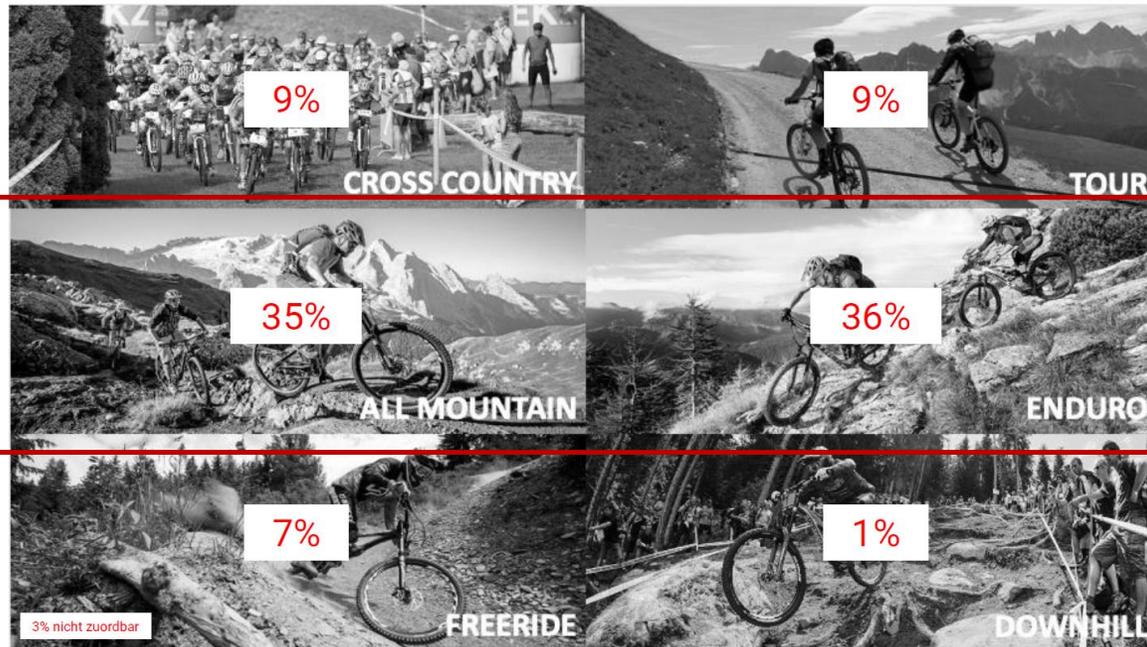
Strategische Projekte – Bike



4. Strategie & Projekte



Masterplan Mountainbike Aletsch Arena - Positionierung



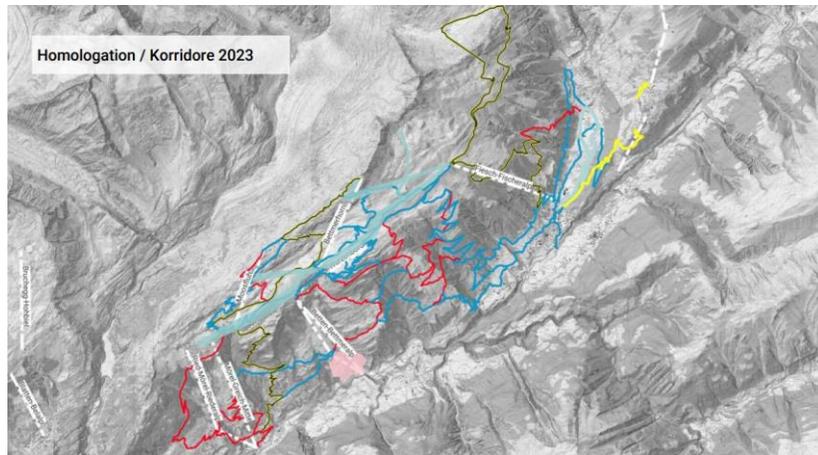
4. Strategie & Projekte



Masterplan Mountainbike Aletsch Arena - Handlungsfelder

Produkt Trail-Netz

Massnahmen	Zeitperiode	Kosten
1. Erstinterventionen Bike-Netz	2021-2023	CHF 450'000
2. Homologation Haupt-Routen (Schweiz Mobil)	2024	
3. Signalisation Haupt-Routen	2024	CHF 80'000
4. Professioneller Unterhalte Bikerouten	ab 2025	CHF 100'000-200'000 p.J.
5. Bau Korridore und Flowtrails	2025-2030	CHF 1.6 – 4.0 Mio.



Identität Branding

Massnahmen	Zeitperiode	Kosten
1. Marketing Enduro MTB Aletsch	ab 2024	CHF 50'000 p.J.
2. Enduro MTB Events (WC, WM, SES)	2024-2030	CHF 250'000 p.J.



Services Zielgruppengerechte Angebote

Massnahmen	Zeitperiode	Kosten
1. Angebote & Services Bahnen	2024	tbd
2. Angebote & Services Unterkünfte	2025-2026	tbd
3. Angebote & Services Sport G. & Trails	2025-2026	tbd



4. Strategie & Projekte



Masterplan Mountainbike Aletsch Arena – Identität/Branding

EIN NACHHALTIGER WEG

2008 - Heute	iXS Downhill Cup Bellwald (2024 folgt 16. Ausgabe)
2022	Swiss Enduro Series Aletsch Arena
2023	Swiss Enduro Series – Schweizer Meisterschaft Aletsch Arena
2024	UCI Enduro World Cup Aletsch Arena - Bellwald
2025	UCI Mountainbike Enduro Weltmeisterschaft Aletsch Arena - Bellwald
2026 +	Bedeutender Austragungsort internationaler und nationaler Mountainbike Rennen



4. Strategie & Projekte



Masterplan Mountainbike Aletsch Arena – Identität/Branding

Weltcup 2024



- Rechtsinhaber Warner Bros. Discovery Sports
- 12. - 14. Juli 2024
- 4 Rennen (Elite, Junioren, E-Enduro, Master)
- 8-900 Athletinnen und Athleten
- 3'500 Zuschauer
- CHF 1.2 Mio. Wertschöpfung
- 50 akkreditierte Medienvertreter v.O.
- 1'700 akkreditierte Medienvertreter
- 55 Mio. TV Zuschauer
- 200 Länder
- 134 Mio. SOME Impressions
- 2.5 Mio. Besucher Webseite
- 6'000 Medienberichte
- CHF 72.9 Mio. Wert



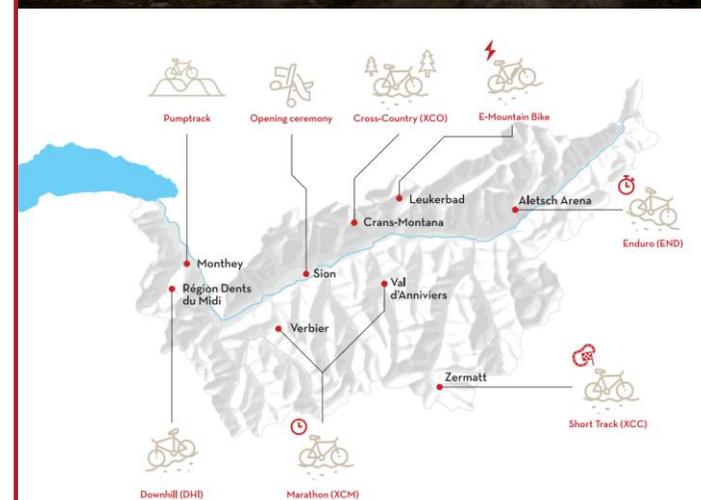
UCI MOUNTAIN BIKE WORLD SERIES 2024 CALENDAR

	12-14 APR	MAIRIPORÁ	BRA	XCO, XCC
	19-21 APR	ARAXÁ	BRA	XCO, XCC
	03-05 MAY	FORT WILLIAM	GBR	DHI
	10-12 MAY	FINALE	ITA	EDR
	17-19 MAY	BIELSKO-BIALA	POL	DHI, EDR
	24-26 MAY	NOVÉ MĚSTO	CZE	XCO, XCC
	07-09 JUN	LEOGANG	AUT	DHI, EDR
	14-16 JUN	VAL DI SOLE	ITA	XCO, XCC, DHI
	21-23 JUN	CRANS-MONTANA	SUI	XCO, XCC
	28 JUN - 07 JUL	HAUTE-SAVOIE	FRA	XCO, XCC, DHI, EDR
	12-14 JUL	ALETSCH ARENA	SUI	EDR
	06-08 SEP	LOUDENVILLE	FRA	DHI, EDR
	27-29 SEP	LAKE PLACID	USA	XCO, XCC
	04-06 OCT	MONT-SAINTE-ANNE	CAN	XCO, XCC, DHI

Weltmeisterschaft 2025



- Rechtsinhaber UCI
- 8.-9. September 2025
- 4 Rennen (Elite, U21, E-Enduro, Master)
- 8-900 Athletinnen und Athleten
- 7'000 Zuschauer
- CHF 1.8 Mio. Wertschöpfung
- 100 akkr. Medienvertreter v.O.
- 2'500 akkr. Medienvertreter
- 9 Live Produktionen
- 50 Mio. TV Zuschauer
- 115 Länder
- 7 Mio. SOME Followers
- CHF 1.6 Mio. Promokampagne Bike Valais



4. Strategie & Projekte



Masterplan Mountainbike Aletsch Arena – WC-/WM-Strecke



Rennstrecke mit Bike (Stages)

Stage 1: Bettmerhorn
Bettmerhorn-Riederalp

Stage 2: Eggishorn
Talegga-Wartbiel

Stage 3: Fieschertal
Fiecheralp - Fieschertal

Stage 4: Bellwood
Bergstation - Bellwald

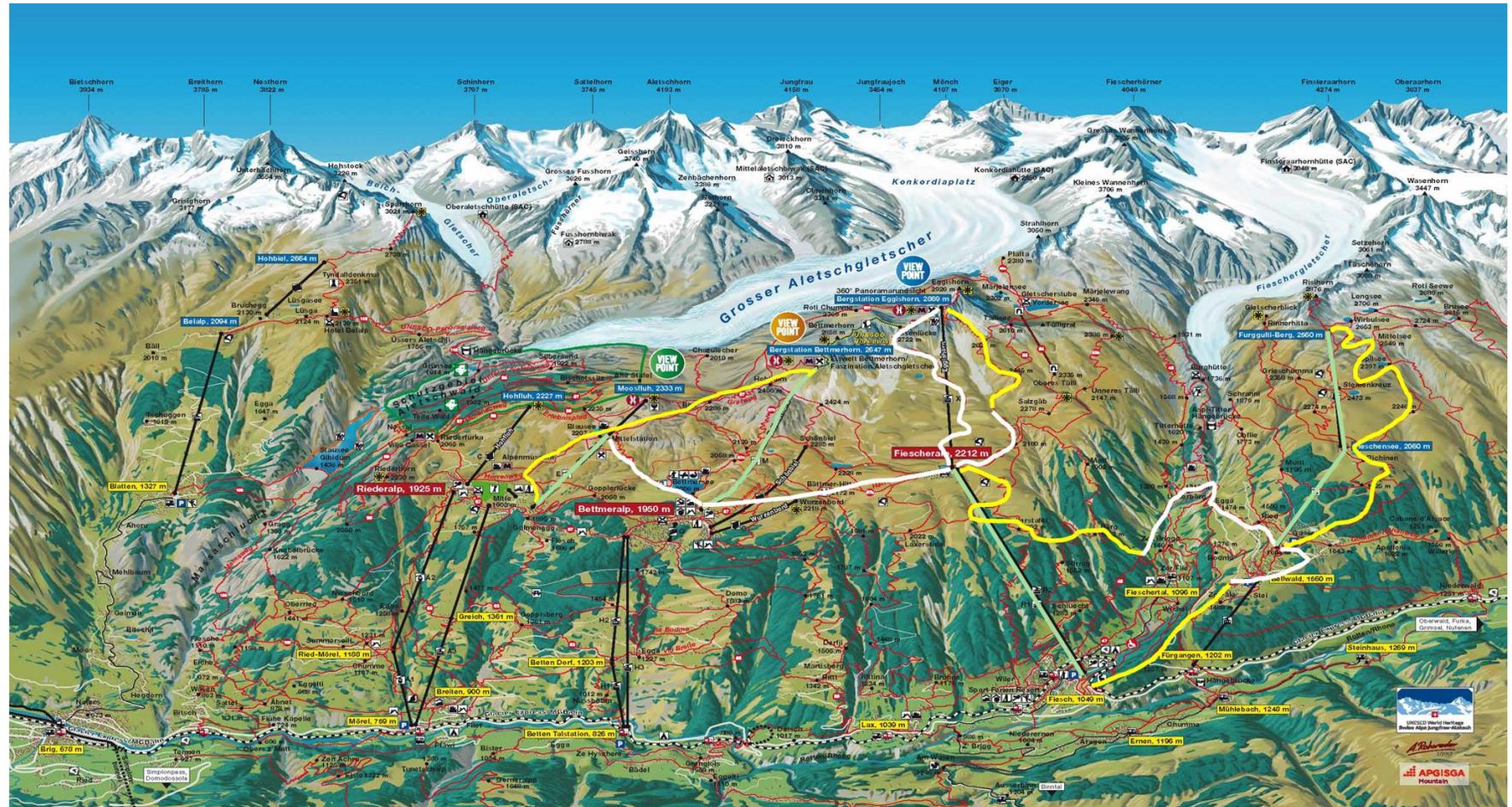
Stage 5: Gibelegga
St. Anna - Fiesch



Verbindungsstrecke mit Bike



Verbindungsstrecke mit Bahn



4. Strategie & Projekte



Danke!