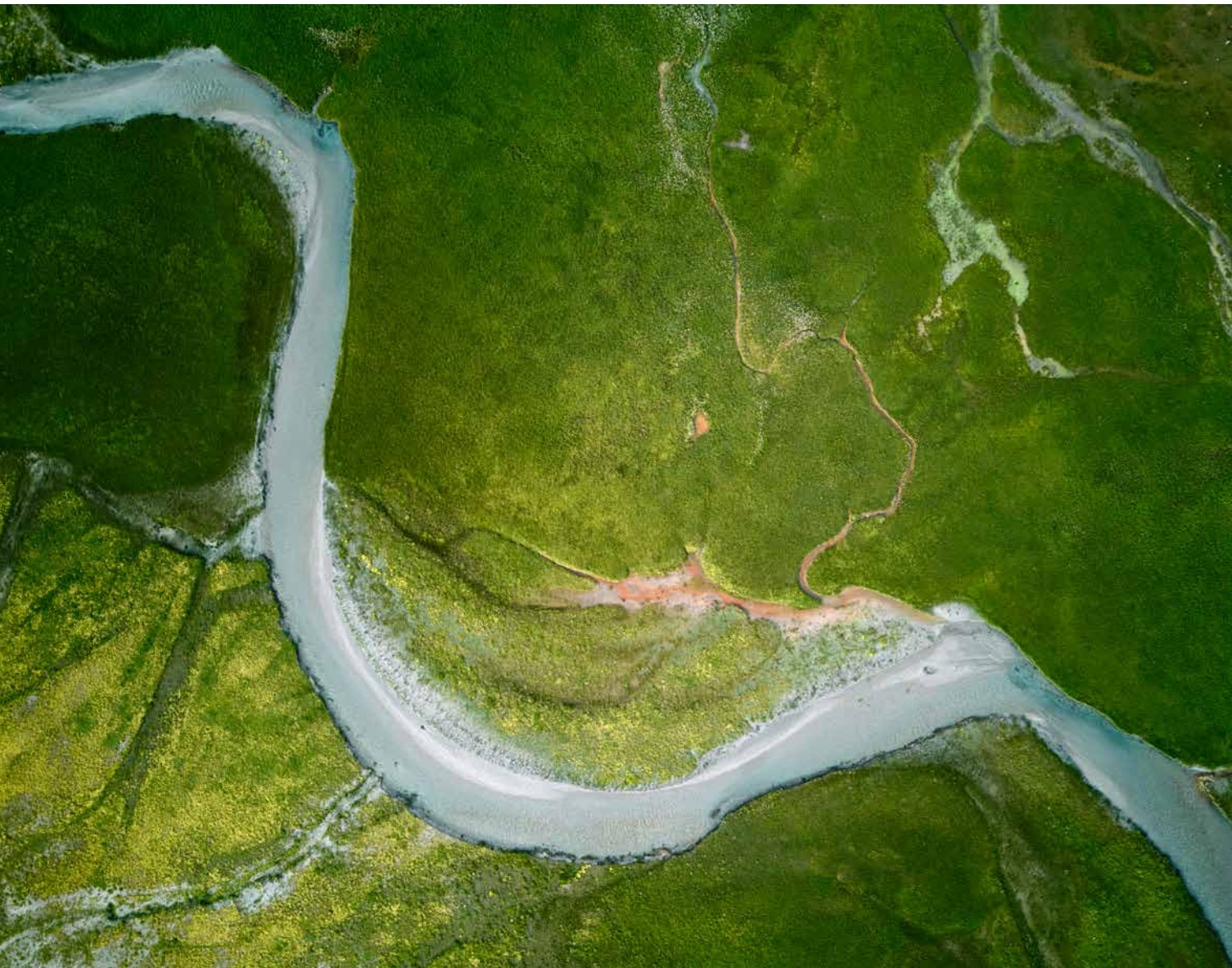
FLIMS LAAX FALERA
Management AG

Geschäftsbericht 2024/25



Inhalts-verzeichnis

Einladung Generalversammlung	5
Vision	6
Vorwort des Präsidenten	8 – 10
Vorwort des Vorsitzenden der Geschäftsleitung	14 – 16
Projekte und Events	18 – 21
Reservation Unterkünfte	22 – 23
Marketing & PR	24 – 29
Digitale Gästekarte Customer Experience	30 – 33
Facts & Figures • Meilensteine • Organigramm • Organisation • Statistik	34 – 47
Jahresrechnung	46 – 57

14. Generalversammlung der FLFM AG

am Mittwoch, 25. Juni 2025, 11–11.45 Uhr
Hotel Adula, Via Sorts Sut 3, 7018 Flims

Einladung für

- Aktionäre der Flims Laax Falera Management AG
- Mitglieder des Verwaltungsrats der Flims Laax Falera Management AG
- Gemeindevorstände der Gemeinden Flims, Laax und Falera / Vorstand HV FLF / Vorstand Handel und Gewerbe / Geschäftsleitung WAG
- Curia AG – Revisionsstelle – Arno Felix
- Contoura AG – Adrian Wolf

Traktanden

1. Begrüssung und Orientierung des Präsidenten
2. Wahl des Stimmenzählers
3. Genehmigung der Traktandenliste
4. Genehmigung Protokoll der 13. GV der FLFM AG vom 26. Juni 2024
5. Genehmigung Jahresbericht 2024 / 25, Jahresrechnung 2024/25, Bericht der Revisionsstelle
6. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinnes
7. Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates
8. Wahl des Verwaltungsrates
9. Wahl der Revisionsstelle
10. Varia

Flims, 22. Mai 2025

Christoph Schmidt
Verwaltungsratspräsident

Vision

Wir sehen Tourismus nicht nur als eine Reise, sondern als Schlüsselkomponente für den langfristigen nachhaltigen Erfolg unserer Destination. Der Tourismus ist die treibende Kraft für lokalen Wohlstand – indem er nicht nur Gäste anzieht, sondern auch ein Umfeld schafft, das lokale Unternehmen stärkt, Arbeitsplätze generiert und nachhaltige Prosperität in unserer Gemeinschaft ermöglicht. Dadurch eröffnen sich neue Chancen, um unsere Destination als führende Tourismusdestination zu positionieren. Unser Bestreben nach einer strukturierten und partizipativen Koordination wird dazu beitragen, die gesamte Destination zu stärken und die positiven Auswirkungen des Tourismus zu maximieren. Gemeinsam werden wir eine fortschrittliche Destination aufbauen, die nicht nur wirtschaftlichen Erfolg bringt, sondern auch den Schutz der Umwelt, soziale Verantwortung und kulturelle Vielfalt fördert.

Christoph Schmidt
Präsident des Verwaltungsrates
Flims Laax Falera Management AG

Vorwort des Präsidenten

Das vergangene Geschäftsjahr war in erster Linie durch den Transformationsprozess geprägt. Eine bedeutende Weichenstellung erfolgte am 1. Mai 2024, als die Flims Laax Falera Management (FLFM AG) von der Weissen Arena Gruppe (WAG) formell den Kommunikationsauftrag bzw. die Markenführung übernahm. In diesem Zusammenhang ging es für uns zuerst um eine Bestandesaufnahme und darum, festzustellen, wie sich die Werte unserer Destination Flims Laax Falera am besten in einer übergreifenden Marke widerspiegeln lassen. Daraus wurde die neue Marke Flims Laax entwickelt, welche im Juni 2024 lanciert wurde – ein wichtiger Meilenstein für eine zukünftige, mehrsaisonale Entwicklung unserer Region.

Der auf Anfang September geplante Neubeginn mit einem neuen Geschäftsführer hat sich nicht wie erwartet entwickelt und es zeichneten sich bereits zu Beginn unterschiedliche Vorstellungen bezüglich strategischer und operativer Führung ab. Umso erfreuter war der Verwaltungsrat, dass sich die Frage der Geschäftsführung zufriedenstellend und innerhalb kurzer Frist mit der Wahl von Jascha Schmid (seit sechs Jahren bei der FLFM AG, Geschäftsleitungsmitglied und vier Monate Interim-Geschäftsführer) intern lösen liess. Er geniesst seit Jahren das Vertrauen des ganzen Teams und der Leistungspartner. Eine seiner wichtigsten Aufgaben im vergangenen Geschäftsjahr bestand darin, die Organisation zu stabilisieren und vakante Stellen bei der FLFM AG zu besetzen, um die volle Leistungsfähigkeit für die neu an das Unternehmen gestellten Aufgaben zu erlangen.

Einer der Schwerpunkte der Arbeit der Destinationsmanagementorganisation (DMO) und insbesondere der Gemeinden und Leistungspartner lag auf dem weiteren Ausbau von Infrastrukturen und Projekten, mit denen wir erfolgreich die Zukunft gestalten wollen. Allen voran ist der FlemXpress zu erwähnen, dessen dritte sowie vierte Sektion bis Segnes und Nagens Sura im Dezember 2024 in Betrieb genommen werden konnten. Die Fertigstellung der letzten Etappe bis Cassons/Ils Cugns wird in den kommenden Monaten auf die Wintersaison 2025/26 erfolgen. Eingeweiht werden konnte auch das neue Restaurant am Caumasee, das die touristische Perle von Flims im Sommer wie auch im Winter noch attraktiver macht.

Es sind neue Leuchttürme in der Destination geplant, auf die ich mich freue. Einer davon ist der Neubau der Milchseilbahn in Fidaz, die eine attraktive zusätzliche touristische Erschliessung des Welterbes Tektonikarena Sardona via Flimserstein sein wird. Noch etwas geduldden müssen wir uns hingegen mit einem weiteren touristischen Leuchtturm, dem Neubau des Sportzentrums Prau la Selva. Es soll im Jahr 2028 fertiggestellt sein. Zurzeit befinden wir uns mit der Planung in den Anfängen.

Ebenso wichtig wie die Vielfalt an Aktivitäten sind für den Gast die Möglichkeiten von Gastronomie- und Genusserlebnissen am Berg. Zu solch einem Erlebnis wird das neue Restaurant auf Foppa beitragen, das voraussichtlich im Sommer 2026 den Betrieb aufnimmt, wie auch der geplante Restaurant-Neubau auf der Runca Höhe.

Es freut mich, dass wir im Geschäftsjahr 2024/25 die Umsetzung weiterer Projekte und Veranstaltungen erfolgreich begleiten, aufgleisen oder abschliessen konnten. Dazu gehört der Bau des Ami-Sabi-Kügelibahn-Wanderwegs und die neue Bike-Strecke ab Foppa. Sie ist Bestandteil des Masterplans Langsamverkehr, zu dem die FLFM AG wesentlich beigetragen hat. Zudem konnten wir eine alte Pendenz erledigen und im Destinationsvertrag die Zuständigkeit für den Unterhalt der Bike-Strecken und Wanderwege zwischen den Leistungspartnern und Gemeinden neu regeln. Dies mit dem Anspruch, dem Gast ein qualitativ hochwertiges Weg- und Streckennetz bieten zu können. Die auf den Winter 2024/25 eingeführte Projektlogik zur Unterstützung von Veranstaltungen und Finanzierung von Projekten schafft nicht nur mehr Transparenz, sondern unterstützt die Organisation bei der gezielten, strategischen Verwendung der Mittel.

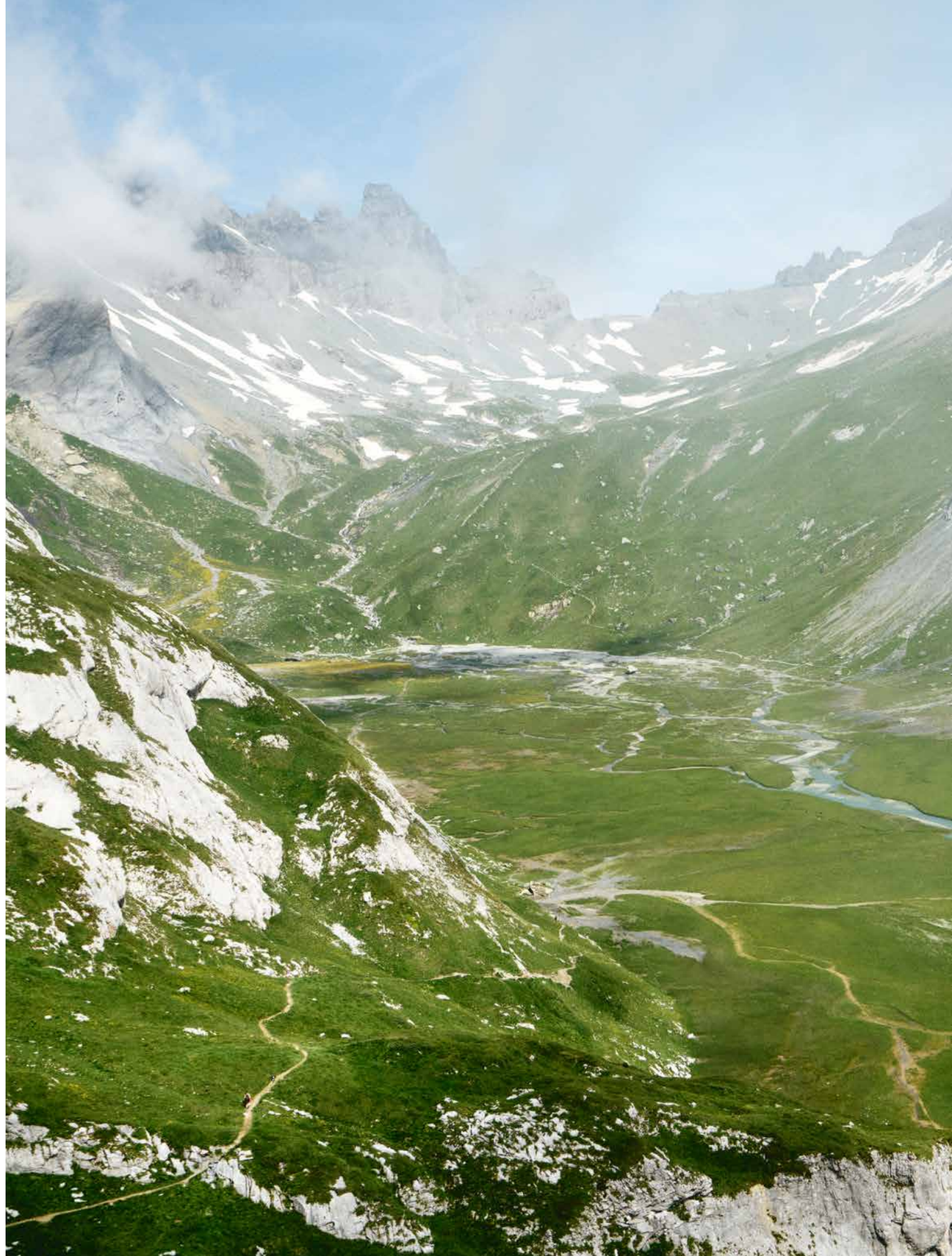
Unsere Destination verfügt über eine unvergleichliche Natur und heute über eine ganze Reihe von phänomenalen Produkten. Deshalb müssen unsere Bemühungen dahingehend ausgerichtet sein, diese einerseits durch unsere Leistungspartner, andererseits durch die FLFM AG in Wert zu setzen, damit der Gast diese Produkte auch entsprechend positiv wahrnimmt. Es gehört zweifellos zu den Hauptaufgaben einer Tourismusorganisation, die Koordination unter den Leistungspartnern im Sinne des Gastes zu gewährleisten. Gleichzeitig geht es für uns um die Markenführung und die Destinationskommunikation, das heisst, wir müssen das, was uns wertvoll macht, an den Gast herantragen. Wir sind als Koordinator und Kommunikator gewissermassen das Schmierfett zwischen den Zahnrädchen. Diesbezüglich sind wir auf gutem Weg. Ich bin zuversichtlich, dass wir im Jahr 2025/26 bedeutendere Schritte weiter sein werden als im vergangenen Jahr.

Ich habe mir das Ziel gesetzt, das Auf und Ab in der Gefühlslage der Leistungs- und Ansprechpartner in der Destination, das ich in den vergangenen Jahren erlebt habe, hinter uns zu lassen. Stattdessen möchte ich im Dialog ein Zukunftsbild unserer Destination erschaffen. Wohin wollen wir? Wo können wir erfolgreich sein? Es ist mir ein grosses Anliegen die Gemeinden, die WAG, die Hotellerie und das Gewerbe in diesen Prozess einzubinden, damit wir die Destination zusammen entwickeln können. Dazu zählen natürlich auch die Zweitheimischen.

Für die Zukunft bin ich zuversichtlich. Der zurückliegende Winter war sehr erfolgreich und die bestehenden und zukünftigen Produkte sind sehr vielversprechend. Nun liegt es an uns, diesen Diamanten zu schleifen, damit unsere Zukunft über das Jahr verteilt noch erfolgreicher sein wird.

Mein grosser Dank gilt nicht zuletzt dem ganzen Team der FLFM AG. Die Mitarbeitenden haben es in dieser nicht einfachen Übergangszeit geschafft, die Aufgabe der Tourismusorganisation bestens wahrzunehmen und unsere Destination Flims Laax Falera gegen aussen von ihrer besten Seite zu zeigen.

Christoph Schmidt
Präsident des Verwaltungsrates
Flims Laax Falera Management AG



Jascha Schmid
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Vorwort des Vorsitzenden der Geschäftsleitung

Die Flims Laax Falera Management AG (FLFM AG) befindet sich seit Monaten im Umbruch, das heisst im Transformationsprozess. Durch die im Jahr 2023 eingeleitete Neuorganisation und strategische Neuausrichtung änderten sich auch für mich meine Funktion und mein Aufgabenbereich. Ab Januar 2024 war ich zunächst ad Interims-Geschäftsführer und seit Oktober 2024 bin ich Vorsitzender der Geschäftsleitung.

Die Destination Flims Laax Falera ist auf dem Weg in eine Zukunft, in der die FLFM AG vor allem für die Koordination und Interaktion zwischen den Akteuren zuständig ist. Zu den Akteuren gehören der Verwaltungsrat der FLFM AG, die Leistungsträger, die FLFM AG als Destinationsmanagementorganisation (DMO) und die lokale Bevölkerung. Am Ende des Transformationsprozesses soll sich die Destination als leistungsfähiges, innovatives und nachhaltig handelndes Netzwerksystem präsentieren.

Ein erster grosser Schritt der Veränderung im Geschäftsjahr 2024/25 erfolgte im Mai 2024. Das Marketing, das bis dahin im Leistungsauftrag der Weissen Arena Gruppe (WAG) oblag, ging zurück in den Aufgabenbereich der FLFM AG. Dies führte zur Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden im Bereich Marketing, aber auch in den Bereichen PR und Kommunikation sowie Customer Experience. Die neuen im Team nahmen in den Monaten Juni und Juli ihre Arbeit auf. Im Mai 2024 ging es zudem um den Launch der Marke Flims Laax, mit der die bisherige Zwei-Marken-Strategie abgelöst wurde.

Als Folge der neuen Destinationsstrategie wurde per Mai 2024 beschlossen, die Leitung der Gästeinformation Falera an die Gemeinde im Leistungsauftrag zu übergeben. Für die Gästeinformation Laax besteht diese Lösung bereits seit 2019. Die FLFM AG wird die Tourismusbüros weiterhin unterstützen, für die Qualitätskontrolle zuständig sein und die Mitarbeitenden schulen.

Zur neuen Rolle der FLFM AG gehört die Unterstützung der Leistungsträger bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Projekte und Events. Dies erforderte eine Transformation vom klassischen Produktmanagement zum Projektmanagement. Im Dezember 2024 wurde die Projektlogik eingeführt. Hierzu wurde als Steuerungsinstrument ein Fonds zur Finanzierung von Projekten eingerichtet, der jährlich mit 1,25 Millionen Franken geäuffnet wird. Dieser steht den Gemeinden und den Leistungsträgern zur Verfügung, um innovative und für die Destination strategiekonforme Projekte, Infrastrukturen und Vorhaben zu finanzieren. Dabei geht es grundsätzlich immer um eine Anschubfinanzierung und nicht um einzelbetriebliche Förderungen. Der Verwaltungsrat der FLFM AG entscheidet über den entsprechenden Projektantrag. Die Intension des Fonds ist es, die Zusammenarbeit im Netzwerk zu fördern und damit die Leistungsträger stärker einzubinden.

Als logische Folge der Projektlogik musste nach 27 Jahren der Betrieb und Unterhalt der Bike- und Wanderwege in der Destination neu geregelt werden. Neu ist die FLFM AG für die Koordination des Unterhalts und Betriebs zuständig. Der WAG wurde im Leistungsauftrag der Betrieb und der Unterhalt der Mountainbike-Routen und Downhill-Pisten übertragen. An der Finanzierung beteiligt sich die FLFM AG zu 50 Prozent. Für die Wanderwege sind die Gemeinden zuständig.

Wir haben uns ambitionierte Ziele gesetzt. Diese betreffen unter anderem auch die Neu-Erschliessung des UNESCO-Welterbes, die für zusätzliche 100 000 Bergbahn-Ersteintritte bis Ende Sommer 2027 sorgen soll. Wir versprechen uns eine bedeutende Zunahme der Wander- und Sightseeing-Gäste. Darüber hinaus wird sowohl in der Welterberegion wie auch im übrigen Gebiet des FlemXpress das Angebot an attraktiven Wanderwegen und einfachen Bike-Trails weiter ausgebaut und verbessert.

Im Januar 2025 wurde unser neues Partnerportal flf.ch gelauncht. Unsere Leistungspartner finden dort alle für sie massgebenden Informationen und Echtzeitdaten. Dank der Dashboards sind jederzeit erste Zahlen betreffend Übernachtungen, Buchungen, Auslastung und vieles mehr verfügbar.

Der intensive Transformationsprozess hat uns in vielerlei Hinsicht herausgefordert und gefordert. Unser Fokus lag auf personellen Fragen, dem Launch der neun Destinationsmarke, Einführung der Projektlogik und den Leistungsaufträgen. Zeitweise ist es zu Engpässen gekommen, so hatten wir im Mai 2024 im Bereich Events keine Mitarbeitenden mehr. Mit einem Rumpfteam und im «Überlebensmodus» versuchten wir die uns gestellten Aufgaben bestmöglich zu erledigen. Die zuvor im Leistungsauftrag an die WAG ausgelagerte Abteilung Marketing startete vergangenen August und September mit zwei neuen Mitarbeitern und wurde im März 2025 um eine Teilzeitstelle erweitert; die Stelle der Marketing- und Kommunikationsleitung war bis zum Ablauf des Geschäftsjahrs vakant.

Erfreulich verlief das Geschäftsjahr hinsichtlich Logiernächte. Mit insgesamt 454 407 Logiernächten konnte ein solides Wachstum von 2,6 % gegenüber dem Vorjahr erzielt und der seit der Pandemie bestehende rückläufige Trend überwunden werden. Hauptverantwortlich für diesen Erfolg war die starke Wintersaison: 271 377 Logiernächte bedeuten das zweitbeste Winterergebnis der letzten sechs Jahre, nur knapp unter dem Rekordjahr 2021/22. Auch im langfristigen Vergleich zeigt sich die positive Entwicklung deutlich. Gegenüber dem Geschäftsjahr 2018/19 – dem letzten Jahr vor der Pandemie – entspricht das Ergebnis einem Zuwachs von rund 25,5 %. Trotz eines leichten Rückgangs der Sommerzahlen gegenüber dem Vorjahr konnte der Winter diesen mehr als ausgleichen und zu einem insgesamt sehr erfolgreichen Tourismusjahr für die Destination beitragen.

Oscar Wilde sagte: «Eine Destination soll ein Ort sein, wo Tourismus als Phänomen beobachtet, und in der Art erkannt wird, dass Anbieter daraus auch einen wirtschaftlichen Nutzen ableiten können.» Mit diesem Anspruch sollten wir die Zukunft von Flims Laax Falera gestalten.

Jascha Schmid
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Jascha Schmid,
Johannes Schilder,
Manuela Möhl,
Amanda Krüttli,
Louise Bertone

Projekte und Events

Müssten wir für den Bereich Events im vergangenen Geschäftsjahr in einem einzigen Satz Bilanz ziehen, so wäre es dieser: «Wir haben überlebt!». Die längere Version dieser Bilanz zeigt, worin unsere vielfältigen Herausforderungen bestanden.

Die strategische Neuausrichtung der Flims Laax Falera Management AG (FLFM AG) führte zu einer Überprüfung unserer Verträge und Partnerschaften. Die Event-Abteilung erhielt ebenfalls eine neue Ausrichtung. Künftig wollen wir die Eventförderungen nur als Anschubfinanzierung nutzen und mithelfen, neue Formate anzustossen bzw. ins Laufen zu bringen. Mit strategischen Events wollen wir zudem neue Marktsegmente erschliessen.

Die Einführung der Projektlogik bedingte, dass wir gemeinsam mit unseren Partnern neue Grundlagen für die Zusammenarbeit im Eventbereich erarbeitet haben. Die Leistungsträger erhalten dadurch die Möglichkeit, sich zukünftig in einem standardisierten Verfahren an uns zu wenden und mit uns auf Augenhöhe zusammenzuarbeiten.

Insgesamt haben wir im vergangenen Geschäftsjahr 20 Events mit Sponsoring-Geldern unterstützt und ca. 37 000 Tages- und Übernachtungsgäste empfangen. Sechs davon haben wir selbst durchgeführt. Diese haben insgesamt 14 660 Gäste angezogen.

Zu den erfolgreichen Anlässen gehörten die Schach-Einzelmeisterschaften mit 400 Teilnehmenden an sieben Wettkampftagen. Für die Destination ausgezahlt hat sich auch die Highline-WM, die Media Coverage des Events bestand aus 2598 Beiträgen, die in 195 Ländern ausgestrahlt worden sind. An den zweitägigen Swiss Enduro Series und Enduro-Schweizermeisterschaften nahmen 430 Fahrer teil, besonders erfreulich dabei, dass mit Basil Weber sowie Anita und Caro Gehrig sich drei Locals in die Gewinnerliste eintragen konnten. Erneut auf grosse Resonanz stiessen auch die Discovery Days: In drei Tagen durften wir 1250 Gäste in der Waldhaus Arena begrüssen. Selbst unsere kleinen Gäste nutzten begeistert eines unserer Angebote: Zum Saisonstart in die Sommersaison zählten wir beim Connschifffliren-nen 750 Besuchende. Dank des perfekten Wetters zelebrierten ca. 5000 Gäste den Abstieg der Kühe nach einem langen Alpsommer – ein neuer Besucherrekord!

Mit einem neuen Team versuchten wir in den vergangen Monaten den Fokus auf eine Steigerung der Qualität der Events in Flims Laax Falera zu legen. Dies mit dem Ziel, dem Gast ein Erlebnis zu bieten, das im Gedächtnis haften bleibt. Diese Devise gilt auch für die Zukunft. Für unvergessliche Momente sollen auch unsere neu aufgegleisten Projekte sorgen.

Im Bereich Bike koordinieren wir zusammen mit den Gemeinden den Ausbau der Infrastrukturen, sprich Trails. Es geht in erster Linie um neue einfache und familientaugliche Trails und um das Schliessen von Lücken in der Region des FlemXpress. Der Neubau von zwei neuen Bike-Trails ab Foppa und Startgels ist vorbereitet und kann im Sommer 2025 in Angriff genommen werden. Zu erwähnen ist die Anbindung der bestehenden Nagens Trails an die neue Bergstation Nagens Sura.

Wichtige Weichenstellungen erfolgten auch bezüglich Tektonikarena Sardona. Das Welterbe wird durch den FlemXpress eine weit grössere Bedeutung und Anziehungskraft erhalten als

bisher. Wir sind verantwortlich für die Besucherlenkung, die Erarbeitung wichtiger Besucherregeln und die Bereitstellung und Publikation von Informationen.
Zugleich haben wir uns intensiv dem Ausbau des Wanderwegnetzes in der Destination gewidmet. Ein neuer Rundwanderweg auf Ils Cugns (Cassons) bietet drei Aussichtspunkte mit spektakulären Weitblicken und ein weiterer neuer Wanderweg führt vom Oberen zum Unteren Segnesboden. Auf dem Wanderweg, der um den Unteren Segnesboden führt, aber bisher nicht vollständig, schliessen wir die bestehende Lücke.

Weitere erfolgreich durchgeführte Veranstaltungen:

- Connschiffli Rennen
- Konzert am Laaxersee
- Swiss Enduro Series
- Schweizer Meisterschaft Enduro MTB
- Highline WM
- Alpabzug
- Discovery Days
- Schweizer Schacheinzelmeisterschaften
- Waldweihnachten Laax

Event Sponsorings

- Kinderfest Laax
- Il Cuors da Flem
- Transalp Waterline
- Flims Festival
- Sommerkonzerte Falera
- Ballonwochen Flims
- Adventsmarkt Flims
- Miss Arena Alva
- Culartа Laax
- Natura Waldtag
- Twins Womens Bike Camps
- Gravel and Coffee Ride Out
- Benis Super G
- La Fermata

Dörte Weise
Andrea Jäger

Reservation Unterkünfte

Wie ist das Vorgehen, wenn Ferienwohnungseigentümer*innen oder Hoteliers sich dafür entscheiden, ihre Liegenschaft über die Flims Laax Falera Management AG vermieten zu lassen?
Das Vorgehen im Falle einer Zusammenarbeit ist sehr einfach: Die jeweiligen Leistungspartner setzen sich mit uns in Verbindung, wir vereinbaren (wenn möglich) einen persönlichen Termin, klären die Vertragssituation, die Wohnung wird im Buchungssystem erfasst und die Leistungspartner können ihre Konditionen wie Preise und Verfügbarkeiten vervollständigen. Bei Bedarf vermitteln wir einen Fotografen für professionelle Bilder. Die Aufschaltung der Objekte dauert wenige Tage und ist nach der kompletten Eingabe der Daten sofort für Gäste buchbar.

Was für einen Vorteil bietet sich einem Hotelier oder Ferienwohnungsbesitzer*in, wenn er oder sie die Unterkunft über euch vermieten lässt?
Hoteliers und Ferienwohnungsbesitzer*innen haben die Möglichkeit, ihre Konditionen, wie zum Beispiel Preise und Verfügbarkeiten selbst zu bestimmen. Jeder darf entscheiden, in welchem Rahmen er/sie das Objekt vermieten möchte. Zudem profitieren alle Leistungsträger von unserer Partnerschaft im Bereich Datenmanagement mit Graubünden Ferien. Das Support-Team von Graubünden Ferien unterstützt uns hier in vielen Belangen. Dem Team der Reservationsabteilung ist Vertrauen enorm wichtig, daher versuchen wir jeden Leistungsträger individuell zu beraten und persönlich kennenzulernen. Wir legen grossen Wert darauf, die Zahl ungenutzter oder selten vermieteter Ferienunterkünfte in der Destination Flims Laax zu reduzieren. Dadurch können wir die Auslastung in der Region steigern und die wirtschaftliche Effizienz verbessern.

Welche Produktneuheiten im Bereich Reservation wurden im Geschäftsjahr 2024/25 umgesetzt?
In den vergangenen Monaten durften wir neben dem Reservationstagesgeschäft an verschiedenen Projekten arbeiten und diese realisieren.

Um die Zusammenarbeit mit unseren Leistungsträgern wie Ferienwohnungseigentümer*innen, Hotels und Agenturen weiterhin zu stärken, wurde das Buchungssystem «TOMAS» aktualisiert und die Bedienung vereinfacht. Seit Herbst 2024 steht das neue Buchungsprogramm «TSmart» allen unseren Leistungspartner*innen zur Verfügung und bietet neben einem ansprechenden und benutzerfreundlichen Design zahlreiche neue Möglichkeiten für die Vermietung von Ferienunterkünften und Hotelzimmern.

Um Veranstaltungsanfragen einfacher und effizienter abwickeln zu können, können Kunden Seminarräumlichkeiten der Waldhaus Arena Flims direkt über unseren Webshop flimslaax.com schnell und unkompliziert online buchen. Anfragen für die Eventhalle der Waldhaus Arena Flims werden weiterhin direkt über die Reservationsabteilung vorgenommen und bearbeitet.

Schlusswort
Wir sind sehr stolz auf das, was wir als Team in den vergangenen Monaten erreichen konnten – mit Professionalität und Vertrauen möchten wir auch in Zukunft die Reservationsabteilung mit tollen Angeboten für unsere Gäste und Leistungspartner weiterentwickeln.

Lisa Lerchi,
Florian Frey,
Marco Lemmenmeier

Marketing & PR

Nach sieben Jahren, in denen die Vermarktung der Destination via Leistungsauftrag bei der Weissen Arena Gruppe lag, übernahm interimistisch eine Agentur – bis der Bereich im Rahmen des Transformationsprozesses wieder zurück zur Flims Laax Falera Management AG geholt wurde. Ziel war und ist der vollständige Neuaufbau einer eigenen Marketing- und Kommunikationsabteilung – personell, strukturell und prozessual.

Im August und September 2024 nahmen die ersten beiden Teammitglieder ihre Arbeit auf. Seit März 2025 verstärkt eine zusätzliche Teilzeitstelle das Team. Die Position der Marketing- und Kommunikationsleitung ist per Ende Geschäftsjahr vakant.

Markenauftritt trotz Rumpfteam
Ein kleines Team, dazu doppelte Übergaben: Dass operative Wirkungskraft nicht von Tag eins gegeben ist, liegt auf der Hand. Gleichzeitig bestanden der Anspruch und Wille, die neu lancierte Marke möglichst rasch und wirkungsvoll nach aussen zu tragen.

Der über fünf Jahre etablierte «Bergherbst» bot sich als ideale Plattform, die neue Markenidentität erstmals zu präsentieren. In kürzester Zeit wurde eine Kampagne für die primären Zielmärkte konzipiert und lanciert. Erklärtes Ziel: potenziellen Gästen, Einheimischen und Zweitheimischen mittels einladenden Herbstsujets unsere Destination als attraktives Ziel für einen Herbstausflug ins Bewusstsein zu rufen. Dies primär über Plakate, Digital-Out-Of-Home-Kanäle sowie auf Social Media. Auch wenn das Wetter im Oktober dem erhofften Effekt entgegenwirkte, gelang eine erste sanfte Etablierung der neuen Marke.

Winterkampagne mit Breitenwirkung
Der nächste logische Schritt: eine Winterkampagne. Auch diese wurde in kurzer Zeit entwickelt. Der Werbeclip mit der Botschaft «Join me next time» wurde an ein bedeutend grösseres und breiteres Publikum herangetragen und generierte ergo auch viel mehr Reichweite. Das angestrebte Ziel hierbei: Awareness für die Destination erhöhen und damit kurzfristige Aufenthalte und Übernachtungen während des Winters generieren, die zur Wertschöpfungssteigerung in der Destination beitragen. Dazu ein paar Zahlen:

Media-Budget:	**CHF 90 000**
Produktionsbudget:	**CHF 40 000**
Werbe-Assets:	
– 1 Clip à 25 sec.	
– 5 Kurzversionen	
– Plakate	
– Inserate	
Kontakte (Brutto): (ohne DOOH, Megaposter ZRH und Passenger-TV)	**3 463 000**
«On Air» Zeit: (ohne Kino, Megaposter ZRH und Passenger-TV)	**2624 Std.**

Kanäle

- Digital Out of Home (Bewegtbild auf Bildschirmen):
  - 300 Stunden mit Spots à 10 Sekunden
  - 1 100 000 Ausstrahlungen
- Passenger TV:
  - 1,7 Millionen Kontakte
- Kino: 73 Leinwände, 163 000 Kontakte
- Social Media (YouTube, Facebook & Instagram):
  - 3,3 Mio. Impressions
  - 335 000 ThruViews*

Weitere Werbekampagnen / Kooperationen:

Outdooractive

- Kampagne zum Thema Winterwandern mit 470 000 Impressions

Komoot

- Collection Winterwandern «Genuss hoch zwei – Kulinarik & Winterwandern in Flims Laax»
- Collection Langlauf «Winterparadies in der Schweizer Bergwelt – Langlaufen in Flims Laax»

Insgesamt:
- 2,5 Mio. Views
- 14 000 Collection Clicks
- 25,33 % Engagement Rate
- 3570 Interactions

Weitere Aktivitäten im Marketing: Community-Growth auf Social Media (insb. Instagram) sowie allgemeine Steigerung gegenüber Vorjahr.

1. Mai 2024 – 7. April 2025 gegenüber Vorjahreszeitraum:

Reichweite	**775 000 (+ 3 %)**
Aufrufe	**5 Mio.**
wovon organische Inhalte	über 60 %
Content-Interaktionen	**15 000 (+ 100%)**
Link-Clicks	**3750 (+ 185 %)**
Profil-Aufrufe	**33 100 (+ 30 %)**
Neue Follower	**4400**

3 463 000
Erreichte Kontakte

3 300 000
Instagram Impressions

4400
Neue Follower

* ThruView = Anzahl Nutzer, die mind. 15 Sek. des Videos geschaut haben

PR & Medienarbeit

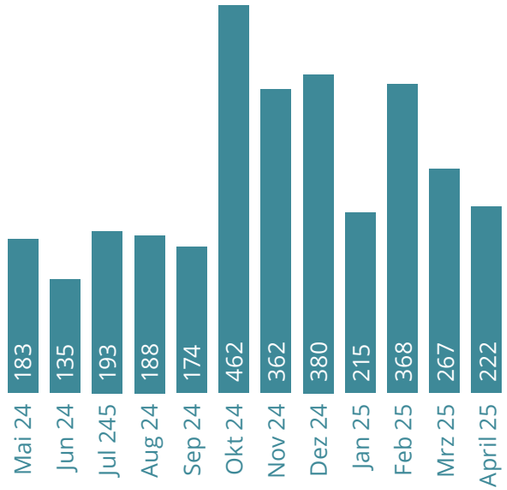
Auch der Bereich PR wurde nach dem Übergang von der Agentur zurück ins Haus geholt und durch eine Mitarbeiterin übernommen. Die Herausforderungen und Startbedingungen waren vergleichbar: knappe Ressourcen, viel Übergabewissen und gleichzeitig hoher Handlungsbedarf.

Trotz dieser Ausgangslage konnten im Zeitraum von Mai 2024 bis April 2025 insgesamt zwölf Medienreisen realisiert werden. Die eingeladenen Medienschaffenden sorgten mit hochwertigen Reportagen, Interviews und Social-Media-Beiträgen für wertvolle Präsenz in relevanten Kanälen der Schweiz, Deutschland, Österreich und Benelux.

Insgesamt wurden im Geschäftsjahr über 3150 Beiträge zur Feriendestination Flims Laax Falera publiziert – von klassischen Artikeln über digitale Beiträge bis hin zu audiovisuellen Formaten. Die kumulierte Reichweite dieser Berichterstattung lag alleine in der Schweiz bei knapp 600 Millionen Kontakten.

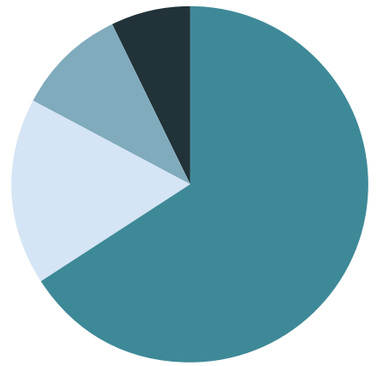
Die Resonanz war positiv. Sowohl quantitative Reichweite als auch qualitative Berichterstattung untermauern, dass das PR-Engagement trotz kleiner Ressourcen starke Wirkung entfalten konnte.

Anzahl Berichterstattung in der Schweiz: 01.05.2024 – 30.04.2025



Ausblick

Ein intensiver Start liegt hinter uns – mit sichtbarem Output und wertvollen Learnings. Der Aufbau ist noch nicht abgeschlossen, die Richtung aber klar: Die neue Marke soll weiterhin mit Leben gefüllt, geschärft und gestärkt werden – Schritt für Schritt.



Romana Verburg,
Elias Poletti

Digitale Gästekarte
Customer Experience

Customer Experience

An vielen Touchpoints und Kanälen, die FLFM AG direkt oder indirekt betreibt, besteht substanzieller Verbesserungsbedarf. Punktuelle Optimierungen wurden im Berichtsjahr umgesetzt – bewusst jedoch ohne umfangreiche Investitionen in Systeme und Kanäle zu tätigen, die sich am Ende ihres Lebenszyklus befinden oder deren Zukunft unklar war, beziehungsweise ist.

Im Fokus standen deshalb die Schnittstellen zwischen FLFM AG und den Partnern. Die Partner prägen im direkten Gästekontakt die Erlebnisqualität in Flims Laax. Gut informierte und untereinander sowie mit FLFM AG vernetzte Partner sind deshalb ein entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg der Destination.

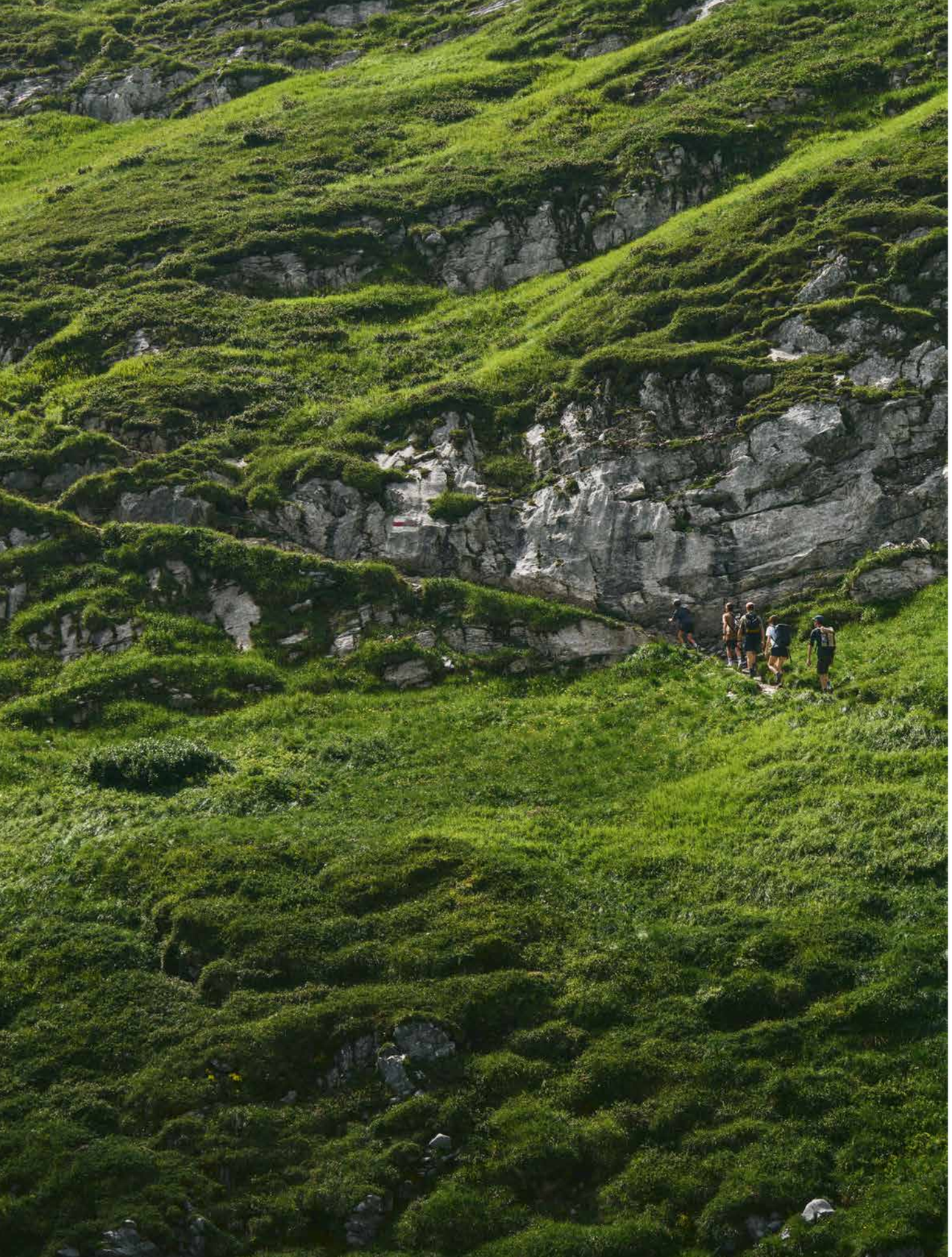
Ein konkretes Beispiel: Der Veranstaltungskalender auf der Destinations-Website wurde überarbeitet und ist für FLFM AG wie auch für Partner nun einfacher zu pflegen. Das Ergebnis: aktuellere, leichter auffindbare und verlässlichere Informationen für unsere Gäste.

Ein bedeutender Schritt war die Lancierung des neuen Partnerportals Anfang 2025 – ein Informations- und Interaktionsinstrument, das in vielen anderen Destinationen bereits etabliert ist. Über das Partnerportal ist beispielsweise eine einfache Anmeldung zum zuvor wenig bekannten Partner-Newsletter möglich. Der Verteiler ist auch dank dieser Massnahme seit Anfang 2025 um gut 180 auf insgesamt über 400 Adressen gewachsen. Bis Mitte April 2025 verzeichnete das Partnerportal über 2000 Zugriffe von gut 1100 unterschiedlichen Nutzenden. Als Teil des Partnerportals wurden zudem erste Dashboards aufgeschaltet, die Einblick in die Auslastung der Hotellerie und von mehreren hundert Airbnb-Objekten in der Destination geben. Als zukunftsgerichteter Indikator ist der aktuelle Buchungsstand von ungefähr 100 Ferienwohnungen ersichtlich. Ergänzend beinhaltet der Partner-Newsletter seit der Lancierung des Partnerportals wöchentlich ausgewählte Zahlen und Fakten zur Destination.

Als nächster Schritt wurde zum Ende des Geschäftsjahres der Weg bereitet für den Aufbau eines sensorbasierten Verkehrsmonitorings. Als Basis für komplettere Aussagen und verlässliche Prognosen zum Geschehen in der Destination – unabhängig von genutzten Kanälen und Unterkunftsarten.

Ziel all dieser als Werkzeugkoffer zu verstehenden Massnahmen ist es, in der Destination evidenzbasiertere und damit wirkungsvollere Entscheidungen und Zusammenarbeitsformen zu fördern. Die Wirksamkeit hängt schlussendlich davon ab, ob die bereitgestellten Informationswerkzeuge tatsächlich verwertet werden oder nicht.

Die Auswahl und Priorisierung der umgesetzten Massnahmen basierte einerseits auf der Destinationsstrategie und andererseits auf den Ergebnissen von Interviews und Workshops mit Vertreterinnen und Vertretern aus Hotellerie, Gewerbe, Gastronomie und der Weissen Arena Gruppe. Gemeinsam wurde im Herbst 2024 erarbeitet, welche Bedürfnisse



und Erwartungen die Partnerbetriebe im Hinblick auf Information von und Zusammenarbeit mit FLFM AG haben.

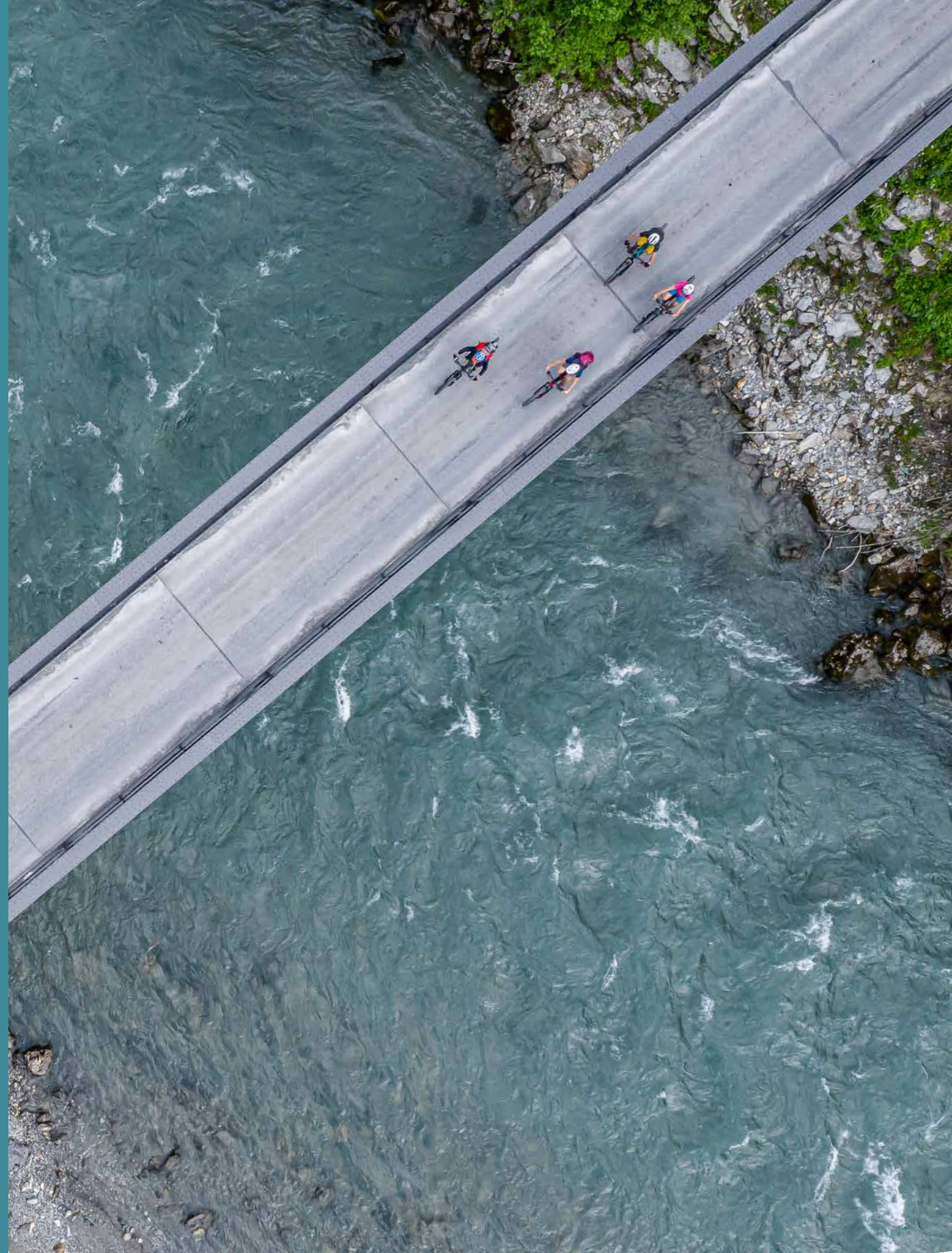
Gästekarte

Im Geschäftsjahr 2024/25 lag unser Schwerpunkt auf der inhaltlichen Erweiterung der Gästekarte in Flims Laax Falera. Wir haben gezielt attraktive Angebote integriert, um unseren Gästen echten Mehrwert zu bieten – so gab es beispielsweise mit der Gästekarte 50 % Ermässigung auf den Eintritt in die Boulderhalle «Quadrel» oder für das Eisfeld im Sportzentrum Prau la Selva.

Ein wichtiger Schritt war die Entscheidung, die Felder der digitalen Gästekarte und der Papierkarte identisch zu strukturieren. Diese Vereinheitlichung erlaubt es den Gästen, den für sie optimalen Kartentyp auszuwählen. Da wir als Destination kaum zusätzliche personenbezogene Daten aus der Nutzung der digitalen Gästekarte erhalten, sehen wir keinen Mehrwert in einer unterschiedlichen Handhabung.

Darüber hinaus bieten wir weiterhin exklusive Verlosungen speziell für Zweitwohnungsbesitzerinnen und -besitzer an und veranstalten zweimal jährlich einen Golfcup in Sagogn zu attraktiven Konditionen. Mit diesen Massnahmen stärken wir das Image der Region und schaffen zusätzliche Anreize für den Besuch in Flims Laax Falera.

Facts & Figures



Mai 2024
Launch Marke «Flims X Laax»

Juni 2024
Start Customer Experience Manager

Juli 2024
124. Schweizer Schach-einzelmeisterschaft

August 2024
Start Contentmanager und Eventmanagerin

September 2024
7. Discovery Days
Start PR / Kommunikations-managerin

Dezember 2024
Einführung Projektlogik

Januar 2025
Lancierung Partnerportal flf.ch

März 2025
Start Digital Marketing Manager

Mai 2025
Inkrafttreten der neuen Leistungsvereinbarungen Betrieb und Unterhalt Bike und Wandern

Meilensteine

Projektmanagement, Events & Services

Johannes Schilder
100 %
Teamleiter Events
Projekte

Manuela Möhl
50 %
Projekte

Jascha Schmid
100 %
Mitglied der GL
Teamleiter Projekte

Amanda Krüttli
80 %
Projekte & Events

Louise Bertone
100 %
Events

Dörte Weise
80 %
Reservation

Dagmar Surink
90 %

Cécile Kuchen
90 %
Gästeinfo Flims

Andrea Jäger
100 %
Reservation
Leistungspartner-
Management

Leistungs-aufträge Gäste-informationen
Gemeinde Laax
Gemeinde Falera

Stellenprozent
nach Kompetenzbereich:
– Geschäftsleitung 100 %
– Projektmanagement 190 %
– Eventmanagement 140 %
– Reservation 180 %
– Gästeinfo Flims 180 %

Marketing, PR, Kommunikation & Customer Experience

Romana Verburg
40 %
Digitale Gästekarte

Lisa Lerchi
100 %
PR | Kommunikation

Florian Frey
80 %
Content

Celina Spescha
100 %
Teamleiterin Marketing
* ab Juni 2025

Gisela K. Gurtner
40 %
Congedi

Marco Lemmenmeier
70 %
Digital Marketing

Elias Poletti
90 %
Customer Experience

Stellenprozent
nach Kompetenzbereich:
– Marketing 150 %
(ab Juni 2025 250 %)
– PR | Kommunikation 100 %
– Digitale Gästekarte 40 %
– Customer Experience 90 %
– Congedi 40 %

Organigramm

Gemeinde Flims
Christoph Schmidt

Präsident

Gemeinde Laax
Franz Gschwend

Gemeinde Falera
Norbert Good

WAG
Reto Gurtner

HVFLF
Hannes Ingold*

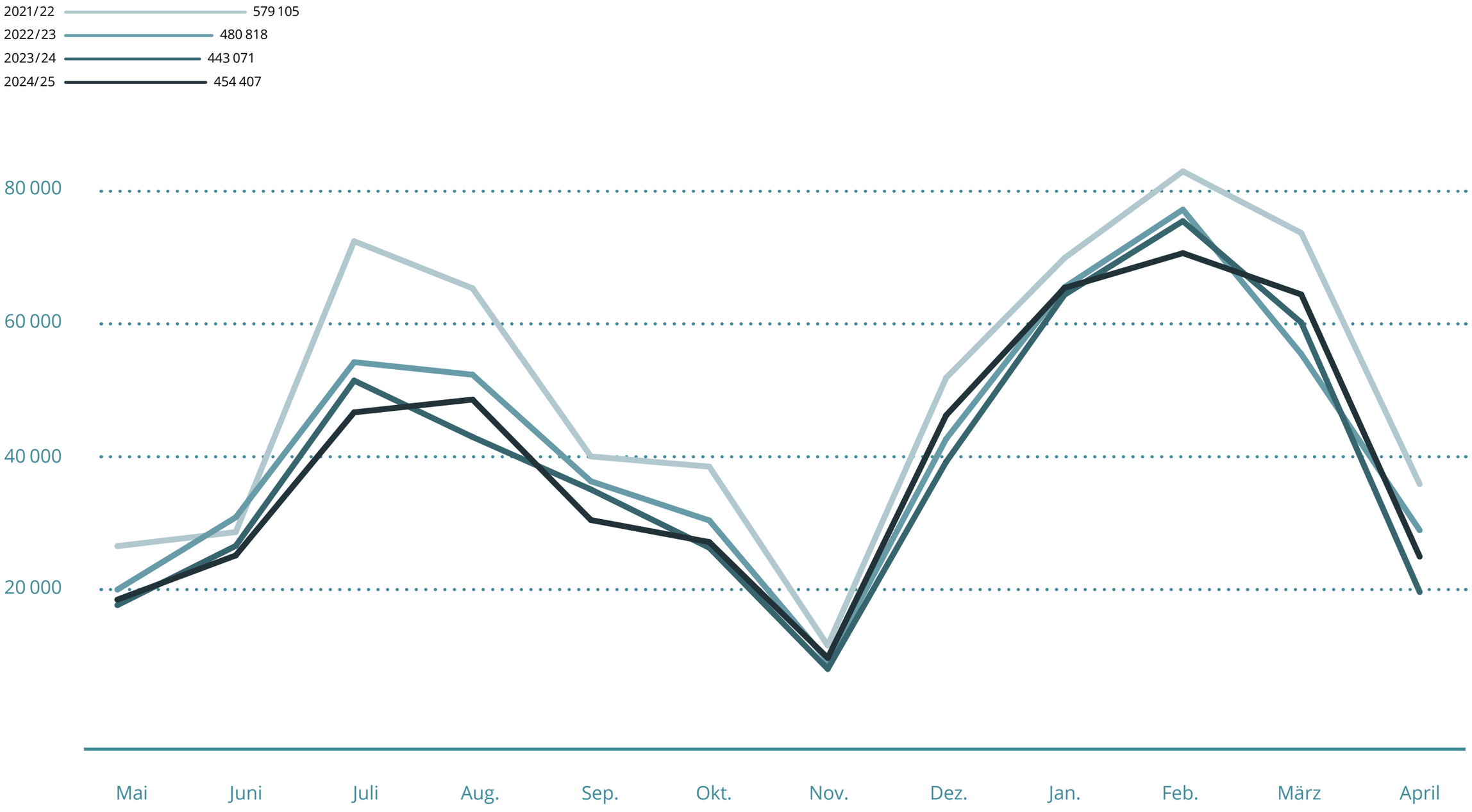
HGVA
Marita Buchli

* Hannes Ingold soll an der Generalversammlung vom 25. Juni 2025 auf Vorschlag der Aktionäre gewählt werden.

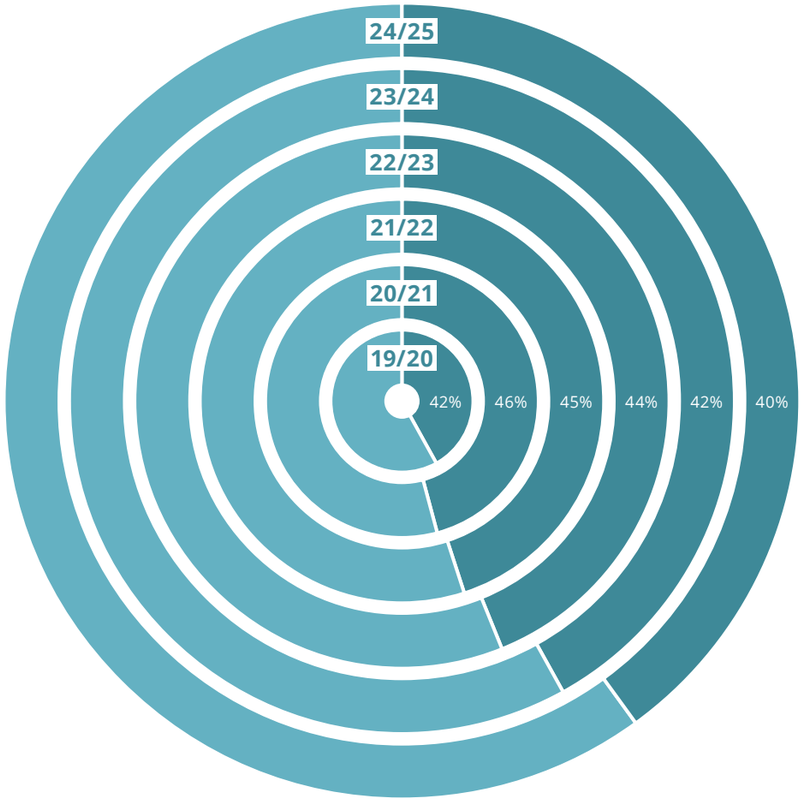
Verwaltungsrat

Aktienkapitalverteilung per 30. April 2025

Organisation

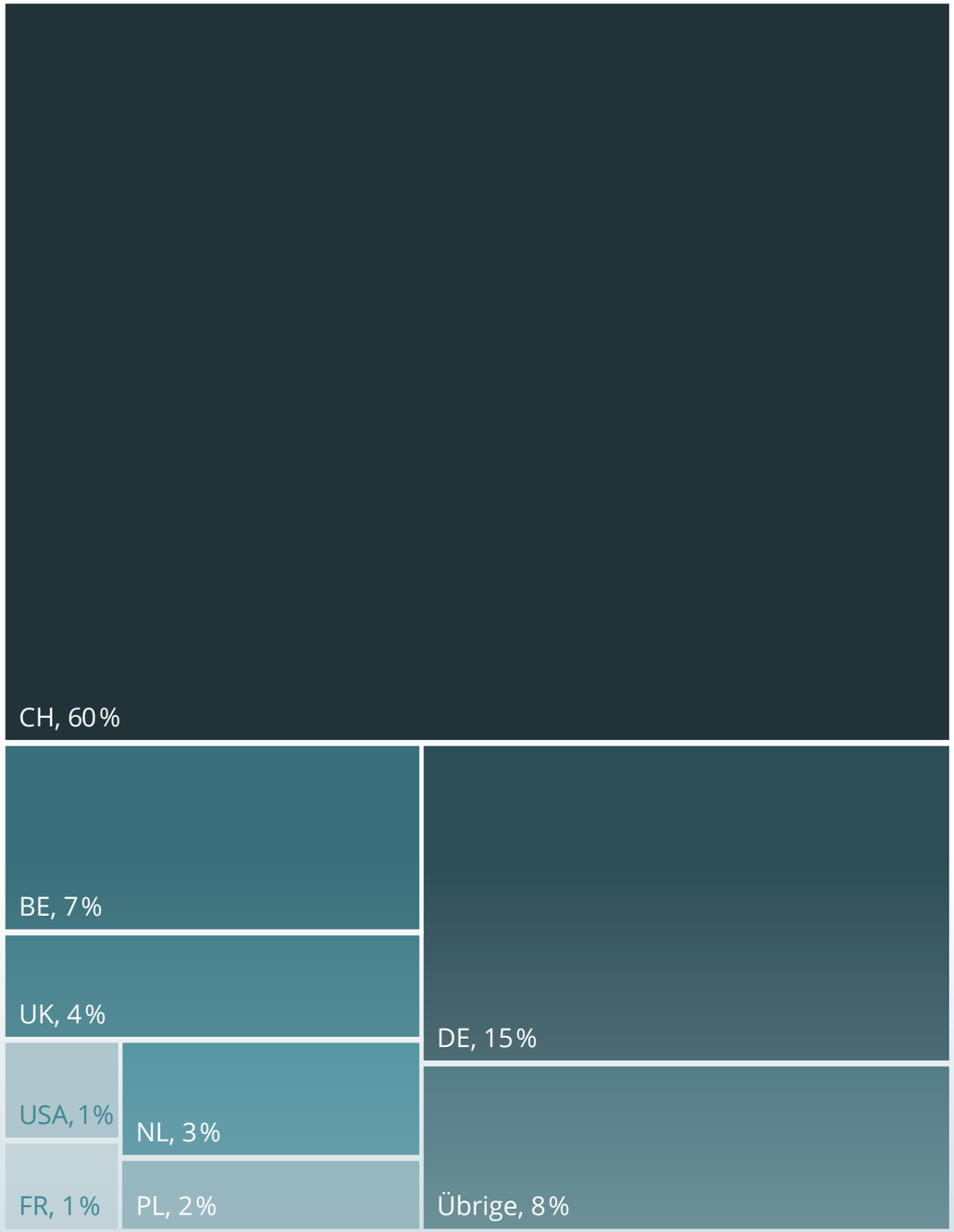


Logiernächte Hotellerie



Jahr	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24	24/25
Total Sommer	148 268	223 426	261 254	211 841	186 693	183 030
Total Winter	207 126	265 908	317 851	268 977	256 378	271 377
Total	**355 394**	**489 334**	**579 105**	**480 818**	**443071**	**454 407**

Logiernächte Hotellerie



Nationalitäten Hotellerie Winter/Sommer

Jahresrechnung

BERICHT DER REVISIONSSTELLE ZUR EINGESCHRÄNKTEN REVISION an die Generalversammlung der

FLIMS LAAX FALERA MANAGEMENT AG, FLIMS DORF

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Flims Laax Falera Management 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.

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 Bilanzgewinnes nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Chur, 5. Juni 2025

CURIA AG

Arno Felix
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Leitender Revisor

Peter Ritter
Dipl. Wirtschaftsprüfer

Beilagen
Jahresrechnung
Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes

Bilanz

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

AKTIVEN		30.04.25	%	30.04.24	%
Umlaufvermögen					
Flüssige Mittel	B01	2’579’129	90.1	1’872’582	84.3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	B02	95’561	3.3	121’606	5.5
Übrige kurzfristige Forderungen	B03	114’681	4.0	147’379	6.6
Vorräte	B04	57’100	2.0	62’770	2.8
Aktive Rechnungsabgrenzungen	B05	15’400	0.5	18’274	0.8
Total Umlaufvermögen		**2’861’872**	**100.0**	**2’222’611**	**100.0**
Anlagevermögen					
Finanzanlagen	B06	10	0.0	10	0.0
Mobile Sachanlagen	B07	1	0.0	1	0.0
Total Anlagevermögen		**11**	**0.0**	**11**	**0.0**
TOTAL AKTIVEN		**2’861’883**	**100.0**	**2’222’622**	**100.0**

PASSIVEN		30.04.25	%	30.04.24	%
Kurzfristiges Fremdkapital					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	B08	512’645	17.9	677’188	30.5
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	B09	48’173	1.7	28’013	1.3
Passive Rechnungsabgrenzung	B10	123’055	4.3	78’779	3.5
Kurzfristige Rückstellungen	B11	2’072’000	72.4	1’335’000	60.1
Total Kurzfristiges Fremdkapital		**2’755’873**	**96.3**	**2’118’979**	**95.3**
Eigenkapital					
Aktienkapital		100’000	3.5	100’000	4.5
Gesetzliche Gewinnreserve		4’000	0.1	3’500	0.2
Gewinnvortrag		10’643	0.4	9’182	0.4
Jahresgewinn		2’368	0.1	1’960	0.1
Eigene Kapitalanteile (als Minusposition)		-11’000	-0.4	-11’000	-0.5
Total Eigenkapital		**106’010**	**3.7**	**103’643**	**4.7**
TOTAL PASSIVEN		**2’861’883**	**100.0**	**2’222’622**	**100.0**

Erfolgsrechnung

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

	2024 / 2025	%	2023 / 2024	%
Einnahmen				
Einnahmen Warenverkauf	64’216	0.9	74’255	1.1
Einnahmen Vermietung	214’978	3.2	293’028	4.2
Einnahmen Veranstaltungen	79’419	1.2	60’324	0.9
Einnahmen Sponsoring	83’125	1.2	38’773	0.6
Beiträge Gemeinden	6’251’665	92.3	6’321’805	90.4
Übrige Einnahmen	91’008	1.3	211’721	3.0
Erlösminderungen	-10’252	-0.2	-10’264	-0.1
Total Einnahmen	**6’774’160**	**100.0**	**6’989’642**	**100.0**
Warenaufwand				
Warenaufwand Verkaufsmaterial	-72’323	-1.1	-81’358	-1.2
Aufwand Ferienwohnungsvermittlung	-141’153	-2.1	-175’605	-2.5
Übriger Aufwand	0	0.0	-15’676	-0.2
Total Warenaufwand	**-213’476**	**-3.2**	**-272’639**	**-3.9**
BRUTTOGEWINN I	**6’560’684**	**96.8**	**6’717’003**	**96.1**
Personalaufwand				
Bruttolöhne	-1’036’812	-15.3	-966’260	-13.8
Sozialversicherungen	-163’657	-2.4	-161’183	-2.3
Übriger Personalaufwand	-144’126	-2.1	-96’452	-1.4
Total Personalaufwand	**-1’344’596**	**-19.8**	**-1’223’896**	**-17.5**
BRUTTOGEWINN II	**5’216’088**	**77.0**	**5’493’107**	**78.6**
Übriger Betriebsaufwand				
Raumaufwand	-90’882	-1.3	-110’088	-1.6
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-43’839	-0.6	-12’612	-0.2
Fahrzeugaufwand	-2’289	0.0	0	0.0
Versicherungen, Abgaben, Gebühren	-10’770	-0.2	-5’244	-0.1
Energie, Entsorgung	-2’297	0.0	-9’926	-0.1
Verwaltungsaufwand	-525’398	-7.8	-636’299	-9.1
Werbeaufwand	-983’187	-14.5	-803’400	-11.5
Aufwand Events	-286’125	-4.2	-235’561	-3.4
Projekt- und Produktaufwand	-626’390	-9.2	-867’803	-12.4
Beiträge an Dritte	-656’738	-9.7	-675’470	-9.7
Beiträge an Weisse Arena Gruppe	-821’072	-12.1	-1’730’088	-24.8
Veränderung Rückstellungen	-737’000	-10.9	-3’000	0.0
Allgemeiner Betriebsaufwand	-184’420	-2.7	-241’671	-3.5
Vorsteuerkürzungen/- korrekturen	-255’028	-3.8	-159’472	-2.3
Total übriger Betriebsaufwand	**-5’225’434**	**-77.1**	**-5’490’635**	**-78.6**
BETRIEBLICHES ERGEBNIS VOR ZINSEN, STEUERN UND ABSCHREIBUNGEN (EBITDA)	**-9’345**	**-0.1**	**2’472**	**0.0**

Erfolgsrechnung

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

	2024 / 2025	%	2023 / 2024	%
Abschreibungen				
Abschreibungen auf mobilen Sachanlagen	0	0.0	0	0.0
Total Abschreibungen	**0**	**0.0**	**0**	**0.0**
Finanzerfolg				
Finanzaufwand	-194	0.0	-454	0.0
Total Finanzerfolg	**-194**	**0.0**	**-454**	**0.0**
BETRIEBSERGEBNIS VOR STEUERN	**-9’540**	**-0.1**	**2’018**	**0.0**
Betriebsfremder, ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand und Ertrag				
Ausserordentlicher Ertrag	12’811	0.2	0	0.0
Total betriebsfremder, ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand und Ertrag	**12’811**	**0.2**	**0**	**0.0**
JAHRESERGEBNIS VOR STEUERN	**3’272**	**0.0**	**2’018**	**0.0**
Direkte Steuern				
Gewinn- und Kapitalsteuern	-904	0.0	-58	0.0
Total Direkte Steuern	**-904**	**0.0**	**-58**	**0.0**
JAHRESGEWINN	**2’368**	**0.0**	**1’960**	**0.0**

A Anhang - Grundsätze

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

A GRUNDSÄTZE DER RECHNUNGSLEGUNG / BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

A 01 **Allgemein**
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Bestimmungen des Schweizer Rechnungslegungsrechts (32. Titel des Obligationenrechts) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.
Die Erfolgsrechnung wurde wie im Vorjahr im Umsatzkostenverfahren dargestellt. In Übereinstimmung mit Art. 959b OR sind der Personalaufwand und der Abschreibungsaufwand in Anhang offengelegt.

A 02 **Flüssige Mittel**
Die Flüssigen Mittel umfassen Kassenbestände, Bank- und Postguthaben und werden zum Nominalwert bewertet.

A 03 **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen.

A 04 **Vorräte**
Vorräte sind grundsätzlich zu Anschaffungskosten erfasst. Liegt der Nettoveräusserungswert am Bilanzstichtag unter den Anschaffungskosten, wird dieser Wert bilanziert. Im Übrigen wird eine steuerlich zulässige Pauschalwertberichtigung von 1/3 vorgenommen.

A 05 **Aktive und Passive Rechnungsabgrenzungen**
Diese Position umfasst die aus den sachlichen und zeitlichen Abgrenzungen der einzelnen Aufwands- und Ertragspositionen resultierenden Aktiv- und Passivposten. Die Bewertung erfolgt zum Nominalwert abzüglich notwendiger Wertberichtigungen.

A 06 **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten ausgewiesen.

A 07 **Eigene Aktien**
Eigene Aktien werden im Erwerbszeitpunkt zu Anschaffungskosten als Minusposten im Eigenkapital bilanziert. Bei späterer Wiederveräusserung wird der Gewinn oder Verlust erfolgswirksam als Finanzertrag bzw. -aufwand erfasst.

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

B ANGABEN ZU BILANZPOSITIONEN

BILANZ - AKTIVEN - UMLAUFVERMÖGEN

B 01	**Flüssige Mittel**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Kassen	6’800	0.3	15’479	0.8
	Postguthaben	0	0.0	152’779	8.2
	Bankguthaben	2’571’564	99.7	1’696’343	90.6
	Geld in Transit	765	0.0	7’981	0.4
	Total	**2’579’129**	**100.0**	**1’872’582**	**100.0**

B 02	**Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Gegenüber Dritten	72’200	75.6	75’042	61.7
	Wertberichtigungen - Delkredere	-5’100	-5.3	-3’800	-3.1
	Gegenüber Beteiligten - Gemeinden	1’520	1.6	49’097	40.4
	Gegenüber Beteiligten - Weisse Arena Gruppe	26’941	28.2	1’268	1.0
	Total	**95’561**	**100.0**	**121’606**	**100.0**

B 03	**Übrige kurzfristige Forderungen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Gegenüber Kreditkartengesellschaften/REKA	9’336	8.1	28’924	19.6
	Gegenüber Sozialversicherungen/Vorsorgeeinrichtungen	11’787	10.3	12’572	8.5
	Gegenüber staatlichen Stellen	19’359	16.9	28’390	19.3
	Gegenüber Dritten	74’199	64.7	77’493	52.6
	Total	**114’681**	**100.0**	**147’379**	**100.0**

B 04	**Vorräte**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Handelswaren	85’600	149.9	94’160	150.0
	Pauschale 1/3 Warenreserve	-28’500	-49.9	-31’390	-50.0
	Total	**57’100**	**100.0**	**62’770**	**100.0**

B 05	**Aktive Rechnungsabgrenzungen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Diverses	15’400	100.0	18’274	100.0
	Total	**15’400**	**100.0**	**18’274**	**100.0**

BILANZ - AKTIVEN - ANLAGEVERMÖGEN

B 06	**Finanzanlagen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	10 Namenaktien Golf Sagogn-Schluein AG	10	100.0	10	100.0
	Total	**10**	**100.0**	**10**	**100.0**

B 07	**Mobile Sachanlagen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Mobiliar und Einrichtungen	5’252	0.0	5’252	0.0
	Wertberichtigungen mobile Sachanlagen	-5’251	0.0	-5’251	0.0
	Total	**1**	**0.0**	**1**	**0.0**

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

B ANGABEN ZU BILANZPOSITIONEN

BILANZ - PASSIVEN - FREMDKAPITAL

B 08	**Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Gegenüber Dritten	219’866	42.9	274’520	40.5
	Gegenüber Beteiligten - Gemeinden	185’790	36.2	81’918	12.1
	Gegenüber Beteiligten - Weisse Arena Gruppe	106’988	20.9	320’750	47.4
	Total	**512’645**	**100.0**	**677’188**	**100.0**

B 09	**Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Gegenüber staatlichen Stellen	24’823	51.5	18’347	65.5
	Gegenüber Sozialversicherungen/Vorsorgeeinrichtungen	23’350	48.5	9’177	32.8
	Gegenüber Übrige	0	0.0	489	1.7
	Total	**48’173**	**100.0**	**28’013**	**100.0**

B 10	**Passive Rechnungsabgrenzung**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Diverses	123’055	100.0	78’779	100.0
	Total	**123’055**	**100.0**	**78’779**	**100.0**

B 11	**Kurzfristige Rückstellungen**	**30.04.25**	**%**	**30.04.24**	**%**
	Rückstellungen Vermarktung	50’000	2.4	321’000	24.0
	Rückstellungen touristische Infrastruktur	2’022’000	97.6	1’014’000	76.0
	Total	**2’072’000**	**100.0**	**1’335’000**	**100.0**

C Anhang - Details zum Geschäfts-/Leistungsauftrag

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

C DETAILS ZUM GESCHÄFTS-/LEISTUNGSAUFTRAG

Gemeindebeiträge	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Flims	3’093’877	3’168’612
Laax	2’305’512	2’306’388
Falera	817’277	811’805
Trin	20’000	20’000
Sagogn	15’000	15’000
Total	**6’251’665**	**6’321’805**

Produktmanagement	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Wandern	-33’595	-77’852
Biken	-70’012	-138’276
Natur/Kultur	-28’492	-55’515
Nordic	-1’243	-43’308
Total	**-133’342**	**-314’951**

Veranstaltungen	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Swiss Enduro Series	-97’808	-69’771
Highline World Champions	-67’325	0
Alpabzug	-53’622	-45’826
Waldweihnachten	-5’166	-145
Konzert am Laaxersee	-20’413	-29’430
Discovery Days	-35’034	-20’364
SEM Schachmeisterschaft	-107’933	-240
OL WM/SOW	0	-294’282
Sonstige Events, Eventmaterial	-68’813	-35’492
Total	**-456’115**	**-495’550**

Eventbeiträge	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Kinderfest Laax	-8’000	-8’000
Ballonwoche Flims	-15’000	-20’000
La Fermata	-20’000	-17’000
Sommerkonzerte Falera	-7’500	-7’500
Flims Festival	-30’000	-30’000
Bündner Glarner Schwingfest	0	-10’000
Natura Waldtag	-5’000	0
Womens Bikecamp	-10’000	-10’000
Laax Open	-462’535	-500’000
Sonstige Events	-15’404	-15’722
Total	**-573’439**	**-618’222**

Vermarktung	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Marketing/Kommunikation	-866’759	-468’166
Total	**-866’759**	**-468’166**

Leistungsaufträge	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Beitrag UNESCO	-40’000	-40’000
Rheinschlucht-Bus	-20’000	-20’000
WAG - Ami Sabi Sommer	-55’710	0
WAG - Bergsommertickets	-71’840	-61’467
WAG - Betrieb ArenaExpress	-92’507	0
WAG - Betrieb SB Curnius	-69’100	-67’187
WAG - Trailunterhalt	-148’011	-148’561
WAG - Vergünstigung Baumwipfelpfad	0	-64’308
WAG - Ersatzstandort Freestyle Academy	0	-46’425
WAG - Marketing	0	-624’166
WAG - Anteil Biketransportsystem	-69’380	-69’638
Total	**-566’549**	**-1’141’751**

C Anhang - Details zum Geschäfts-/Leistungsauftrag

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

Projekte Betrieb	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Bergfrühling	-46’034	-95’150
Bergherbst	0	-45’850
MICE	-42’000	-65
Gästekarte	-72’670	-87’581
Waldhaus Arena	-23’242	-62’397
Total	**-183’947**	**-291’043**

Gästeinformation	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Flims	-109’823	-118’333
Laax	-160’000	-140’941
Falera	-118’205	-22’029
Infokanal	32’202	31’332
Total	**-355’826**	**-249’970**

Direktreservation	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Einnahmen	203’741	270’644
Ausgaben	-219’685	-261’291
Total	**-15’943**	**9’352**

Personal	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Löhne	-1’036’812	-966’260
Sozialleistungen	-163’657	-161’183
Sonstige Personalkosten	-120’842	-74’179
Verwaltungsrat	-21’526	-22’274
Total	**-1’342’838**	**-1’223’896**

Allgemein/Verwaltung	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Mieten	-35’262	-35’040
Projekte/Beratung	-161’052	-327’397
Treuhand	-52’800	-53’287
ICT/Verwaltungsaufwand	-103’747	-64’384
Sonstiger Betriebsaufwand	-150’365	-90’557
Vorsteuerkürzungen/-korrekturen	-255’028	-159’472
Zinsen/Steuern/Abschreibungen/a.o. Erfolg	11’713	-512
Total	**-746’541**	**-730’649**

Fonds touristische Infrastruktur	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Einlage	-1’203’458	-1’095’000
Projektierung Prau la Selva	0	300’000
Website/Content-Hub/One-Destination-Platform	195’458	0
Total	**-1’008’000**	**-795’000**

Ergebnis	**2’368**	**1’960**

D Anhang - Allgemeine Angaben

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

D WEITERE ANGABEN

D 01 **Firma/Name, Rechtsform, Sitz**
Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf
CHE-362.304.396

D 02 **Anzahl Vollzeitstellen**	**2024 / 2025**	**2023 / 2024**
Bis 10 Vollzeitstellen		
Nicht über 50 Vollzeitstellen	X	X
Nicht über 250 Vollzeitstellen		
Über 250 Vollzeitstellen		

D 03 **Eigene Aktien**	**2024 / 2025**		**2023 / 2024**	
	CHF	**Anzahl**	**CHF**	**Anzahl**
Bestand am 01.05.	11’000	11	11’000	11
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Bestand am 30.04.	**11’000**	**11**	**11’000**	**11**

D 04 **Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Jahresrechnung**

	2024 / 2025	**2023 / 2024**
Übernahme Inventar durch Gemeinde Falera	12’577	0
RhB, Gutschrift Rücksendung Ruinaulta Tickets	234	0
	12’811	**0**

D 05 **Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Bis zum heutigen Zeitpunkt sind keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag aufgetreten bzw. bekannt geworden, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2024/25 hätten.

D 06 **Weitere Angaben**

Die Darstellung der Jahresrechnung wurde im Berichtsjahr mit dem Vorjahr geändert. Daher ist ein Vergleich mit den Jahresrechnungen aus den Vorjahren nur bedingt möglich.

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzergebnisses

Flims Laax Falera Management AG
7017 Flims Dorf

in CHF

ZUR VERFÜGUNG DER GENERALVERSAMMLUNG	**30.04.25**	**30.04.24**
Gewinnvortrag	10’643	9’182
Jahresgewinn	2’368	1’960
Total Bilanzgewinn	**13’010**	**11’143**
Total zur Verfügung der Generalversammlung	**13’010**	**11’143**

ANTRAG DES VERWALTUNGSRATES	**30.04.25**	**30.04.24**
Bilanzgewinn	13’010	11’143
Zuweisung an die gesetzlichen Gewinnreserven	-500	-500
Dividendenauszahlung	0	0
Total Vortrag auf neue Rechnung	**12’510**	**10’643**

Via Nova 62 | 7017 Flims Schweiz
www.flfmanagement.ch
www.flf.ch