

Geschäftsbericht 2015

RigiPlus AG



www.rigi.com

RIGI
KÖNIGIN DER BERGE

Inhaltsverzeichnis

Bericht des Präsidenten	3
Facts & Figures	4
Logiernächte 2010 - 2015	4
Frequenzen Bergbahnen 2010 - 2015	4
Eintritte Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad	5
Umsatzentwicklung Dorfladen Rigi Kaltbad	5
Aktionäre RigiPlus AG	5
Aktivitäten 2015	6
Gästebetreuung	6
Marktbearbeitung	7
Angebotsgestaltung & -entwicklung	14
Jahresrechnung	16
Jahresrechnung	16
Kurtaxennachweis	18
Projektfinanzierung Rigi für alle	18
Revisionsbericht	19

Bericht des Präsidenten

Die Rigi ist auf Kurs!

Auch im 2015 wurden wieder gute Rigi-Zahlen geschrieben. Die Logiernächte bewegen sich mit über 45'000 knapp unter Vorjahresniveau. Im 5-Jahres-Vergleich ist das ein Plus von rund 19%. Die neun Bahnen an der Rigi verzeichneten über 1,7 Millionen Frequenzen – oder 18% mehr als 2014. Jede Berg- und Talfahrt gilt gemäss offizieller Verkehrsstatistik als eine Frequenz. So kann von insgesamt über 800'000 Rigi-Gästen gesprochen werden. Da erstaunt es auch nicht, dass in der Google-Suchmaschine die Rigi mit an der Spitze liegt – vor Matterhorn, Titlis, Pilatus, Jungfrau und Stanserhorn! Das Mineralbad & Spa durfte über 65'000 Gäste begrüßen, ca. 6% mehr als im Vorjahr. Auch der Rigi-Dorfladen hat eine Umsatzsteigerung von 3% erzielt. Die vermehrten Rigi-Gäste sorgten dafür, dass sowohl im Dorfladen wie auch im neu eröffneten Shop des Rigi-Bahnhofs die Zahlen stimmen. Aber auch die weiteren touristischen Leistungsträger am Berg sind grossmehrheitlich zufrieden mit ihren Umsätzen. Diese Zahlen sind wichtig für die Rigi und ihre Entwicklung. Es ist die Basis für eine gesunde Weiterentwicklung – und für neue Investitionen.

Mit vereinten Kräften gibt's mehr Schub!

Mich beeindruckt, mit wieviel Engagement, Freude, Überzeugung und Ausdauer am Berg gearbeitet wird. Ein Beispiel: 2015 leisteten die 27 Originale an 274 Einsatztagen über 1'100 Stunden. Es wurden aber auch viele neue Projekte auf dem Berg angegangen und realisiert. Ich will aus der Fülle von guten Produkten und Massnahmen nur einige herausheben, alles Weitere lesen Sie auf den folgenden Seiten dieses Jahresberichts.

- **Rigi für Alle.** Das Projekt «Rigi für Alle» ist gut gestartet und wurde am 14. September 2015 zusammen mit Regierungsrat Othmar Reichmuth eingeweiht. In den nächsten Wochen ist Baubeginn für die neue barrierefreie Toilette in der Unterstetten. Nachdem die Finanzierung nun gesichert ist, kann auch das neue, elfplätziges E-Fahrzeug als Ersatz des über 40jährigen Rigi-Blitz bestellt werden.
- **Drei Bahnprojekte.** Gleich drei der neun Bahnen an der Rigi werden in den nächsten zwei bis drei Jahren erneuert: Luftseilbahn Küssnacht – Seebodenalp, Luftseilbahn Kräbel – Rigi Scheidegg und Luftseilbahn Weggis – Rigi Kaltbad. Bei allen drei Organisationen waren die letzten Monate sehr wichtig für die Planung und Finanzbeschaffung.
- **Partnerberg Emei.** Als Symbol der guten und langjährigen Partnerschaft wurde ein Steintausch zwischen den Partnerbergen Emei (China) und Rigi vollzogen. Am Freitag, 31. Juli 2015, fand auf Rigi Kulm die feierliche Einweihungszeremonie des Basaltsteines (2.6m x 1.5m x 1.5m gross und ca. 8 Tonnen schwer) vom heiligen Berg Emei statt. Rund 400 Gäste waren dabei, u.a. die Generalkonsulin Frau Mao vom Konsulat der Chinesischen Volksrepublik in Zürich und eine sechsköpfige chinesische Delegation aus der Region Leshan und Emei.
- **Felsenkapelle und Drei-Schwestern-Brunnen.** Mit grossem Engagement haben die Korporation Weggis und private Sponsoren die Felsenkapelle Rigi Kaltbad saniert. Dort, wo im 14. Jahrhundert der Legende zufolge eine Quelle mit heilendem Wasser entsprungen sein soll. Das kalte Wasser gab

dem Ort den Namen Kaltbad – und heute fliesst auch wieder Wasser nicht nur in den Drei-Schwestern-Brunnen, sondern auch ins Mineralbad. Das neue Bad hat dem Kaltbad eine neue Bedeutung gegeben bzw. zurückgegeben!

- **Holz als Energie und Baurohstoff.** Die Gemeinde Weggis startet mit der Hochschule Luzern das Projekt «Holzbau und erneuerbare Energien». Es geht vor allem um die Energieversorgung des Ortsteils, aber auch um die Bedeutung des Ortsbildes und Ideen für die Ortsentwicklung.
- **Gästival mit Rigi-Bezug.** 2015 feierte die Zentralschweiz die 200jährige Tourismusgeschichte. Die ersten Herbergen waren in Küssnacht und auf der Rigi. So drehte beispielsweise Küssnacht das Rad der Zeit zurück und im September übernahmen Leute in historischen Gewändern, Gaukler, Kutschnen und Marktfahrer das Zepter und viele wanderten auf dem Säumerweg von damals über die Seebodenalp auf die Rigi.

Das Finale zum Tourismus-Jubiläum auf Rigi Kulm

Das Jubiläum 200 Jahre Tourismus in der Zentralschweiz hat nun dieses Jahr ein furioses Finale! Am 6. August 1816 übernachteten die ersten Gäste in der Herberge Rigi Kulm. Die Eröffnung dieses Hotels gilt als Ursprung und Geburtsstunde des alpinen Tourismus in der Schweiz und dies wird am Berg gefeiert. Die Vorbereitungen auf das Jubiläum 200 Jahre Rigi Kulm laufen auf Hochtouren. Lassen Sie sich überraschen.

Strategische Arbeit für eine gute Rigi-Zukunft

Nebst den zahlreichen Aktivitäten für neue touristische Angebote wurde auch viel strategische Planungsarbeit geleistet. Die Strategie Rigi 2016 – 2019 wurde durch die RIGI BAHNEN AG in Zusammenarbeit mit der RigiPlus AG initiiert. In den letzten Monaten wurde intensiv gearbeitet an wichtigen Teilbereichen wie Marketing, Masterplan Rigi, Gastgeberkultur/Dienstleistungskette, Finanzierung, Hotellerie/Gastronomie, usw. Darüber werden wir zusammen mit den Rigi Bahnen in den nächsten Monaten alle «Rigi-Player» informieren. 2015 wurden aber noch auf anderer Ebene strategische Überlegungen und Planungen gemacht. Der Kanton Schwyz passt seine Tourismusstrategie an. Vorgesehen sind neue Tourismusregionen bzw. Sub-Regionen, die sich an den Leuchttürmen mit nationaler und internationaler Ausstrahlung orientieren: Mythen/Schwyz, Einsiedeln/Zürichsee, Muotathal – und natürlich die Rigi! Gleichzeitig liegt ein neues Kurtaxengesetz in der Vernehmlassung, das die Verwendung der Kurtaxen sowie die Abgabepflicht regelt. Das sind feine Entwicklungen, die unsere Rigi noch mehr stärken!

Ich danke meinen Kolleginnen und meinen Kollegen im Verwaltungsrat für die grosse Arbeit. Und auch dem Team von Rigi-Plus, das sich Tag für Tag zusammen mit den Aktionären sowie den weiteren touristischen Leistungsträgern und der Bevölkerung grenz-, themen- und betriebsübergreifend engagiert für eine vielfältige und attraktive Rigi!

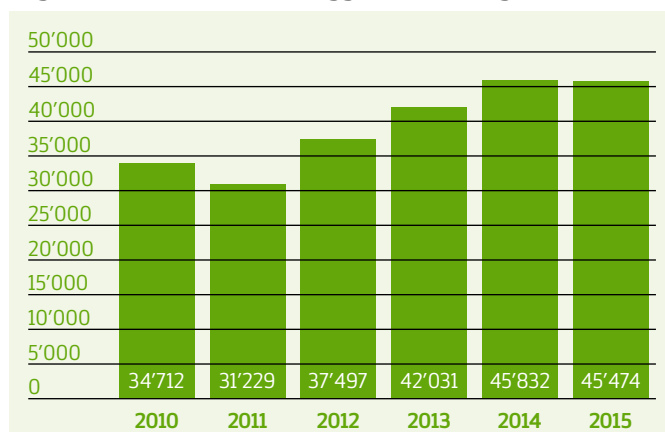
Josef Odermatt, Präsident des Verwaltungsrates RigiPlus AG

Facts & Figures

Logiernächte 2010 – 2015

Nachdem die Übernachtungen vier Jahre in Folge gesteigert werden konnten, bewegen sich die Logiernächte im 2015 leicht unter Vorjahresniveau (-0.8%). Dabei zeichnet sich ab, dass die Hotels und Berggasthäuser auf dem Gemeindegebiet Weggis und Vitznau im Grossraum Rigi Kaltbad-First ein Plus gegenüber dem Jahr 2014 von 1.5% verzeichnen konnten, die Unterkunftsbetriebe in den weiteren Teilgebieten der Rigi ein Minus von 6.2% verzeichnen mussten; ein Minus, das sich unter anderem aus Rückgängen im Gruppengeschäft begründet.

Logiernächte Hotellerie/Berggasthäuser Rigi ¹

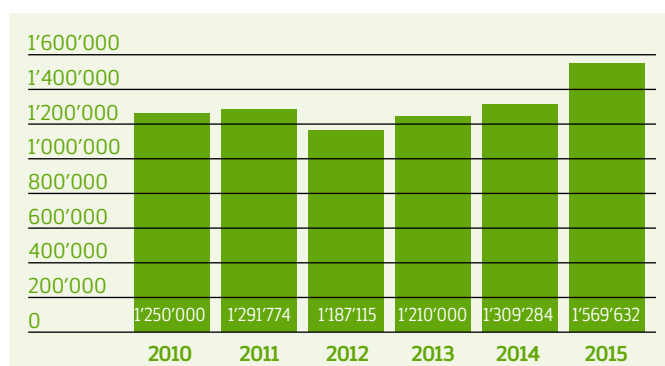


Frequenzen Bergbahnen 2010 – 2015

Das Jahr 2015 war ein absolutes Rekordjahr! Die Bergbahnen an der Rigi transportierten im vergangenen Geschäftsjahr über 800'000 Gäste. Kumuliert über die RIGI BAHNEN AG und die Luftseilbahnen Burggeist, Scheidegg und Seebodenalp ergibt dies ein Spitzenwert von über 1.7 Mio Frequenzen, was einer Zunahme von 18.3% gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Die RIGI BAHNEN AG erzielte dabei das beste Jahresergebnis ihrer Geschichte und beförderte auf den Zahnradbahnen ab Vitznau und Goldau und auf der Luftseilbahn ab Weggis so viele Personen wie noch nie. Die Gründe für den markanten Anstieg seien vielfältiger Natur, erwähnt Peter Pfenninger (Direktor RIGI BAHNEN AG): «Einerseits durften wir vom prächtigen Sommer 2015 profitieren und noch mehr Schweizer Gäste als in den Vorjahren auf der Rigi begrüßen». Auf der andern Seite beginnt sich der eingeschlagene Weg der Dualstrategie «Schweiz/Asien» auszuzahlen, führt Pfenninger weiter aus. Auch die Luftseilbahn Seebodenalp erreichte zum zweiten Mal in Folge ein Spitzenresultat mit knapp 51'000 Frequenzen, was einer leichten Zunahme gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auch die Luftseilbahnen Burggeist und Scheidegg konnten die Frequen-

zen um rund 20% resp. 1.7% erhöhen. Die Bergbahnen an der Rigi profitierten im 2015 nicht nur vom prächtigen Sommer- und Herbstwetter, sondern auch von attraktiven Angeboten wie beispielsweise dem Jubiläums-Wanderplausch der Schwyzer Kantonalbank oder den Erlebnisangeboten der Raiffeisen.

Frequenzen Bergbahnen ²



Frequenzen Bergbahnen im Vergleich

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	in % in %	5-Jahres-Vergl.
Rigi Bahnen AG	1'250'000	1'291'774	1'187'115	1'210'000	1'309'284	1'569'632	19.88%	25.61%
LSB Rigi Burggeist	13'255	15'625	15'358	12'702	10'879	13'050	19.96%	-3.79%
LSB Rigi Scheidegg	77'186	87'660	76'124	72'956	72'122	73'368	1.73%	-4.98%
LSB Seebodenalp	43'121	46'550	45'773	42'674	50'336	50'884	1.09%	11.37%
Total	1'383'562	1'441'609	1'324'370	1'338'332	1'442'621	1'706'934	18.32%	23.15%

¹ Die RigiPlus AG ist bestrebt, die Logiernächte der Hotels und Berggasthäuser unabhängig der Kantons- und Gemeindegrenzen zu erfassen, um eine ganzheitliche Logiernächtestatistik für den funktionalen Raum Rigi zu präsentieren. Das Bundesamt für Statistik (BFS) kommuniziert die Übernachtungszahlen pro Gemeinde und nicht pro Beherbergungsbetrieb. Dies geschieht aus Gründen des Datenschutzes, um Rückschlüsse auf einzelne Betriebe zu vermeiden. Mit dieser Ausgangslage gestaltet sich eine Erhebung der Übernachtungszahlen im funktionalen Raum Rigi als schwierig. Die im Geschäftsbericht präsentierte Logiernächtestatistik beruht auf den Zahlen der Kurtaxenabrechnungen anhand verschiedener Kurtaxengesetze mit den jeweiligen Eigenheiten. Die Zahlen sind somit nicht vom BFS beglaubigt und nicht zur offiziellen Kommunikation geeignet, weisen jedoch eine klare Tendenz auf.

² Ohne Frequenzen der Luftseilbahnen Urniberg, Hinterbergen und Wissfluh.

Eintritte Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad

Wiederum konnte das Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad im Berichtsjahr mehr Besucher willkommen heissen und mit erstklassigen Dienstleistungen im Bad- und Wellnessbereich sowie mit einem vielfältigen Massageangebot verwöhnen. Mit 65'300 Besuchern bzw. einem Plus von 6% wurde 2015 eine neue Marke gesetzt. Ganz erfreulich entwickelt sich auch die Zusammenarbeit mit den Hotelbetrieben auf und am Berg. Die Gäste von Partnerhotels konnten vereinfachten Zugang zum Bad geniessen. Dadurch haben auch die Hotels und das Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad von den zusätzlichen Frequenzen profitiert.

Umsatzentwicklung Dorfladen Rigi Kaltbad

Im abgelaufenen Kalenderjahr konnte der Umsatz im Dorfladen Rigi Kaltbad um 3% gegenüber der Vorjahresperiode gesteigert werden. Dies trotz wirtschaftlich schwierigem Jahr, dem zusätzlichen Shop im neuen Bahnhof und dem weitgehenden Wegfall des Einkaufs der Bauarbeiter. Andererseits profitiert der Dorfladen aber auch vom weiterhin ansteigenden Gästeaufkommen. Zudem hat sich eine treue Kundschaft von Einheimischen und Gästen in Ferienhäusern und -wohnungen eingestellt. Diese kaufen möglichst viel auf der Rigi und kommen nicht nur dann, wenn gerade etwas fehlt. Diese treue Kundschaft sichert die Existenz des Ladens, der das einzige Lebensmittelgeschäft auf der (autofreien) Rigi ist. Der Rigi Dorfladen stützt so die Wohnlagequalität. Eine Verbesserung der durchschnittlichen Marge machen die Souvenirartikel aus.

Aktionäre RigiPlus AG

Mit dem Abschluss des Geschäftsjahres 2015 steigt die RigiPlus AG 2016 in das vierte operative Geschäftsjahr. Der Verwaltungsrat der RigiPlus AG bedankt sich für das entgegengebrachte Vertrauen und die grosse Unterstützung der Aktionäre in den letzten drei Jahren. Per 31. Dezember 2015 haben folgende Dienstleister Aktien der RigiPlus AG gezeichnet (gegliedert nach Alphabet):

- Alpwirtschaft Räbalp
- Alpwirtschaft Ruodisegg GmbH
- Andrea Chiara Rigert - Kraftberg Rigi
- AQUA-SPA-RESORTS AG
- be und mee
- Berggasthaus Rigi-Burggeist
- Berggasthaus Rigi-Scheidegg
- Franz-Anton Kennel, Alp Chäserenholz
- Hotel Bergsonne
- Hotel Edelweiss Rigi AG
- Hotel Gruebisbalm / Höhle Gruebisbalm
- Hotel Klösterli GmbH
- Hotel Restaurant Alpina
- Hotel-Restaurant Rigi-Seebodenalp AG
- Hotel Rigi Kaltbad GmbH
- Korporation Berg und Seeboden
- Kurverein Rigi
- Luftseilbahn Küssnacht-Seebodenalp AG
- Luftseilbahn Oberschwend-Rigi-Burggeist AG
- Restaurant Alpenhof
- RIGI BAHNEN AG
- Rigi Kulm-Hotel AG
- Rigi-Scheidegg AG
- Seilbahngenossenschaft Hinterbergen



Aktivitäten 2015

Gästekbetreuung

Tourist Information – Dienstleistungszentrum

Die RigiPlus AG hat die Führung der Tourist Information im Rahmen einer Leistungsvereinbarung von der Luzern Tourismus AG anfangs 2014 übernommen. Das Jahr 2015 stand im Zeichen des Umzuges und Zusammenschlusses: Mit der Eröffnung der neuen Bahnstation am 1. März und dem integrierten Dienstleistungszentrum auf Rigi Kaltbad, welches Bahn/Tourismus/Shop vereint, konnte ein weiterer Meilenstein realisiert werden. Das Dienstleistungszentrum wird von der RIGI BAHNEN AG und von der RigiPlus AG betrieben. Dadurch können Synergien genutzt werden, welche zu einem grösseren Gästekomfort führen. Einerseits verlängerten sich die Öffnungs- und Präsenzzeiten vor Ort an den Wochenenden und andererseits kann durch die Zentralisierung der Telefonanrufe und E-Mails dieser Service durchgängig von 8 Uhr morgens, sieben Tage die Woche sichergestellt werden. Im neuen Dienstleistungszentrum erhält der Gast alles aus einer Hand unter einem Dach.



ORIGINALE



Was im Rahmen des «Gästivals – 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz» an verschiedenen weiteren Standorten in der Zentralschweiz erstmalig umgesetzt wurde, ist auf der Rigi bereits seit vier Jahren fester Bestandteil. In Luzern, Brunnen oder auch auf dem Stoos werden sie «Friendly Hosts» genannt, auf der Rigi heissen sie ORIGINALE. Freiwillige, die ihre Freizeit zum Wohle der Gäste vor Ort einsetzen. Die Rigi zählt insgesamt 27 Damen und Herren, die als freundliche Gastgeberinnen und Gastgeber an verschiedenen Standorten auf der Rigi Auskünfte geben. Die Palette an Informationen, die die ORIGINALE den Gästen weitergeben, ist vielfältig: Auskünfte zu Wanderwegen, Restaurant-Tipps, Hinweise zum Fahrplan, Erklärungen zum Panorama, zur Blumenvielfalt und vieles mehr.

Im 2015 leisteten die ORIGINALE an 274 Einsatztagen insgesamt 1106 Stunden Freiwilligenarbeit. Am häufigsten waren die ORIGINALE im Känzeli anzutreffen. Jedoch wurden auch Einsätze auf Rigi Kulm, Scheidegg und im Staffel sowie mobil unterwegs auf den Wanderwegen geleistet. Die ORIGINALE sind nicht ausschliesslich als freundliche Gastgeber unterwegs, sondern repräsentieren die Rigi auch bei Medien- oder Studienreisen, an Messen oder begleiten als Wanderführer Gruppen aus dem In- und Ausland.

Das Projekt rund um die ORIGINALE wird zusätzlich von der Pro Rigi, dem Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad und den Rigi Bahnen unterstützt.

Marktbearbeitung

Imprimate & touristische Broschüren

RigiGuide: Der RigiGuide bietet wie bereits in den vergangenen Jahren einen kompakten Überblick auf das gesamte touristische Angebot der Rigi. Die Broschüre wurde breit am Berg, in den lokalen Tourismusorganisationen rund um die Rigi, in Tourist Informationen in Städten wie beispielsweise Luzern, Zürich (inkl. Flughafen), Basel, Zug, etc., in den Hotels der Zentralschweiz sowie an den Raststätten Neuenkirch und Gotthard gestreut. Die Broschüre erscheint zweisprachig: Deutsch und Englisch. Auflage: 210'000 Stück.

Pocket-Fahrplan: Der Pocket-Fahrplan informiert den Gast über Wanderwege, zu den Fahrplänen der Bergbahnen sowie zu Hotels, Restaurants und weiteren Aktivitäten und dient so als Orientierung vor Ort. Der Pocket-Fahrplan erscheint zweisprachig: Deutsch und Englisch. Auflage: 140'000 Stück.

Rigi Sommer 2015: Ab Juni bis September gibt es kaum ein Wochenende, an welchem kein kultureller Anlass, ein Bahnerlebnis oder ein gastronomischer Event auf der Rigi angeboten wird. Die Broschüre «Rigi Sommer» fasst den bunten Blumenstrauß zusammen und weist die Gäste auf die verschiedenen Aktivitäten hin. Auflage: 20'000 Stück.

Magazin ORIGINAL: Im September 2015 erschien das Magazin ORIGINAL bereits in der vierten Auflage. Die Ausgabe präsentierte viele Neuigkeiten und Hintergrundinformationen: Über die Wiederentdeckung der Edelkastanie, oder von der Bedeutung des Waldes an der Rigi bis hin zum neuen Berg-Bier. Auflage: 46'000 Stück.

Rigi-Tischset: Die RigiPlus AG lässt zweimal jährlich Tischsets für die Gastronomiebetriebe am Berg drucken. Abgebildet wird saisongerecht das Sommer- resp. Winterpanorama. Auflage: 50'000 Stück.

Wie bereits in den vergangenen Jahren wurde die Rigi in verschiedenen Broschüren der touristischen Partner ganzheitlich integriert. Als Beispiele dienen:

Sommer- & Wintermagazin Schwyz Tourismus: Die Hauptbroschüren von Schwyz Tourismus werden halbjährlich neu erstellt. Die Rigi ist jeweils mit dem gesamtheitlichen Sommer- resp. Winterangebot präsent.

Freizeit-Erlebnisse: Die beliebte Broschüre beinhaltet Ausflugsziele in der Region.

Info-Guide Weggis, Vitznau, Rigi: Zusammen mit dem Team von der Tourist Information Weggis konnte die RigiPlus AG aktiv die Inhalte dieser regionalen Broschüre mitgestalten.

Freizeit im Kanton Zug: Die Broschüre von Zug Tourismus vermittelt Aktivitäten und Ausflugsziele rund um Zug. Nur ein Katzensprung von der Stadt entfernt, darf die Rigi als Ausflugsziel nicht fehlen.

Werbung & Kampagnen

Die Rigi war in verschiedenen Medien mit unterschiedlichen Massnahmen präsent. Image-/Produktinserate, redaktionelle Artikel und Publireportagen wurden in Zeitungen, Magazinen, Printprodukten von touristischen Partnern oder auch in einer TV-Sendung platziert.

Neue Luzerner Zeitung: Die Rigi ist mit Inseraten in der Sommerausflugs- sowie Winterausflugsserie ein regelmässiger Gast. Zudem wurde pro Saison je ein Regionenbericht publiziert und die regelmässigen Reisetipps berücksichtigen alle Teilgebiete der Rigi.

Freizyt.tv: Die TV-Sendung «freizyt.tv» wird in den meisten Regionalfernseh-Stationen ausgestrahlt und präsentiert wöchentlich Ausflugstipps von der Schweiz. Die 10-minütige Publireportage von der Rigi führte ab Vitznau mit der Luftseilbahn nach Hinterbergen mit anschliessender Wanderung auf dem «Weg der Naturschätze» nach Rigi Kaltbad. Anschliessend wurde auf der Alp Chäserenholz übernachtet. Am Tag darauf, nach einem eindrücklichen Sonnenaufgang, nahm die Sendung ihren Abschluss mit einem Gleitschirmflug auf die Seebodenalp. Die Publireportage lieferte eindrückliche und stimmungsvolle Bilder der Rigi in die Wohnzimmer im Sendegebiet.

Wandermagazin SCHWEIZ: Dieses Magazin ist mit 105'000 regelmässigen Leserinnen und Leser (MACH 2014-2) die grösste offiziell beglaubigte Wanderzeitschrift in der deutschen Schweiz. In der Septemerausgabe wurde das Wanderangebot mit dem neu erschienen «Wanderbuch Rigi» dokumentiert und Tipps zum Übernachten sowie zum Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad präsentiert.

Weekendtip Schweizer Familie: 651'000 Leserinnen und Leser (Mach 2015-2) zählt die Schweizer Familie. Im Juli 2015 präsentierte der Weekendtipp der Leserschaft die Vielfalt der Rigi: Anreise per Dampfschiff nach Vitznau mit anschliessender Zahnradbahn-Fahrt nach Rigi Kulm, Übernachtung im Rigi Kulm Hotel, die Dramatik des Sonnenunterganges, die Wandermöglichkeiten und die Entspannungsmomente im Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad.

Banner-Kampagne «Sommerpauschalangebot»: Der Kommunikationsschwerpunkt richtete sich im Herbst auf das beliebte Wellness- und Wanderpauschalangebot, welches mit Hotels, dem Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad und den Rigi Bahnen geschnürt wurde (vgl. Angebotsentwicklung/Pauschalangebote). Das Pauschalangebot wurde mit einer Online-Kampagne beworben, an welche zudem ein Wettbewerb gekoppelt war. Das Ziel der Kampagne war die Imageprofilierung, Abverkauf des Pauschalangebotes und die Gewinnung von Kundendaten für den Newsletter. Die zeitlich konzentrierte Online-Kampagne mit Display- und Bild/Text-Anzeigen generierte total 6'037'879 Werbeeinblendungen und über 4'500 Klicks. Zudem konnten rund 1'000 neue Adressen für den Newsletterversand gewonnen werden.

Presserückblick

Um die Schweizer Medienlandschaft auf Berichte der Rigi zu beobachten, arbeitet die RigiPlus AG mit dem Schweizer Medienbeobachter und Informationslieferant «Argus der Presse». Im Jahr 2015 wurden 238 Artikel in Schweizer Zeitungen über die Rigi veröffentlicht. Einige Schlagzeilen finden Sie nachfolgend:

Wiedereröffnung und Anrinkete

im Berggasthaus Rigi Burggeist

Rigi für alle

Vielfältige Erlebnisse auf der Rigi

Rigi attraktiv für alle

RIGI KALTBAD Vom Scherbenhaufen zum Bahnhof mit integriertem Tourismusbüro und Shop: Seit gestern ist die neue Station nun in Betrieb.

61 600 Besucherinnen und Besucher im 2014

Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad ist auf Kurs

Roger Joss: «Asiatische Gäste lieben unsere Region als «Swiss miniature»»

Über 100 Schulklassen eingeladen

VITZNAU 1200 Schulkinder der Region reisten über die Rigi nach Vitznau auf die Seerose. Eingeladen hat die RigiPlus AG.

red. Über 100 Klassen der neun Gemeinden an der Rigi wurden am letzten Donnerstag und Freitag von der RigiPlus AG eingeladen, einen spannenden Tag auf der Rigi und in Vitznau auf der Seerose zu verbringen. Die Schulkinder erfahren auf den Exkursionen viel über die Flora, die Geologie, die Landwirtschaft und wie sich die Natur auf der Rigi präsentiert. Die Exkursion Tourismusegeschichte auf Rigi Schwidlegg gab einen Einblick in den Rigi Tourismus von anno dazumal. Auch der versteckte Schatz in Rigi Kaltbad wurde anhand eines Schatzsuche-Quiz gefunden. Beim Besuch der Seerose erlebten alle viel Unterhaltung und eine Ausstellung.



Die Schulkinder erfahren viel Wissenswertes über die Natur auf der Rigi.

Medienreisen

MDR mit Beatrice Egli, Deutschland: Die deutschen Fernsehsender MDR (Mitteldeutscher Rundfunk) und BR (Bayerischer Rundfunk) produzierten im Juli 2015 die TV-Produktion «Beatrice Egli. Meine Schweiz. Meine Musik.», wobei die Schwyzer Sängerin Beatrice Egli ihre Heimat zeigte. Auch mit der Rigi fühlt sich der Schlagerstar seit der Kindheit verbunden, was das TV-Team für Filmaufnahmen auf die Rigi brachte. Eine gelungene Produktion und ein tolles Ergebnis, welches im August und September in Deutschland ausgestrahlt wurde.



Spot Magazin, Schweiz: Zwei Journalisten des Schweizer Spot Magazin waren im Herbst 2015 für zwei Nächte auf der Rigi zu Besuch. Begleitet durch ein ORIGINAL bewanderten die Medienschaffenden die Rigi auf verschiedenen Wanderwegen. Beim anschliessenden Besuch im Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad zum Candlelight Nachtbaden konnte ein spannender Tag abgeschlossen werden. Entstanden ist ein mehrseitiger Bericht mit Fokus Wellness. Im Herbst 2016 wird der zweite Teil des Berichtes folgen, der das Wanderparadies der Rigi in den Mittelpunkt stellt.

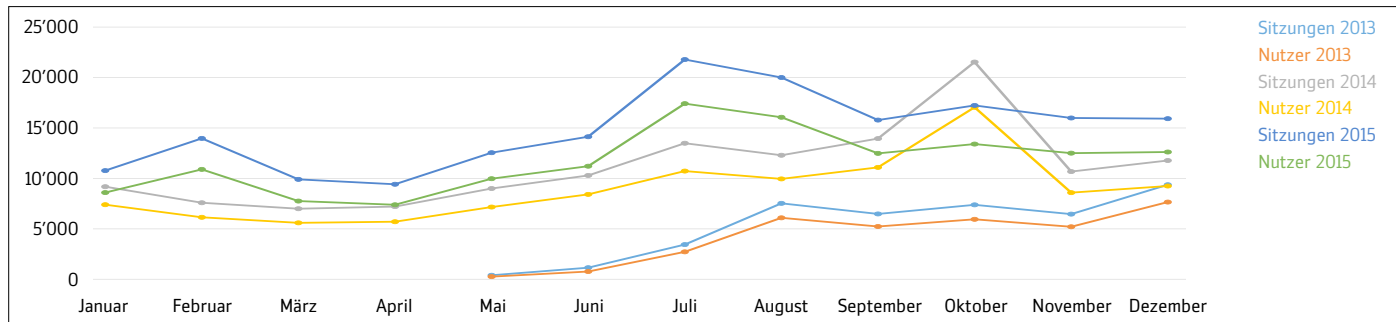
Instagram Influencer, USA: Am 20. August 2015 durften zwei amerikanische Medienschaffende auf die Rigi begleitet werden. Die beiden Herren aus New York sind auf den sozialen Netzwerken aktiv und weisen eine beträchtliche Community vor. Sie erreichen zusammen mehr als 1.2 Mio Personen. Nach ihrem Besuch auf der Rigi, den sie mit Bildern festgehalten haben, konnten mehrere Beiträge der beiden Herren in verschiedenen Kanälen verfolgt werden. Eine erfolgreiche Medienreise, die für einmal nicht die Print- sondern die Onlinemedien erreichte.

TV-Produktion Rattanawadee, Thailand: Die über 30-köpfige Filmcrew der thailändischen Produktion «Rattanawadee» besuchte die Rigi im Juni 2015 für Filmaufnahmen einer bekannten und beliebten Soap Opera. Entstanden ist eine Episode, die in Thailand bis zu 5 Millionen Menschen erreichte. Die Ausstrahlung erfolgte im Oktober 2015. Zahlreiche Helfer der Rigi waren dabei, unter anderem ORIGINALE, die als Statisten tatkräftig mitwirkten.

Online-Marketing

Website rigi.com: Insgesamt verzeichnete die ganzheitliche Webplattform für die Rigi rund 177'472 Besuche, was einer Zunahme von rund 32% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Rund 45% aller Besucher gelangen über die Suchmaschine «Google» auf die Website. Die wichtigsten verweisenden Websites wa-

ren: rigi.ch, rigi-scheidegg.ch, facebook.com, rigikulm.ch und schwyz-tourismus.ch. 73% besuchten die Website zum ersten Mal und die durchschnittliche Verweildauer betrug 2.12 Minuten. Der Trend zur mobilen Internetnutzung nimmt weiter zu: Rund 40% besuchten die Website mit einem Smartphone oder Tablet.



Online Buchungsplattform Switzerland Travel Center (STC): Im Mai 2014 führte die RigiPlus AG die online Buchungsplattform von STC auf rigi.com ein. Seither können Website-Besucher bequem mit wenigen Klicks ihr Hotelzimmer direkt auf rigi.com buchen. Die Anzahl der partizipierenden Beherbergungsbetriebe von der Rigi ist noch überschaubar. In den acht Monaten im Jahr 2014, an welchem die Buchungsmaske online war, wurden 43 Nächte gebucht, im 2015 waren es 77 Nächte. Diese Werte sind sehr tief und die RigiPlus AG setzt hier den Fokus, damit möglichst viele Betriebe vom Berg zukünftig von den Gästen online gebucht werden können.

Social Media Plattformen: Seit anfangs 2015 hat sich in der Social Media Welt der Rigi so einiges getan: Die Facebook Likes konnten seit dem 1. Januar 2015 bis Ende 2015 fast vervierfacht werden. So zählte die Facebook Gemeinde der Rigi zu Beginn des Jahres 1'546 Interessierte. Ende 2015 konnte diese Zahl auf bis zu 5'100 Personen gesteigert werden. Durch kommentieren, teilen und liken von verschiedenen Posts durch unsere Besucher wurden bis zu 11'000 Personen pro Post erreicht. Nicht nur die Anzahl Likes konnte gesteigert werden, auch die Interaktion mit den Gästen ist bemerkenswert hoch und soll so beibehalten werden.

Der intensive Fokus auf die sozialen Netzwerke zeigte sich auch bei der Plattform Instagram. Das Profil wurde Anfang Jahr von 471 Personen verfolgt, Ende Jahr waren es bereits 1'120. Eine klare Steigerung, die mit viel Interaktion der Gäste abgerundet wird. In Zukunft soll der Kommunikationskanal über die Social Media Plattformen gesteigert und ausgebaut werden.

Newsletter: Die monatlich online versendeten Informationen zum Berg Rigi erreichten monatlich gegen 4200 Empfänger und konnten mit einer regelmässigen Öffnungsrate von 40% als gut verzeichnet werden. Die Empfänger sind Gäste aus der ganzen Schweiz, Rigi-Freunde, Medien sowie Partner. Zum gewöhnlichen Newsletter gesellte sich im 2015 der MICE Newsletter, der an knapp 300 Geschäftsadressen gesendet wird und vor allem die Themen Gruppenerlebnisse und Seminarhotels der Rigi kommuniziert.

Social Media Monitoring: In der Social-Media-Welt von Facebook, Twitter, Instagram und Co. wird tatkräftig über die Rigi berichtet, gepostet, kommentiert und geteilt. Um die weltweiten Aktivitäten zum Thema «Rigi» auf den Social Media Plattformen überwachen zu können, wurde im Sommer 2015 eine Zusammenarbeit mit IOZ (Informations-, Organisationszentrum Sursee) und Microsoft Schweiz eingegangen. In Form eines Pilotprojektes konnte das von Microsoft entworfene Monitoring-Tool «Microsoft Social Engagement (MSE)» für mehrere Monate getestet und ausprobiert werden. Das Tool bietet verschiedene Möglichkeiten, die Social Media Plattformen nach Themen zu durchsuchen, die für die Rigi relevant sind. Dabei kann auf die Interaktion der Gäste eingegangen und neue Ideen in der Angebotsgestaltung entwickelt werden.

Eine Abschlusspräsentation durch Vertreter der RigiPlus AG und den Rigi Bahnen im Hauptquartier von Microsoft in Zürich rundete das Projekt ab. Die RigiPlus AG und die RIGI BAHNEN AG setzen zukünftig verstärkt auf die Social Media Kanäle und wollen diese professioneller bearbeiten und nutzen. Die Zusammenarbeit wird auch im 2016 weitergeführt.

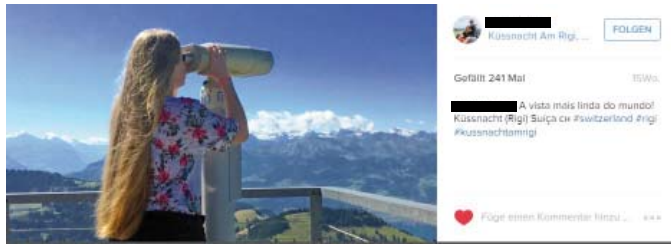
Meist gegoogelter Berg der Schweiz

Google wollte es wissen und wertete alle Suchanfragen von Herr und Frau Schweizer aus. Jetzt ist es schwarz auf weiss dokumentiert. Im 2015 war die Rigi der meistgesuchte Berggipfel innerhalb der Google-Rangliste

1. Rigi
2. Matterhorn
3. Titlis
4. Weissenstein
5. Pilatus
6. Jungfrauoch
7. Säntis
8. Stanserhorn

Gäste übernehmen das Marketing

Mit der aufkommenden Globalisierung und der damit verbundenen intensiven Nutzung des Internets besteht für einen grossen Teil der Bevölkerung die Möglichkeit, sich über soziale Netzwerke online zu unterhalten, auszutauschen, sich zu präsentieren und zu verknüpfen. Ein Gast wird also immer mehr zu einem sehr wichtigen Meinungsträger, da er seine Erlebnisse



Schweiz Tourismus @MySwitzerland_d · 17. Juli 2015
#Bergwellness mit #Molkebad und #Alpsauna auf der #Rigi in der Alp
#Chäserenholz: bitly.com/Alpenwellness



5 9

Walking around Mt. #Rigi #Switzerland #travel #SwissAlps #GiftOfGod



2 2

und Erfahrungen mit seinem Umfeld (offline und online) teilt. Gäste der Rigi, die ihre Erlebnisse über die Social Media Kanäle teilen, übernehmen das Marketing in einem hohen Masse, werden so zu Botschaftern der Königin der Berge und können ein Reisebegehren in ihrem Umfeld auslösen. Nachfolgende Ausschnitte dokumentieren dies eindrücklich.



luzernerzeitung.ch @Neue_LZ · 2. Juli
Neandertaler haben Steinwerkzeuge aus der #Rigi-Höhlen hergestellt: luzernerzeitung.ch/nachrichten/ze...



1

SvizzerAmo @SvizzerAmo · 2. Juni 2015
Mattinata con il casaro a preparare (e assaggiare!) il #Rigi Alpkäse, il #formaggio d'alpeggio.
#Svizzera #turismo
AmicheSiParte, IsaGrassano und Kanton Schwyz



4 5

luzernerzeitung.ch @Neue_LZ · 4. Jan.
Die #Rigi Bahnen verzeichneten 2015 einen Rekordwert von 785'000 Besuchern: luzernerzeitung.ch/nachrichten/ze...



2 2



@sonofawulf · 31. Okt. 2015

Ein Tag über der Nebeldecke - unbezahlbar!
#rigi @RigiKulm #kulm #weggis #Switzerland #swissalps #überdemnebel



← ↻ ❤️ 1 ⋮



@andreas_travel · 3. Juli 2015

Übersetzung anzeigen

By jihye_jennet // 담에 내가 스위스 리기산에 또 가게되면 여기 갈테야 꼭! 이 높은 산속에 리조트, 온천 수영장 #rigi #Switzerland... if.t/1Fv1po0



← ↻ ❤️ 1 ⋮



phtblzr · 21. Okt. 2015

Hoch hinauf. #rigi #schweiz #uzern #wanderlust #berg #berge #hill #geil #love #happy #holiday #sun... [instagram.com/p/9HRQw1p5J/](https://www.instagram.com/p/9HRQw1p5J/)

← ↻ ❤️ ⋮



@MariekeSweens · 3. Okt.

Het is hier prachtig! #Rigi #Zwitzerland



← ↻ ★ 1 ⋮



@TommyAbdurahman · 7. Feb.

" * Thank you @andrea_4520: Rigi, sunset - #rigi #switzerland "
~ Welcome Sweet Evening ... !!!



← ↻ 9 ★ 18 ⋮



@NidiGSP · 8. März

#Rigi #seebodenalp #Winter



← ↻ ★ 1 ⋮



Seilpark Rigi

Gefällt 13 Mal 5 Tage

#wald #treck #fun #park #rigi #küssnacht

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.



Gefällt 54 Mal 1 Tag

Staring into the wild.
#hiking #rigi #hochflue #swissalps #myswitzerland #naturelovers #landscapelovers #switzerland #alps #nature #schwyz #mountainlovers
Miss my home Châlet Antique in Weggis and hikes to Rigi everyday! Wütschä Edli & albe es schönen Mittwoch abe ond Guetä morga vom Kalförcher Dale am rüüdlig warm sunny Southern California ☀️🌲🏔️ what_is_it_about_photography Great photo!!

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren.

Veranstaltungen & Messen

Bei den folgenden Events hat sich die RigiPlus AG finanziell und/oder personell eingesetzt und die verschiedenen Anlässe auf der Rigi unterstützt.

Rigi Ostereier-Suche: Die beliebte Ostereiersuche auf der Rigi hat sich auch im 2015 sehr bewährt. Zahlreiche Gäste waren am Ostersonntag auf dem Berg unterwegs und haben die gesamthaft 420 versteckten Eier gesucht. In den Regionen Rigi Scheidegg/Burggeist, First, Kaltbad, Staffel, Kulm und auf der Seebodenalp wurden die Eier versteckt. 380 Eier wurden gefunden und die Finder erwartete eine süsse Überraschung beim Umtausch der Eier in einem Gastronomiebetrieb. Unter den Findern wurden anschliessend rund 80 Rigi Preise verlost.

Märchennachmittage Rigi Kaltbad: In den Sommermonaten Juli und August fanden sechs Märchennachmittage auf Rigi Kaltbad statt. Die Erzählerinnen der Märchenstiftung Mutabor erzählten die Geschichten jeweils am Mittwochnachmittag in den Räumlichkeiten des Hotel Rigi Kaltbad an gesamthaft 219 Kindern und Eltern. Ein Erfolg und eine deutliche Steigerung der Besucherzahl zum Vorjahr.

Rigi Musiktage 2015: Vom 17. bis 19. Juli 2015 fanden, unter der künstlerischen Leitung der Bratschistin Diemut Poppen, die zweiten Rigi Musiktage auf Rigi Kaltbad und Rigi Kulm statt. Wie bereits im ersten Jahr musizierten auch im 2015 ausgewählte Musiker an neu vier Konzerten in der reformierten Bergkirche und in der Felsenkapelle in Rigi Kaltbad. Das geplante Sonnenuntergangskonzert auf der Sonnenterrasse des Rigi Kulm Hotels musste aufgrund des mässigen Wetters in den liebevoll gestalteten Speisesaal des Hotels verschoben werden – ein stimmiger Ersatz. Die Zuhörerzahl konnte mit dem zusätzlichen Konzert um 25% auf ca. 340 Personen erhöht werden. Die Auslastung der Konzerte betrug 85%.

Rigi Dixie und Swing Weekend: Wetterglück hatte das 18. Dixie und Swing Weekend, das vom 21.-23. August 2015 auf Rigi Kaltbad, Rigi First und Rigi Scheidegg stattfand. Bei schönem Wetter und fast schon heissen Temperaturen genossen die zahlreichen Besucher Jazzmusik vom Feinsten. Alle Konzerte konnten planmässig im Freien stattfinden. Total wurden 235 Eintritte verkauft.



Infoworkshop Luzern: Der Infoworkshop in der Messe Luzern ist die ideale Plattform, um den Mitarbeitenden der Hotels, Bergbahnen und Tourist Informationen rund um den Vierwaldstättersee die verschiedenen Angebote der Rigi vorzustellen. Zahlreiche Interessenten besuchten die Präsentation der Rigi und wurden mit neuen Informationen zum Berg, für die Gäste in Luzern und der Region, bedient.



Infoworkshop Weggis/Vitznau: Analog zum Infoworkshop in Luzern findet auch in Weggis ein Infoworkshop im ähnlichen Format statt. Auch da hat sich die Rigi präsentiert, um die Angestellten der Hotels und Tourist Informationen der Region Weggis, Vitznau, Rigi zu den Produkten, Angeboten und Neuigkeiten zu informieren.

Gewerbeausstellung Eschenbach: An der Gewerbeausstellung in Eschenbach, die vom 2.-4. Oktober 2015 stattfand, wurde die Rigi von den Organisatoren als Gastregion eingeladen. Mit einem natürlichen Auftritt konnte die Aufmerksamkeit der zahlreichen Besucher auf sich gezogen werden. Nebst verschiedenen Produkten vom Haldihof und von NatuRigi, wurde auch Käse von der Alp Chäserenholz zur Degustation angeboten und verkauft. Zudem lockte das Glücksrad mit Sofortpreisen Gross und Klein an. Die Rückmeldungen der Besucher waren durchgehend positiv.



Messe Zukunft Alter Luzern: 23.-25. Oktober 2015: In Zusammenarbeit mit der RIGI BAHNEN AG, war die Rigi prominent an der ersten Messe Zukunft Alter in Luzern unter dem Dach von RailAway vertreten. Der Rigi-Stand wurde direkt am Eingang der Halle 2 positioniert und hatte somit einen geeigneten Standort. Insgesamt durften während den 3 Messetagen (23.-25. Oktober 2015) rund 10'000 Besucher willkommen geheissen werden. Neben den 90 Ausstellern wurden 40 Referate, vier attraktive Sonderschauen und ein Unterhaltungsprogramm (u.a. ein Jassturnier) geboten.

Gästival – 200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz

Die Zentralschweiz feierte im Jahr 2015 die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region. Eine breitgefächerte Auswahl von Aktivitäten und Projekten stellte im Jubiläumsjahr die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt. Gästival-Herzstück war die Seerose, eine schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee. Auch in Vitznau wurde deren Anker gelegt. Zwei Tage im September war die RigiPlus AG exklusiv für den Programminhalt auf der Plattform in Vitznau verantwortlich.

Schulklassen zu Gast auf der Rigi und der Seerose: Um den Schulkindern der Region rund um die Rigi einen Besuch auf der Seerose zu ermöglichen, wurden alle Schulklassen der neun Gemeinden an der Rigi eingeladen, einen spannenden Tag auf dem Berg mit spezifischen Programmen zu Geologie, Flora, Tourismusgeschichte sowie Berufswahl und auf der Seerose in Vitznau zu verbringen. Über 70 Klassen und damit mehr als 1'600 Personen haben sich angemeldet. Aufgrund der sehr schlechten Wettervorhersagen ist es kurz vor dem Event zu einigen Absagen gekommen, was schlussendlich gegen 50 Klassen über die Rigi nach Vitznau brachte. Strahlende Gesichter trotz Regen und Nebel und positive Rückmeldungen waren dann auch der Verdienst für die intensive Arbeit der RigiPlus AG.



Die Rigi zu Gast auf der Seerose: Nebst den beiden Tagen für die Schulklassen, wurde ein geschlossener Anlass am Freitagabend des 18. September 2015 für über 300 Gäste organisiert. Die geladene Gäste des Rigi Kulm Hotel, des Hotel Rigi Kaltbad, des Mineralbad & Spa, der RIGI BAHNEN AG und der RigiPlus AG erlebten einen interessanten und unterhaltsamen Abend auf der Seerose. Nebst der Buchpräsentation «Wanderbuch Rigi» von David Coulin, unterstützt durch den Jodelchor Weggis, unterhielten die Improvisationskünstler «Improphil» mit lustigen Einlagen rund um das Thema Rigi.



Belle Epoque Tage Rigi Scheidegg-Burggeist: Ein weiterer Gästival-Event fand am Wochenende des 27. & 28. Juni 2015 auf Rigi Scheidegg-Burggeist statt. Die Belle Epoque Tage mit Kutschenbetrieb, Sänftenträger, musikalischer Unterhaltung, Berggottesdienst, Alphornbläser, und Flohmarkt zauberten eine besondere Atmosphäre auf die Rigi Scheidegg. Über 250 Gäste, teilweise gekleidet in traditionellen Kleidern aus der Belle Epoque Zeit, genossen das Wochenende auf Rigi Scheidegg-Burggeist.



Anno 1815: Am 5. September 2015 wurde in Küssnacht am Rad der Zeit gedreht. «Anno 1815» zelebrierte im Rahmen des Gästivals den Ursprung des Tourismus in der Region und die Zeit vor 200 Jahren mit einem historischen Markttreiben im Unterdorf sowie einer Säumerwanderung mit Pferd und Rigi-Trägern ab Küssnacht über die Seebodenalp nach Kaltbad und anschliessend nach Rigi Kulm. Historische Kostüme, Gaukler, Kutschenfahrten, Marktstände und vieles mehr versetzten die zahlreichen Gäste in eine andere Zeit. Ein gelungener Anlass, bei dem sich die RigiPlus AG im Organisationskomitee engagierte.

Angebotsgestaltung

Pauschalangebote

In Zusammenarbeit mit den Hotels, dem Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad und den Rigi Bahnen entwirft die RigiPlus AG jeweils mindestens ein saisonales Pauschalangebot. Das Angebot im Sommer 2015 beinhaltete zwei Übernachtungen im Hotel nach Wahl inklusive Halbpension, Eintritt ins Mineralbad und einen 3-Tagespass der Rigi Bahnen. Unter dem Titel «Wandern und Wellness» wurde dieses Angebot von Mai – Oktober von total 266 Personen gebucht. Parallel dazu wurde ein 4-Tages-Familienangebot publiziert, welches nebst den Hotelübernachtungen den Tellpass inkludierte. Das Angebot wurde mit einer je 10tägigen Online-Kampagne im Sommer und anfangs Herbst beworben.

Rigi für Alle

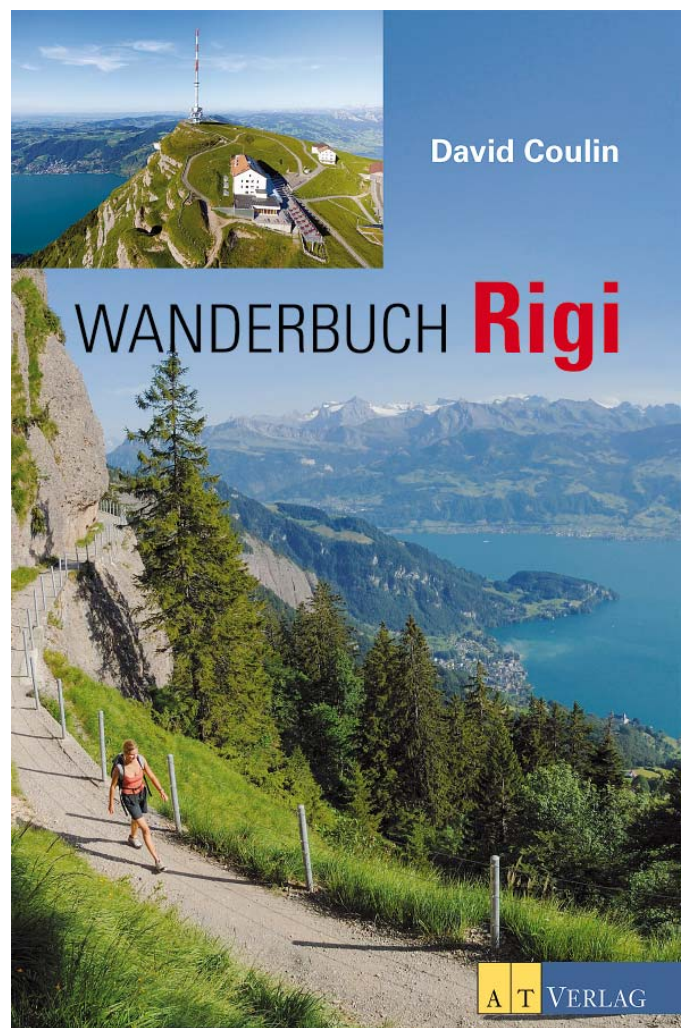
Das Projekt «Rigi für Alle» befasst sich mit der Zugänglichkeit des Berges für Menschen mit Mobilitätshilfen. Das Ziel dieses Projektes ist, die Barrierefreiheit zu gewährleisten, damit Menschen mit Körper- oder Sinnesbehinderungen am Erlebnis «Rigi» teilhaben können. Nach der umfassenden Sanierung des Panoramawegs Rigi Scheidegg – Kaltbad, wurde der Wegabschnitt Scheidegg – Wölfertschen-First und Rigi Kaltbad – Känzeli als offizieller hindernisfreier Wanderweg von Mobility International Schweiz resp. Schweiz Mobil deklariert. So stehen neu auch Rollstühle mit entsprechenden Zuggeräten auf Scheidegg und Kaltbad zur Verfügung. Der sanierte Panoramaweg zwischen Rigi Scheidegg und Rigi Kaltbad und das hindernisfreie Wandern sind ein Aspekt der Barrierefreiheit. Um ein umfassendes Erlebnis für Menschen mit Beeinträchtigungen zu ermöglichen, sind weitere Massnahmen im Rahmen des Projekts «Rigi für Alle» in Planung:

- Barrierefreie Sanitäranlagen entlang des Panoramaweges
- Umgehungsmöglichkeiten der Kuhgatter entlang des Weges
- Zugänge zu Restaurants und Gruben (Grillstellen)
- Angepasste Zimmer in Hotels
- Einstiegshilfen bei Zahnradbahnen und Luftseilbahnen sowie Mobilitätsaspekte entlang des Weges mit E-Mobil Transportmöglichkeiten
- Audiodateien für Blinde und Sehbehinderte
- Sensibilierung zum Thema «hindernisfreies Reisen»

Schritt für Schritt werden die Massnahmen umgesetzt, um Menschen mit Handicap einen Ausflugsberg zu bieten, der ohne grössere Hindernisse zu erleben ist. Das Projekt wird von zahlreichen Partnern, Stiftungen und der öffentlichen Hand unterstützt.

Wanderbuch Rigi

Das «Wanderbuch Rigi» ist das neueste Werk vom Weggiser Journalist und Bergbuchautor David Coulin. Alle Routenbeschreibungen haben einen thematischen Fokus, dadurch ist das Buch mehr als ein Wanderführer – es ist ein Werk, das kaleidoskopartig die Rigi ausleuchtet und dem Publikum umfassend näher bringt. Ergänzt werden die informativen Texte durch eindrückliche Bilder, einen ausführlichen Serviceteil und einem Kartenausschnitt. Dies macht das Buch zu einem idealen Begleiter für alle, die die Rigi neu oder anders kennen lernen wollen. Der Wanderführer entstand dank der Unterstützung der Rigi Bahnen, Luzern Tourismus, dem Rigi Kulm Hotel und Rigi Scheidegg Burggeist Tourismus. Das Buch wird vom AT Verlag herausgegeben, ist in den Shops an der Rigi und im Fachhandel erhältlich. Die Auflage beläuft sich auf 5000 Exemplare.



Schneesportschule Rigi

Die Schneesportschule der Rigi steht seit dem Herbst 2015 unter einer neuen Führung. Rinaldo Maissen aus Goldau hat die Skischule übernommen und löst damit Andres Lustenberger ab. Andres Lustenberger war über 45 Jahre für die Skischule tätig und trat Ende Wintersaison 2014/15 in den wohlverdienten Ruhestand. Die Schneesportschule Rigi bietet weiterhin Ski- und Snowboardkurse für Anfänger und Fortgeschrittene sowie Privatunterricht an.

IST Projektwoche

Vom 14. – 18. September 2015 durften 17 Studierende der IST (Internationale Schule für Tourismus, Zürich) auf der Rigi, anlässlich einer Projektwoche begrüsst werden. Die Studenten befassten sich mit drei unterschiedlichen Themen zum Berg, die vor Ort analysiert und bearbeitet wurden. Am Abschlusstag der intensiven und spannenden Woche präsentierten die Studenten ihre Ergebnisse und Ideen einem Publikum aus involvierten Partner am Berg.

Fundort des Monats – Steigelfadbalm

Die Rigi beheimatet eine kleine archäologische Sensation. In der Höhle Steigelfadbalm wurden in der Zentralschweiz erstmalig Steinartefakte gefunden, die nachweislich von Neandertalern hergestellt wurden. Ausgrabungen im frühen 20. Jahrhundert brachten zudem Knochen von Höhlenbären zu Tage. Die Höhle ist eine wichtige eiszeitliche Fundstelle und wurde entsprechend in das nationale archäologische Projekt «Fundort des Monats» aufgenommen. Im Rahmen dieser Aktivitäten fanden in Zusammenarbeit mit ArchaeoTourism2012, Kantonsarchäologie Luzern und der RigiPlus AG geführte Exkursionen zur Steigelfadbalm statt. Zudem wurde direkt beim Eingang zur Höhle eine neue Informationstafel montiert, welche die Relevanz dieser archäologischen Fundstelle dokumentiert.

Wandernacht Rigi Scheidegg

In Zusammenarbeit mit Rigi Scheidegg-Burggeist Tourismus, fanden sich am 4. Juli, im Rahmen der 10. Schweizer Wandernacht, über 40 Personen auf Rigi Scheidegg ein. Auf der geführten Wanderung konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen eindrücklichen Sonnenuntergang am Dossen erleben. Abgerundet wurde der Anlass mit einer warmen Suppe in der Gruebi Scheidegg.



Durchgang Station Rigi Kaltbad

Der Durchgang der Luftseilbahnstation auf Rigi Kaltbad präsentierte sich seit dem Neubau grau in grau. Diesen Sommer bebilderte die Aqua-Spa-Resort AG mit farbenfrohen Bildmontagen die Nischen entlang des Ganges und dokumentierte ihre eindrücklichen Bäder- und Wellnesslandschaften in der Schweiz. Auf der gegenüberliegenden Seite wurde auf dezente Art und Weise das Bergpanorama, wie es ab dem Känzeli sichtbar ist, illustriert. Der skizzenhafte Alpenkranz mit der Beschriftung der jeweiligen Berggipfel soll die ankommenden Gäste neugierig auf das echte Panorama machen und abreisende oder wartende Gäste haben die Möglichkeit, sich nochmals mit den Berggipfeln auseinanderzusetzen, bevor die Heimreise angetreten wird.



Jahresrechnung (in CHF)

Bilanz per 31.12.2015

Aktiven	31.12.2015	31.12.2014
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	184'922.90	122'697.89
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	32'502.50	1'322.20
Übrige kurzfristige Forderungen	52.55	120.68
Aktive Rechnungsabgrenzung	46'804.75	13'405.90
Total Umlaufvermögen	264'282.70	137'546.67
Mobile Sachanlage	1'601.00	0.00
Total Anlagevermögen	1'601.00	0.00
Total Aktiven	265'883.70	137'546.67

Passiven	31.12.2015	31.12.2014
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	53'676.00	14'938.90
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5'508'29	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	105'395.00	21'850.00
Total Fremdkapital	164'579.29	36'788.90
Eigenkapital		
Aktienkapital	100'000.00	100'000.00
Gewinnvortrag	757.77	479.55
Jahresgewinn/Jahresverlust	546.64	278.22
Bilanzgewinn/Bilanzverlust	1'304.41	757.77
Total Eigenkapital	101'304.41	100'757.77
Total Passiven	265'883.70	137'546.67

Erfolgsrechnung vom 1.1.2015 bis 31.12.2015

Betriebsertrag	2015	2014
Betriebskostenbeiträge	413'351.84	553'862.96
Subventionen	15'000.00	15'000.00
Übriger Ertrag	136'301.71	48'173.95
Ertrag Kurtaxen (Hotellerie/Pauschalkurtaxen)	159'864.80	0.00
Beiträge Projekt «Rigi für Alle»	190'250.00	0.00
Erlösminderung	-3'600.00	
Total Betriebsertrag	911'168.35	617'036.91

Aufwand	2015	2014
Werbeaufwand	-598'052.53	-323'420.68
Personalaufwand		
Löhne und Entschädigungen	-211'630.00	-201'437.40
Sozialversicherungsaufwand	-25'172.65	-22'467.30
Spesenentschädigungen	-7'015.00	-7'688.62
Sonstiger Personalaufwand	-3'371.47	-654.03
Total Personalaufwand	-247'189.12	-232'247.35
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	-27'433.00	-30'254.40
Unterhalt, Reparaturen	-4'458.62	-7'061.39
Sachversicherungen, Gebühren	-1'131.55	-1'647.58
Energie- und Entsorgungsaufwand	-197.22	-245.46
Verwaltungsaufwand, Informatik	-30'378.53	-21'549.91
Total Betriebsaufwand	-63'598.92	-61'298.74
Abschreibungen	-872.70	0.00
Finanzerfolg	-488.49	-159.65
Steuern	-419.95	-83.90
Jahresgewinn/Jahresverlust	546.64	278.22

Alle Geschäftsbeziehungen mit dem Verwaltungsrat nahestehenden Personen oder Institutionen werden zu marktkonformen Konditionen (at arm's length) abgewickelt und vom Gesamtverwaltungsrat geprüft und abgesegnet.

Anhang per 31.12.2015

	31.12.2015	31.12.2014
	CHF	CHF

Erstmalige Anwendung neues Rechnungslegungsgesetz

Die Jahresrechnung 2015 wurde erstmals nach den Bestimmungen des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts (32. Titel OR) erstellt. In Übereinstimmung mit Art. 2 Abs. 4 der Übergangsbestimmungen wurde in Bezug auf die Zahlen des Vorjahres auf die Stetigkeit der Darstellung und Gliederung der Bilanz und Erfolgsrechnung verzichtet. Die Vorjahresangaben sind somit nur beschränkt vergleichbar.

Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten zum Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

Anzahl Vollzeitstellen

Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	3
--	---

Sonstige Angaben

über Vorsorgeeinrichtungen	10.00	1'919.90
----------------------------	-------	----------

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat am 26. Februar 2016 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2015 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns per 31.12.2015

	31.12.2015	31.12.2014
Gewinnvortrag/Verlustvortrag	757.77	479.55
Jahresgewinn/Jahresverlust	546.64	278.22
Bilanzgewinn/Bilanzverlust per 31. Dezember	1'304.41	757.77
Einlage in die gesetzlichen Gewinnreserven	-100.00	0.00
Vortrag auf neue Rechnung	1'204.41	757.77

Kurtaxennachweis

Seit dem 1. Januar 2015 überweist Weggis Vitznau Rigi Tourismus die auf der Rigi, im Weggiser und Vitznau Teilgebiet, generierten Kurtaxen vollumfänglich der RigiPlus AG. Die Verwendung der Kurtaxen der RigiPlus AG wird von Weggis Vitznau Rigi Tourismus respektive deren Revisionsgesellschaft, Balmer-Etienne AG gemäss dem Kurtaxenreglement, Ausgabe Juli 2013, der Gemeinde Weggis geprüft. Die Revision durch die Balmer-Etienne AG konnte die korrekte Verwendung der Kurtaxen durch die RigiPlus AG bestätigen. Um die Transparenz gegenüber den Aktionären der RigiPlus AG, den Behörden, Tourismuspartner und Zweit- und Ferienwohnungsbesitzern zu gewährleisten, weist die RigiPlus AG die Verwendung der Kurtaxen wie folgt aus:

Kurtaxen kumuliert	Ertrag in CHF per 31.12.2015	Aufwand in CHF per 31.12.2015
Total Kurtaxeneinnahmen	162'864.80	
Touristische Informationsdienstleistungen	4'200.00 ¹	172'895.00
<ul style="list-style-type: none"> • Tourist Information-Dienstleistungszentrum Personal und Mietkosten • ORIGINALE - Gästeberaterinnen und Gästeberater an der Rigi. Kosten Verpflegung, Bekleidung, Informationsveranstaltungen • Broschüren mit Gäste-Informationscharakter: Anteil an RigiGuide, Fahrplan, Sommerbroschüre, Panoramakarte • Website und Webpublishing. Anteil Online-Panorama Version Winter und Sommer, allg. Kosten 		
Touristische Einrichtungen & Angebotsgestaltung	2'093.00 ¹	16'597.00
<ul style="list-style-type: none"> • Eisfeld, Informationstafeln, Mobilität Rigi Kaltbad, Ersatzinvestitionen in Schach- und Mühlefiguren, Boule, Minigolf, Schneesportschule, Dekoration und Verschönerungselemente 		
Touristische Veranstaltungen exkl. Annoncierung		9'691.00
<ul style="list-style-type: none"> • Dixie und Swing Weekend, Rigi Literaturtage, Rigi Musiktage, Märchennachmittage, Aktivitäten Rigi Chörli, Kulturkreis Rigi, etc. 		
Administration	-3'000.00	49'698.00
<ul style="list-style-type: none"> • Ertragsminderung Administrationsaufwand Inkasso Kurtaxen Weggis Vitznau Rigi Tourismus • Anteil Personalkosten Geschäftsleitung und Product- & Contentmanagement • EDV, Mobiliar und Büromaterial • Versicherungen, Abgaben und Gebühren • Buchführung & Beratung 		
Ergebnis	166'157.80	248'881.00

Projektfinanzierung Rigi für Alle

Das Projekt «Rigi für Alle» (vgl. Seite 15/Angebotsgestaltung) wird durch eine Spezialfinanzierung gedeckt. Die Einnahmen werden hauptsächlich über Beiträge im Rahmen von Sponsoring und Spenden gedeckt. Die RigiPlus AG ist bestrebt, die Kosten dieser Projektfinanzierung transparent auszuweisen.

Positionen «Rigi für Alle» kumuliert	Ertrag in CHF per 31.12.2015	Aufwand in CHF per 31.12.2015
Sponsoring und Spenden	190'250.00	
Unterhaltsarbeiten zur Barrierefreiheit & freiwilligen Einsatz Lernende EWS Schwyz		22'764.61
Auftaktanlass (Eventmanagement, Annoncierung & Infrastrukturen)		16'076.37
Zuggeräte und Rollstühle stationär zur Vermietung		36'464.03
Projektmanagement		25'500.00
Ergebnis	190'250.00	100'805.01

¹ Erträge widerspiegeln Projektunterstützungsbeiträge Dritter.

**Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
RigiPlus AG
Rigi Kulm**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der RigiPlus AG für das am 31. Dezember 2015 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 Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

OBT AG

Linus Furrer
zugelassener Revisionsexperte
leitender Revisor


David Rusch
zugelassener Revisionsexperte

Schwyz, 8. März 2016

- Jahresrechnung 2015 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

RigiPlus AG

Sitz

Kulm 7, 6410 Rigi Kulm

Geschäftsstelle

Bahnhofstrasse 7, 6354 Vitznau
Tel. 041 397 00 07

Tourist Information Rigi

6356 Rigi Kaltbad, Tel. 041 399 87 77, info@rigi.com

Verwaltungsrat

- Josef Odermatt, Präsident
- Josef Lüönd, Vizepräsident
- Angela Boddé
- Roger A. Fischer
- Werner Grüter
- Renate Käppeli-Item
- Franz-Toni Kennel
- Peter Pfenniger

Mitarbeitende

- Rita Baggenstos, Web- und Contentmanagement, 25%
- Christian Haueter, Geschäftsleiter, 100%
- Jolanda Pfyl, Product- & Contentmanagement, 100%
(Eintritt per 1. Februar 2015)
- Franziska von Sury, Tourist Information, 60%

Revisionsstelle

OBT AG, 6431 Schwyz