

WEISSE ARENA GRUPPE

Geschäftsbericht 07/08



Inhaltsverzeichnis

Bericht zum Geschäftsjahr 2007/08	Seite	5
DIE WEISSE ARENA GRUPPE		
Die Weisse Arena Gruppe	Seite	6
Die Geschäftsleitung	Seite	7
Der Verwaltungsrat	Seite	8
Unsere Unternehmensgrundsätze	Seite	9
Vermarktung und Verkauf	Seite	10
Begleitwort	Seite	11
Corporate Projects: rocksresort	Seite	12
KONSOLIDIERTE JAHRESRECHNUNG WEISSE ARENA GRUPPE		
Schlüsselzahlen Weisse Arena Gruppe	Seite	16
Erfolgsrechnung	Seite	17
Bilanz	Seite	18
Mittelflussrechnung	Seite	19
Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung	Seite	20
Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung	Seite	23
Anlagespiegel	Seite	24
Spartenergebnisse	Seite	25
Grafiken zur Jahresrechnung	Seite	30
Bericht Konzernprüfer	Seite	31
JAHRESRECHNUNG WEISSE ARENA AG		
Erfolgsrechnung	Seite	32
Bilanz	Seite	33
Anhang zur Jahresrechnung	Seite	34
Eigene Aktien	Seite	34
Beteiligungen	Seite	35
Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns	Seite	36
Bericht der Revisionsstelle	Seite	37
Organe	Seite	38



Bericht zum Geschäftsjahr 2007/08

Das Geschäftsjahr 2007/08 ist ein Jahr der Rekorde: Die Weisse Arena Gruppe erzielte ausgezeichnete Ergebnisse, die unsere Unternehmensstrategie eindrücklich bestätigen. Den Umsatz konnten wir im Vergleich zum Vorjahr um 11,4 Prozent auf CHF 82,1 Millionen steigern. Und auch beim Reingewinn und Cashflow erzielten wir Rekordergebnisse. Zu diesem ausgezeichneten Resultat haben sämtliche Unternehmensbereiche beigetragen. Besonders erfolgreich war die Wintersaison von LAAX: Pünktlich kam der Wintereinbruch mit kalten Temperaturen und Schnee bis ins Tal. So konnten wir bereits am 16. November 2007 erste Anlagen in Betrieb nehmen und unseren Gästen ein breites Angebot präsentieren. Die Monate Dezember 2007 und Februar 2008 waren gar die erfolgreichsten der Unternehmensgeschichte, und der Januar 2008 lag deutlich über dem Durchschnitt der letzten Jahre. Im Geschäftsjahr 2007/08 konnten wir wieder über 1 Million Gäste bei uns begrüßen. Für den Winter liegen wir 17,1 Prozent über dem Vorjahr bzw. 6,4 Prozent über dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre.

Wachstum aus eigener unternehmerischer Kraft

Den Marktanteil konnten wir bei der Anzahl Gästen sowohl im Vorjahresvergleich als auch im Vergleich zum Durchschnitt der letzten fünf Jahre steigern. Dieses überdurchschnittliche Wachstum liegt in erster Linie an der konsequenten Umsetzung unserer Strategie und am weiteren Ausbau des Angebots. Das zeigt: Wir sind nicht ausschliesslich von äusseren Bedingungen abhängig, sondern etablieren uns als Winterresort, das jederzeit einzigartige Erlebnisse ermöglicht. Zum Erfolg haben unter anderem die Beschneidungsprojekte «Stretg» und «Spinas» beigetragen. Dank dieser Investitionen verfügen wir heute über vier schneesichere Talabfahrten. Dass die neue Piste einem Kundenbedürfnis entspricht, haben sowohl die Frequenzen als auch die vielen positiven Reaktionen der Gäste gezeigt. Zum Unternehmenserfolg haben auch die weitgehend optimalen Rahmenbedingungen beigetragen – so die verbesserten Relationen im Wechselkurs, die starke Kaufkraft in den Kernmärkten und die ideale Verteilung der freien Tage über die Festtage. Hinzu kommen die durchwegs guten Schnee- und Pistenverhältnisse und das mehrheitlich schöne Wetter.

Massive Steigerungen auch bei Cashflow und Reingewinn

Wie beim Umsatz erzielte die Weisse Arena Gruppe auch beim Cashflow und Reingewinn Rekordwerte. Der Cashflow konnte im Vergleich zum Vorjahr um 25,3 Prozent auf CHF 19,7 Millionen gesteigert werden. Der Reingewinn

beträgt für das Geschäftsjahr 2007/08 CHF 4,2 Millionen, was einer Steigerung von 89,6 Prozent entspricht. Das Resultat ist umso erfreulicher, wenn man berücksichtigt, dass wir aufgrund der Investitionen in die Beschneidung zusätzliche CHF 0,5 Millionen an die Finanz Infra AG abliefern und in den Bereichen Treibstoffe und Vermarktung Kostensteigerungen von CHF 0,4 Millionen bzw. CHF 0,8 Millionen zu verzeichnen hatten.

Mit rocksresort führen wir die Strategie konsequent weiter

Das Geschäftsjahr 2007/08 stand auch ganz im Zeichen des Grossprojekts rocksresort. Am 16. April 2007 begannen die Bauarbeiten an der Talstation Laax, wo in den nächsten Jahren bis zu 1 000 neue kommerzielle Betten entstehen. rocksresort wird unser Wachstum nachhaltig unterstützen. Es bietet unseren Gästen mit Restaurants und Shops alles aus einer Hand – und dies in einmaliger Lage. Das Architekturkonzept vereint modernes Design mit Funktionalität sowie Nachhaltigkeit und fügt sich optimal in die Landschaft ein. Wir sind überzeugt, dass rocksresort über die Schweiz hinaus für Aufsehen sorgen wird.

Unsere Strategie lebt von unseren Mitarbeitenden

Dass wir unsere Unternehmensstrategie so erfolgreich umsetzen können, verdanken wir in hohem Masse unseren Mitarbeitenden. Sie sind es, die im täglichen Kundenkontakt die Servicequalität leben. Die zahlreichen positiven Rückmeldungen unserer Gäste machen uns stolz. Wir möchten uns herzlich bei unseren Mitarbeitenden für ihr Engagement, für ihre Freude und Veränderungsbereitschaft bedanken! Ein weiterer Dank geht an die Gemeinden Flims, Laax und Falera für den offenen Austausch und Dialog. Ausserdem bedanken wir uns bei der Flims Laax Falera Tourismusorganisation AG für die gute Zusammenarbeit. Und an unsere Aktionäre und Geschäftspartner geht ein herzliches Dankeschön für ihre Unterstützung und das entgegengebrachte Vertrauen im Geschäftsjahr 2007/08.

Laax, im Juni 2008
Für den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung

Adrian Wolf
Finanzen und Personal
Mitglied der Geschäftsleitung

Die Weisse Arena Gruppe

Die Weisse Arena Gruppe ist eine integrierte Dienstleistungsunternehmung in der Tourismus- und Freizeitbranche. Zur Unternehmensgruppe gehören Hotel- und Gastronomiebetriebe, eine Bergbahnunternehmung, die Bereiche Ski-/Snowboard-Vermietung und -Verkauf, eine Ski- und Snowboardfahrerschule sowie eine Managementgesellschaft.

Unter der Marke LAAX vermarktet die Weisse Arena Gruppe die Destination Flims Laax Falera im Winter. Mit einer Fläche von über 100 km² ist dies das grösste Winterresort in Graubünden. Auf rund 220 Pistenkilometern aller Schwierigkeitsgrade geniessen in der Wintersaison durchschnittlich 8 000 Gäste pro Tag die besondere Weite und Breite unseres Skigebiets.

Entstanden ist das Unternehmen aus dem Zusammenschluss der Bergbahnen Crap Sogn Gion in Laax und der Bergbahnen Flims im Jahr 1996. Bereits drei Jahre später entstand aus den Restaurationen beider Bergbahnunternehmen die Weisse Arena Gastro AG. Die Weisse Arena Leisure AG, die Vermiet- und Verkaufsstationen im Wintersportgebiet betreibt, wurde gegründet und die Bergbahnen wurden in eine 100-prozentige Tochtergesellschaft überführt. Im Geschäftsjahr 2006/07 wurde mit der Einbindung der

Mountain Adventures AG in die Unternehmensgruppe die konsequente Umsetzung der integrierten Dienstleistungskette fortgeführt.

Die Baugesellschaft The Rocks, an der die Weisse Arena Gruppe mit 59,4 Prozent beteiligt ist, zeigt sich für das Bauprojekt rocksresort an der Talstation Laax verantwortlich.

Weisse Arena AG	
WEISSE ARENA BERGBAHNEN AG Bahnen, Pisten, Rettung	WEISSE ARENA GASTRO AG Hotels, Restaurants, Bars
100%	100%
BAUGESELLSCHAFT THE ROCKS	MOUNTAIN ADVENTURES AG Skischule, Snowboardschule
59,4%	100%
WEISSE ARENA LEISURE AG Vermietung, Verkauf	MOUNTAIN VISION AG Marketing, IT, Finanzen, Personalwesen
100%	100%



Von links: Christoph Schmidt, Andreas Bärtsch, Adrian Wolf, Martin Hug, Reto Gurtner, Reto Poltéra.

Die Geschäftsleitung

Reto Gurtner Vorsitzender der Geschäftsleitung, Präsident des Verwaltungsrats

Reto Gurtner studierte Betriebswirtschaft und Jura. Er übernahm die Bergbahnen Crap Sogn Gion in Laax von seinem Vater und fusionierte sie 1996 mit den Bergbahnen Flims zur Weissen Arena Gruppe. Seitdem ist er auch Präsident des Verwaltungsrats. Reto Gurtner ist der Visionär und der Architekt der Weissen Arena Gruppe.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Präsident des Verwaltungsrats Gurtner Holding AG, Gurtner AG Montenaro Fleischwaren, Gurtner AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Finanz Infra AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Golf Sagogn Schluen AG
- Mitglied des Vorstands Graubünden Ferien
- Mitglied des Vorstands des Hoteliersvereins Graubünden

Andreas Bärtsch Mitglied der Geschäftsleitung, Marketing und Sales

Andreas Bärtsch war Mitbegründer der Snowboard Fahrerschule in Laax. 2003 wurde er zum Leiter Marketing und Sales der Unternehmensgruppe berufen. Seit Mai 2005 ist er Geschäftsleitungsmitglied. 2006 bis 2008 absolvierte er das Studium zum Executive MBA an der Universität Zürich.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied des Verwaltungsrats Flims Laax Falera Tourismus AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Mountain Adventures AG

Martin Hug Mitglied der Geschäftsleitung, Bahnen und Bauten

Martin Hug ist seit August 2005 Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe und zuständig für die Weisse Arena Bergbahnen AG. Der Betriebsökonom war vorher vier Jahre bei den Davos Klosters Bergbahnen AG tätig.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied des Verwaltungsrats Mountain Adventures AG
- Mitglied des Vorstands der Stiftung Pro Flims
- Präsident Bergbahnen Surselva
- Mitglied des Vorstands Bergbahnen Graubünden

Reto Poltéra Mitglied der Geschäftsleitung, Sport und Freizeit

Reto Poltéra eröffnete 1993 die Snowboard Garage Laax. 1996 übernahm er zusammen mit Andreas Bärtsch die Snowboard Fahrerschule und war im Produktdesign für die Snowboard-Industrie tätig. Im Mai 2005 wurde er in die Geschäftsleitung der Weissen Arena Gruppe berufen und verantwortet seitdem die Geschäftsbereiche Weisse Arena Leisure AG und Mountain Adventures AG.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Präsident des Verwaltungsrats Mountain Adventures AG

Christoph Schmidt Mitglied der Geschäftsleitung, Resort und Services

Seit Oktober 2007 ist Christoph Schmidt Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe. Vorher leitete er das Fünf-Sterne-Hotel Ritz-Carlton, Berlin. Die Hotelfachschule Lausanne bestand er mit Auszeichnung und ergänzte dies mit einem MBA-Studium in Berlin. In Hilton-Hotels in Zürich, Dresden und Bukarest sammelte er umfangreiche Erfahrungen im internationalen Hotelgeschäft.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied des Verwaltungsrats Weisse Arena Gastro AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Hotel Schweizerhof AG

Adrian Wolf Mitglied der Geschäftsleitung, Finanzen und Personal

Adrian Wolf studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen. Vor seiner Tätigkeit bei der Weissen Arena Gruppe war er im internationalen Controlling beim Handelskonzern Metro AG beschäftigt. Als Geschäftsleitungsmitglied ist er seit 1996 für den Bereich Finanzen und Personal verantwortlich.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Sekretär des Verwaltungsrats der Weissen Arena Gruppe
- Präsident des Verwaltungsrats der Startgels AG
- Sekretär des Verwaltungsrats der Finanz Infra AG

Der Verwaltungsrat

Reto Gurtner **Vorsitzender der Geschäftsleitung,** **Präsident des Verwaltungsrats**

Reto Gurtner studierte Betriebswirtschaft und Jura. Er übernahm die Bergbahnen Crap Sogn Gion in Laax von seinem Vater und fusionierte sie 1996 mit den Bergbahnen Flims zur Weissen Arena Gruppe. Seitdem ist er auch Präsident des Verwaltungsrats. Reto Gurtner ist der Visionär und der Architekt der Weissen Arena Gruppe.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Präsident des Verwaltungsrats Gurtner Holding AG, Gurtner AG Montenaro Fleischwaren, Gurtner AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Finanz Infra AG
- Mitglied des Verwaltungsrats Golf Sagogn Schluein AG
- Mitglied des Vorstands Graubünden Ferien
- Mitglied des Vorstands des Hoteliervereins Graubünden

Dr. Otto Bruderer **Mitglied des Verwaltungsrats**

Otto Bruderer ist geschäftsführender Teilhaber der Privatbank Wegelin & Co. in St. Gallen. Er studierte in Zürich und St. Gallen mit dem Abschluss als Dr. oec. HSG und als Rechtsanwalt. 1999 wurde er in den Verwaltungsrat berufen.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied des Verwaltungsrats Säntis-Schwebbahn AG

Joachim Kohm **Mitglied des Verwaltungsrats**

Joachim Kohm ist seit 2002 Mitglied des Verwaltungsrats. Er ist diplomierter Betriebswirt und geschäftsführender Gesellschafter bei der Firma Robert Klingel GmbH & Co KG in Pforzheim.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied des Vorstands Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.
- Mitglied des Präsidiums Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.
- Mitglied des Aufsichtsrats der Schlott sebaldu AG

Thorvald Sverdrup **Mitglied des Verwaltungsrats**

Thorvald Sverdrup ist Unternehmensberater in der Tourismusbranche und Privatinvestor mit der Firma Skialp as in Norwegen. Er studierte Betriebswirtschaft in Karlstad und war anschliessend von 1984 bis 1987 CEO der Alpsport ab in Schweden und von 1987 bis 2002 CEO der börsenkotierten Skistar ab, Schweden. Er wurde 2005 Mitglied des Verwaltungsrats.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Mitglied der Verwaltungsrats Blue Bay Club, Bulgarien

Ernst Gautschi **Mitglied des Verwaltungsrats**

Ernst Gautschi studierte in Winterthur und ist Architekt HTL. 1958 übernahm er die Gautschi AG in St. Margrethen von seinem Vater baute diese aus. 1983 wurde er in den Verwaltungsrat gewählt der Weissen Arena Gruppe gewählt.

Weitere Tätigkeiten und Interessenbindungen:

- Präsident des Verwaltungsrats Elenco AG Verwaltung
- Präsident des Verwaltungsrats WWS Wärme-Wassertechnik AG
- Präsident des Verwaltungsrats FFA Automotiv AG
- Mitglied der Verwaltungsrats Gautschi AG
- Mitglied der Verwaltungsrats Gautschi Holz- und Fensterbau AG
- Mitglied der Verwaltungsrats Gurtner Holding AG

Unsere Unternehmensgrundsätze

Gäste

Wir halten Kontakt zu unserem Gast, erkennen seine Bedürfnisse und bauen eine persönliche Beziehung zu ihm auf. Wir bieten ihm höchstmöglichen Service. Vom einfachen, schnellen Buchungsvorgang bis zum Erlebnis für alle Sinne bieten wir hohen Komfort, der über die Erwartungen des Gastes hinausgeht und ihn begeistert.

Mitarbeitende

Unsere Mitarbeitenden, ihre Motivation und ihr Engagement sind der Schlüssel zum Erfolg unseres Unternehmens. Dazu rekrutieren wir hervorragende, serviceorientierte Mitarbeitende. Wir begegnen unseren Mitarbeitenden auf Augenhöhe und treten für eine Arbeitsumgebung ein, die von Offenheit und Respekt getragen wird und in der unsere Werte gelebt werden. Wir tragen Sorge für sichere Arbeitsbedingungen und fördern die Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden. Unsere Mitarbeitenden setzen sich aktiv für die Unternehmensziele ein.

Partner und Gesellschaft

Wir pflegen eine offene Kommunikation gegenüber unseren Geschäftspartnern. Wir erwarten, dass diese nach Leitlinien

handeln, die mit unseren im Einklang stehen. Wir fühlen uns in besonderer Weise der regionalen Bevölkerung verpflichtet und nehmen unsere Verantwortung im Gemeinwesen wahr.

Aktionäre

Unser unternehmerisches Handeln wird insbesondere von den Corporate-Governance-Richtlinien bestimmt. Wir verpflichten uns entsprechend diesen Richtlinien, unsere Aktionäre rechtzeitig und zuverlässig über Aktivitäten, Struktur, Finanzsituation und Geschäftsergebnisse zu informieren.

Umwelt

Wir bieten unseren Gästen Erlebnisse in einer einzigartigen Natur. Dabei steht unser unternehmerisches Handeln immer im Einklang mit diesen natürlichen Ressourcen und wir verpflichten uns zu nachhaltigem Umgang mit ihnen, denn eine intakte Umwelt ist Garant für unsere Zukunft und für die nächste Generation.



Vermarktung und Verkauf

Mehrwert für unsere Gäste schaffen

Das Geschäftsergebnis 2007/08 der Weissen Arena Gruppe ist eines der besten der vergangenen Jahre. Umsatz und Profitabilität wurden signifikant gesteigert und wiederum konnten Marktanteile gewonnen werden. Diese erfreuliche Entwicklung zeigt sich auch für die gesamte Destination Flims Laax Falera, denn an der kontinuierlichen Umsatzsteigerung der Reservation, die von der Weissen Arena Gruppe betrieben wird, partizipieren die Hotelbetriebe ebenso wie die Ferienwohnungseigentümer.

Die Voraussetzung für diese erfolgreiche Entwicklung der Destination ist die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie mit dem Ziel, nachhaltiges Wachstum zu realisieren und unternehmerisches Risiko zu minimieren. Dadurch konnten wir unter anderem den Vorverkaufsanteil stetig steigern. Im Geschäftsjahr 2007/08 wurde bereits rund 50 Prozent des Umsatzes der Reservation vor Mitte Dezember realisiert.

Klare Markenpositionierung

Durch die Bereinigung der traditionellen Strukturen in der Destination Flims Laax Falera konnte die Weisse Arena Gruppe in den letzten Jahren eine ideale Ausgangslage für die Vermarktung in internationalen Märkten schaffen. Die klare Positionierung der Marke LAAX für die Vermarktung des Winters war dafür zentral. Mit der Definition von strategischen Geschäftsfeldern, also der genauen Beschreibung der Zielgruppen, wurde erreicht, dass das Produktmanagement, das Marketing und auch die Leistungserbringung den gleichen Prämissen folgen.

Flankierend dazu wurden ein kundenorientiertes Produktmanagement aufgebaut sowie zusätzliche Kompetenzen im Bereich Preissetzung und Vermarktung etabliert. Dabei spielte die Lancierung der Website www.laax.com eine zentrale Rolle. Die klare Fokussierung der Website auf den Bereich Verkauf – im Gegensatz zu der in der Branche sonst verbreiteten Informationswebsite – ist ein Schlüsselement und gilt im europäischen Alpenraum unter Experten als wegweisend. Die eindeutige Stärke von www.laax.com ist, dass sämtliche relevanten Leistungen, von Hotelzimmern über Ferienwohnungen, Lifttickets, Mietmaterial bis hin zum Skiunterricht, aus einer Hand und für den Kunden sehr einfach buchbar sind.

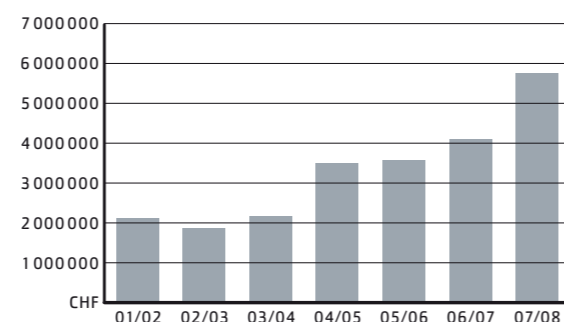
Konsequente Weiterentwicklung

Ein weiterer entscheidender Baustein für die Umsetzung der Unternehmensstrategie ist die Nutzung von bestehenden und die Etablierung von neuen Distributionskanälen in den

relevanten Zielmärkten. Durch den konsequenten Ausbau der Kundendatenbank liefert diese nun wertvolle Informationen für die Kundenbearbeitung und das Produktmanagement. So bieten wir einerseits bestehenden Kunden über den eigenen Distributionskanal bedürfnisgerechte Angebote an, andererseits identifizieren wir mittels quantitativer Verfahren auch potenzielle Neukunden.

Die vorgestellten Massnahmen können nicht isoliert betrachtet werden, vielmehr geht es darum, dass diese ineinander übergreifen und als Ganzes funktionieren, denn nur so können für die Gäste wirkliche Mehrwerte im Sinne von Servicequalität geschaffen werden – dadurch differenziert sich die Weisse Arena Gruppe von ihren Mitbewerbern, ist konstant erfolgreich und schafft letztlich Mehrwert für die gesamte Destination und für die Unternehmung. Eine solche Entwicklung braucht Zeit, hat auch Hindernisse zu überwinden und muss deswegen umso konsequenter verfolgt werden; denn sie ist die Grundvoraussetzung, um weiter erfolgreich in die Zukunft zu gehen und Marktanteile zu gewinnen.

Umsatzentwicklung Reservation WAG



Anmerkung:
Übernahme der Vermarktungsaktivitäten durch WAG im Jahre 2003
Übernahme Reservation durch die WAG im Jahre 2005

Begleitwort

«Mach ein qualitativ gutes Produkt und du wirst immer genügend und zufriedene Kunden haben.» Stimmt diese Gleichung noch in einer Zeit, wo die fortschreitende internationale Arbeitsteilung alleine in den letzten zehn Jahren über 420% mehr Produktkombinationen hervorgebracht hat? Die Folge: Sowohl Produktionsstandort wie auch der Kunde werden immer globaler. Nicht eine noch bessere Schreibmaschine hat dem «Rolls-Royce» der Schreibmaschinen, der IBM Kugelkopfmachine, in den 80er Jahren den Todesstoss gegeben. Sondern die Erfindung des Personal Computers Apple durch Steve Wozniak und Steve Jobs im Homebrew Computer Club an der Stanford University.

Da ich in meinem elterlichen Betrieb schon als neunjähriger Bube auf dem allerersten Computer im Kanton Graubünden meine ersten Gehversuche machen durfte, übrigens in einem voll klimatisierten Raum in der Grösse eines Schulzimmers, hat mich seither diese Faszination für die Informationstechnologie nicht mehr losgelassen. Die Folge war natürlich, dass ich einige Jahre später als einer der Ersten so einen Personal Computer wollte, doch reichte mir mein Studentensackgeld nicht, um die damals sagenhaften CHF 19000.– für einen IBM PC 8088 mit zusätzlicher Grafikkarte und Speicherchips, Nadeldrucker und Lotus Symphony Programm zu erwerben. Um das Problem zu lösen, gründete ich zusammen mit zwei Studienkollegen meine erste IT-Firma mit dem einzigen Aktivum: 3 PCs für die Gründungsaktionäre mit allem Drum und Dran. Einen Businessplan hatten wir natürlich nicht, aber unsere Eltern waren so begeistert, dass wir als Studenten eine Firma gründen wollten, dass sie uns das notwendige Kapital vorfinanzierten. Folglich hat dies meine Arbeitsweise fortan grundlegend verändert.

Auch heute stehen wir wieder vor einer ähnlichen epochalen Herausforderung: Das Marketing war immer die Entdeckung von Bedürfnissen und von dem, was der Mensch wollte, um anschliessend eine Geschichte zu erzählen, warum und wie er es (natürlich von uns) erwerben kann.

1995 haben wir dann beim Aufkommen des Internet das erste Internet Café in der Crap Bar in Laax eröffnet. Ein 128-KB-Anschluss kostete damals sagenhafte CHF 43 200.– pro Jahr. Seit dieser Zeit hat das Internet die Medienlandschaft radikal verändert. Es hat die Benutzer jeglicher Art (Organisationen/Verkäufer/Käufer) mit einem Werkzeugkasten ausgestattet, mit dem sie scheinbar ohne grossen Aufwand, Planung oder Cash überall auf der Welt Aufmerksamkeit erobern oder erhaschen können.

Heute, nur sechs Jahre nach dem dot.com-Boom, hat es mehr Internet-Seiten, mehr Internet-Benutzer und mehr virale

Marketingideen, ob on- oder offline, als je zuvor in der Geschichte der Menschheit.

Unternehmungen, politische Parteien, NGOs, Jobsuchende, ja sogar Liebes-Partner-Suchende nutzen diese schlagkräftigen Werkzeuge, um auf sich aufmerksam zu machen. Viele erleben aber diese neue Kommunikationsplattform wie ein Kind, das mit einer 10-Franken-Note ausgerüstet am Glacé-Stand steht. Das Kind will nicht nur einfach ein Glacé nature, sondern mit immer noch mehr Zusätzen garniert, wie Schoko-Bonbons oder sonstigem Gesprenkel. «Wenn du kannst, füge genügend vom Today's Special bei.» Diesem Prinzip, dem Gieskannen- bzw. dem Schrotflintenprinzip, folgend entfalten viele Organisationen aber bei der Anwendung dieser neuen Medien – trotz des aktuellen Hypes – leider keine Wirkung. Nicht weil diese neuen Medien nicht funktionieren, sondern weil sie nicht fokussiert sind und es nicht gelingt, die notwendige Begeisterung und die Energie bzw. die Einfachheit zu inszenieren, die es heute braucht, um überhaupt wahrgenommen zu werden.

Wir möchten unsere Gäste zu Fans machen. Dies im Bewusstsein und mit Respekt für unsere zunehmend globalisierte Kundschaft. Fokussiert inszenieren wir unsere Produkte- und Servicequalität als ein unvergessliches Bergerlebnis, das man weltweit und einfach mehr als nur buchen kann.

Locker sein, aber nicht locker lassen.

Laax, im August 2007

Reto Gurtner
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Präsident des Verwaltungsrats

Corporate Projects: rocksresort

Seit April 2007 entsteht in LAAX rocksresort. Die Weisse Arena Gruppe und die Domenig Immobilien AG sind Träger dieser aussergewöhnlichen Überbauung in unmittelbarer Nähe der Talstation Laax. Sie umfasst elf kubische Bauten mit bis zu 160 möblierten Appartements und mit insgesamt rund 1 000 neuen Betten. Die Bauarbeiten sind in vollem Gang; die ersten Wohnungen können im Dezember 2008 bezogen werden.

Mit rocksresort führen wir unsere Unternehmensstrategie konsequent weiter. Denn rocksresort bedeutet für unsere Gäste Einfachheit und eine hohe Servicequalität. Die Ski-in-/Ski-out-Lage, das grosse Angebot innerhalb des Resorts mit Restaurants, Shops und Bars sowie das

Service-Angebot mit Vermietung und Ski- und Snowboard-schule machen rocksresort zum idealen Ort, um LAAX zu erleben. Zusätzlicher Komfort steht unseren Gästen mit dem signinahotel zur Verfügung, das in einer zweiten Baustufe renoviert und in das Resort integriert wird. Denn auf Wunsch können die 4-Stern-Hotelservices auch in den Appartements genutzt werden.

Ein Bekenntnis zur Region

Mit dem Projekt wächst nicht nur die Weisse Arena Gruppe. Wir nehmen damit unsere Verantwortung gegenüber der Region wahr. Die Schaffung der dringend benötigten neuen, dank der Strategie «Buy to Use and Let» («Kauf, selber nutzen und die restliche Zeit vermieten») warmen Betten si-

chert der Destination ein nachhaltiges Wachstum. Durch die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und der Verwendung von regionalen Ressourcen setzen wir ein klares Zeichen für die Surselva und den Wirtschaftsstandort Graubünden. Die Investitionssumme von rund CHF 80 Millionen schafft neue Arbeitsplätze und bietet lokalen Unternehmen zusätzliches Investitionspotenzial. rocksresort steht für eine Architektur, welche die Formen und Materialien der Region aufnimmt und diese neu interpretiert. Die Formsprache mit den scheinbar beliebig angeordneten, riesigen Steinquadern erinnert an Findlinge des Flimser Bergsturzes. Durch die Verwendung von massivem, von Hand geschlagenem Valsler Quarzit für die Fassade fügen sich die Gebäude natürlich in die Landschaft ein. In der Innenausstattung werden unter anderem Bündner Eiche und Sumpfkalk verwendet.

Im Einklang mit der Umwelt

Die Realisation des Projekts erfolgt auf umweltgerechtem Weg. Um den Energieverbrauch zu optimieren und die Ressourcen zu schonen, wird rocksresort nach dem aktuellen Minergie-Standard umgesetzt. So profitieren unsere Gäste von einem höheren Komfort, von einer verbesserten Werterhaltung und von deutlichen Energiekosteneinsparungen. Herzstück der Energieversorgung ist eine zentrale Holzschnitzelfeuerung, die den gesamten Gebäudekomplex mit Wärme und Warmwasser beliefert. Durch die Nutzung von Holzabfällen aus Graubünden wird ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet. Ergänzt wird die Holzenergie durch Wärmepumpen und Wärmerückgewinnung.



Hoher Komfort für die Gäste

Die Appartements sind in zwei Grundrisstypen und Wohnungsgrößen konzipiert und verfügen über eine Fläche von 55 bis 120 Quadratmetern. Sie umfassen zwei beziehungsweise vier Schlafzimmer, einen Wohnraum, ein Badezimmer mit Mini-Spa, ein Gäste-WC sowie eine komplett ausgestattete Küche. In der Gestaltung des Interieurs findet die geradlinige Architektursprache der kubischen Bauten ihre Fortsetzung. Im Kontrast zum Äusseren werden beim Interieur aber helle Akzente gesetzt, die eine warme, einladende Atmosphäre schaffen. Die Schlafräume sind mit unbehandeltem, astigem Eichenholz ausgekleidet, der Wohnbereich ist in Sumpfkalk und Beton ausgeführt. Für die Einrichtung werden Möbel aus demselben Holz

sowie harmonisch aufeinander abgestimmte Textilien ausgewählt. Auch der Ausbau der Nasszellen erfüllt hohe Standards und sorgt für besonderen Komfort: Die Badezimmer sind mit einem Dampfbad, einer Regenwalddusche und Armaturen von Dornbracht ausgestattet. Aufgrund der aussergewöhnlichen Architektur und des innovativen Interieurs wurde das rocksresort als «member of designhotels» aufgenommen.

Innovative Verkaufsstrategie

Die möblierten Appartements werden vermietet und können auch gekauft werden. Beim Verkauf setzt die Baugesellschaft neue Standards: Mit dem für die Schweiz neuartigen Verkaufskonzept «Buy to Use and Let» vermeiden wir kalte

Betten und stellen sicher, dass die neugeschaffenen Kapazitäten langfristig kommerziell genutzt werden können. Die Käufer stellen die Wohnung gleichzeitig als Mietobjekt zur Verfügung. Durch die Vermietung über die Weisse Arena Gruppe wird eine maximale Auslastung zu höchstmöglichen Preisen erzielt, und die zentrale Verwaltung bietet dem Eigentümer grösste Einfachheit. Unabhängig von der Auslastung der eigenen Wohnung wird die Investition zudem mittels eines Pooling-Modells refinanziert. So fließen die Einkünfte allen Eigentümern zu. Das Konzept stellt so eine nachhaltige Investition für den Eigentümer sicher.

Ein Bau für die Zukunft

Während des Sommers 2008 entstehen acht Häuser mit Verkaufslökalen, Gastronomiebetrieben und Appartments. Zudem entstehen die Neubauten für die Kasse, die Gästeformation, die Werkstatt der Bahnen und die Ski- und Snowboardschule. Mit rocksresort beschreitet das Unternehmen neue Wege im Tourismus und setzt auf eine konsequente Weiterentwicklung der Destination. Als nachhaltige Investition soll das einzigartige Resort sowohl das Wachstum der Region als auch jenes der Weissen Arena Gruppe in Zukunft sicherstellen.



Schlüsselzahlen Weisse Arena Gruppe

in TCHF	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	+/- in %
Brutto-Umsatz	65 979	64 848	71 329	74 985	83 495	11,3
Erlösminderung	-1 581	-1 550	-1 275	-1 282	-1 367	
Netto-Umsatz	64 398	63 297	70 053	73 703	82 128	11,4
Warenaufwand	6 870	6 708	10 568	11 446	12 439	8,7
Personalaufwand	21 172	21 431	22 452	24 855	25 560	2,8
Betriebs- und Finanzerfolg	20 756	21 155	21 110	21 338	24 139	13,1
Betriebsergebnis vor Abschreibungen	15 600	14 003	15 923	16 064	19 990	24,4
in % des Netto-Umsatzes	24,2	22,1	22,7	21,8	24,3	
Steuern	-209	-244	-704	-704	-1 681	
Cashflow	15 391	13 759	15 688	15 746	19 735	25,3
in % des Netto-Umsatzes	23,9	21,7	22,4	21,4	24,0	
in % des Gesamtkapitals	11,2	10,9	12,0	12,5	14,0	
in % des Eigenkapitals	56,9	47,7	49,5	46,1	43,0	
Reingewinn	2 706	1 487	2 905	2 241	4 249	89,6
Eigenkapital	27 035	28 821	31 711	34 163	45 855	34,2
Kurzfristiges Fremdkapital	13 397	47 644	16 585	20 524	21 928	
Langfristiges Fremdkapital	97 000	45 000	78 028	68 125	70 473	
Rückstellungen	0	4 431	3 987	3 544	2 811	
Gesamtkapital	137 432	125 896	130 309	126 356	141 067	11,6
Brutto-Investitionen Baurechnung	5 869	9 619	17 857	8 591	29 378	
Anschaffungswert Baurechnung	327 787	316 014	323 684	331 002	350 694	6,0
Buchwert Baurechnung	130 529	116 339	119 490	114 378	127 662	11,6
in % der Baurechnung	39,8	36,8	36,9	34,6	36,4	
Anzahl Ersteintritte	1 038 571	981 112	1 011 279	932 959	1 071 745	14,9

Erfolgsrechnung

in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	73 703	100,0	82 128	100,0
Materialaufwand	-11 446	-15,5	-12 439	-15,1
Personalaufwand	-24 855	-33,7	-25 560	-31,1
Übriger Betriebsaufwand	-18 510	-25,1	-20 989	-25,6
EBITDA	18 892	25,6	23 140	28,2
Abschreibungen ordentlich	-13 119	-17,8	-14 060	-17,1
EBIT	5 773	7,8	9 080	11,1
Finanzaufwand	-2 971	-4,0	-3 245	-4,0
Finanzertrag	143	0,2	96	0,1
EBT	2 946	4,0	5 930	7,2
Steuern	-704	-1,0	-1 681	-2,0
Gruppenergebnis	2 241	3,0	4 249	5,2



Bilanz				
in TCHF				
	30/04/2007	in %	30/04/2008	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel	2 187		1 873	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2 199		2 696	
Andere Forderungen	1 023		1 801	
Nahestehende Forderungen	751		932	
Vorräte	1 332		1 316	
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten nahestehend	0		1 534	
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	987		922	
Umlaufvermögen	8 478	6,7	11 074	7,8
Wertschriften und Beteiligungen	2 663		1 565	
Darlehen nahestehend	0		228	
Darlehen	797		343	
Eigene Aktien/Mitarbeiteraktien	40		194	
Baurechnung	114 378		127 662	
Anlagevermögen	117 878	93,3	129 993	92,2
Total Aktiven	126 356	100,0	141 067	100,0
Passiven				
Bankverbindlichkeiten	0		3 787	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6 333		4 866	
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	7 921		5 949	
Nahestehende Verbindlichkeiten	112		160	
Transitorische Passiven	6 158		7 164	
Kurzfristiges Fremdkapital	20 524	16,3	21 928	15,5
Hypotheken/Baukredite/Darlehen	56 200		58 000	
Leasingverbindlichkeiten	11 070		10 193	
Latente Steuern	855		2 280	
Rückstellungen	3 544		2 811	
Mittel-/langfristiges Fremdkapital	71 669	56,7	73 284	51,9
Fremdkapital Total	92 193	73,0	95 212	67,5
Aktienkapital	4 500		4 700	
Reserven	29 663		34 455	
Anteil Minderheiten	0		6 700	
Eigenkapital	34 163	27,0	45 855	32,5
Total Passiven	126 356	100,0	141 067	100,0

Mittelflussrechnung		
in TCHF		
	30/04/2007	30/04/2008
EBIT	5 773	9 080
Abschreibungen	13 119	14 060
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	-223	-543
Veränderung Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	455	-497
Veränderung übriges Umlaufvermögen	823	-2 415
Veränderung kurzfristiges Fremdkapital	2 535	-2 387
Veränderung langfristige Rückstellungen	-344	-733
Finanzausgaben	-2 922	-3 331
Finanzeinnahmen	141	98
Steuerzahlungen	-205	-154
Mittelfluss aus Betriebstätigkeit	19 152	13 178
Investitionen in Sachanlagen	-7 820	-28 274
Desinvestitionen Sachanlagen	833	2 577
Desinvestitionen Finanzanlagen	55	226
Investitionen in immaterielle Anlagen	-771	-1 104
Kauf von Beteiligungen	-1 106	1 073
Veränderung eigene und Mitarbeiteraktien	574	402
Mittelfluss aus Investitionstätigkeit	-8 234	-25 102
Free Cashflow (vor Dividendenausschüttung)	10 918	-11 924
Veränderung kurzfristige Bankkredite	0	3 787
Veränderung Hypotheken/Baukredite/Darlehen	-19 500	1 800
Veränderung Leasingverbindlichkeiten	9 014	-877
Veränderung Minderheitsanteile	0	6 700
Kapitalerhöhung	0	200
Mittelfluss aus Finanzierungstätigkeit	-10 486	11 610
Veränderung der liquiden Mittel	432	-314
Liquide Mittel zu Beginn des Jahres	1 755	2 187
Liquide Mittel am Ende des Jahres	2 187	1 873

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

1	Konsolidierungsgrundsätze
1.1	Allgemeines Die konsolidierte Jahresrechnung wird nach aktienrechtlichen Vorschriften erstellt. Sie basiert grundsätzlich auf den nach steuerlichen Gesichtspunkten erstellten Einzelabschlüssen.
1.2	Konsolidierungskreis Die konsolidierte Jahresrechnung der Weissen Arena Gruppe umfasst die Jahresrechnung der Weissen Arena AG sowie die Jahresrechnungen der auf Seite 35 bezeichneten Beteiligungen. Der Abschlussstichtag ist jeweils der 30. April.
1.3	Konsolidierungsmethoden Aktiven und Passiven sowie Erträge und Aufwendungen der im Konsolidierungskreis enthaltenen Gesellschaften werden nach der Methode der Vollkonsolidierung in den konsolidierten Abschluss einbezogen. Der Anteil der Minderheitsaktionäre am Eigenkapital und am Ergebnis wird in der Bilanz und in der Erfolgsrechnung separat ausgewiesen. Bei der Konsolidierung werden gegenseitige Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Erträge und Aufwendungen eliminiert.
1.4	Kapitalkonsolidierung Die Anteile am Eigenkapital konsolidierter Gesellschaften werden nach der Anschaffungswertmethode (angelsächsische Methode) erfasst. Dabei wird das effektive Eigenkapital der konsolidierten Gesellschaften zum Erwerbszeitpunkt mit dem Kaufpreis verrechnet. Ein daraus entstehender Mehrwert (Differenz zwischen Kaufpreis und dem effektiven Eigenkapital der gekauften Gesellschaften) wird mit dem Eigenkapital verrechnet.
1.5	Behandlung gruppeninterner Gewinne (Zwischengewinne) Auf Grund von Transaktionen zwischen konsolidierten Gesellschaften können am Jahresende in den Aktiven (z.B. Sachanlagen), aus Gruppensicht, nicht realisierte Gewinne (Zwischengewinne) enthalten sein. Diese Zwischengewinne werden nur eliminiert, wenn die Verrechnung nicht zu Marktpreisen erfolgt ist und die Eliminierung der Zwischengewinne die Gruppenrechnung wesentlich beeinflusst.
2	Bewertungsgrundsätze Die Aktiven sind höchstens zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten unter Berücksichtigung der notwendigen Wertberichtigungen bilanziert. Die Bewertung erfolgt ab 1. Mai 2006 nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, und zwar gesamthaft für alle Gesellschaften.

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

		30/04/2007	30/04/2008
3	Weitere gesetzlich vorgeschriebene Angaben in TCHF		
3.1	Verpfändete und abgetretene Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt Nettobuchwert der mit Grundpfandverschreibung belasteten Liegenschaften (inkl. Zubehör) Pfandbelastung Kreditbeanspruchung total Solidarbürgschaft Baugesellschaft The Rocks	27 739 0 7 000 p.m.	46 917 32 000 10 787 p.m.
3.2	Brandversicherungswerte Sachanlagen davon Bauzeitversicherung inkl. mitversicherter Sachanlagen Finanz Infra AG	385 442 350	451 486 52 800
3.3	Verbindlichkeit gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	493	149
3.4	Genehmigtes Kapital Genehmigtes Aktienkapital bis 30. September 2007 225 000 Namenaktien à nominell CHF 10.– Noch nicht beanspruchter Teil des genehmigten Aktienkapitals 225 000 Namenaktien à nominell CHF 10.– Genehmigtes Aktienkapital bis 20. September 2009 235 000 Namenaktien à nominell CHF 10.– Noch nicht beanspruchter Teil des genehmigten Aktienkapitals 235 000 Namenaktien à nominell CHF 10.–	2 250 2 250 0 0	0 0 2 350 2 350
3.5	Beteiligungen Gemäss Aufstellung auf Seite 35 des Geschäftsberichts		
3.6	Eigene Aktien Gemäss Aufstellung auf Seite 34 des Geschäftsberichts		
3.7	Anlagespiegel Gemäss Aufstellung auf Seite 24 des Geschäftsberichts		
3.8	Abweichung von der Stetigkeit der Darstellung Im Netto-Umsatz enthaltene Gewinne aus Anlagenverkauf Im Betriebsaufwand enthaltene Verluste aus Anlagenverkauf	265 42	575 32

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

4 Eigenkapitalnachweis				
in TCHF				
	Aktienkapital	Reserven/ Jahresergebnis	Minderheits- anteile	Total Eigenkapital
Stand 30. April 2006	4 500	27 211	0	31 711
Jahresergebnis		2 241		2 241
Veränderung Agio		497		497
Goodwill		-288		-288
Stand 30. April 2007	4 500	29 663	0	34 163
Jahresergebnis		4 249		4 249
Kapitalerhöhung	200	0		200
Veränderung Agio		543		543
Anteil Minderheiten		0	6 700	6 700
Stand 30. April 2008	4 700	34 455	6 700	45 855

Erläuterungen zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in TCHF

Netto-Umsatz

Der Netto-Umsatz der Weissen Arena Gruppe von CHF 82,1 Millionen setzt sich aus folgenden Hauptpositionen zusammen:

	2006/2007	2007/2008
Verkehrsertrag (Ticketumsatz)	30 794	35 697
Food & Beverage	20 338	20 432
Vermietung und Verkauf von Miet- und Sportartikeln	5 385	5 902
Direktreservation	4 196	5 458
Logement	3 874	3 940
Ski- und Snowboardunterricht	3 464	4 197

Warenaufwand

Der konsolidierte Warenaufwand in Höhe von CHF 12,4 Millionen entspricht 15,1% des Netto-Umsatzes und verteilt sich wie folgt:

	2006/2007	2007/2008
Food & Beverage	5 959	5 932
Direktreservation	3 739	4 886
Verkauf von Sportartikeln	1 700	1 561

Personalaufwand

Mit einem konsolidierten Personalaufwand von CHF 25,6 Millionen liegt die Personalkostenrate der Weissen Arena Gruppe bei 31,1%. Rund 81,5% werden dabei Form von Löhnen und Gehältern ausbezahlt sowie CHF 0,4 Millionen für Personalschulungen ausgegeben.

Sachaufwand

Beim Sachaufwand in Höhe von CHF 21,0 Millionen gilt es vor allem folgende Positionen zu erwähnen:

	2006/2007	2007/2008
Unterhalt und Reparaturen	5 479	5 984
Marketing und Verkauf	4 283	5 196
Energie und Entsorgung	3 010	3 056
Verwaltungsaufwand	1 232	2 118
Versicherungen und Gebühren	1 020	1 015
Pacht Finanz Infra AG	1 061	1 523

Steuern

Neben den Kapital- und Ertragssteuern enthalten die konsolidierten Steuern von CHF 1,7 Millionen auch die latenten Steuern auf den stillen Reserven:

	2006/2007	2007/2008
Latente Steuern	385	1 426
Kapital- und Ertragssteuern	319	255



Anlagespiegel											
Total Anlagevermögen											
Eigene Aktien und MA-Aktien											
Darlehen Dritte											
Wertschriften, Beteiligungen											
Total Baurechnung											
Anlagen im Bau/Anzahlungen											
Immaterielle Anlagegüter											
HRB Talbetriebe											
HRB Bergbetriebe											
Infrastruktur											
Skilifte											
Fixgeklemmte Sesselbahnen											
Umlaufbahnen											
Luftseilbahnen											
Grund und Rechte											
Bruttowerte											
Stand 01/05/2007	4131	29616	126978	1399	0	0	0	0	0	0	0
Zugänge	1651	1576	293	0	0	0	0	0	0	0	0
Abgänge	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Übrige	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stand 30/04/2008	5783	31192	127271	1399	0	0	0	0	0	0	0
Kumulierte Abschreibungen											
Stand 01/05/2007	2697	26849	79179	1399	4634	38092	36338	25879	1437	120	216627
Zugänge	52	559	4079	0	186	5072	1582	1546	652	333	14060
Abgänge	0	0	0	0	0	-5457	0	-1639	-288	0	-7383
Stand 30/04/2008	2749	27407	83258	1399	4819	37707	37920	25786	1802	453	223303
Nettowerte											
Stand 01/05/2007	1434	2767	47799	0	1067	22635	18497	19220	874	85	117878
Zugänge	1651	1576	293	0	0	5313	375	231	1104	18835	30034
Abgänge	0	0	0	0	0	-1289	0	-745	0	0	-3847
Abschreibungen	-52	-559	-4079	0	-186	-5072	-1582	-1546	-652	-333	-14060
Übrige	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-12
Stand 30/04/2008	3034	3785	44013	0	881	21587	17290	17160	1326	18587	129993
davon im Leasing											
											8992
											1096

Spartenergebnisse

Weisse Arena Bergbahnen AG

Mit 65 Jahresmitarbeitenden und rund 130 Saisonmitarbeitenden im Winter betreibt und unterhält die Weisse Arena Bergbahnen AG insgesamt 27 Bahnanlagen. Aber auch die Beschneigung und Präparation der 58 verschiedenen Pisten, Parks und Pipes, der Rettungsdienst, der Unterhalt der gesamten Infrastruktur sowie der Ticketverkauf gehören zu ihren Aufgaben.

Für die Präparation der Pisten stehen insgesamt 16 Pistenmaschinen (davon 5 Windenmaschinen) zur Verfügung. Diese Maschinen wurden im vergangenen Winter rund 24000 Stunden eingesetzt. Für die Beschneigung der 25 Kilometer Pisten, Parks und Pipes wurden rund 350000 Kubikmeter Wasser benötigt. Nachdem nun auch die Pisten «Spinas» und «Stretg» mechanisch beschneit werden, kann den Gästen bereits zu Saisonbeginn ein vielfältiges Angebot geboten werden. So war bereits ab Mitte November eine Heimfahrtspiste präpariert und auch das Nachtskifahren hat dank Beschneigung und verbesserter Beleuchtung an Attraktivität gewonnen.

Im Bereich des Pisten- und Rettungsdienstes haben sich im vergangenen Winter 17 Personen um die Sicherheit auf und neben den Pisten sowie um die Verunfallten gekümmert. Dabei wurde ein leichter Rückgang der Anzahl an Verunfallten im Verhältnis zur Anzahl der Gäste verzeichnet.

Weiterhin sehr erfolgreich ist unser Produkt «TopCard». Zusammen mit den Partnern aus Davos/Klosters und der Lenzerheide wurden im vergangenen Geschäftsjahr rund 23000 Abonnemente mit einem Gesamtumsatz von CHF 16,1 Millionen verkauft. Im Durchschnitt genießt ein TopCard-Besitzer 21,2 Winter- und 2,1 Sommertage in einer der drei Destinationen: 19,1% der Gästeeintritte in Flims Laax Falera werden von TopCard-Besitzern generiert.

in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	32 133	100,0	38 567	100,0
Materialaufwand	-265	-0,8	-251	-0,7
Personalaufwand	-7 508	-23,4	-8 056	-20,9
Übriger Betriebsaufwand	-13 946	-43,4	-15 661	-40,6
Gruppeninterne Leistungsverrechnung	2 000	6,2	2 191	5,7
EBITDA	12 413	38,6	16 790	43,5
Abschreibungen ordentlich	-8 869	-27,6	-9 472	-24,6
Abschreibungen zusätzlich	-925	-2,9	-4 386	-11,4
EBIT	2 619	8,1	2 932	7,6
Cashflow	9 799	30,5	13 860	35,9

Weisse Arena Gastro AG

Der Vorjahresumsatz konnte um CHF 0,1 Millionen auf CHF 26,6 Millionen gesteigert werden. Zu diesem erfreulichen Ergebnis haben vor allem die grossen Bergbetriebe Nagens, Crap Sogn Gion und Curnius sowie das Riders Palace und die Legna Bar in Flims beigetragen. Dieses Ergebnis ist sehr positiv, zumal im vergangenen Jahr das Sporthotel Signina während des Sommers und Herbstes aufgrund der Bautätigkeiten an der Talstation Laax geschlossen blieb und das Fat Tire nicht mehr durchgeführt wurde.

Aber auch der Logementbereich hat sich sehr erfreulich entwickelt. So konnte die Anzahl der Winter-Logiernächte im Vorjahresvergleich nochmals um 10,8% auf rund 64 000 Logiernächte gesteigert werden, wobei sämtliche Betriebe zulegen konnten.

Auf der Angebots- und Infrastrukturseite gilt es vor allem die neue Lounge am Caumasee zu erwähnen. Dieser neue Treffpunkt wurde von vielen Gästen sehr schnell angenommen und darf bereits jetzt auf eine grosse Stammkundschaft zählen. Aufgrund der guten Erfahrungen wurde ein ähnliches Konzept auch vor dem Restaurant Capalari realisiert. Aber auch «hinter den Kulissen» wurden Investitionen für die Gäste getätigt. So wurden zum Beispiel die WC-Anlagen auf dem Masegn und auf dem Vorab renoviert.

in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	26 539	100,0	26 594	100,0
Materialaufwand	-6 123	-23,1	-6 108	-23,0
Personalaufwand	-9 121	-34,4	-8 841	-33,2
Übriger Betriebsaufwand	-8 180	-30,8	-8 399	-31,6
Gruppeninterne Leistungsverrechnung	1 005	3,8	175	0,7
EBITDA	4 119	15,5	3 420	12,9
Abschreibungen ordentlich	-2 475	-9,3	-1 971	-7,4
Abschreibungen zusätzlich	-592	-2,2	-935	-3,5
EBIT	1 052	4,0	514	1,9
Cashflow	3 537	13,3	2 911	10,9

Weisse Arena Leisure AG

An drei Standorten im Tal und den zwei Bergstationen betreibt die Weisse Arena Leisure AG mit 45 Mitarbeitenden insgesamt sieben Verkaufsstellen und erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Gesamtumsatz von CHF 6,5 Millionen. Dies entspricht einer Steigerung von rund CHF 0,6 Millionen oder 10,1%. Dieses erfreuliche Ergebnis wurde erreicht, obwohl an der Talstation Laax für das NTC-Rent aufgrund der Baustelle ein provisorischer Betrieb eingerichtet wurde, während der Mitbewerber seine neue und vergrösserte Lokalität bereits eröffnen konnte.

Bei den einzelnen Produktgruppen fallen vor allem die Umsatzsteigerungen in den Bereichen Vermietungen und Depot positiv auf. Somit setzt sich der Trend fort, dass vor allem Gäste aus dem Ausland ihre Ausrüstung vermehrt

mieten statt kaufen. Dank dem europaweit grössten Angebot an Allmountain- und Freestyleskis sowie Snowboards findet jeder Gast das passende Equipment. Zudem kann das Mietmaterial an allen Stationen gratis getauscht oder in den beiden Testcentern am Berg für eine Stunde ausprobiert werden. Ebenfalls sehr erfreulich zeigt sich die Entwicklung beim Umsatz, aber auch bei der Gästezufriedenheit bei den Depotkunden. Insbesondere das neue, abschliessbare und grosszügigere Depotsystem in Flims konnte die Gäste überzeugen.

Sehr geschätzt wird die Möglichkeit, die Ski oder das Snowboard professionell präparieren zu lassen. So wurden im vergangenen Winter rund 14 000 Skis und 4 000 Snowboards mit der Maschine oder von Hand serviert.

in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	5 876	100,0	6 472	100,0
Materialaufwand	-1 720	-29,3	-1 759	-27,2
Personalaufwand	-1 356	-23,1	-1 481	-22,9
Übriger Betriebsaufwand	-1 660	-28,3	-2 055	-31,8
Gruppeninterne Leistungsverrechnung	7	0,1	35	0,5
EBITDA	1 147	19,5	1 212	18,7
Abschreibungen ordentlich	-976	-16,6	-951	-14,7
Abschreibungen zusätzlich	-140	-2,4	-172	-2,7
EBIT	31	0,5	89	1,4
Cashflow	1 123	19,1	1 155	17,9

Mountain Adventures AG

Unter dem Dach der Mountain Adventures AG wird seit dem Geschäftsjahr 1998/99 die Ski- und Snowboardschule der Destination Flims Laax Falera betrieben. Mit rund 200 Skilehrerinnen und Skilehrern sowie 65 Snowboardlehrerinnen und Snowboardlehrern und einem Gesamtumsatz von CHF 5,8 Millionen gilt die Mountain Adventures AG heute als grösste Schneesportschule im ganzen Alpenraum.

An Spitzentagen betreut die Ski- und Snowboardfahrschule über 1 200 Gäste vom Anfänger über Fortgeschrittene bis zum Privatkunden. Bei der Skischule stellt dabei der Klassenunterricht mit einem Anteil von 62% und über 36 000 Unterrichtsstunden den grössten Anteil dar. Bei der Snowboardfahrschule hingegen überwiegt der Privatunterricht mit einem Anteil von 58%. Dabei kann der Gast der Ski- und Snowboardfahrschule heute aus einem vielfältigen Angebot an verschiedenen Kursen wählen, die

auf Alter, Fähigkeiten und Vorkenntnisse abgestimmt sind. Trainings im Bereich Freestyle werden unter den Namen Freestyle Academy und GAS New School interessierten Kindern und Jugendlichen angeboten.

Neben dem Kerngeschäft Unterricht bietet die Mountain Adventures AG noch weitere Dienstleistungen an. So werden bereits seit einigen Jahren das Café «NoName» und die «Tegia Miez», aber auch die Café-Bar an der Talstation in Flims von der Ski- und Snowboardschule erfolgreich betrieben. Ein weiteres Angebot, dessen Nachfrage in den letzten Jahren stark gestiegen ist, sind die Firmenevents. Hier können sich Gruppen, Vereine und Firmen ein massgeschneidertes Angebot zusammenstellen lassen. Über eine Ansprechperson kann die ganze Palette vom Ticket über Mietmaterial, Unterricht, Verpflegung bis hin zu Gruppenaktivitäten wie zum Beispiel ein Skirennen gebucht werden.

in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	5 011	100,0	5 834	100,0
Materialaufwand	-1 058	-21,1	-1 369	-23,5
Personalaufwand	-3 016	-60,2	-3 188	-54,6
Übriger Betriebsaufwand	-656	-13,1	-905	-15,5
Gruppeninterne Leistungsverrechnung	0	0,0	-295	-5,1
EBITDA	280	5,6	77	1,3
Abschreibungen ordentlich	-104	-2,1	-71	-1,2
EBIT	176	3,5	7	0,1
Cashflow	239	4,8	92	1,6

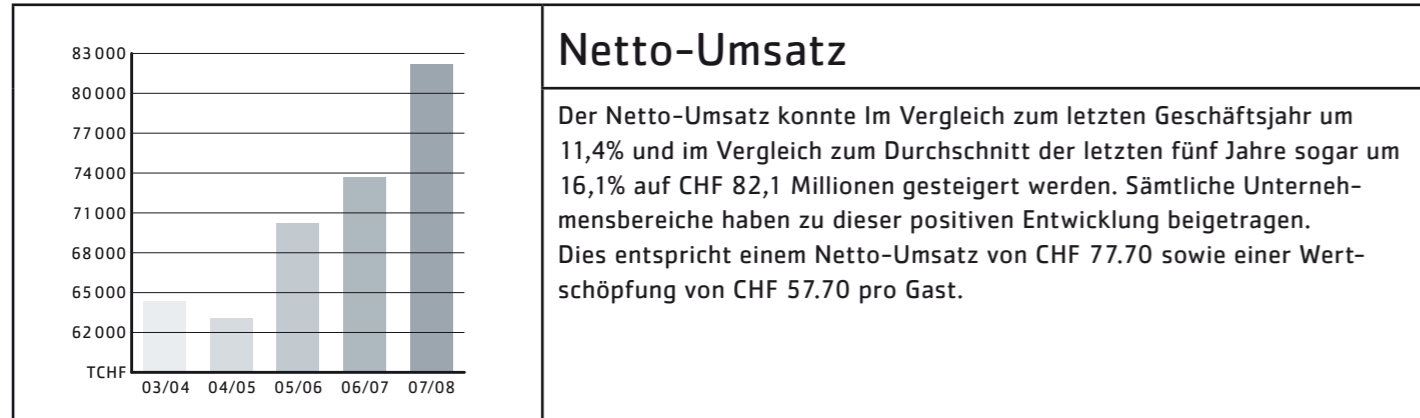
Mountain Vision AG

Die Mountain Vision AG erbringt als Managementgesellschaft Dienstleistungen für sämtliche operativen Gesellschaften der Weissen Arena Gruppe und teilweise auch für externe Unternehmungen. Mit rund 40 Mitarbeitenden werden die Aufgabengebiete Marketing und Verkauf, Customer Relation Management, PR und Kommunikation, Informationstechnologie, Personalwesen und Buchhaltung abgedeckt. Zudem gehört seit Herbst 2005 auch ein Callcenter zum Tätigkeitsfeld der Mountain Vision AG. Hier werden Ferienwohnungen, Lifttickets, Mietmaterial, Airport-Shuttle, Unterricht sowie Hotel- und andere Pauschalen über die Buchungsplattform www.laax.com vermittelt. In diesem Bereich konnte das Vorjahr mit einem Umsatz von CHF 5,5 Millionen um 30,1% übertroffen werden.

Bei den externen Partnern zählen die Bergbahnen Arosa AG (Finanzbuchhaltung), die Flims Laax Falera Tourismus AG (Sommervermarktung, Finanzbuchhaltung, Personalwesen) und die Finanz Infra AG (Finanzbuchhaltung) zu unseren Hauptkunden. Der Schwerpunkt der Aufgaben der Mountain Vision AG liegt aber innerhalb der Weissen Arena Gruppe. Hier wurden insgesamt Leistungen im Umfang von CHF 10,4 Millionen verrechnet.

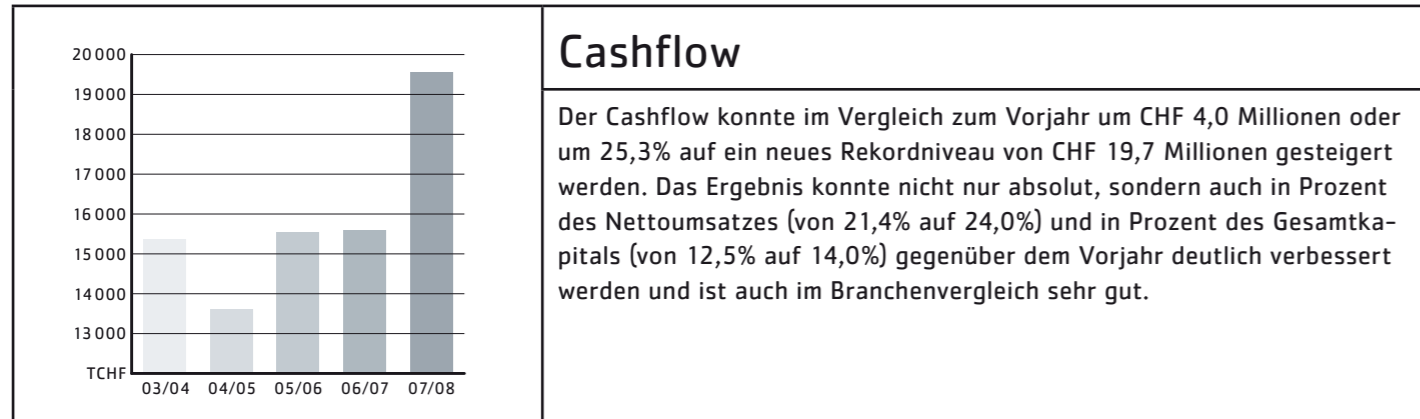
in TCHF	2006/07	in %	2007/08	in %
Netto-Umsatz	6 046	100,0	7 568	100,0
Materialaufwand	-3 744	-61,9	-4 886	-64,6
Personalaufwand	-3 861	-63,9	-3 993	-52,8
Übriger Betriebsaufwand	-5 191	-85,9	-6 533	-86,3
Gruppeninterne Leistungsverrechnung	7 620	126,0	10 384	137,2
EBITDA	871	14,4	2 540	33,6
Abschreibungen ordentlich	-742	-12,3	-1 162	-15,4
Abschreibungen zusätzlich	-70	-1,2	-1 296	-17,1
EBIT	59	1,0	82	1,1
Cashflow	834	13,8	2 470	32,6

Grafiken zur Jahresrechnung



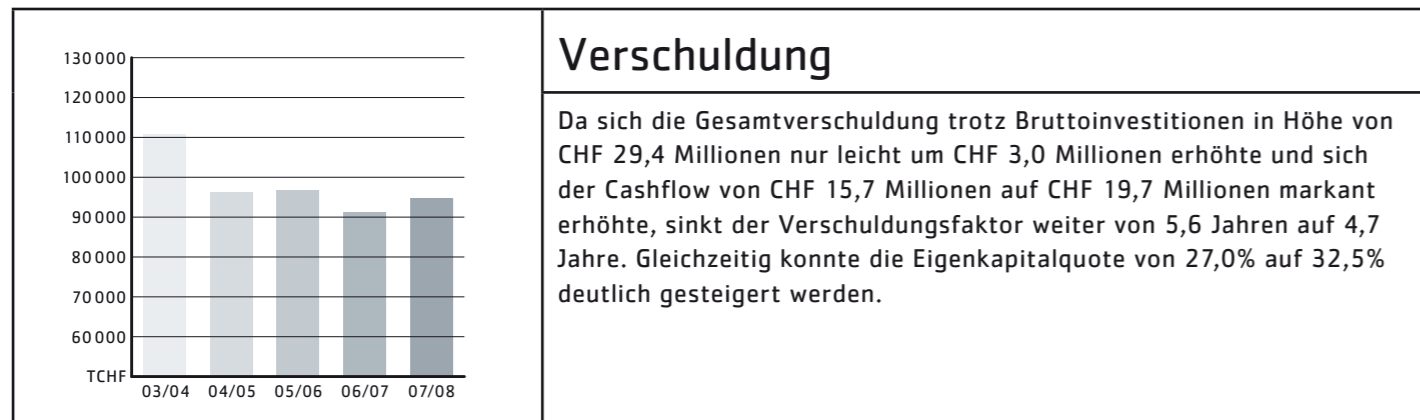
Netto-Umsatz

Der Netto-Umsatz konnte im Vergleich zum letzten Geschäftsjahr um 11,4% und im Vergleich zum Durchschnitt der letzten fünf Jahre sogar um 16,1% auf CHF 82,1 Millionen gesteigert werden. Sämtliche Unternehmensbereiche haben zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Dies entspricht einem Netto-Umsatz von CHF 77.70 sowie einer Wertschöpfung von CHF 57.70 pro Gast.



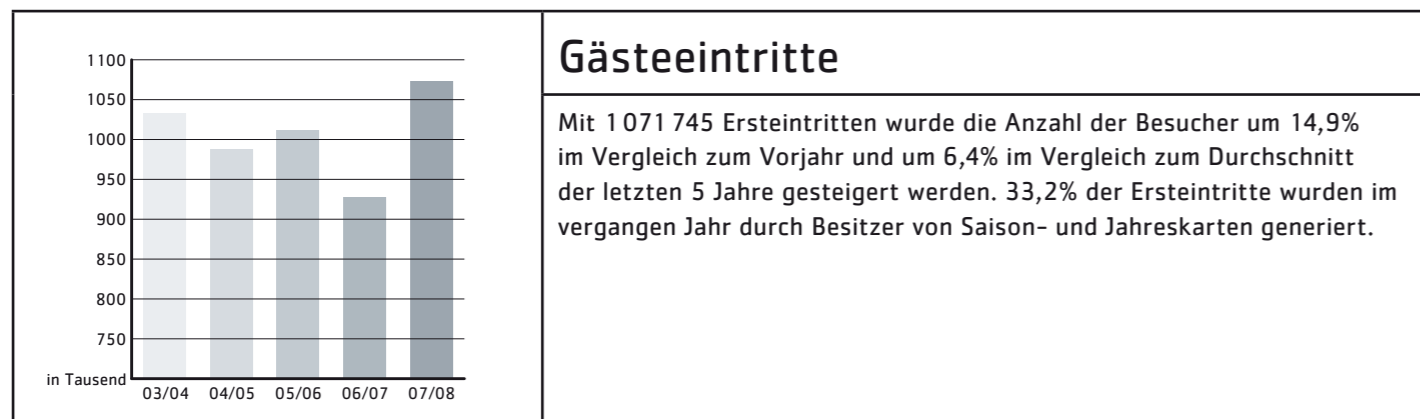
Cashflow

Der Cashflow konnte im Vergleich zum Vorjahr um CHF 4,0 Millionen oder um 25,3% auf ein neues Rekordniveau von CHF 19,7 Millionen gesteigert werden. Das Ergebnis konnte nicht nur absolut, sondern auch in Prozent des Nettoumsatzes (von 21,4% auf 24,0%) und in Prozent des Gesamtkapitals (von 12,5% auf 14,0%) gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert werden und ist auch im Branchenvergleich sehr gut.



Verschuldung

Da sich die Gesamtverschuldung trotz Bruttoinvestitionen in Höhe von CHF 29,4 Millionen nur leicht um CHF 3,0 Millionen erhöhte und sich der Cashflow von CHF 15,7 Millionen auf CHF 19,7 Millionen markant erhöhte, sinkt der Verschuldungsfaktor weiter von 5,6 Jahren auf 4,7 Jahre. Gleichzeitig konnte die Eigenkapitalquote von 27,0% auf 32,5% deutlich gesteigert werden.



Gästeintritte

Mit 1 071 745 Ersteintritten wurde die Anzahl der Besucher um 14,9% im Vergleich zum Vorjahr und um 6,4% im Vergleich zum Durchschnitt der letzten 5 Jahre gesteigert werden. 33,2% der Ersteintritte wurden im vergangenen Jahr durch Besitzer von Saison- und Jahreskarten generiert.

Bericht Konzernprüfer

Bericht des Konzernprüfers an die Generalversammlung der Weissen Arena AG

Als Konzernprüfer haben wir die konsolidierte Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Gesellschaft Weisse Arena AG auf den Seiten 17 bis 24 Ihres Geschäftsberichts für das am 30. April 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die konsolidierte Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Schweizer Prüfungsstandards, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der konsolidierten Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüfen die Posten und Angaben der konsolidierten Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten

wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der konsolidierten Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entspricht die konsolidierte Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz sowie den im Anhang wiedergegebenen Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätzen.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

St. Gallen, 14. Juli 2008

Werner Frei, Leitender Revisor
Markus Bürki
PricewaterhouseCoopers AG



Erfolgsrechnung		
in TCHF	2006/07	2007/08
Beteiligungsertrag Gruppe	1 050	890
Neben-Umsatz	0	0
Netto-Umsatz	1 050	890
Materialaufwand	0	0
Personalaufwand	0	0
Übriger Betriebsaufwand	-138	-276
EBITDA	912	614
Abschreibungen	0	0
EBIT	912	614
Finanzaufwand	-294	-405
Finanzertrag	485	570
EBT	1 103	779
Steuern	-39	-14
Netto-Ergebnis	1 063	765

Bilanz				
in TCHF	30/04/2007	in %	30/04/2008	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel	10		151	
Andere Forderungen	2		0	
Gruppeninterne Forderungen	0		4	
Aktive Rechnungsabgrenzungen nahestehend	3		3	
Umlaufvermögen	15	0,0	157	0,4
Wertschriften	155		370	
Darlehen Dritte	348		228	
Gruppeninterne Darlehen	1 066		1 186	
Beteiligungen	38 866		37 553	
Eigene Aktien/Mitarbeiteraktien	40		194	
Anlagevermögen	40 476	100,0	39 531	99,6
Total Aktiven	40 491	100,0	39 689	100,0
Passiven				
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	432		69	
Gruppeninterne Verbindlichkeiten	0		5	
Transitorische Passiven	107		146	
Kurzfristiges Fremdkapital	539	1,4	220	0,6
Gruppeninterne Darlehen	6 895		4 904	
Mittel-/langfristiges Fremdkapital	6 895	17,0	4 904	12,4
Fremdkapital Total	7 434	18,4	5 124	12,9
Aktienkapital	4 500	11,1	4 700	11,8
Gesetzliche Reserven	1 784		1 784	
Agio	12 387		12 930	
Reserve für eigene Aktien	33		194	
Freie Reserven	3 367		3 206	
Reserven	17 571	43,4	18 114	45,6
Gewinnvortrag	9 923		10 986	
Jahresgewinn	1 063		765	
Bilanzgewinn	10 986	27,1	11 751	29,6
Eigenkapital	33 057	81,6	34 565	87,1
Total Passiven	40 491	100,0	39 689	100,0



Anhang zur Jahresrechnung		
in TCHF	30/04/2007	30/04/2008
Verpfändete und abgetretene Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt		
Bürgschaft/Patronatserklärung gegenüber Tochtergesellschaften	105 000	114 000
Solidarbürgschaft Baugesellschaft The Rocks	p.m.	p.m.
Genehmigtes Kapital		
Genehmigtes Aktienkapital bis 30. September 2007 225 000 Namenaktien à nominell CHF 10.–	2 250	0
Noch nicht beanspruchter Teil des genehmigten Aktienkapitals 225 000 Namenaktien à nominell CHF 10.–	2 250	0
Genehmigtes Aktienkapital bis 20. September 2009 235 000 Namenaktien à nominell CHF 10.–	0	2 350
Noch nicht beanspruchter Teil des genehmigten Aktienkapitals 235 000 Namenaktien à nominell CHF 10.–	0	2 350

Eigene Aktien			
	Anzahl	Buchwert in CHF	Durchschnittspreis in CHF
Stand 30. April 2006	291	32 010	110.00
Zugänge	138	13 585	98.44
Abgänge	-128	-13 440	105.00
Kursanpassungen		955	
Stand 30. April 2007	301	33 110	110.00
Zugänge	3 158	300 189	95.06
Abgänge	-2 747	-274 700	100.00
Kursanpassungen		12 601	
Stand 30. April 2008	712	71 200	100.00

Beteiligungen		
in TCHF	30/04/2007	30/04/2008
Weisse Arena Bergbahnen AG, Laax (konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Bau und Betrieb von touristischen Beförderungsanlagen		
Aktienkapital	12 000	12 000
Beteiligungsquote	100,0%	100,0%
Weisse Arena Gastro AG, Flims (konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Bau und Betrieb von Hotel- und Restaurationsbetrieben		
Aktienkapital	6 000	6 000
Beteiligungsquote	100,0%	100,0%
Weisse Arena Leisure AG, Laax (konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Handel, Vermietung und Unterhalt von Sport-, Bekleidungs- und Freizeitartikeln		
Aktienkapital	500	500
Beteiligungsquote	100,0%	100,0%
Mountain Vision AG, Laax (konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Verkauf, Beratung sowie allg. Dienstleistungen auf dem Gebiet der elektronischen Datenverarbeitung, Kommunikation, Organisation, der Kundeninformation, Administration und Managementsupport		
Aktienkapital	100	100
Beteiligungsquote	100,0%	100,0%
Mountain Adventures AG, Laax (konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Anbieter touristischer Dienstleistungen		
Aktienkapital	100	100
Beteiligungsquote	100,0%	100,0%
Baugesellschaft The Rocks, Laax (2006/07 nicht konsolidiert)		
Überbauung The Rocks, Laax-Murschetg		
Beteiligungsquote direkt	59,4 %	0,0 %
Beteiligungsquote indirekt	0,0 %	59,4 %
Flims Laax Falera Tourismus AG, Flims (nicht konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Absatzmarketing, Absatzförderung und Kommunikation		
Aktienkapital	320	320
Beteiligungsquote	35,0%	35,0%
Startgels AG, Flims (nicht konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Betrieb eines Restaurants		
Aktienkapital	240	240
Beteiligungsquote	33,3%	33,3%
Finanz Infra AG, Laax (nicht konsolidiert)		
Geschäftstätigkeit: Erstellung und Finanzierung der Grundinfrastruktur für Skipisten und Beschneiungsanlagen		
Aktienkapital	1 000	1 000
Beteiligungsquote	20,0%	20,0%

Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinns

in TCHF	
Der Verwaltungsrat beantragt der Generalversammlung folgende Ergebnisverwendung:	
Gewinnvortrag	10 986
Reingewinn 2007/08	765
Bilanzgewinn per 30. April 2008	11 751
Der Verwaltungsrat beantragt folgende Verwendung:	
Vortrag auf neue Rechnung	11 751
Bilanzgewinn per 30. April 2008	11 751

Bericht der Revisionsstelle

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Weissen Arena AG

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Gesellschaft Weisse Arena AG auf den Seiten 32 bis 36 Ihres Geschäftsberichts für das am 30. April 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Prüfung erfolgte nach den Schweizer Prüfungsstandards, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüfen die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilen wir die Anwendung der massgebenden

Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

St. Gallen, 14. Juli 2008

Werner Frei, Leitender Revisor
Markus Bürki
PricewaterhouseCoopers AG



Organe

Verwaltungsrat

(gewählt bis zur Generalversammlung 2008)

Präsident und Delegierter

Reto Gurtner, Flims

Mitglieder

Dr. Otto Bruderer, Uitikon

Ernst Gautschi, Berneck

Joachim Kohm, Pforzheim DE

Thorvald Sverdrup, Vinterbro NO

Geschäftsleitung

Reto Gurtner, Flims

Vorsitzender

Andreas Bärtsch, Fidaz

Marketing und Sales

Martin Hug, Flims

Bahnen und Bauten

Reto Poltéra, Flims

Sport und Freizeit

Christoph Schmidt, Flims

Resort und Services

Adrian Wolf, Flims

Finanzen und Personal

Revisionsstelle

PricewaterhouseCoopers AG, St. Gallen

Weisse Arena AG, Casa Prima, 7032 Laax, Schweiz

Telefon +41 (0)81 927 70 07, Telefax +41 (0)81 927 70 08, invest@weissearena.ch, www.laax.com, www.weissearena.ch