



GESCHÄFTSBERICHT 2021



# Inhalts- verzeichnis

## Inhalt

## Seite

Vorwort des Präsidenten	4
Bericht des Geschäftsleiters	6
Genossenschaftsbehörden	8
Genossenschaftsverzeichnis	10

---

Besucherkzahlen & Saisonverlauf	12
Personal	14
Interview mit Leiterin Gastronomie Sibylle Zimmermann	16
Infrastruktur	18
Gastronomie	20
Auszug aus dem Medienspiegel	22
Marketing & Kooperationen	23

---

## Jahresrechnung 2021

Erfolgsrechnung	24
Bilanz	26
Anhang zur Jahresrechnung	28
Bericht der Revisionsstelle	29

---

Restaurant Stein & Sein	30
-------------------------	----

## Kontakt

### Beatushöhlen-Genossenschaft

Staatsstrasse 30  
CH-3800 Sundlauenen bei Interlaken  
Telefon 033 841 16 43  
info@beatushoehlen.ch  
beatushoehlen.swiss

Sommerliche Abendstimmung über dem Thunersee

# Vorwort des Präsidenten

## Sehr geehrte Genossenschafter, werte Freunde und Partner der St. Beatus-Höhlen

Herausforderungen gilt es anzunehmen und sich den gegebenen Rahmenbedingungen anzupassen. Das zweite «Corona-Jahr» in Folge hat unserem Unternehmen viel Flexibilität und Extraeinsatz abverlangt. Nachdem die Schweizer Bevölkerung ihrer touristischen Entscheidungsfreiheit quasi beraubt wurde, entwickelte sich der Binnentourismus in einem schon lange nicht mehr da gewesenen Ausmass. Wir durften auf unsere treuen

Schweizer Gäste zählen und besonders erfreulich war, dass viele welsche Gäste erstmals die St. Beatus-Höhlen besucht haben. Der Tourismus in der Schweiz und besonders im Berner Oberland hat unter der Krise gelitten. Nicht so die St. Beatus-Höhlen. Mit einem Besucherrekord von über 130'000 Eintritten – was einem Plus von 45% gegenüber dem 5-Jahresschnitt entspricht – blicken wir auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurück.

v.l.n.r.: Bastian Hoffman, Harald Walker, Elke Vollmer, Stefanie Jorns, Jürg Lehmann, Michael Lüthi



Das Geschäftsjahr 2021 war wegen der Covid-19-Krise aber höchst anspruchsvoll. Wir profitieren jedoch in der aktuellen Krise von der Strategie und vom nachhaltigen Wirtschaften der letzten Jahre. Wir haben die erfolgreichen Jahre genutzt, um finanzielle Reserven aufzubauen, unsere Marktposition zu stärken und die Strategie zu schärfen. So haben wir nie das Wachstum um des Wachstums willen gesucht. Dieser nachhaltige Ansatz entfaltet jetzt seine Wirkung. Das Fundament, auf dem die Beatushöhlen-Genossenschaft steht, trägt auch in der Krise und hilft, die grossen Herausforderungen zu bewältigen. Der Reingewinn liegt mit CHF 225'114.02 deutlich über dem Vorjahr, obschon wir zusätzliche Abschreibungen und Rückstellungen gebildet haben. Nebst dem Tagesgeschäft war das Berichtsjahr stark geprägt von den Planungsarbeiten für das Umbauprojekt unseres Restaurants. Die Finanzierung dieses Bauprojekts ist durch eigene Mittel sowie durch ein Bankdarlehen gesichert. Für die Umsetzung wurde eine Baukommission aus Vertretern der Verwaltung, Architekten und der Geschäftsleitung konstituiert. Das Bauprojekt konnte im November 2021 nach der Felssicherung erfolgreich gestartet werden und ist nach den sehr anspruchsvollen Vorarbeiten kosten- und zeitmässig auf Plan. Mit der Sanierung des Restaurants wollen wir uns als Tourismusunternehmen von einem saisonalen Betrieb, Schritt für Schritt zu einem Ganzjahresbetrieb entwickeln.

Wir müssen uns aber weiterhin mit der Corona-Krise auseinandersetzen. Diese dauert nun bereits über zwei Jahre und die Folgen für den Tourismus sind noch nicht

abschliessend abschätzbar. Internationale Reisebeschränkungen, fehlende Planungssicherheit und weltweit unterschiedliche Impfstrategien stellen auch für unser Unternehmen grosse Risiken und Herausforderungen dar.

**«Mit einem Besucherrekord von über 130'000 Eintritten, blicken wir auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurück.»**

Die Lust am Reisen liegt jedoch in den Genen der Menschen, das wird sich auch in Zukunft nicht ändern. Die Rückkehr zu einem globalisierten Tourismus wird noch einige Zeit ausbleiben. Wir unternehmen aber alles, um den Anteil Schweizer Gäste halten zu können und sind überzeugt, in den vergangenen Jahren die Weichen diesbezüglich richtig gestellt zu haben. Wir werden uns auch in Zukunft dafür einsetzen, dass die touristische Vermarktung in unserer Region oberste Priorität hat und Synergien bestmöglich genutzt werden können.

Ein grosser Dank geht an meine Kolleginnen und Kollegen der Verwaltung, den Mitgliedern der Geschäftsleitung sowie sämtlichen Mitarbeitenden, die sich zum Teil trotz Kurzarbeit für die Attraktivität der St. Beatus-Höhlen einsetzten. Ebenfalls bedanke ich mich herzlich bei allen Partnern, Behörden und Tourismusorganisationen, sie tragen wesentlich zum Erfolg der St. Beatus-Höhlen bei.

Michael Lüthi  
Präsident

# Bericht des Geschäftsleiters

## «Mit Zuversicht zum Erfolg.»

Kein Rückblick auf das Geschäftsjahr 2021 wird ohne ein Thematisieren des omnipräsenten Virus auskommen. Aber, und das kann nicht genug oft gesagt und betont werden, es muss und wird eine Zeit danach geben. Die einzige Zeit, die wir proaktiv gestalten können, ist unsere Zukunft und diese wird unter den neuen Vorzeichen nicht mehr dieselbe sein wie zuvor – auch nicht für die Beatushöhlen-Genossenschaft. Aber dies hat auch noch andere Gründe...

Im vergangenen Jahr lag der Fokus auf der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Strategie und Umsetzung der operativen Geschäftsfelder, der Transformation zum Ganzjahresbetrieb, sowie diesbezüglich den internen Anpassungen der Strukturen innerhalb der Organisation – die Beatushöhlen-Genossenschaft fit machen für die Zukunft!

Und so berichte ich sehr gerne über das Geschäftsjahr 2021. Trotz der erschwerten Rahmenbedingungen sind wir mit viel Zuversicht in die Saison gestartet, aber dass es das erfolgreichste Geschäftsjahr aller Zeiten wird, hätten wir zu diesem Zeitpunkt nicht erwartet. Nebst den zahlreichen Gästen aus der Schweiz konnte auf einen weiteren Erfolgsfaktor gezählt werden: Das anhaltende Regenwetter ist für unseren Betrieb ein entscheidender Punkt für stark frequentierte Tage. Aufgrund des nassen

Frühlings konnten bereits ab Saisonstart sehr hohe Besucherfrequenzen verzeichnet werden und so wurden in allen Geschäftsfeldern gegenüber dem letzten Jahr überdurchschnittlich bessere Umsätze erzielt. Die St. Beatus-Höhlen konnten in der bisherigen 118-jährigen Geschichte noch nie ein solches Resultat mit derart vielen Besuchern erzielen. Dies spiegelt sich auch im finanziellen Erfolg wider. So kann festgehalten werden, dass die Zuversicht uns recht gegeben hat, und so konnten immer wieder positive Akzente gesetzt werden. Dies erlaubte es uns nicht zuletzt, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, weiter in die Attraktivität der Anlagen zu investieren.

In der Weiterentwicklung vom saisonalen zum Ganzjahresbetrieb wurden zwei weitere Festanstellungen zu Beginn der Saison getätigt. So wurden die befristeten Anstellungen der Leiterin Verkauf und der Leiterin Museum in Festanstellungen umgewandelt. So können wir sicherstellen, dass das Unternehmen auch in Zukunft mit den neu definierten Geschäftsfeldern und Strukturen die Arbeiten in einer hohen Qualität ausführen kann.

Aufgrund des ambitionierten Bauprogramms musste die Saison 2021 um gut drei Wochen verkürzt werden. So wurde der offizielle Saisonschluss am 24. Oktober mit einem Schlussevent und Live Konzert von Ritschi gefeiert. Und so konnte der Baustart des durch die General-



Team der St. Beatus-Höhlen beim Personalausflug in Luzern

versammlung genehmigten Projekts termingerecht erfolgen. Nebst den baulichen Massnahmen wurde für das neue Restaurant ein Gastronomiekonzept erstellt, um die mittel- bis langfristige Strategie sicherzustellen. Das Gastronomiekonzept beinhaltet auch das neue, auf die schweizerische Küche ausgelegte Food-Konzept, in welchem die Faktoren Frische, Regionalität und Saisonalität eine zentrale und wichtige Rolle spielen. Mit diesen Eckpfeilern soll in Zukunft auch der ganze Event-Bereich weiter gestärkt und ausgebaut werden. Wir möchten unseren Gästen ein positives und bleibendes Erlebnis bieten, welches sich von der Konkurrenz deutlich abhebt – getreu der Vision «Das begehrteste Ausflugsrestaurant

im Berner Oberland» zu werden. Und nun wünsche ich Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre dieses Jahresberichts.

Abschliessend geht mein Dank an Sie, liebe Genossenschaftler, die Verwaltung für die angenehme und konstruktive Zusammenarbeit, unsere Partner für die Kooperationen und die daraus resultierende Stärkung der Destination und nicht zuletzt an die gesamte Belegschaft und Geschäftsleitung für ihr ausgezeichnetes Engagement.

Michael Rupp  
Geschäftsleiter

**«Mit Zuversicht  
in die Zukunft.»**



# Genossenschafts- behörden

31.12.2021

## Verwaltung

		Mitglied seit
Michael Lüthi, Thun	(seit 31.3.2017 Präsident)	2007
Jürg Lehmann, Homberg	(seit 31.3.2017 Vizepräsident)	2009
Harald Walker, Merligen		2009
Bastian Hofmann, Interlaken		2018
Stefanie Jorns, Interlaken		2019
Elke Vollmer, Beatenberg		2021

---

## Geschäftsleitung

Michael Rupp, Sigriswil	Geschäftsleiter	2010
Marc Schneider, Lauterbrunnen	Leiter Marketing und stellvertretender Geschäftsleiter	2011
Martin Graber, Sigriswil	Leiter Infrastruktur	1995
Sibylle Zimmermann, Beatenberg	Leiterin Gastronomie	2019

---

## Revisionsstelle

Anderegg Treuhand, Meiringen

---

# Genossenschafts- verzeichnis

## Anteilscheine der Genossenschaft

### 1 Gemeinden

Einwohnergemeinde Beatenberg  
Einwohnergemeinde Därligen  
Einwohnergemeinde Heiligenschwendi  
Einwohnergemeinde Hilterfingen  
Einwohnergemeinde Interlaken  
Einwohnergemeinde Leissigen  
Einwohnergemeinde Matten  
Einwohnergemeinde Oberhofen  
Einwohnergemeinde Sigriswil  
Einwohnergemeinde Spiez  
Einwohnergemeinde Unterseen  
Einwohnergemeinde Wilderswil  
Stadt Thun

### 2 Öffentlicher Verkehr und Organisationen

Beatenberg Tourismus  
Niederhornbahn AG  
Hilterfingen-Hünibach-Oberhofen Tourismus  
Merligen Tourismus  
Sigriswil Tourismus  
Spiez Marketing AG  
Thun-Thunersee Tourismus  
Tourismus Organisation Interlaken  
Uferschutzverband Thuner- und Brienersee  
STI Bus AG, Thun  
Volkswirtschaft Berner Oberland  
Wimmis Tourismus

### 3 Banken

AEK Bank 1826 Genossenschaft  
Bank EKI Genossenschaft Interlaken  
Berner Kantonalbank AG

### 4 Firmen und Private

AXA Winterthur, Hauptagentur Interlaken-Bödeli  
AXA Winterthur, Hauptagentur Thun  
BKW FMB Energie AG  
Frutiger AG, Thun  
M. R. Hartmann-Stiftung  
Roland Liebi  
Rugenbräu AG, Interlaken  
Die Mobiliar, Generalagentur Interlaken-Oberhasli

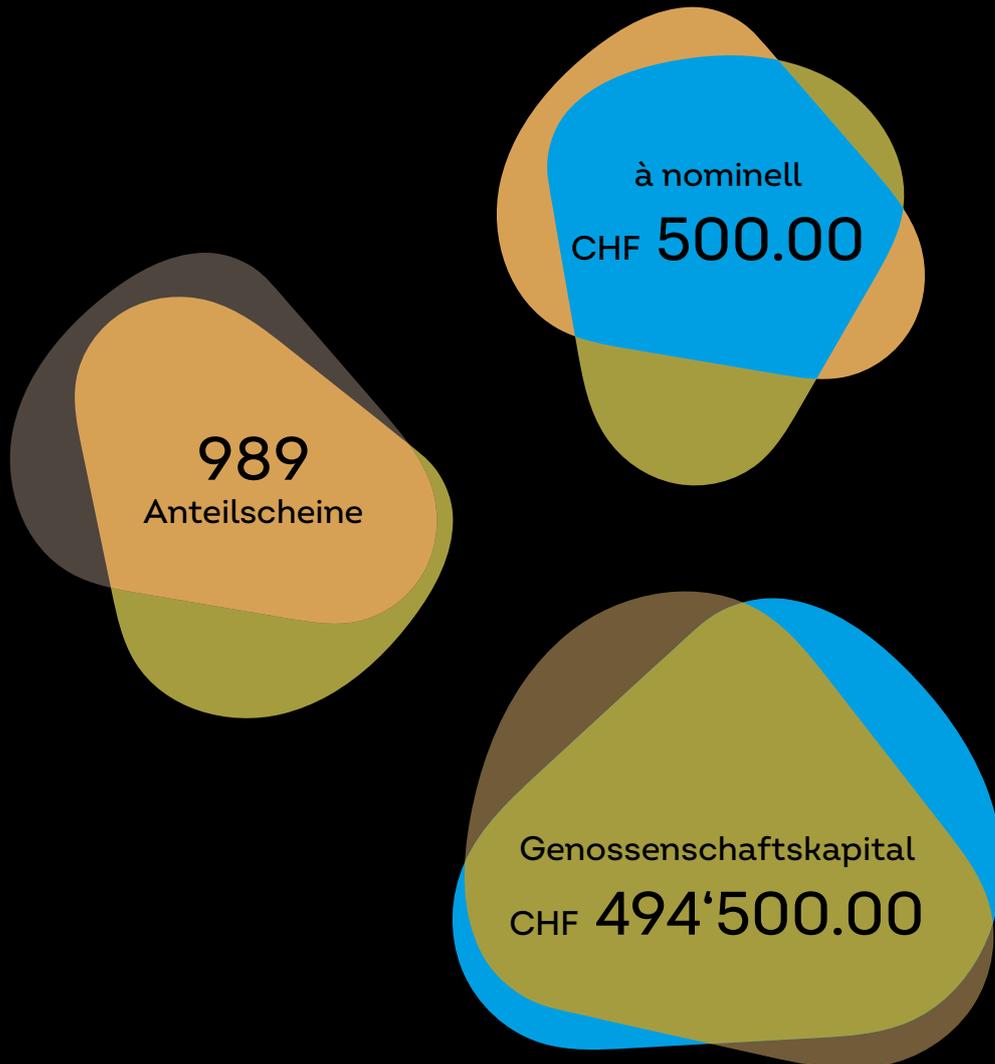
Jeder Genossenschafter besitzt mindestens  
2 Anteilscheine.

**Total Anteilscheine** **989**

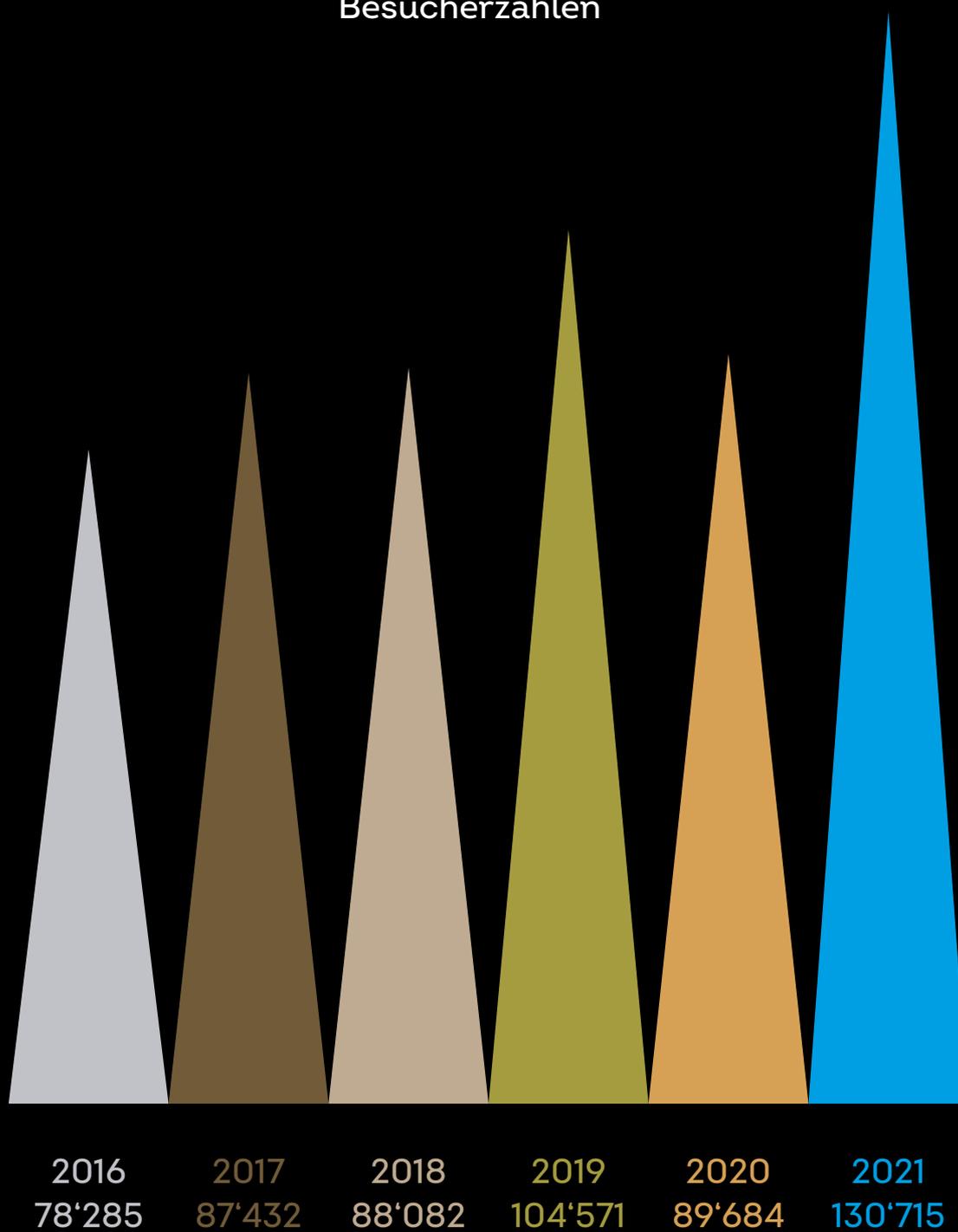
à nominell CHF 500.00

**Genossenschaftskapital** **CHF 494'500.00**

## Genossenschaftskapital



## Besucherzahlen



# Besucherzahlen & Saisonverlauf

Das Geschäftsjahr 2021 zu planen war aufgrund der anhaltenden Pandemie nicht leicht. Hinzu kam die Signalwirkung, welche die Beatushöhlen-Genossenschaft nach innen und nach aussen hat: Ist man zu pessimistisch, erstickt man die Hoffnung im Keim, senkt die Motivation und wird allzu schnell als «Jammeri» abgestempelt. Ist man zu optimistisch, wirkt man schnell angeberisch, realitätsfremd und verbaut sich allenfalls spätere Forderungen gegenüber der Politik, welche der Branche bei zu starken Rückgängen aufgrund der Einschränkungen finanziell unter die Arme greift. Agiles Planen war also auch in diesem Geschäftsjahr die Devise. Was sich so einfach daher sagt, ist in Tat und Wahrheit eine komplexe Angelegenheit mit viel und möglichst aktueller Informationsbeschaffung. Damit das Tagesgeschäft reibungslos funktionieren konnte, waren ständige Anpassungen und Aktualisierungen der Schutzkonzepte aufgrund der Entscheidungen des Bundesrates oder der Berner Regierung notwendig.

Aufgrund der starken Ausrichtung der Marketing-Aktivitäten in den vergangenen Jahren auf den inländischen Heimmarkt, konnte der Anteil der fehlenden ausländischen Gäste kompensiert werden. Im 2021 verzeichneten die St. Beatus-Höhlen trotz der weiterhin erschwerten Rahmenbedingungen einen Rekordwert an Besuchern – 130'715! Gäste erforschten die Höhlen, dies entspricht einer Steigerung von 45% gegenüber dem Rekordwert aus dem Jahr 2019. Allein mit den Einnahmen aus den

Eintritten wurde ein Umsatz von CHF 1.88 Millionen erwirtschaftet.

Bereits ab Karfreitag, 02. April wurden Frequenzen verzeichnet, wie sie normalerweise erst ab der Hauptsaison generiert werden. In den Monaten März und April erforschten 22'838 Besucher die St. Beatus-Höhlen, dies entspricht einer Steigerung von 300% gegenüber dem 5-Jahresschnitt und dies sind doppelt soviel wie im Rekordjahr von 2019. Das gleiche Bild zeichnete sich ebenfalls im Mai ab: Hier wurden 21'118 Besucher verzeichnet, dies entspricht ebenfalls einer Verdopplung der üblichen Frequenzen im 5-Jahresschnitt. Ein weiterer Spitzwert wurde im Monat August verzeichnet: wie im letzten Jahr besuchten über 25'000 Gäste die St. Beatus-Höhlen.

Die Saison 2021 hatte insgesamt 226 Betriebstage. Der Betrieb war aufgrund von Starkregen an drei ganzen Tagen, sowie an zwei halben Tagen eingeschränkt. Besucher hatten dennoch die Möglichkeit, dieses Naturspektakel bis in die Miltongrotte kostenlos zu begehren und die eindrucklichen Wassermassen zu bestaunen. Dies hat dazu beigetragen, dass an diesen eingeschränkten Tagen Besucher dennoch den Weg zu uns fanden und die Möglichkeit hatten, sich in unserem Restaurant zu verpflegen, was sich wiederum positiv auf das Geschäftsergebnis ausgewirkt hat.

**«Das Geschäftsjahr 2021  
zu planen  
war nicht leicht.»**

# Personal

Die Beatushöhlen-Genossenschaft zählte 2021 insgesamt 35 Mitarbeitende in den Geschäftsbereichen Administration, Höhlenbetrieb, Gastronomie und Events.

In diesem Jahr wurde der obligatorische «Kickoff»-Schulungstag wie im vergangenen Jahr auf mehrere Tage ausgelegt. Das wirtschaftliche Wachstum, die Veränderungen der letzten Jahre sowie die noch immer anhaltende Pandemie haben uns dazu bewegt, in allen relevanten Geschäftsbereichen die Schulung und Informationen zu intensivieren.

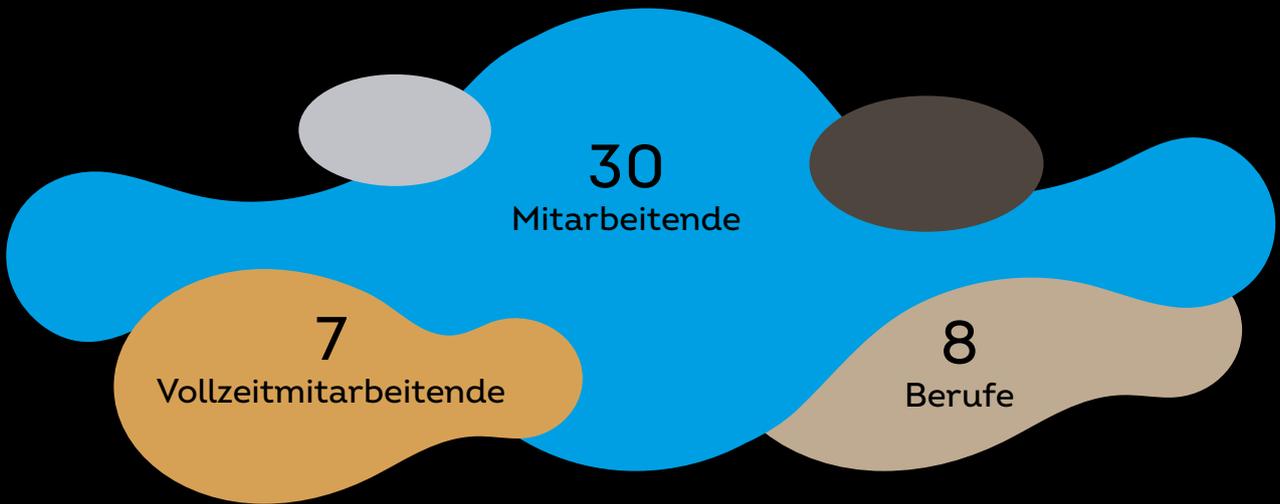
Weiterhin wurde von allen Angestellten aufgrund der Situation rund um das COVID-19 hohe Flexibilität gefordert. Seitens des Höhlenbetriebs wurde entschieden, auch in diesem Jahr keine öffentlich geführten Rundgänge anzubieten. Die Erfahrungen aus den letzten zwei Jahren haben gezeigt, dass die Nachfrage diesbezüglich massiv abgenommen hat. So werden auch in Zukunft keine öffentlichen Touren mehr angeboten und der Besuch der St. Beatus-Höhlen erfolgt ohne Tour Guide. Für Gruppen werden weiterhin exklusive Privattouren angeboten.

Auch in diesem Jahr fand wiederum nach dem Saisonende im November der Personalausflug statt. Das gesamte Team genoss einen schönen Tag in und rund um Luzern: Am Vormittag eine Stadtführung durch die Stadt, anschliessend die Besichtigung der Spirituosenfirma Willisau – hier konnte das Team einen eigenen Gin brennen – und abgerundet wurde der Tag mit einem Abendessen im Hotel Montana.

Für alle Mitarbeitenden war das ganze Geschäftsjahr überhaupt kein einfaches Jahr. Unsicherheit betreffend der zukünftigen Entwicklung der Pandemie machte sich breit. Die Rahmenbedingungen änderten sich stetig. In solch schwierigen Situationen ist eine Unternehmung auf Personal mit grossem Einsatzwillen, Agilität und Motivation angewiesen. So haben wir es gemeistert, auch in Krisenzeiten jederzeit betriebsfähig zu sein und mit einem einzigartigen Produkt und dem bestmöglichen Service unsere Gäste zu begeistern. Wir danken an dieser Stelle allen Mitarbeitenden. Eine derart gute interne Zusammenarbeit ist gerade in schwierigen Zeiten von enormer Wichtigkeit.

**«Wir danken  
an dieser Stelle allen  
Mitarbeitenden.»**

# Team



# Gastronomisches Herzblut zu allen vier Jahreszeiten

Interview mit Leiterin Gastronomie Sibylle Zimmermann

Das Restaurant der St. Beatus Höhlen erstrahlt nach Umbauarbeiten während der Winterpause zur Eröffnung am 1. April 2022 in neuem Lichterglanz. Nicht nur der Look, sondern auch der Name ist neu: Das Restaurant «Stein & Sein» lädt seine Gäste fortan ganzjährig zum Verweilen und Geniessen ein. Zur neuen Ausrichtung und zum Angebot gibt die Leiterin Gastronomie, Sibylle Zimmermann, im Gespräch kulinarische Einblicke.

**Am 1. April 2022, das ist kein Aprilscherz, feierst Du, nach einem kompletten Umbau die Eröffnung des neuen Restaurants «Stein & Sein» der St. Beatus-Höhlen. Worauf freust Du Dich besonders?**

Auf das neue Ambiente an «alter Stelle», wo ich bereits seit drei Jahren wirken darf. Alles ist frisch, natürlich auch etwas exklusiver und mit den neuen Panorama-Fenstern viel heller und freundlicher. Auch die Abläufe werden einfacher, der Service kann nach dem Umbau professioneller agieren mit der zeitgemässen Einrichtung und den Gerätschaften. Das kommt wiederum dem Gast zugute. Ich freue mich nicht nur auf die kommende Eröffnung, sondern auch darauf, dass wir nun auch im Spätherbst und Winter Gäste begrüßen dürfen.

**Was bedeutet diese neue Ausrichtung in der Gastronomie? Welche Gäste willst Du ansprechen?**

Der Übergang zum Ganzjahresbetrieb erfolgt schrittweise. Im Winter werden wir an den Wochenenden das Restaurant öff-



nen – auch neue Winter-Events sind in Planung. Damit wollen wir einerseits Stammgäste willkommen heissen, die nicht nur ein- oder zweimal im Jahr, sondern mehrmals und zu jeder Jahreszeit zum Mittagessen oder zum Abendessen zu uns kommen. Andererseits wollen wir das Gruppengeschäft und den Eventbereich mit Fokus auf Bankette weiter ausbauen.

### **«Stein & Sein» heisst das neue Restaurant. Sitzen die Gäste auf nacktem Felsen – oder was erwartet sie?**

Der Name «Stein & Sein» ist in Anlehnung an die einmalige Lage entstanden: Das Restaurant ist umgeben von Felsen, eingebettet im Berg und mit Blick auf den Thunersee idyllisch gelegen. Das «Sein» steht für gemütliches Verweilen und Geniessen. Unsere Gäste sitzen komfortabel, wir haben sehr bequemes Mobiliar mit neuen Stühlen und Tischen (lacht).

### **Mit welchen kulinarischen Finessen willst Du die Gäste anlocken?**

Gäste wollen wir mit naturnahen und lokalen Gerichten anziehen, dazu gehören auch Weine und Getränke. Mit der Neuausrichtung «Swissness» setzen wir bei der Menükarte bewusst auf frische, regionale und saisonale Gerichte. Unsere Bezugsquellen sind vor allem rund um den Thunersee zu finden. Wir sind regional sehr gut vernetzt – von der Metzgerei über den Käsespezialisten bis hin zum Weinproduzenten.

### **Worauf legst Du besonders Wert?**

Eine authentische Küche ist uns wichtig – mit ihr wollen wir unsere Gäste überzeugen, damit sie das Restaurant nach dem Umbau neu entdecken können. Nicht nur das kulinarische Angebot spielt dabei eine Rolle, sondern auch, wie wir unseren Gästen begegnen – nämlich freundlich und mit viel Gastgeber-Herzblut! Unsere Vorstellungen in der Gastronomie waren immer klar, nach dem Umbau können wir diese noch viel besser in die Tat umsetzen und beweisen.

### **Was bedeutet die Öffnung für Dein Team?**

Den grössten Teil des Teams können wir auch ab diesem Frühling wieder bei uns beschäftigen. Viele Mitarbeitende sind bereits mehrjährig bei uns tätig, haben aber bislang im Winter an einem anderen Ort gearbeitet. Mit den neuen Öffnungszeiten werden wir unsere Belegschaft erweitern. Es werden neue erfahrene Leute zum Team stossen und die Belegschaft komplett machen – darauf freue ich mich sehr!

### **Auf der Website findet der Gast die Bereiche Take-Away, à la Carte, Bankette und Events – sind alle vier Geschäftsbereiche gleich bedeutend?**

«Jein», jeder Geschäftszweig ist ein wichtiger Bestandteil der Gastronomie. Mit dem Umbau und der neuen Ausrichtung liegt der Fokus klar auf dem neuen Restaurant mit dem À-la-Carte-Service, den Gruppenanlässen und dem Eventgeschäft.

### **Steckbrief**

*Sibylle Zimmermann, Beatenberg, 50 Jahre*

*Hobbys: Wandern & Geniessen auf dem Beatenberg und Umgebung, Kochen & Essen*



### **Die St. Beatus Höhlen sind bekannt für ihre einmaligen Erlebnisse wie beispielsweise das Candle-Light-Höhlenraclette. Was ist Dein persönlicher Favorit?**

Die Verbindung von Höhle und Gastronomie ist ein Erlebnis – ganz besonders beim Höhlenraclette. Aber auch die Weindegustation, umrahmt von einem 5-Gänge-Menü namens «Höhlowine», ist einzigartig. Mein persönlicher Favorit ist «La Tavolata»: Am Abend draussen im Naturgarten beim Wasserfall sitzen, die frische Bergluft einatmen, die herrliche Aussicht inklusive Sonnenuntergang geniessen und dazu italienische Spezialitäten speisen. Für mich persönlich ein Highlight.

### **Bleiben wir bei Deinen Präferenzen: Bei welchem Gericht aus Deiner Kindheit wird Dir noch heute warm ums Herz?**

Das ist ein Kotelett (lacht) mit einem knusprigen Senfmantel – das liebe ich heute noch sehr.

### **Bist Du eine strenge Chefin? Oder was lässt Du im Team nicht durchgehen?**

Ich bin sicher eine Vorgesetzte, die ein klares Ziel vor Augen hat und Strukturen vorgibt. Darauf arbeite ich hin und schule mein Team entsprechend. Ich habe für alles und jeden ein offenes Ohr, bin lösungsorientiert und entscheidungsfreudig. Ehrliche Kommunikation schätze ich sehr. Und wenn mal etwas nicht nach Plan läuft, versuche ich im Gespräch die Lösung zu finden. Für mich ist es wichtig, dass das Team gut zusammenspielt – das spürt und schätzt der Gast.



# Events

Mit Unsicherheiten starteten wir in das Eventjahr 2021. Aufgrund der COVID-19 Bestimmungen konnten sämtliche Anlässe, wie die exklusiven Candle-light Höhlenraclette oder die verschiedenen Brunches bis Ende Juni nicht wie geplant durchgeführt werden. Die Eventsaison startete unter Einhaltung der BAG-Massnahmen und entsprechenden Schutzkonzepten daher erst im Juli mit den Sunset Caves Abenden, sowie mit der La Tavolata. Gerade die Sunset Caves erfreuten sich trotz erschwerten Rahmenbedingungen grosser Beliebtheit, dies sind sicherlich gute Signale im Hinblick auf die neuen Öffnungszeiten in den kommenden Jahren.

Anlässlich der beiden Familientage im Juli und Oktober, konnten unseren kleinen und grossen Besucher wiederum mit unserem Partner Holzspielwaren Trauffer aus Brienz Drachen oder Kühe aus Holz selber bemalen. Diese Aktivität fand grossen Anklang bei den Besuchern und wird sicherlich in den kommenden Jahren ein fester Bestandteil des Angebots bleiben.

Trotz der Zertifikatspflicht für die exklusiven Candle-light Höhlenraclette-Abende, waren sämtliche öffentliche Anlässe im November und Dezember fast ausgebucht. In der Weihnachtszeit durften wir auch wieder private Gruppen für diese Abende empfangen. Das Feedback der Gäste diesbezüglich war ausgezeichnet, wie man vor allem den direkten Rückmeldungen und den zahlreichen sehr positiven Bewertungen auf den sozialen Kanälen entnehmen konnte.

Das gesamte Team blickt nun mit Zuversicht auf das kommende Jahr, in welchem hoffentlich Stück für Stück die Normalität zurückkehrt und wir wieder in der Lage sein werden, unsere Events im gewohnten Rahmen durchzuführen. Dies ist sicherlich auch wichtig, da in den kommenden Jahren die Veranstaltungskalender mit neuen Eventformaten massiv ausgebaut werden.

**«Das gesamte Team  
blickt nun mit Zuversicht  
auf das kommende Jahr.»**

Bild oben: Bundesrätin Simonetta Sommaruga zu Gast in den St. Beatus-Höhlen

Bild unten: Live Konzert von Ritschi am Schlussevent vom 24. Oktober 2021

# Gastronomie

## St. Beatus-Höhlen Gastronomie GmbH

Flexibilität, Spontanität, Veränderungen, Umstrukturierung, Restaurant-Lockdown, Zertifikatskontrolle, nur stehende Gästeverpflegung im Frühling, nur sitzende Gästeverpflegung im Sommer, viele Gäste... All dies sind Stichwörter, die für die Sommersaison 2021 zutreffen.

Der Restaurant-Lockdown machte das Konsumieren der Gäste nicht leicht, Take-Away und nur stehend Verpflegung waren sicher keine sehr verlockende Art der Konsumation. Trotzdem hatten wir sehr viele, hauptsächlich Schweizer Gäste, die uns in den Frühlingsmonaten besuchten und gut konsumierten. Das schlechte Wetter, sowie der viele Schnee in den Bergen bis Ende Mai begünstigte die Besucheranzahl für unser Ausflugsziel St. Beatus-Höhlen enorm und wir konnten davon profitieren.

Im Sommer 2021 waren die Tavolata-Abende gut gebucht und wir hatten wunderschöne Erlebnisse. Auch das Höhlwino war ein voller Erfolg und die Gäste waren begeistert, ebenso die Sommer-«Sunset-Cave»-Abende jeweils am Donnerstag.

Als in der Region Thuner- und Brienersee Hochwasser stand, durften wir wiederum von den vielen Gästen profitieren, die uns als ihren Ferien-Erlebnis-Tag wählten. Dazu gesellte sich die internationale Kundschaft.

Im Sommer erlaubte uns die Pandemie, das Restaurant mit dem Innenraum wieder zu öffnen, allerdings mit Zertifikatspflicht. Dieses Angebot wurde rege genutzt und das noch «alte Restaurant» war gut besucht und wurde würdig von unseren Gästen verabschiedet.

Das Budget wurde in der Gastronomie erfreulicherweise übertroffen und wir freuen uns, die Saison 2021 mit einem sehr guten Ergebnis abzuschliessen.

Trotz des Ausfalls des langjährigen Küchenleiters war das Team motiviert und gab sein Bestes, um diese Lücke zu füllen. Der Betrieb lief ruhig und konstant.

Einzig das Bankett-Geschäft litt während der Saison 2021 und war für Gästegruppen mit den Auflagen des Bundesrates zur Covid-19-Pandemie schwierig.

**«Flexibilität, Spontanität, Veränderungen,  
Umstrukturierung, Restaurant-Lockdown,  
Zertifikatskontrolle.»**



## Hier noch ein Auszug aus dem Medienspiegel 2021:

- *Diverse Artikel in CH-Tageszeitungen (BO / TT / Bund, Jungfrau Zeitung, Blick, 20 Minuten (Bern), Freiburger Nachrichten, NZZ, Tagblatt Zürich)*
- *Diverse Beiträge und Reportagen in Magazinen (Coop Zeitung, Spot Magazin, Naturzyt, Gesundheitstipps, Schweizer Familie, Bergwelten)*
- *Diverse Berichterstattungen regionale Medien & Tageszeitungen anlässlich der Medienorientierung zur 117. Generalversammlung vom 02. Juli 2021*
- *12 Medienreisen via TOI & Schweiz Tourismus*
- *Image-Film für das neue 50% BLS-Kombiticket in Zusammenarbeit mit der BLS für Telebären*
- *7 Besuche durch Influencer (Reichweite bis zu 2 Mio Follower – Facebook & Instagram)*
- *Berichterstattung Radio SRF*
- *Hohe Präsenz in Kommunikationsmitteln der Migros Aare (Juli – September) «Sommerpass» 2021*
- *Überdurchschnittlich viele Bewertungen auf Google. Stand 01.01.21: 3'200 / Stand 01.01.22: 4'330 Gesamtnote 4.5 – weiterhin Nummer 1 im BEO*
- *1. August-Wanderung mit Bundesrätin Simonetta Sommaruga und 120 Teilnehmern inkl. Berichterstattung in der schweizerischen Illustrierten*

# Marketing & Kooperationen

Die sich stetig ändernden Bedingungen und Unsicherheiten aufgrund von COVID-19 forderten in diesem Geschäftsjahr ständige Flexibilität und Agilität in der Planung. Die Pandemie und der damit verbundene Einbruch des internationalen Reiseverkehrs führten zu einer kompletten Veränderung der Gästestruktur. Dank der starken Ausrichtung in den vergangenen Jahren auf den Schweizer Heimmarkt konnte wie im letzten Jahr der Wegfall der ausländischen Gäste komplett kompensiert werden. In Zukunft gilt es, dieses Profil weiter zu schärfen und die Dienstleistungsqualität hoch zu halten, um so den Gast weiterhin zu begeistern.

Im Zeitraum vom 01.01.21 bis 31.12.21 wurde die Webseite «beatushoehlen.swiss» über 1.2 Millionen mal aufgerufen. Rund 50% der Besucher/innen der Webseite stammen aus der Schweiz. Über 70% der User verwenden das mobile Gerät für den Zugriff auf die Informationen. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Aufenthaltsdauer auf der Webseite. Engagierte Nutzerinnen und Nutzer verweilen länger und buchen mit weitaus höherer Wahrscheinlichkeit ein Produkt via Gutschein- und Ticketshop. Die durchschnittliche aktive Aufenthaltsdauer konnte im letzten Geschäftsjahr entsprechend erfolgreich auf 1:30 Minuten erhöht werden. Via Google gelangen 41% der Besucher auf die Webseite. Das Durchschnittsalter der Facebook Nutzer steigt stetig an. Darum wurde in diesem Jahr für Imagewerbung vermehrt auf Instagram gesetzt. Facebook dient weiterhin zur Bewerbung der öffentlichen Events. Aufgrund der starken Verlagerung der Marketingmittel in den Online-Bereich, konnten die Events mittlerweile so gefüllt werden, dass die Ausgaben im November und Dezember fast ausgebucht waren. Diese Tendenz

bildet sich auch in der Buchungslage für das kommende Frühjahr ab. Gut ein Viertel des Werbebudgets wurde im vergangenen Geschäftsjahr in digitale Marketingaktivitäten investiert. Dies erlaubt eine spezifischere Ansprache, sowie die Messung der Zielerreichung, was wiederum für die nächste Kampagne genutzt wird.

Die neuerarbeitete Marketingstrategie bzw. das Marketingkonzept 2025 leitete sich stringent aus der neuen Dachmarkenstrategie ab und hat die Marketingaktivitäten definiert. Im Zentrum stehen die neu definierten Geschäftsfelder, die Digitalisierung der Angebote, der Absatz der Angebote, sowie die Positionierung des Unternehmens als Ganzjahresbetrieb. Hier lag auch der Hauptfokus der Marketingarbeiten im vergangenen Jahr. Das Unternehmen muss sich der ändernden Strategie anpassen und die Ausrichtung neu auf die ganzjährig erhältlichen Angebote legen.

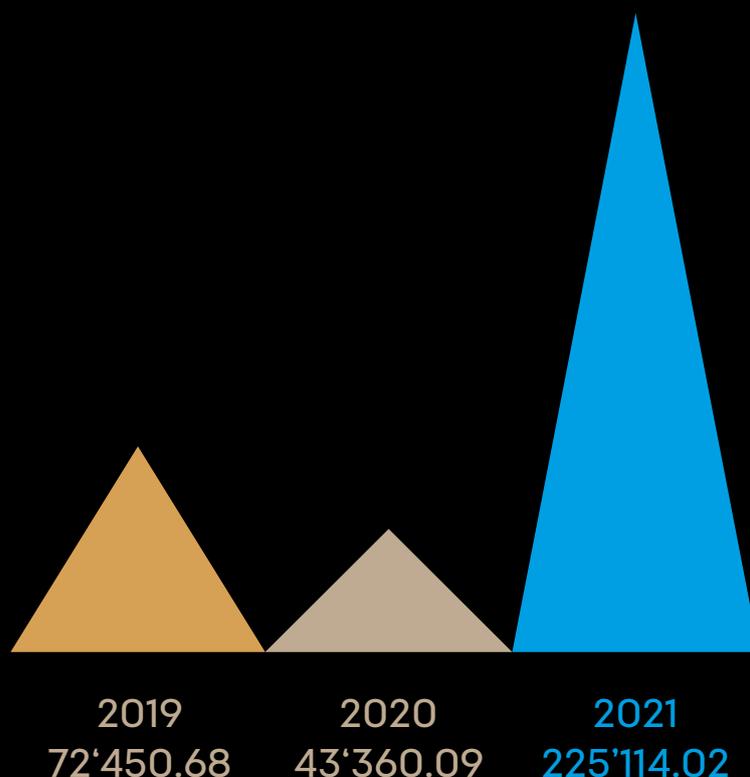
Um den noch immer anhaltenden schwierigen Rahmenbedingungen entgegenzuwirken, konnte mit Genossenschaft Migros Aare wiederum eine erfolgreiche Promotion eingegangen werden. Der Migros-Sommerspass (2 für 1 Eintritte in die St. Beatus-Höhlen) wurde rund 1'900 mal bei uns eingelöst. Somit gehören wir auf nationaler Ebene erneut zu den Top 5 von über 60 Ausflugszielen.

Um die beschränkten Parkplatz-Kapazitäten zu entlasten, wurde per Juni das bestehende Kombiticket mit der BLS attraktiver gestaltet. Neu erhalten Kunden 50% auf die Leistung und nicht mehr wie bisher 20%. Somit konnte der Absatz zwischen Juni und Oktober gegenüber dem 5-Jahresschnitt verdoppelt werden.

# Jahresrechnung 2021

Erfolgsrechnung in CHF	2021	2020
	Januar–Dezember	Januar–Dezember
Ertrag aus Eintritten	1'888'873.70	1'294'478.44
Ertrag aus Warenverkauf Kiosk/Shop	176'184.55	85'042.20
<b>Betriebsertrag</b>	<b>2'065'058.25</b>	<b>1'379'520.64</b>
Wareneinkauf und direkter Aufwand Kiosk	– 126'658.10	– 67'480.78
Personalaufwand	– 590'344.00	– 497'823.15
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	– 328'223.90	– 235'731.91
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	– 18'295.10	– 17'869.45
Energie, Reinigung und Entsorgung	– 28'762.88	– 22'740.76
Verwaltungs- und Informatikaufwand	– 137'700.77	– 130'677.90
Werbeaufwand	– 162'300.05	– 160'342.16
Übriger Betriebsaufwand	– 360.55	– 683.10
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>– 1'392'645.351</b>	<b>– 1'133'349.21</b>
<b>Betriebliches Ergebnis</b> vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	<b>672'412.90</b>	<b>246'171.43</b>
Abschreibungen mobile Sachanlagen	– 12'130.50	– 3'493.60
Abschreibungen immobile Sachanlagen	– 310'194.70	– 254'437.80
<b>Abschreibungen</b>	<b>– 322'325.20</b>	<b>– 257'931.40</b>
<b>Betriebliches Ergebnis</b> vor Zinsen und Steuern (EBIT)	<b>350'087.70</b>	<b>– 11'759.97</b>
Finanzaufwand	– 32'381.03	– 18'481.64
Finanzertrag	1'511.50	0.00
<b>Finanzerfolg</b>	<b>– 30'869.53</b>	<b>– 18'481.64</b>
<b>Betriebliches Ergebnis</b> vor Steuern (EBT)	<b>319'218.17</b>	<b>– 30'241.61</b>
Ertrag aus Vermietung Restaurant/Wohnungen	112'440.00	110'340.00
Hypothekarzinsaufwand	– 14'227.50	– 14'812.50
Unterhalt, Versicherungen, Objektsteuern	– 102'575.90	– 21'122.30
<b>Erfolg betriebliche Liegenschaft</b>	<b>– 4'363.40</b>	<b>74'405.20</b>
Ausserordentlicher Erfolg	– 29'155.00	9'144.35
Direkte Steuern	– 60'585.75	– 9'947.85
<b>Jahresgewinn</b>	<b>225'114.02</b>	<b>43'360.09</b>

## Jahresgewinn



## Erfolgsrechnung

Der Ertrag aus Eintritten ist äusserst erfreulich verlaufen. Die Einnahmen sind um Fr. 594'395.26 (+ 45.92 %) höher ausgefallen als im Vorjahr. Dieser Wert liegt 53.30 % über dem 5-Jahresdurchschnitt und 63.78 % über dem 10-Jahresdurchschnitt. Die Besucherzahlen sind um 41'038 Personen höher (+ 45.78 %) als im Vorjahr und um 30.95 % höher als der 5-Jahresdurchschnitt. Dies zeigt, dass pro Gast ein durchschnittlicher Preis wie im Vorjahr, aber ein deutlich höherer Preis als im 5-Jahresdurchschnitt erwirtschaftet werden konnte.

Der Erlös aus Warenverkäufen ist markant, nämlich um 107.2 %, gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

Der Personalaufwand ist um Fr. 92'520.85 (+ 18.6 %) höher als im Vorjahr und um 9.27 % über dem 5-Jahresdurchschnitt.

Der sonstige Betriebsaufwand ist durch höhere Unterhaltsarbeiten gestiegen. Es gilt zudem zu beachten, dass im Unterhalt wiederum Rückstellungen für Grossreparaturen und Erneuerungen im Umfang von Fr. 65'646.00 gebildet worden sind.

Das sehr erfreuliche Ergebnis hat Abschreibungen von insgesamt Fr. 322'325.20 ermöglicht. Zudem ist bei der Pensionskasse die Arbeitgeberbeitragsreserve AGR von Fr. 150'000.00 um Fr. 25'000.00 auf Fr. 175'000.00 erhöht worden.

Die Jahresrechnung weist einen Reingewinn von Fr. 225'114.02 (Vorjahr Fr. 43'360.09) aus.

## Bilanz

Die Liquidität ist per Bilanzstichtag, trotz den unten aufgeführten hohen Investitionen, weiterhin genügend. Das Umlaufvermögen hat sich auf Fr. 631'086.31 reduziert.

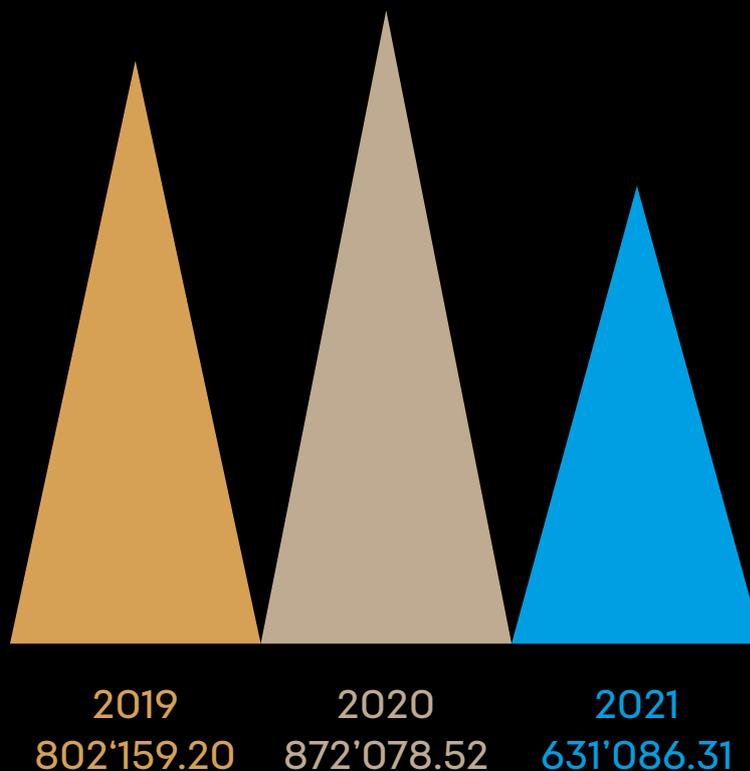
In mobile Sachanlagen sind für Fr. 10'381.50 Investitionen getätigt worden. Bei den immobilien Sachanlagen sind 2021 Fr. 1'108'594.70 in die Sicherheit (Steinschlagschutz) und die Erneuerung des Restaurants investiert worden.

Die Hypotheken sind um Fr. 40'000.00 amortisiert worden und betragen per Bilanzstichtag Fr. 1'270'000.00. Als Liquiditätsreserve ist der Covid-19-Kredit von Fr. 170'520.00 nicht zurückbezahlt worden.

Für verschiedene Projekte (Grossreparaturen und Erneuerungen) sind erneut Rückstellungen von Fr. 65'646.00 im Betriebsaufwand (Unterhalt) und von Fr. 80'600.00 im Erfolg betriebliche Liegenschaften (Liegenschaftsunterhalt) gebildet worden.

Da die Bilanzsumme infolge von Investitionen deutlich zugenommen hat, ist die Eigenkapitalquote, trotz hohem Reingewinn, nur leicht auf 36,68 % (Vorjahr 36,26 %) gestiegen. Der Versicherungswert der gesamten Anlagen beträgt etwas mehr als Fr. 7.3 Mio. Der Buchwert beträgt etwas mehr als Fr. 2.6 Mio. Dies zeigt, dass die Beatushöhlen-Genossenschaft eine solide Basis aufweist.

## Umlaufvermögen



# Jahresrechnung 2021

Bilanz in CHF	31.12.2021	31.12.2020
Flüssige Mittel	546'626.31	837'125.22
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	57'780.65	5'619.10
Übrige kurzfristige Forderungen	3'658.00	4'918.00
Warenvorräte	18'460.00	11'065.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	4'561.35	13'351.20
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>631'086.31</b>	<b>872'078.52</b>
Finanzanlagen	150'575.00	125'575.00
Beteiligung St. Beatus-Höhlen Gastronomie GmbH	20'000.00	20'000.00
Mobile Sachanlagen	1'742.00	3'491.00
Ausstellungen	4.00	4.00
Immobilie Sachanlagen	2'640'400.00	1'842'000.00
<b>Anlagevermögen</b>	<b>2'812'721.00</b>	<b>1'991'070.00</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>3'443'807.31</b>	<b>2'863'148.52</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	– 60'586.40	– 21'404.19
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	– 136'456.72	– 2'805.16
Passive Rechnungsabgrenzung	– 56'846.00	– 5'381.00
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>– 253'889.12</b>	<b>– 29'590.35</b>
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	– 1'440'520.00	– 1'480'520.00
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	0.00	0.00
Rückstellungen für Grossreparaturen + Erneuerung	– 311'084.00	– 164'838.00
Arbeitgeberbeitragsreserve AGRB	– 175'000.00	– 150'000.00
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>– 1'926'604.00</b>	<b>– 1'795'358.00</b>
Genossenschaftskapital	– 497'500.00	– 497'500.00
Gesetzliche Kapitalreserven	– 7'000.00	– 7'000.00
Gesetzliche Gewinnreserven	– 101'000.00	– 101'000.00
Freiwillige Gewinnreserven	– 432'700.17	– 389'340.08
Jahresgewinn	– 225'114.02	– 43'360.09
<b>Eigenkapital</b>	<b>– 1'263'314.19</b>	<b>– 1'038'200.17</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>– 3'443'807.31</b>	<b>– 2'863'148.52</b>

# Jahresrechnung 2021

Beatushöhlen-Genossenschaft Beatenberg

## Anhang zur Jahresrechnung

	31.12.2021	31.12.2020
<b>Angaben und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung in CHF</b>		
Rückstellungen		
Rückstellung für Erneuerung	311'084	164'838
Arbeitgeberbeitragsreserve AGR	175'000	150'000
<b>Total Rückstellungen</b>	<b>486'084</b>	<b>314'838</b>
Ausserordentliche, einmalige oder periodenfremde Posten		
Erhöhung Rückstellung für Erneuerung (Konto 6100 + 7511 belastet)	146'246	54'946
Bildung einer Arbeitgeberbeitragsreserve AGR	25'000	25'000
Erhöhung der privilegierten Warenreserve	4'155	0
Diverser ausserordentlicher Aufwand	0	0
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand</b>	<b>175'401</b>	<b>79'946</b>
Reduktion der privilegierten Warenreserve	0	0
Ausfallentschädigung Amt für Kultur (Ausfall Museum)	0	31'039
Diverser a.o. Ertrag - Ausgleichskasse Kanton Bern Nachtrag 2016-2018	0	3'105
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag</b>	<b>0</b>	<b>34'144</b>
<b>Weitere vom Gesetz verlangte Angaben</b>		
<b>Anzahl Mitarbeiter</b>		
Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 250 Mitarbeitenden.	✓	✓
<b>Beteiligungen</b>		
Firma, Rechtsform und Sitz		
St. Beatus-Höhlen Gastronomie GmbH mit Sitz in Beatenberg	20'000	20'000
Beteiligungsquote	100%	100%
<b>Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt</b>		
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten	2'640'000	1'842'000
Liegenschaft (Buchwert)		
<b>Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag</b>		
Es traten zwischen dem Bilanzstichtag und der Bilanzerstellung keine wesentlichen Ereignisse ein.	✓	✓

### Verbürgter COVID-19-Kredit

Die Beatushöhlen-Genossenschaft hat als Überbrückungskredit einen verbürgten COVID-19-Kredit von total Fr. 170'520.00 erhalten. Der Gesamtbetrag ist momentan zu 0 % verzinst. Die Zinskonditionen können jeweils per 31. März, nächstmals per 31. März 2022 aufgrund der Vorgaben des Eidg. Finanzdepartements an die Marktentwicklungen angepasst werden. Gemäss der getroffenen Kreditvereinbarungen sind Amortisationen von vierteljährlich Fr. 7'105.00 ab 31. März 2022 zu leisten.

Während der Laufzeit gelten die gesetzlichen Beschränkungen (Gewinnausschüttungen und Rückzahlung von Darlehen an Genossenschafter oder Nahestehende). Im Zusammenhang mit den Bestimmungen nach Art. 725. OR (Kapitalverlust und Überschuldung) gilt der verbürgte Covid-19-Kredit gemäss Art. 24 Covid-19-Solidarbürgschaftsgesetz nicht als Fremdkapital.

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die ordentliche Generalversammlung der Beatushöhlen-Genossenschaft, 3800 Sundlauenen

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Beatushöhlen-Genossenschaft, 3800 Sundlauenen, für das am 31.12.2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

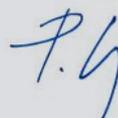
Meiringen, 16.03.2022      ANDEREGG TREUHAND



Patrizia Balmer

zugelassene Revisionsexpertin

Fachfrau Finanz- und Rechnungswesen mit eidg. Fachausweis



Peter Anderegg

zugelassener Revisionsexperte

dipl. Wirtschaftsprüfer

# STEIN & SEIN

## RESTAURANT



### Restaurant «Stein & Sein»

Das gut 60 Jahre alte Gebäude wurde teils zurückgebaut, um modernen Gebäudeteilen Platz zu machen. Der Umbau musste aus raumplanerischen und denkmalpflegerischen Gründen wesensgleich mit dem Altbau sein und gleichzeitig einen modernen Ganzjahres-Gastronomiebetrieb ermöglichen. Das Projekt mit einem Kostenvolumen von rund CHF 3 Mio stammt vom Architekturbüro «von Allmen» aus Interlaken, welches auch mitverantwortlich für die Planung und Realisierung des «Terminals Grund des V-Bahn Projekts» der Jungfraubahnen war. Die begrenzte Zeit von knapp fünf Monaten zur Realisierung des Umbaus bis zur Eröffnung im April 2022, sowie die gesamte Logistik bei der Materialzulieferung und dem Materialabtransport waren die grössten Herausforderungen bei diesem Projekt. Zur Verfügung standen eine bestehende Materialbahn, welche jeweils manuell auf- und entladen werden musste sowie der Helikopter. Weiter spielte auch das Wetter in den Wintermonaten eine grosse Rolle, zuviel Schnee wäre herausfordernd gewesen und bei starkem Nebel hätten die Material-Helikopterflüge nur begrenzt stattfinden können.

Das neue Restaurant «Stein & Sein» soll eine Erlebnis- und Wohlfühloase sein. Ein Ort zum Entschleunigen und naturnah geniessen. «Hier soll sich der Gast erholen können und sich kulinarisch verwöhnen lassen. Wir investieren in die Zukunft, denn wir sind überzeugt, dass eine smarte und innovative Infrastruktur essenziell für eine herausragende Wohlfühlatmosphäre für unsere zukünftigen Gäste ist». Mit wechselnden und speziellen Gerichten werden von Klein bis Gross, von Firmen- bis zum Vereinsanlass bis hin zu exklusiven Banketten, Festen oder Hochzeiten und Seminare alle auf ihren Geschmack kommen. Nebst dem Wandel zum Ganzjahresbetrieb, können Gäste neu auch in der Sommersaison jeweils Freitag- und Samstagabend die St. Beatus-Höhlen, sowie das neue Restaurant bis 22:00 Uhr geniessen. Über das neue Food-Konzept verraten wir nur soviel: «Swissness». Kommen Sie und überzeugen sich selbst von den neuen Angeboten.

**«Swissness.  
Kommen Sie und überzeugen  
sich selbst von den neuen  
Angeboten.»**





**ST. BEATUS-HÖHLEN**



swiss caves