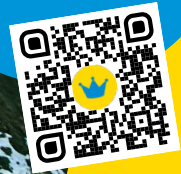




Kronberg

Geschäftsbericht | 2025

Ganzer
Geschäftsbericht
online abrufbar
kronberg.ch/2025



Oben Ruhe,
unten Action

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten	02 – 03
63. Geschäftsbericht für das Jahr 2025	04 – 05
Finanzkommentar	06
Revisionsbericht	07
Bilanz	08
Erfolgsrechnung	09
Mittelflussrechnung	10
Anhang zur Jahresrechnung	11
Mehrjahresvergleich	12
Kennzahlen der Jahresrechnung	13
Grafik Entwicklung Umsatz/Betriebsertrag in TCHF	14
Grafik Betriebsertrag vor Abschreibungen (EBITDA) in CHF	14
Das Kronberg-Team	15
Drei Fragen, drei Antworten	16 – 18

Titelbild:
Jährliches Verschieben der Zwischenauf-
hängung während der Revision.

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten



Das Berichtsjahr 2025 stand für die Kronberg AG ganz im Zeichen weiterer strategischer Weichenstellungen. Nachdem wir unser Unternehmen in den vergangenen Jahren erfolgreich weiterentwickeln konnten und 2024 unser Jubiläum feiern durften, haben wir 2025 entscheidende Schritte unternommen, um den Kronberg langfristig als attraktive Ganzjahresdestination zu positionieren.

Kronberg 2040: Fokus Tal

Im Rahmen des Projekts «Kronberg 2040», das wir in den letzten Jahren intensiv vorangetrieben haben, hat sich klar gezeigt, dass das Tal künftig eine noch wichtigere Rolle einnehmen wird. Die Analyse der vergangenen Jahre hat deutlich gemacht, wie stark unser Geschäft von Wetter und Saisonverlauf beeinflusst wird und wie wichtig wetterunabhängigere Angebote sind.

Der Verwaltungsrat hat 2025 daher einen zentralen strategischen Entscheid gefällt: die Erweiterung und konzeptionelle Neuausrichtung des Talrestaurants als erste sichtbare und umsatzbringende Massnahme im Rahmen des Projekt «Kronberg 2040».

Mit diesem Projekt verfolgen wir klare Ziele:

1. Saisonale und wetterbedingte Schwankungen reduzieren

Durch eine stärkere Nutzung des Talstandorts – unabhängig von Wetter oder Saison – wollen wir unsere Auslastung und damit den Umsatz über das ganze Jahr hinweg stabilisieren. Das Tal soll noch konsequenter als eigenständiger Anziehungspunkt wahrgenommen werden.

2. Neue Angebote positionieren

Die Erweiterung schafft Raum für zusätzliche Formate im Tal: Angebote für Familien, Gruppen und Firmen, kleinere Veranstaltungen sowie massgeschneiderte Kulinarik- und Erlebnisbausteine. Damit knüpfen wir an die erfolgreichen Aktionen der vergangenen Jahre an und entwickeln unser Profil als Freizeit- und Familienberg weiter.

3. Gastronomie im Tal neu positionieren

Eine moderne, flexible Infrastruktur ermöglicht effizientere Abläufe, attraktive Arbeitsplätze und eine weitere Qualitätssteigerung. Unser Anspruch ist es, die Gastgeberrolle der Kronberg AG zu stärken und gleichzeitig unserer regionalen Verankerung und Identität treu zu bleiben.

4. Infrastruktur im Tal den aktuellen Bedürfnissen anpassen

Unsere Angebote im Tal wurden in den letzten Jahren ausgebaut und konsequent auf die Bedürfnisse unserer Gäste ausgerichtet. Der Erfolg dieser neuen Angebote führte jedoch dazu, dass unsere Infrastruktur an ihre Kapazitätsgrenzen stiess beziehungsweise diese teilweise überschritt – mit entsprechenden Kundenreklamationen. Mit dem Projekt Talrestaurant, welches die Erweiterung der WC-Anlagen beinhaltet, wollen wir die Infrastruktur auf den zukünftigen Bedarf ausrichten.

Rolle des Verwaltungsrats im Berichtsjahr

Im Verwaltungsrat lag der Schwerpunkt 2025 klar auf der strategischen Ausrichtung und der Priorisierung der anstehenden Investitionen. Dazu gehörten unter anderem:

- die Ausarbeitung und Verabschiedung der Eckpunkte für das Projekt Talrestaurant im Rahmen von «Kronberg 2040»,
- die Sicherstellung einer tragfähigen finanziellen Basis für dieses und weitere Zukunftsprojekte,
- die Schaffung von Grundlagen, um die Organisationsstrukturen der Geschäftsleitung auf die Zukunft auszurichten (Stärkung Verkauf und Leitung Betrieb),
- die enge Abstimmung mit der Geschäftsführung, damit operative Erfahrungen und Marktkenntnisse direkt in die strategische Planung einfliessen.

Die detaillierte operative Entwicklung des vergangenen Jahres wird im Bericht der Geschäftsführung umfassend dargestellt.

Finanzielle Grundlage für die kommenden Investitionen

Wie bereits in den Vorworten der vergangenen Jahre betont, bleibt eine solide finanzielle Basis entscheidend, um unser Zukunftsbild «Kronberg 2040» Schritt für Schritt zu realisieren.

Der Verwaltungsrat hat im Berichtsjahr insbesondere darauf geachtet,

- Investitionen klar zu priorisieren,
- die Preis- und Angebotsgestaltung mit Augenmass weiterzuentwickeln,
- gezielt in Digitalisierung und Effizienzsteigerungen zu investieren und
- die Balance zu halten zwischen Attraktivität für unsere Gäste – insbesondere Familien – und der Notwendigkeit, Mittel für strategische Projekte zu erwirtschaften.

Die konkreten Kennzahlen und Ergebnisse finden Sie im Finanzteil und im Bericht der Geschäftsführung.

Dank und Ausblick

Die erfolgreiche Weiterentwicklung der Kronberg AG ist nur möglich dank des Zusammenspiels vieler Beteiligten.

Mein besonderer Dank gilt

- der Geschäftsführung, die die strategischen Vorgaben des Verwaltungsrats umsichtig in die operative Realität übersetzt,
- allen Mitarbeitenden, die mit grossem Engagement und Flexibilität unseren Gästen Erlebnisse am Kronberg ermöglichen,
- Behörden, Nachbarn und Partnern für die sehr gute Zusammenarbeit und die Unterstützung unserer weiteren Entwicklung,
- meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat für die konstruktive und vorausschauende Zusammenarbeit.

Ihnen, geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich herzlich für Ihr Vertrauen und Ihre Treue.

Mit der Erweiterung des Talrestaurants und den weiteren Projekten im Rahmen von «Kronberg 2040» richten wir den Blick bewusst in die Zukunft. Wir sind überzeugt, dass der Kronberg auch in den kommenden Jahren ein Ort bleibt, an dem Tradition, Innovation und Erlebnisse für die ganze Familie zusammenfinden – auf dem Berg, im Tal und auf den Wegen dazwischen.

Ich wünsche Ihnen einen schönen Frühling. Die Natur erwacht – und mit ihr die zahlreichen Aktivitäten an unserem Kronberg.

Ich grüsse Sie herzlich.

Thomas Bischofberger
Verwaltungsratspräsident

Strategische Führung

Der Verwaltungsrat der Kronberg AG ist für die strategische Weiterentwicklung des Gesamtunternehmens zuständig. Die Verwaltungsräte sind bis zur Generalversammlung 2026 gewählt. Der Verwaltungsrat setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen:

Präsident

Thomas Bischofberger, Geschäftsführer Bühler+Scherler AG in St. Gallen, Schlatt Appenzell, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2012, Präsident seit 2020

Vizepräsidentin

Sabrina Huber, Inhaberin Sabrina Huber Consulting Boutique, Teufen, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2017

Mitglieder

Hansjürg Freund, Generalagent der Helvetia Versicherung in St. Gallen, Bühler, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2019

Evelyne Gmünder, Dr. iur., Rechtsanwältin, Präsidentin des Kantonsgerichts AI bis April 2024, Appenzell, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2020

Ruedi Ulmann, Bauherr, Vorsteher Bau- und Umweltdepartement AI, Gonten, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2020

Stephan Rusch, Betriebsökonom/Jurist, Appenzell, STERU Management Support, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2024



Von links: Hansjürg Freund, Ruedi Ulmann, Evelyne Gmünder, Thomas Bischofberger, Sabrina Huber, Stephan Rusch

63. Geschäftsbericht für das Jahr 2025



Viele der im Berichtsjahr getroffenen Entscheidungen und angestossenen Projekte entfalten ihre Wirkung nicht sofort – sie bilden jedoch das Fundament für die kommenden Jahre und sind Ausdruck einer bewussten, langfristigen Unternehmensführung. Umso erfreulicher ist es, dass wir im Geschäftsjahr 2025 trotz anspruchsvoller Rahmenbedingungen einen neuen Umsatzrekord erzielen konnten.

Wetter als prägender Faktor

Das Wetter zeigte sich 2025 nicht immer von seiner besten Seite. Besonders der Mai, Teile der Sommerferien sowie die für uns zentrale Wandersaison im Oktober waren von zahlreichen Regentagen geprägt – auch an Wochenenden, die für unseren Betrieb von entscheidender Bedeutung sind. Gerade im Oktober, wenn sämtliche Anlagen, Attraktionen und gastronomischen Angebote im Tal und auf dem Berg auf Hochtouren laufen, hatte dies einen spürbaren Einfluss auf das Jahresergebnis. Vor diesem Hintergrund sind wir mit den erzielten Frequenzen und der Nachfrage sehr zufrieden.

Die Gastronomie entwickelte sich trotz dieser Rahmenbedingungen erfreulich. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass im Vergleich zum Vorjahr keine zusätzlichen Einnahmen aus Jubiläumsaktivitäten anfielen. Umso mehr unterstreicht das Ergebnis die Stabilität unseres Kerngeschäfts sowie die nachhaltige Wirkung der in den vergangenen Jahren getätigten Investitionen. So dürfen wir mit dem Geschäftsbericht 2025 einen neuen Umsatzrekord präsentieren.

Strategische Fokussierung auf Verkauf und Wachstum

Nach mehreren Jahren mit starkem Investitionsfokus stand 2025 im Zeichen des Verkaufs und der gezielten Vermarktung. Unsere Angebote für Individual- und Gruppen-Gäste sind breit, differenziert und marktreif – nun gilt es, diese konsequent und strukturiert an den Markt zu bringen. In diesem Zusammenhang wurde die Reorganisation mit der klaren Zuteilung der Aufgaben von Verkauf und Marketing gestartet. Mit der Rekrutierung einer Verkaufsleitung stärken wir unsere Wachstumsstrategie, insbesondere im Bereich der Gruppen-Aktivitäten.

Diese Ausrichtung steht in engem Zusammenhang mit dem Umbau des Talrestaurants sowie mit den übergeordneten Zielen des Gesamtprojekts «Kronberg 2040». Die laufenden Projekte greifen ineinander und zielen gemeinsam auf eine langfristig stabile und zukunftsfähige Entwicklung des Kronbergs ab.

Digitalisierung und IT als Rückgrat der Organisation

Ein zentraler Meilenstein im Jahr 2025 war der konsequente Ausbau unserer IT-Landschaft. Mit der Einführung und Weiterentwicklung einer neuen ERP-Plattform setzen wir auf ein leistungsfähiges, modulares und zukunftsorientiertes System. Die Plattform basiert auf einer offenen App-Struktur und ist Open Source. Dies erlaubt uns, Entwicklungen aktiv mitzugestalten, flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren und unabhängig von grossen Softwareanbietern zu bleiben. Auch in finanzieller Hinsicht überzeugt der Ansatz durch transparente und vergleichsweise tiefe Lizenzkosten.

Die Plattform bildet heute das Herzstück unserer Daten- und Prozesslandschaft. Insbesondere im CRM für Gruppenanfragen sowie bei automatisierten Marketingmassnahmen schafft das System neue Möglichkeiten und eine deutlich verbesserte Datenbasis und –verarbeitung?. Dies ist für die konsequente Orientierung auf den Sales – inkl. Aftersales – zentral. Die Vorarbeiten waren anspruchsvoll und ressourcenintensiv, bilden jedoch die Grundlage für weitere notwendige Digitalisierungsschritte.

Die Einführung neuer Systeme bedeutet immer auch Veränderung. Unsere Mitarbeitenden haben diesen Weg mit grosser Offenheit, Lernbereitschaft und Engagement mitgetragen. Schulungen, neue Abläufe und angepasste Prozesse waren insbesondere im IT-Bereich herausfordernd, stärken jedoch langfristig Effizienz, Transparenz, Verkaufsorientierung und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit.

Talrestaurant und Gruppen-Angebote als Wachstumstreiber

Im Talrestaurant liefen 2025 intensive Vorbereitungen in den Bereichen Gastronomie, Verkauf und Technik. Dank grossem Engagement und hoher Eigenleistung konnten zahlreiche Arbeiten intern umgesetzt werden, auch bei den baulichen Vorbereitungen. Diese Investitionen sind ein zentraler Baustein für die Weiterentwicklung der Wintersaison und für ein attraktives Angebot in schneeärmeren Monaten.

Parallel dazu wurden die neuen Gruppen-Aktivitäten weiterentwickelt und erfolgreich im Markt positioniert. Ein engagiertes Team hat die Angebote konzipiert und umgesetzt. Erste Buchungen bestätigen, dass die Nachfrage vorhanden ist. Besonders die sogenannte Challenge stösst bei Firmen und Vereinen auf sehr positive Resonanz und stärkt den Kronberg als attraktiven Ort für gemeinsame Erlebnisse.

Marketing mit messbarer Wirkung und hoher Reichweite

Unsere Präsenz an Messen und Veranstaltungen ist weiterhin sehr gefragt. Die Nachfrage seitens der Organisatoren bestätigt den eingeschlagenen Weg. Die Wirkung ist klar messbar: Viele neue Gäste finden über diesen Kanal erstmals den Weg zum Kronberg. Die Marketingaktivitäten wurden gezielt auf zusätzliche, für uns wichtige Regionen wie Winterthur und Vorarlberg ausgeweitet.

Ein besonderes Highlight war erneut die Drohnen-show. Mit rund 7'000 Besucherinnen und Besuchern, zahlreichen Verbesserungen gegenüber den Vorjahren und einem stimmungsvollen Rahmenprogramm entwickelte sich der Anlass zu einem echten Volksfest. Das Verkehrskonzept bewährte sich, und die Rückmeldungen von Gästen, Partnern und Behörden waren durchwegs positiv.



Oben v.l.n.r.: Romina Rausch (ab 1.10.2025), Emil Signer, Marc Bodenmann
Unten v.l.n.r.: Michael Bieri, Felix Merz, Simeon Herb

Technische Stabilität und Investitionen mit Weitblick

Die Technik leistete auch 2025 hervorragende Arbeit. Es gab keine besonderen Vorkommnisse – was sinnbildlich für Professionalität, Sorgfalt und hohe Sicherheitsstandards steht. Die kostenintensive Revision des zweiten Laufwerks, analog zum Vorjahr, stellte einen weiteren wichtigen Schritt dar. Beide Laufwerke befinden sich nun auf dem neuesten Stand und konnten über das gesamte Jahr hinweg zuverlässig und ohne Zwischenfälle betrieben werden.

Die Vorleistungen in den Bereichen IT, Talrestaurant, Gruppen-Angebote sowie die technischen Revisionen belasteten das EBITDA im Berichtsjahr. Es handelt sich dabei um bewusst getätigte Vorleistungen, die notwendig sind, um den Kronberg strategisch weiterzuentwickeln. Wir sind überzeugt, dass sich diese Aufwendungen in den kommenden zwei Jahren nachhaltig auszahlen werden.

Unsere Mitarbeitenden haben die zahlreichen Veränderungen mitgetragen, mitgestaltet und mit Leben gefüllt. Freundlich, hilfsbereit, authentisch und motiviert ermöglichen sie tagtäglich besondere Erlebnisse für unsere Gäste und tragen die Werte des Kronbergs im Alltag sichtbar nach aussen. Dafür danke ich ihnen herzlich. Ebenso danke ich unseren Gästen, Partnerinnen und Partnern, Lieferanten sowie dem Verwaltungsrat für das Vertrauen und die konstruktive Zusammenarbeit.



Herzliche Grüsse und bis bald am Kronberg
Felix Merz

Finanzkommentar

Die Kronberg AG erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen neuen Umsatzrekord von TCHF 6'758 (+0,5 % gegenüber dem Vorjahr). Damit bestätigt sich die weiterhin starke Marktposition der Unternehmung. Trotz weniger Tagen mit schönem und trockenem Wetter (-5,5 % gegenüber dem Vorjahr) sowie vermehrt regnerischen Wochenenden konnten wetterbedingte Rückgänge in einzelnen Bereichen wie Bobbahn und Talrestaurant durch andere Ertragsquellen weitgehend kompensiert werden.

Die Frequenzentwicklung verlief insgesamt stabil. Die Luftseilbahn verzeichnete mit 158'830 Gästen ein leicht tieferes Niveau als im Vorjahr (-0,9 %). Der Sommeranteil blieb mit 69 % auf hohem Niveau (Vorjahr 68 %) und unterstreicht die zentrale Bedeutung des Sommergeschäfts. Erfreulich entwickelten sich insbesondere der Zipline-Park (+6,1 %) sowie die Märliwelt mit 13'321 Eintritten (+41,4 %). Diese positive Entwicklung ist wesentlich auf die gezielte Weiterentwicklung des Angebots, insbesondere durch den Kugelpark, zurückzuführen.

Der Anstieg der Personalkosten ist auf den gezielten Ausbau der Verkaufsorganisation mit klaren Umsatzzielen sowie auf zusätzliche Ressourcen in der Administration zurückzuführen. Diese Vorleistungen erfolgen bewusst im Hinblick auf ein zukünftiges Wachstum, das durch ein erweitertes Angebot, welches durch das erweiterte Talrestaurant ermöglicht wird, erzielt werden soll. Die bereits eingegangenen Reservationen zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Die Verbesserung der Effizienz bleibt dabei ein zentraler Fokus.

Zusätzlich führten Vorleistungen für organisatorische Verbesserungen, neue Angebote und Anpassungen der Infrastruktur zu Mehraufwendungen. Im Zuge der Digitalisierung wurde eine neue IT-Landschaft aufgebaut. Die Einführung eines CRM-Systems sowie von Marketing- und Vertriebs-Tools verursachte zusätzliche laufende Kosten, die im Berichtsjahr erstmals vollumfänglich anfielen, deren Nutzen aber erst in den nachfolgenden Jahren spürbar wird. Zudem lagen die Kosten für die technische Revision über dem Vorjahr (insbesondere Laufwerksrevision der Kabine).

Der EBITDA belief sich auf TCHF 925 und lag damit um 49 % über dem Vorjahr. Der erwirtschaftete Cashflow ermöglichte sowohl Investitionen in Angebot und Infrastruktur als auch Darlehensrückzahlungen von TCHF 100. Allerdings wird durch den Umbau des Talrestaurants der Darlehensbestand im Jahre 2026 wieder erhöht. Wir gehen aber davon aus, dass Teile davon bereits im Folgejahr wieder zurückbezahlt werden können. Die Eigenkapitalquote blieb aufgrund des kleinen Reingewinnes mit 39 % stabil.

Insgesamt präsentiert sich die finanzielle Situation der Kronberg AG solide. Die kontinuierliche Reduktion der Verschuldung sowie gezielte Investitionen stärken die langfristige Entwicklungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

An die
Generalversammlung der
Kronberg AG
St. Josefstrasse 2
9108 Jakobsbad

contreva
revision

contreva ag
revision
weissbadstrasse 26
ch-9050 appenzell
telefon +41 71 788 10 87
mail@contreva.ai
contreva.ai

BERICHT DER REVISIONSSTELLE ZUR EINGESCHRÄNKTEN REVISION

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Kronberg AG für das am 31. Dezember 2025 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Appenzell, 12. März 2026

contreva ag, 9050 Appenzell


Bruno Hörler
zugelassener und leitender
Revisor


Cyrill Keller
zugelassener
Revisor

Bilanz

Aktiven

	31.12.2025	%	31.12.2024	%
Umlaufvermögen	1'677'453	27	1'210'714	19
Flüssige Mittel	1'206'565	19	768'482	12
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	57'961	1	35'696	1
Übrige Forderungen	143'458	2	135'290	2
Vorräte	144'001	2	162'001	3
Aktive Rechnungsabgrenzungen	125'467	4	109'245	2
Anlagevermögen	4'614'850	73	5'074'850	81
Finanzanlagen	15'850	0	15'850	0
Anlagevermögen Luftseilbahn	1'336'000	21	1'472'000	23
Anlagevermögen Gastronomie und Nebenbetriebe	3'263'000	52	3'587'000	57
Total Aktiven	6'292'303	100	6'285'564	100

Passiven

	31.12.2025	%	31.12.2024	%
Fremdkapital	3'833'628	61	3'830'076	61
Kurzfristiges Fremdkapital	1'003'628	16	950'076	15
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	262'595	4	220'705	4
Übrige Verbindlichkeiten	534'865	9	540'349	9
Passive Rechnungsabgrenzungen	206'168	3	189'023	3
Langfristiges Fremdkapital	2'830'000	45	2'880'000	46
Hypotheken und Darlehen	2'825'000	45	2'875'000	46
Erneuerungsfonds Abwasserkanal	5'000	0	5'000	0
Eigenkapital	2'458'674	39	2'455'488	39
Aktienkapital	2'200'000	35	2'200'000	35
Gesetzliche Gewinnreserven	50'100	1	49'900	1
Freie Gewinnreserven	106'000	2	106'000	2
Gewinnvortrag	99'388	2	96'527	2
Jahresgewinn	3'187	0	3'061	0
Bilanzgewinn	102'574	2	99'588	2
Total Passiven	6'292'303	100	6'285'564	100

Erfolgsrechnung

	2025	%	2024	%
Betriebsertrag	6'758'827	100	6'723'595	100
Luftseilbahn	2'047'964	30	2'069'382	31
Bobbahn	686'933	10	626'010	9
Erlebnisswelt Tal	672'550	10	616'990	9
Gastronomie	2'694'769	40	2'738'015	41
Nebenertrag (inkl. a.o. Ertrag)	656'610	10	673'199	10
Betriebsaufwand	5'833'734	86	6'105'109	91
Personalaufwand	3'366'442	50	3'156'875	47
Warenaufwand Gastronomie	787'843	12	709'502	11
Material- und Sachaufwand sowie Unterhalt	1'679'449	25	2'238'733	33
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	925'092	14	618'486	9
Abschreibungen	884'092	13	567'496	8
Finanzaufwand / Finanzertrag	36'164	1	46'255	1
Steuern	1'650	0	1'675	0
Jahresgewinn	3'187	0	3'061	0

Mittelflussrechnung

	2025	%	2024	%
Jahresgewinn	3'187		3'061	
Abschreibungen	884'092		567'496	
Veränderung Rückstellungen	0		0	
Cashflow	887'279	100	570'556	100
Cashflow aus Betriebstätigkeit	24'896	3	152'767	27
Veränderung Nettoumlaufvermögen	24'896		152'767	
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-424'092	-48	-320'496	-56
De-/Investitionen Einrichtungen/Fahrmittel	-18'081		-11'832	
De-/Investitionen Projekte und IT	-195'766		-70'387	
De-/Investitionen Erlebnisswelt Tal	-72'077		-104'631	
De-/Investitionen Gastronomie	-133'169		-133'646	
De-/Investitionen Wertschriften	0		0	
Free Cashflow	488'083	55	402'827	71
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-50'000	-6	-250'000	-44
Rückzahlung Hypotheken und Darlehen	-50'000		-250'000	
Veränderung flüssige Mittel	438'083		152'827	
Flüssige Mittel per 01.01.	768'482		615'655	
Flüssige Mittel per 31.12.	1'206'565		768'482	
Veränderung flüssige Mittel	438'083		152'827	

Anhang zur Jahresrechnung

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 OR) erstellt. Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im 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.

Anzahl Mitarbeitende

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 250.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine wesentliche Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2025 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offen gelegt werden müssten.

	in CHF 2025	in CHF 2024
Entschädigung Verwaltungsrat		
Bischofberger Thomas, VR-Präsident	15'000	15'000
Huber Sabrina, VR-Vizepräsidentin	5'000	5'000
Freund Hansjürg	5'000	5'000
Gmünder Evelyne	5'000	5'000
Ulmann Ruedi	5'000	5'000
Rusch Stephan (ab GV Mai 2024)	12'000	7'000

	31.12.2025	31.12.2024
Sonstige Angaben		
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeter Aktiven	2'002'265	628'265
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	66'446	39'165

	31.12.2025	31.12.2024
Antrag des Verwaltungsrats über die Verwendung des Bilanzgewinnes		
Gewinnvortrag vom Vorjahr	99'388	96'527
Jahresgewinn	3'187	3'061
Zuweisung an die gesetzlichen Gewinnreserven	200	200
Zur Verfügung der Generalversammlung	102'375	99'388
Vortrag auf neue Rechnung	102'375	99'388

Mehrjahresvergleich

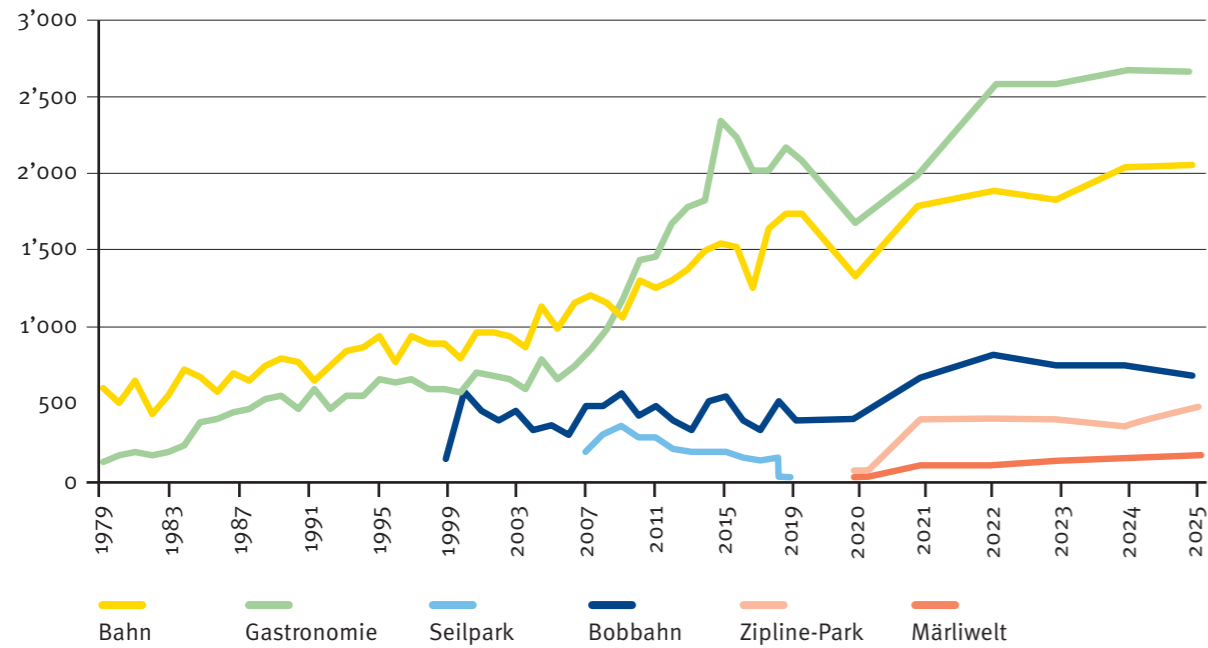
Frequenz

	2025	%	2024	%	2023	%	2022	%	2021	%
Totale Frequenz	373'182	100	368'526	100	352'565	100	355'429	100	364'001	100
Luftseilbahn	158'830	43	156'695	43	141'544	40	145'086	41	150'934	41
Anteil Sommer	109'536	69	106'845	68	110'885	78	104'550	72	106'071	70
Anteil Winter	48'543	31	49'850	32	30'659	22	40'536	28	44'863	30
Anzahl Fahrten	8'059		7'983		7'108		7'363		7'692	
Ø Gäste/Fahrt	20		20		18		19		20	
Bobbahn	182'491	49	184'929	50	178'844	50	178'788	50	178'423	49
Zipline-Park	18'540	5	17'482	4	19'440	6	19'238	5	21'964	7
Märliwelt	13'321	4	9'420	3	12'737	4	12'317	3	12'680	3
Schlitten-Vermietung	1'671		2'285		1'440		3'676		8'386	
Betriebstage	325		328		301		325		324	
Schöne Tage	164		173		181		208		181	

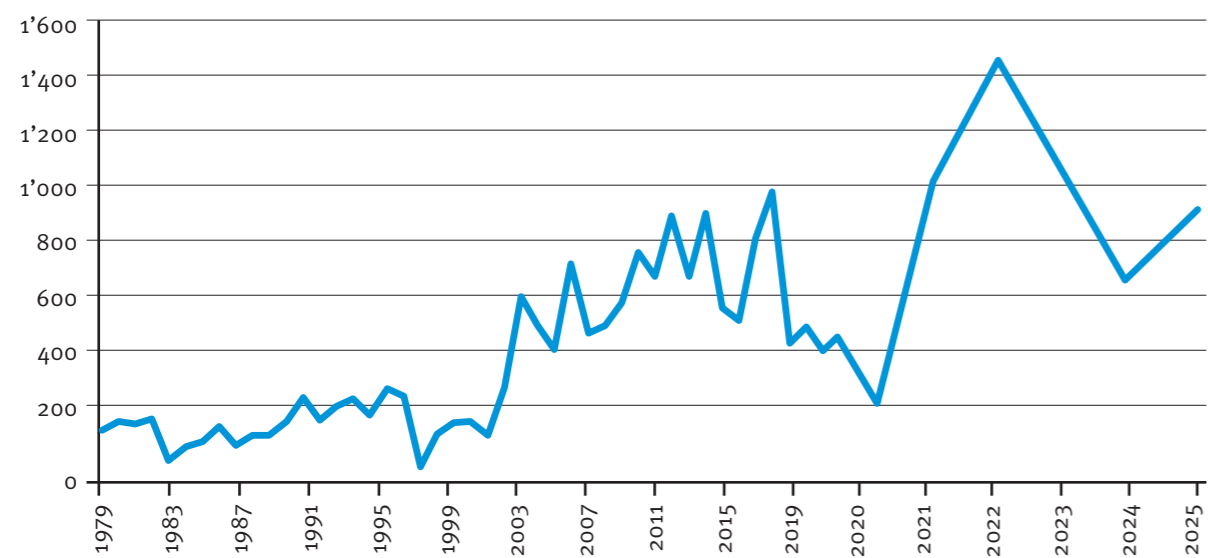
Kennzahlen der Jahresrechnung

	2025	%	2024	%	2023	%	2022	%	2021	%
Betriebsertrag	6'758'827	100	6'723'595	100	6'310'575	100	6'410'717	100	5'667'792	100
Luftseilbahn	2'047'964	30	2'069'382	31	1'888'947	30	1'990'456	31	1'827'959	32
Bobbahn	686'933	10	626'010	9	645'017	10	664'927	10	631'788	11
Erlebnisswelt Tal	672'550	10	616'990	9	648'792	10	639'765	10	684'110	12
Gastronomie	2'694'769	40	2'738'015	41	2'593'953	41	2'602'224	41	2'042'055	36
Nebenertrag (inkl. a.o. Ertrag)	656'610	10	673'199	10	533'867	8	513'344	8	481'881	9
Betriebsaufwand	5'833'734	86	6'105'109	91	5'286'463	84	4'955'822	77	4'627'182	82
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	925'092	14	618'486	9	1'024'112	16	1'454'896	23	1'040'610	18
Investitionen	424'092	6	320'496	5	655'901	10	433'190	7	246'433	4
Eigenkapitalquote in %	39		39		38		36		32	
Anzahl Aktionäre	2'213		2'185		2'160		2'155		2'133	

Entwicklung Umsatz/Betriebsvertrag in TCHF



Entwicklung Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) in TCHF



Das Kronberg-Team

Aleksandra Maselli, Amanullah Rahimi, André Manuel Araújo,
 Andreas Frey, Andreas Tinner, Barbara Gilgen, Beat Signer,
 Benjamin Lütolf, Cheryl Bruggmann, Corina Scheitlin, Corina Reichmuth,
 Corinne Rechsteiner, Daniel Koller, Daniela Gurtner,
 Daniela Ory, Debora Gasser, Dominic Rodigari, Dominik Husistein,
 Emil Fuchs, Emil Signer, Erika Koller, Eveline Walder,
 Felix Merz, Henok Alemsegad, Jeanine Zürcher, Joel Khair,
 Johann Neff, Jule Kluftringer, Karin Gantenbein,
 Katharina Preisig, Kurt Oettli, Lara Reichmuth, Marc Bodenmann,
 Marcel Schlatter, Mariia Chashchikhina, Martha Signer,
 Matthias Inauen, Michael Bieri, Michelle Wick, Mirjam Signer,
 Monika Rechsteiner, Natalie Hälgi, Nathalie Eberhard,
 Nicole Engel, Nicole Streule, Nuno Araújo Teixeira, Qasim Safi,
 Rabea Stöcklin, Ramon Mock, Reto Alder, Reto Schiess,
 Rolf Mayr, Roman Zachensky, Romina Rausch, Romy Keller,
 Sabrina Nauer, Sandro Broger, Sarah Kägi, Simeon Herb,
 Stefanie Jung, Stefanie Tischhauser, Thomas Linz, Uschi Frey,
 Yanik Inauen, Yannick Burtscher

(in alphabetischer Reihenfolge)

3 Fragen – 3 Antworten



Vorname, Name **Unternehmen**
Ueli Hug Mounteco GmbH

Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040
Gesamtprojektleitung

Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040
Gemeinsam mit Verwaltungsrat, CEO, GL-Mitgliedern und Fachspezialisten durfte ich dieses spannende Projekt gestalten und bin nun punktuell in der Umsetzung involviert.

1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?

Der Verwaltungsrat ist meiner Meinung nach sehr gut zusammengesetzt. Er vereint Know-How aus unterschiedlichen Bereichen, besteht aus Männern und Frauen, die sich ihrer Verantwortung bewusst sind und pflegt eine kritisch-konstruktive Diskussionskultur. In Ergänzung mit dem CEO, der sich mit Leib und Seele dem Unternehmen verschrieben hat, ist hier eine besonders glückliche Konstellation am Werk. Gratuliere!

2 Was war für Dich der ‚Aha-Moment‘ im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?

Das war bei einem (schon etwas länger dauernden) Arbeitsmeeting im Herbst 2024, als viele Themen irgendwann kompliziert und Umsetzungswege besonders lang schienen. Da drehte die Stimmung plötzlich wieder ins Positive und man besann sich seiner Stärken, glaubte an das Unternehmertum und war überzeugt von den Stärken vom gesamten Team-Kronberg. Diesen «guten Mut», den es braucht, um vorwärtszukommen, vermisse ich teilweise bei anderen Tourismusunternehmen.

3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist «Kronberg 2040» genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?

Der Erfolg der letzten Jahre zeigt, dass der Kronberg die Bedürfnisse seiner Gäste kennt und überragende Gästeerlebnisse liefert. Kronberg 2040 fundiert auf diesen Stärken und auf der Positionierung, die man sich damit erarbeitet hat. Und: Die Ziele von Kronberg 2040 sind gerade so hochgesteckt, dass sie erreicht werden können. Dies wird Motivation sein für alle, weiterhin ihr Bestes zu geben für «ihren» Kronberg - mindestens bis 2040 :-)



Vorname, Name **Unternehmen**
Rafael Enzler gutundgut

Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040
Strategische Planung, Nutzungskonzept, Tourismusentwicklung

Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040
Als langjähriger Touristiker habe ich die Strategie und das Gastronomie-Konzept im Tal so mitgestaltet, dass wir die Wünsche unserer Gäste perfekt erfüllen und gleichzeitig den wirtschaftlichen Erfolg der Kronberg AG sichern.

1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?

Was mich besonders beeindruckt hat, ist der echte Macher-Spirit: Hier wird nicht nur geredet, sondern mit angepackt. Es herrscht eine enorme Energie in der Gruppe, bei der alle an einem Strang ziehen, um das Beste für den Gast herauszuholen. Diese Mischung aus herzlicher Leidenschaft und dem Willen, Dinge sofort anzupacken, macht die Kultur der Kronberg AG einzigartig.

2 Was war für Dich der «Aha-Moment» im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?

Der entscheidende ‚Aha-Moment‘ war die Erkenntnis, dass der Kronberg die klassische Logik einer Bergbahn umkehrt: Die Talstation ist hier kein blosser Durchgangsort, sondern ein eigenständiges, hochfrequentiertes Basecamp-Reiseziel. Diese bewusste Inszenierung des Tals als Erlebniszentrum schafft eine Strahlkraft, die den Kronberg klar vom Wettbewerb differenziert und die Wertschöpfung bereits vor der ersten Gondelfahrt maximiert.

3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist ‚Kronberg 2040‘ genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?

Der Kronberg nutzt seine exzellente Erreichbarkeit und klare Zielgruppenfokussierung, um sich als resilienter Akteur im voralpinen Tourismus zu positionieren. Durch die gezielte Weiterentwicklung zur ganzjährigen Erlebniswelt antwortet ‚Kronberg 2040‘ proaktiv auf den Klimawandel und den Trend zur voralpinen Sommerfrische. Getragen wird diese Vision von einem Team, das operative Exzellenz mit echter Leidenschaft verbindet und so die Identität des Berges nachhaltig sichert.



Vorname, Name

Thomas
Camenzind

Unternehmen

foodroots. AG

Spezialgebiet innerhalb Kronberg 2040

Entwicklung und Unterstützung des neuen
Gastrokonzepts

Tätigkeit innerhalb Kronberg 2040

Zusammen mit der Geschäftsleitung und dem
Verwaltungsratsausschuss durfte ich Talgastronomie
von einer neuen, modernen Seite entwickeln,
damit sie einen integrierenden Teil des Kronberg-
Gesamterlebnisse wird.

1 Du hast tiefen Einblick in unsere Prozesse erhalten: Wie würdest Du die Dynamik in der Projektgruppe 2040 und die Kultur bei der Kronberg AG beschreiben?

Ich bin immer noch beeindruckt über die interdisziplinären Teamplayer innerhalb der beiden Gremien des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung. Der heterogene Personen-Mix erlaubt eine sehr offene und direkte Gesprächs- und Diskussionskultur. Der interne Spirit beider Gremium, den «Kronberg» zukunftsfähig zu machen, ist vorbildlich. Die Energie zu haben, die Gegenwart im Tagesgeschäft umsichtig zu meistern und gleichzeitig die Zukunft zu antizipieren und dies in einem ständig wandelnden Marktumfeld, ist eine Stärke der führenden Köpfe der Kronberg AG.

2 Was war für Dich der ‚Aha-Moment‘ im Projekt – etwas, das den Kronberg klar von anderen Destinationen unterscheidet?

Die Kronberg-Führung will mit innovativen Alternativen der nächsten Generation zeigen, dass es durchaus andere coole Gerichte gibt anstatt nur Frittiertes. Diese Herausforderung wurde vom Gastronomie-Team aufgenommen und ein neues Angebot wurde entwickelt.

3 Aus Sicht Deines Fachbereichs: Warum ist «Kronberg 2040» genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen der kommenden Jahre?

Die Verpflegung vor Ort wird in einem touristischen Entertainmentbetrieb wie dem Kronberg zukünftig von den Besuchern als noch wichtiger bewertet als heute. Die Kronberg-Führung hat klar verstanden, dass die Gastronomie in einer 2040-Strategie ein integrierter Bestandteil des Gesamterlebnisses sein muss. So wie eine Top Infrastruktur, saubere WCs, genügend Parkplätze, E-Tankstelle, öV-Anschluss etc. Der Kronberg wird als Destination seiner Zeit voraus sein und kommt dank «Kronberg 2040» in einen immerwährenden Erneuerungszyklus rein, der dann Kronberg 2050, 2060, 2070 heisst.



Bild:
Frühstücksbuffet im
Berggasthaus.

