

Geschäftsbericht 2013/14

Lenzerheide Marketing und Support AG



Inhalt



Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Mitarbeitende	4
Bericht des Präsidenten	5
Bericht des Geschäftsführers	6
Berichte aus den Abteilungen	
Alpiner Schneesport	7/8
Bike	9/10
Nordic	11/12
Kultur und Lifestyle	13
Basisangebote	14
Content Management Print	15
Content Management Online	16/17
PR / Medien	18
Sales	19
Informationsstellen	20
Deskline	21
Statistik	22
Bilanz	23
Erfolgsrechnung	24
Gewinnverwendung / Anhang	25-27
Bericht der Kontrollstelle	28

Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Mitarbeitende

Verwaltungsrat

Dr. Zegg Roland (Präsident)
Pesko Nico (Vize-Präsident)
Häusermann Urs
Kollegger Ralf
Pallioppi Giancarlo
Hunziker Thomas
Wyrsch Ernst

Geschäftsleitung

Fläcklin Bruno	Geschäftsführer	100%
Marco Michel (bis 30.1.2014)	Leiter Marketing	100%
Dominic Largo-Högger (ab 01.02.2014)	Leiter Marketing	100%

Mitarbeitende

Bergamin Marco	Tourist Service Lenzerheide	90%
Berther Alexandra	Produktmanagement Kultur & Lifestyle	50%
Bonifazi Ornella	Content Management Print	100%
Bossert Cathrin	Assistenz GL	80%
Brugger Madeleine	Tourist Service Lenzerheide	100%
Cerny Tobias	Produktmanagement Berg	100%
Chudoba Renate	Tourist Service Valbella	40%
Conrad Stephanie	Tourist Service Churwalden	80%
Geissmann Andrea	Deskline/Gästeanimation	90%
Hemmi Ines	Tourist Service Lenzerheide	60%
Iten Corinne	Produktmanagement Nordic	100%
Ludescher Sigi	Grafik	100%
Meyer Elias	Sales	100%
Moro Anna Sophia	Content Management Online	100%
Pargmann Urs	Führung Infostellen	90%
Parpan Brigitte	Tourist Service Valbella	40%
Pfosi Gaby	Tourist Service Churwalden	50%
Roffler Daniela	Tourist Service Churwalden	40%
Rogenmoser Marlen	PR/Medien	100%
Rossi Nicole	Tourist Service Lenzerheide	50%
Schumacher Gabriela	Tourist Service Parpan	60%
Simeon Anne-Rose	Tourist Service Lantsch/Lenz	50%
Stamm Nadia	Businessdevelopment & Headoffice Weltcup	100%
Wild Britta	Headoffice Weltcup	50%
Wirth Andreas	Produktmanagement Bike	100%
Salzgeber Seraina	Praktikantin Weltcup	
Parpan Andrea	Lernende 3. Lehrjahr	
Widmer Michelle	Lernende 2. Lehrjahr	
Meier Robin	Lernender 1. Lehrjahr	

Total Stellenprozente 2'120%

Total Stellenprozente Vorjahr 2'100%



Sehr geehrte Aktionäre
Geschätzte Leistungsträger

Vor einem Jahr haben wir an dieser Stelle über die Anzeichen und die Hoffnung berichtet, dass unsere Ferienregion vor einer Wende stehe, die dringend notwendig ist. Mit Freude und Erleichterung stellen wir nun fest, dass der seit langem fällige Aufbruch in Lenzerheide Gestalt und Form annimmt. Wir sind in Fahrt gekommen.

Die Forcierung unserer Event-Kompetenz in den strategischen Geschäftsfeldern Ski Alpin, Bike und Nordic hat im vergangenen Geschäftsjahr ganz erfreuliche Früchte getragen. Zum Ski Weltcup Finale ist die glanzvoll organisierte Tour de Ski dazugekommen und ab 2015 werden wir Austragungsort für Mountainbike Weltcuprennen und im Jahr 2018 für die Mountainbike- und Trial-Weltmeisterschaften sein. Ebenfalls einen wirklich «himmlischen» Start konnte der von privater Seite zweier Hoteliers organisierte und von der LMS AG unterstützte Zauberwald bereits bei seiner erstmaligen Durchführung zur Advents- und Weihnachtszeit 2013 verzeichnen. Die Lenzerheide hat sich zur attraktiven Plattform und Bühne für hochstehende sportliche und kulturelle Events mit internationaler Ausstrahlung entwickelt!

Die Zusammenarbeit in der gemeinsamen Arbeitsgruppe Arosa Lenzerheide war intensiv und konstruktiv. Der Winter 2013/14 hat gezeigt, dass die emotional aufgebaute Kampagne rund um das Traumpaar «Heidi und Gigi» hohe Aufmerksamkeit im Schweizer Markt erlangt hat und – weil kaum andere Innovationen promotet wurden – praktisch einzigartig in der Schweizer Winterwerbung angekommen ist. Die Kampagne wird fortgeführt und erweitert. Parallel dazu starten wir gemeinsam mit Arosa ein innovatives Projekt der gemeinsamen Markenprofilierung und Produktentwicklung. Das Markenprofil der Lenzerheide konnte in den letzten Jahren substanzial verbessert und geschärft werden.

Nach dem Start von Bruno Fläcklin als neuer Geschäftsführer im Januar 2013 konnten wir im ersten Halbjahr 2014 auch die Geschäftsleitung mit Dominic Largo-Högger und Andi Wirth (ab Mai 2014) kompetent verstärken und komplettieren. Im Zuge der natürlichen Fluktuation haben wir unsere Organisation optimiert und sowohl das Produktmanagement wie auch die Leistungen im Eventbereich ausgebaut. Die personellen Wechsel sind auch mit Knowhow-Verlust verbunden. Indem wir die frei gewordenen Schlüsselpositionen intern neu besetzen konnten, sind daraus Chancen geworden. Bei den Bewerbungen ist unübersehbar, dass die LMS AG auf dem Arbeitsmarkt wieder attraktiver geworden ist. Wir sind nun gut aufgestellt.

Die Destinationsstrategie 2015 der LMS AG war Richtschnur für die Aufbauphase der jungen Unternehmung und Vorgabe für die Markenprofilierung und Neuausrichtung der Ferienregion Lenzerheide. Sie hat sich sehr bewährt und einen verlässlichen Rahmen gesetzt, der unverzichtbar war. Ihre Bedeutung kann daraus abgelesen werden, dass die LMS AG in fünf Jahren von vier (!) verschiedenen Geschäftsführern operativ geführt wurde. Die klare Strategie mit Fokus auf vier Geschäftsfelder, einer Konzentration der Ressourcen und stringenter Markenausrichtung hat zu einer unverrückbaren Stabilität und Zielstrebigkeit beigetragen. Im vergangenen Geschäftsjahr hat der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der LMS AG die Destinationsstrategie gründlich überarbeitet und auf den neuen Horizont 2020 ausgerichtet. Hierbei sind die konsequente Schärfung des Markenprofils, die Verstärkung der Kompetenzen im Produktmanagement und im Eventbereich sowie die intensive Zusammenarbeit und die gemeinsame Promotion mit Arosa zentrale Schwerpunkte.

Der Verwaltungsrat hat in sechs Sitzungen und in einer Klausur insbesondere die folgenden Geschäfte bearbeitet:

- Jahresabschluss 2012/13
- Promotion und OK-Unterstützung der Tour de Ski
- Bike Weltcup und Weltmeisterschaften
- Ski Weltcup Finale
- Verlängerung Leistungsvereinbarungen mit der Lenzerheide Bergbahnen AG
- Abschluss neuer Leistungsvereinbarungen mit der Pradaschier AG, mit Chur Tourismus sowie mit Leistungsträgern der Destination sowie mit der Tour de Ski
- Marketing und Kommunikation zur gemeinsamen Vermarktung der Skigebietsverbindung mit Arosa
- Weiterentwicklung Reservationssystem und regionale Kompetenzplattform Graubünden
- Neubesetzung Geschäftsleitung LMS AG
- Überarbeitung der Destinationsstrategie für die Ferienregion Lenzerheide
- Budget 2014/15
- Unterstützung und Kommunikation LMS für die Initiative Zauberwald und andere Kultur-Events.

Ich danke herzlich allen, die das erfolgreiche Wirken der LMS AG möglich machen. Allen voran danke ich den Aktionären, d.h. der Lenzerheide Bergbahnen AG und Lenzerheide Tourismus sowie den Destinationsgemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden, Lantsch/Lenz und Brienz für ihr Vertrauen in die LMS AG. Ein herzliches Dankeschön im Namen des Verwaltungsrates spreche ich allen Mitarbeitenden der LMS AG aus, die ihre Arbeit mit hohem Engagement, Herzlichkeit und Gastfreundschaft zum Wohl unserer Gäste ausführen. Ein besonderer Dank geht an den Geschäftsführer Bruno Fläcklin für seinen sympathischen und beherzten Einsatz zugunsten der Lenzerheide. Bedanken möchte ich mich auch bei den Leistungsträgern der Destination, bei unseren Freunden in Arosa und bei Graubünden Ferien für die angenehme und fruchtbare Zusammenarbeit.

Dr. Roland Zegg
Verwaltungsratspräsident



Sehr geehrte Aktionäre
Geschätzte Leistungsträger

Nach rund 18 Monaten als Geschäftsführer der Lenzerheide Marketing und Support AG kann ich sagen, dass ich den Überblick über die Organisation, die Strategien, die Partnerschaften und das Personal gewonnen habe und wir nun zielgerichtet und zukunftsorientiert aufgestellt sind. Das vergangene Geschäftsjahr war geprägt von intensiven Momenten mit hochkarätigen Events, tiefgründigen Gesprächen mit Mitarbeitenden und Leistungsträgern, visionären Workshops mit Verwaltungsrat und Kooperationspartnern, wie auch Begegnungen mit Einheimischen, Gästen und Mitbewerbern.

Folgende Schwerpunkte durften wir im Geschäftsjahr 2013/14 als Team LMS AG bearbeiten und entwickeln:

Organisation

Im vergangenen Jahr mussten wir verschiedene personelle Veränderungen in Schlüsselpositionen verzeichnen, welche mit neuen, kompetenten Personen besetzt werden konnten. Gemeinsam haben wir das Organigramm den neuen Gegebenheiten angepasst und teilweise erweitert. Per 1. Mai 2014 werden wir mit einer neuen Eventabteilung die an uns gestellten Aufgaben bewältigen. Diese Abteilung wird sich künftig um den Eventsupport der Grossanlässe kümmern und gibt gleichzeitig dem Bereich Produktmanagement mehr Ressourcen für die eigentliche Produktentwicklung.

Team

Das Team der LMS AG hat sich aufgrund dieser Abgänge stark verändert. Die Positionen von Marco Michel, Leiter Marketing, und Nicole Reisinger, Leiterin PR/Medien, konnten mit Dominic Largo-Högger und Marlen Rogenmoser nahtlos ersetzt werden. Innerhalb des Produktmanagements wurden die Abgänge entweder intern oder durch Ausschreibungen innerhalb kürzester Zeit besetzt. Die LMS AG stellt attraktive Arbeitsplätze in einem spannenden Umfeld zur Verfügung, welche in der Tourismusbranche gesucht sind und uns somit auch qualifiziertes Personal zur Auswahl bietet.

Produkte und Angebote

Im Bereich der Produktentwicklung lag der Hauptfokus bei der neuen Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide. Im Bereich des Geschäftsfeldes «Alpiner Schneesport» konnte die Zusammenarbeit mit Arosa weitergeführt und intensiviert werden. Die Kampagne «Die Schweiz hat ein neues Traumpaar» ist in unseren Zielgebieten sehr gut angekommen und hat viele neue Gäste in die Ferienregion Lenzerheide gebracht.

Das zweite prioritäre Geschäftsfeld «Bike» konzentrierte sich auf den Ausbau des Bikeparks und die damit verbundenen Angebotsbausteine. Hier zeigen sich nach dem Wochenend- und Feiertagsbetrieb im Frühjahr 2014 bereits erste Erfolge, denn das Angebot wird rege genutzt. Auch im Bereich «Nordic» und «Kultur und Lifestyle» arbeiten die Produktmanager an neuen, buchbaren Angeboten. Ab 1. Mai 2014 haben die Produktmanager dank der Auslagerung der Eventbetreuung mehr Zeit, sich um die Produktentwicklung zu kümmern.

Events

Die Strategie, die Ferienregion Lenzerheide auch über Grossevents bekannt zu machen, trägt Früchte. In jedem der vier Geschäftsfelder weist die Lenzerheide nun einen internationalen bzw. nationalen Top Event auf. Neben dem Ski Weltcup Finale Lenzerheide durfte die Ferienregion in diesem Winter auch Gastgeberin der Tour de Ski sowie weiteren kleinen nationalen Events sein. Die Neu-Inszenierung des Lenzerheide Zauberwald fand grossen Anklang und wird fortgeführt. Für die Sommerausrichtung bekam die Lenzerheide den Zuschlag für Mountainbike Weltcuprennen in den Jahren 2015 bis 2017 sowie die Mountainbike und Trial Weltmeisterschaften 2018. Dies ist insbesondere der reibungslosen Durchführung der Schweizermeisterschaft Cross Country und des BMC Racing Cups im Juli 2013 zu verdanken. Auch DAS ZELT war wiederum Gast in Lenzerheide und hat abwechslungsreiche Shows mit nationalen und internationalen Acts durchgeführt.

Leistungsträger

Die Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern konnte im vergangenen Geschäftsjahr weiter vertieft werden. Dank intensivem Austausch und der klaren Fokussierung auf die Strategie der Ferienregion Lenzerheide können gemeinsam neue Produkte und Partnerschaften aufgebaut werden. Die Leistungsträger nutzen unsere Plattformen immer mehr und profitieren von unseren Vertriebs- und Kommunikationskanälen. In einer weiteren Phase muss nun versucht werden, die Markenbotschaft der Lenzerheide bei allen Leistungsträgern zu vertiefen, um noch stärker als Einheit auftreten zu können.

Allgemein

Die Erfolgskurve der Ferienregion Lenzerheide zeigt momentan stark aufwärts. Neben der neuen Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide konnten im vergangenen Geschäftsjahr neue Beherbergungsbetriebe (PRIVÄ Alpine Lodge, Tgiasa Fastatsch/Valbella Inn) dazugewonnen, sowie neue Grossevents an Land gezogen werden. Die Lenzerheide wird in den Märkten und bei Mitbewerbern als innovativ, frisch, mutig und spannend wahrgenommen, was uns einen Marktvorteil bringt. Diese Wahrnehmung gilt es aufrecht zu halten und auszubauen, um auch weiterhin als erfolgreiche Tourismusdestination wahrgenommen zu werden.

Ich bedanke mich recht herzlich beim Verwaltungsrat der LMS AG, welcher klare Vorgaben setzt und auch visionäre Ansätze mitträgt, den Mitarbeitenden der LMS AG, welche mit ihrem Einsatz die Umsetzung möglich machen, den Leistungsträgern und öffentlichen Institutionen für ihre Unterstützung und ihre Partnerschaft, sowie allen, welche zum erfolgreichen Geschäftsjahr beigetragen haben.

Bruno Fläcklin
Geschäftsführer

Die Ferienregion Lenzerheide - die Abteilungen bei der Arbeit Alpiner Schneesport



Winterkampagne

Mit dem Zusammenschluss der beiden Skigebiete Arosa Lenzerheide wurde in der Winterkampagne 2013/14 ein Top Thema der Schweizer Tourismuslandschaft bearbeitet. Dank dem Pooling der Ausgaben von Arosa und Lenzerheide stand ein rekordverdächtiges Budget von CHF 1 Million für die Marktbearbeitung zur Verfügung. Entsprechend war das «neue Traumpaar der Schweiz» auf nationaler Ebene in aller Munde. Der Startschuss in die Hauptkampagne erfolgte prominent platziert auf dem Hechtplatz am Zürifesch. Mit der Personalisierung von Heidi und Gigi wurde die emotionale Kommunikationsebene angesprochen und bewusst auf Fakten und Zahlen verzichtet. Dies scheint bei den Gästen Anspruch gefunden zu haben. Während der Fasnachtszeit wurden wir mit Anfragen für Heidi & Gigi Gadgets aus der ganzen Schweiz überhäuft, was als Indikator für den Erfolg der Kampagne gewertet werden kann. Mit dem Polterabend im Dezember und der ersten Ausgabe der Skichilbi im März wurde die lang ersehnte Verbindung in Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern vor Ort gefeiert.

Arosa Lenzerheide Challenge

Pünktlich mit der Eröffnung der Urdenbahn am Samstag 18. Januar 2014 erfolgte der Startschuss in die Arosa Lenzerheide Challenge. Nach dem Erstellen von einem persönlichen Nutzerprofil hat der User über eine App oder den Computer jederzeit Zugriff auf sein individuelles Tages-, Wochen- und Saisonhöhenprofil. Zudem steht eine Übersicht der gefahrenen Liftanlagen und Pistenkilometer abrufbereit. 13 verschiedene virtuelle Abzeichen können für erlebnisorientierte Leistungen gesammelt werden, welche die Gäste zum Geniessen, Entdecken und Erleben animieren. Alle Teilnehmer der Arosa Lenzerheide Challenge nahmen automatisch an der Verlosung von verschiedenen Wettbewerben teil. 556 Gäste registrierten sich für die Challenge und sammelten gesamthaft 10'435 Badges. Der Hauptgewinner freute sich über eine Jahreskarte Arosa Lenzerheide 2014/15.

Funslope und Freestyle

Im Wintersportgebiet Arosa Lenzerheide steht seit der vergangenen Wintersaison die erste Funslope der Schweiz. In Zusammenarbeit mit QParks wurde der bisherige Audi Skicross den Gästebedürfnissen angepasst und entstanden ist eine «Spass Piste» für die gesamte Familie. Was zählt ist der Spassfaktor, welcher als Höhepunkt in dem Befahren der Schnecke mit Tunnelunterführung gipfelt. Der Freestyle Bereich auf der Alp Stätz wurde redimensioniert und auf die Bedürfnisse der Beginner zugeschnitten. Der Snowpark Arosa bietet im abwechslungsreichen Terrain ein ansprechendes Setup mit Halfpipe, grossen Sprüngen und verschiedenen Obstacles. Die Freestyle Szene zeigte für diesen Entscheid kein Verständnis. Zu stark befremdet sind noch die Geister der beiden SnowParks.

SnowNights / EarlyBird

Die bewährten Produkte Nachtskifahren, Nachtschlitteln, Vollmondabfahrt und EarlyBird wurden weiterhin in der Produktpalette aufgeführt. Die Ersteintritte und Umsatzzahlen verblieben gesamthaft auf dem Vorjahresniveau trotz Anstrengungen in den Marketingmassnahmen. Das Nachtschlitteln lockte weniger Gäste an den Berg als im Vorjahr, was auf das entfallene Package an Silvester und die Streichung vom ersten Nachtschlitteln nach Silvester zurück zu führen ist. Im Gegenzug wurde bei der Vollmondabfahrt und beim Nachtskifahren ein deutlich höherer Umsatz verzeichnet.

Mit dem Angebot «Scharmoin am Abend» wurde dem Gast ein neues Erlebnis am Berg geboten: Abendessen im neuen Bergrestaurant Scharmoin mit Blick auf das Heidner Hochtal. Mit durchschnittlich 77 Gästen pro Anlass ist das Angebot auf reges Interesse gestossen.



Guat & Günschtig

Die Halbtax-Aktion in den Selbstbedienungsrestaurants der Lenzerheide Bergbahnen AG wurde auf die Wintersaison 2013/14 eingestellt. Ausschlaggebend für die Abschaffung der Halbtax-Aktion war der restriktive Ausschluss von Gästen ohne SBB Abonnement. Im Sinne der Gleichbehandlung unserer Gäste bieten wir eine, für alle einheitliche Lösung an. Neu profitieren alle Gäste im Wintersportparadies Arosa Lenzerheide von unserem preiswerten Angebot «Guat & Günschtig».

Das Angebot ist in unseren Selbstbedienungsrestaurants Alp Stätz, Alp Lavoz und Scharmoin erhältlich und beinhaltet einen Tagesteller inkl. 3dl Soft Getränk für CHF 15.00. Für Kinder gibt es einen kleinen Teller für CHF 10.00. Trotz vereinzelter Rückmeldungen wurde der Angebotswechsel bei den Gästen positiv aufgenommen, vor allem bei den ausländischen Kundengruppen.

Packages

Um die Nachfrage nach Skiurlaub in der Vor- und Nachsaison anzutreiben und innerhalb von unserem Zielgebiet Marktanteile auf Kosten der Mitbewerber zu erhöhen, lockte die Ferienregion Lenzerheide mit attraktiven Pauschalangeboten im Dezember und Frühling. Der Werbeauftritt erfolgte jeweils innerhalb der Arosa Lenzerheide Kampagne, was die Präsenz vor allem auf den Online Kanälen zusätzlich erhöhte. Beim Winterstartpackage wurde mittels einer performance-orientierten Marketingplanung 90% mehr Traffic auf der Landingpage generiert als im Vorjahr. Dies resultierte in einer Erhöhung der Package Buchungen über das Deskline der LMS AG um 95%. Der Trend die Ferien zunehmend kurzfristig in Abhängigkeit der Wetterverhältnisse zu buchen, widerspiegelte sich beim Buchungseingang. Im Median wurden die Buchungen Winterstartpackage 9.4 Tage vor Anreise gebucht. Beim Frühlingsspackage liegt dieser Wert mit 6.75 Tage vor Anreise auf einem noch tieferen Niveau.

Ski Weltcup Finale 2014

Mitte März traf sich die Weltelite des alpinen Skirennsports zum grossen Saisonfinale in der Ferienregion Lenzerheide. Rund 32'000 Besucherinnen und Besucher, spannende Rennen, fairer Skirennsport und viele Emotionen prägten die fünf Renntage im und um das Zielgelände in Parpan. Nach 2005, 2007, 2011 und 2013 war es das fünfte Ski Weltcup Finale in Lenzerheide. Das Finale 2014 war einmal mehr ein grosses Medienereignis. Über 300 Journalisten berichteten live vor Ort. In der Schweiz wurden von Dezember 2013 bis März 2014 Artikel mit einer Gesamtauflage von 318'380'312 in Printmedien und dem Internet registriert. Die Internetseite www.weltcup-lenzerheide.ch verzeichnete in dieser Zeit über 198'000 Seitenaufrufe.

Red Bull SKILLS

Die dritte Auflage der Red Bull SKILLS bei strahlendem Sonnenschein war ein voller Erfolg. Klingende Namen und Olympiasieger wie Matthias Mayer, Christof Innerhofer, Sandro Viletta und Tina Maze duellierten sich mit weiteren 127 gemeldeten Fahrerinnen und Fahrern im Open Format - ein neuer Teilnehmerrekord. Bei den geschätzten 2'500 Zuschauern wie auch bei den Athleten steht der Event neben der sportlichen Herausforderung auch für Action, Spass und gute Stimmung. Die nationale Berichterstattung in den Medien wie auch der erzeugte Traffic auf den Social Media Kanälen übertraf die Erwartungen.

Marketing Pradaschier

Der Leistungsauftrag mit der Pradaschier AG wurde im Geschäftsjahr 2013/14 weitergeführt. Neue Angebote wie die Halbtagesangebote, All-inclusive Ticket und Rodeln Plus wurden gemeinsam entwickelt und umgesetzt. Vor allem die Halbtageskarte, welche während vier Stunden die unbeschränkte Benutzung der Sesselbahn und Rodelbahn gewährt, erzielte einen beachtlichen Umsatz.



Lenzerheide eröffnet Bikesaison im Kanton

Auch im Frühjahr 2013 starteten die Lenzerheide Bergbahnen AG bereits am Auffahrtswochenende als einzige Bergbahn im Kanton Graubünden in die Bikesaison. Auch an den darauffolgenden Wochenenden war die 1. Sektion der Rothornbahn in Betrieb. Zusammen mit der Hilfe der Werkgruppe Vaz/Obervaz wurden die Trails ab Mittelstation vom restlichen Schnee befreit, sodass die zahlreichen Bikegäste ein umfassendes Angebot vorfanden. Der Frühstart wurde in der Bikeszene positiv aufgenommen.

Bike-Reservat Kampagne

Das Bike Angebot der Ferienregion stand auch in der Hauptkampagne des Sommers 2013 im Zentrum. Die reine Online-Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien und der Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat ausgearbeitet. Mit dem Bike-Reservat versuchte man, dem Besucher auf witzige und kurzweilige Art und Weise, das vielfältige Bike Angebot der Ferienregion näher zu bringen. Die Analyse hat gezeigt, dass die erwarteten Ziele nicht erfüllt wurden, sodass die Kampagne im darauffolgenden Jahr nicht in derselben Form weitergeführt wird.

Ausbau Bikepark schreitet voran

Die Sommersaison 2013 stand ganz im Zeichen des Ausbaus der Freeridestrecken zwischen Mittelstation Scharmoin und Talstation Canols. Bis im Herbst konnte gut 60% des Ausbaus getätigt wer-

den. So entstand mit der FLOWline eine einfache Freeridestrecke, die für Kinder, Familien und Profipiloten gleichermaßen viel Spass bereitet. Zudem konnten die Einstiege der STYLEline und SHOREline gebaut werden. Diese etwas schwierigeren Strecken tragen viel zur Abwechslung im Bikepark bei. Im Frühling und Sommer 2014 folgten die letzten Ausbauschritte mit der eventtauglichen Downhillstrecke STRAIGHTline.

Titelkämpfe in Lenzerheide

Neben den bewährten Events wie das TREK BIKE ATTACK oder dem testRIDE, stand im Geschäftsjahr 2013/14 ganz klar die MTB Schweizer Meisterschaften Cross Country im Fokus. Weltklasse Athleten wie Nino Schurter, Lukas Flückiger oder Esther Süss und Jolanda Neff massen sich auf der abwechslungsreichen XC-Strecke mit Start und Ziel bei der Talstation Rothorn.

Mit dem Bergamont Gravity Skill Camp wurde mit dem neuen Angebot im Bikepark Lenzerheide ebenfalls ein passendes Camp erstmals lanciert. Zusammen mit der Jugendherberge Valbella und dem Industriepartner Bergamont gelang es, ein interessantes und gut gebuchtes Camp durchzuführen.

Bike Camps & Angebote	Teilnehmende 2013	Teilnehmende 2012	Veränderung zum Vorjahr
Women's Bike Festival	29	50	- 42.0%
Bergamont Gravity Skill Camp	25	-	-
iXS Kids Bike Camp	25	25	+/-0.0%
Biketicket to RIDE	1'426	1306	+9.2%
Ride the Sunset	117	64	+82.8%
Freeride Xperience	52	15	+246.7%



Bike Events	Teilnehmende 2013	Teilnehmende 2012	Veränderung zum Vorjahr
BMC Racing Cup & MTB SM	653 Teilnehmer / 5'500 Besucher	-	-
Grischa Trail RIDE	96	85	+12.9%
12h Bike Race	140	136	+2.9%
ewz Alpen-Challenge	806	823	-2.1%
TrailTrophy	167	99	+68.7%
testRIDE	43 Aussteller 1'674 registrierte Besucher	42 Aussteller 1'300 Besucher	+2.4% Aussteller +28.8% registrierte Besucher
TREK BIKE ATTACK	777 (ausgebucht)	777 (ausgebucht)	+/-0.0%

Kandidatur UCI MTB Weltcup und Weltmeisterschaften

Bezüglich Infrastruktur, Angebot und Marketing verfolgt die Ferienregion Lenzerheide bereits seit Jahren eine gezielte, strategische Ausrichtung, welche den Bikesport und –tourismus im Sommer ins Zentrum stellt. Nach der erfolgreichen Mountainbike Schweizermeisterschaft und den positiven Rückmeldungen der Funktionäre und Athleten fühlten wir uns bestärkt, die Bike Strategie auch auf Veranstaltungsebene konsequent umzusetzen. Aus diesem Grund haben wir uns im Frühjahr 2013 bei Swiss Cycling für die Durchführung von jährlich stattfindenden Mountainbike Weltcuprennen und den Weltmeisterschaften 2018 beworben. Ende August 2013 fiel der Entscheid zugunsten der Ferienregion Lenzerheide. Im Anschluss hat Swiss Cycling, als nationaler Radsportverband, ihre Bewerbung, mit der Ferienregion Lenzerheide als Austragungsort, beim internationalen Verband UCI eingereicht.

Ende Januar 2014 fiel der langersehnte Entscheid des Management Board der UCI: Die Ferienregion Lenzerheide ist in den Jahren 2015 bis 2017 Austragungsort von Mountainbike Weltcuprennen und erhält den Zuschlag für die Durchführung der MTB & Trial Weltmeisterschaften 2018. Die Durchführung dieser Grossevents ist für Lenzerheide eine Bestätigung der jahrelang konsequent verfolgten Strategie.

Bereits im Rahmen der Bewerbung bei Swiss Cycling wurden erste Gespräche mit verschiedenen Leistungsträgern und Partner geführt. Die Lenzerheide Bergbahnen AG, die Destinationsgemeinden, Lenzerheide Tourismus und die Lenzerheide Marketing und Support AG unterstützen die Grossanlässe. Weiter hat auch der Kanton finanzielle Beiträge in Aussicht gestellt. Die Weltcuprennen umfassen ein Budget von CHF 1.5 Mio., die Weltmeisterschaft rund CHF 3 Mio.



Winter 2013/14

Nach dem frühem Schneefall Ende November 2013 und den sehr guten Bedingungen über den gesamten Winter können wir auf eine hervorragende Langlaufsaison zurückblicken. Trotz warmen Temperaturen konnten wir unseren Gästen durchwegs perfekte Bedingungen bieten.

Bereits zum Saisonauftakt stand den rund 400 Teilnehmern der Langlauf- und Wellnessstage dank technischer Beschneidung ein Loipennetz von mehr als 40 km zur Verfügung. Nach einigen sehr kalten Tagen im Dezember folgte über Weihnachten warmes Tauwetter. Nebst den hohen Temperaturen machte vor allem der extreme Föhnsturm vom 24. bis 26. Dezember den Loipen sehr zu schaffen. Der Schnee schmolz davon und die Loipen waren mit Ästen, Tannzapfen und Flechten bedeckt. Die Wetterlage änderte sich ab dem 29. Dezember und brachte pünktlich zur Tour de Ski eine Ladung Neuschnee. Mitte Januar, direkt nach dem Planoiras folgte dann endlich der gewünschte Schnee. Während des restlichen Winters wechselten sich Föhn und Schneefall ab. Bis Anfang April herrschten sehr gute Bedingungen auf unseren Loipen.

Im Vergleich zum Vorjahr konnte der Verkaufsumsatz der Loipenpässe um fast 19 Prozent auf über CHF 335'000.00 gesteigert werden. Gegenüber dem Vorjahr wurden mehr Schweizerpässe, Regionenpins und Tageskarten verkauft. Milde Bedingungen mit wenig Schnee in tiefergelegenen Langlaufgebieten trugen massgebend zu diesem Erfolg bei.

Biathlon Arena Lenzerheide

Am Wochenende vom 7./8. Dezember 2013 nahm die Biathlon Arena Lenzerheide ihren Betrieb auf und führte zur Eröffnung den RUAG Swiss Cup durch. Das Angebot stiess auf grosses Interesse und lockte zahlreiche Gäste an die Schnupperkurse in der Arena. In der letzten Januarwoche nutzte die norwegische Biathlon Nationalmannschaft die Biathlonanlage in Lantsch/Lenz zur Vorbereitung auf die Olympischen Winterspiele in Sotschi. Die Biathlon Arena liegt auf der selben Meereshöhe wie Sotschi und bot daher perfekte Trainingsbedingungen für Berger, Bø, Svendsen & Co. Auch das BMC Mountainbike Team liess es sich nicht nehmen, während dem Wintertrainingslager die Biathlonanlage zu testen.

Nordic Angebote	Teilnehmende 2013/14	Teilnehmende 2012/13	Veränderung zum Vorjahr
Walking- und Wellnessdays	18	19	-5.3%
Langlauf- und Wellnessstage	408	361	+13.0%
Rossignol Women's Langlauf Festival	184	187	-1.6%



Graubünden Marathon und Graubünden Walking

Die 11. Austragung des Graubünden Marathon und Walking musste aufgrund von extrem schlechten Wetterbedingungen auf den Zieleinlauf auf dem Parpaner Rothorn verzichten. Der Entscheid zur Verlegung des Ziels nach Scharmoin hatte wehgetan, er erwies sich aber als der einzig richtige. Die Wettersituation auf dem Gipfel präsentierte sich am Renntag, wie es zu befürchten gewesen war, mit Schneefall, Nebel und Minustemperaturen. Diesen gefährlichen Extremsituationen waren die Läuferinnen und Läufer so nicht ausgesetzt.

Durch das Wetter kam der Graubünden Marathon zu einem neuen Charakter, mit weniger Höhenmetern (2'062 statt 2'682 m), mehr bergab Passagen (748 statt 402 m) und einer um rund zwei Kilometer verkürzten Distanz (40 statt 42 km). Die alternative Strecke sowie die schlechte Witterung führte zu einer tieferen Teilnehmerzahl als in den Vorjahren.

Tour de Ski

Über Silvester / Neujahr machte die Tour de Ski erstmals Halt in der Ferienregion Lenzerheide. Die Premiere erwies sich als beste Werbung für den Langlaufsport, den Kanton Graubünden und die Ferienregion Lenzerheide. Bei idealen Wetterbedingungen verfolgten an Silvester und Neujahr rund 20'000 Zuschauer die Wettkämpfe vor Ort und sorgten für eine tolle Stimmung. Millionen von Fernsehzuschauern fieberten weltweit an den Bildschirmen mit.

Planoiras Volkslanglauf

Mitte Januar fand traditionsgemäss der 29. Planoiras Volkslanglauf statt. Dank dem sehr grossen Einsatz der Strecken-Crew fanden die Läuferinnen und Läufer perfekte Loipen-Bedingungen und wie schon fast Gewohnheit am Planoiras, auch herrliches Winterwetter vor. Mit 540 Startenden konnte ein Teilnehmerrekord erzielt werden. Als strahlende Sieger standen Remo Fischer und Antonella Confortola auf dem Podest. Auch der Planoiras Jugendlauf vom Samstag war ein voller Erfolg.

Volkslauf St. Cassian

Ende Februar konnte der 41. St. Cassian Volkslanglauf bei perfektem Winterwetter durchgeführt werden. Es waren so viele Läufer wie schon lange nicht mehr am Start. Auch die Jugend-Wettkämpfe waren sehr spannend und der Nachwuchs kämpfte engagiert um den Tagessieg.

Nordic Events	Teilnehmende 2013/14	Teilnehmende 2012/13	Veränderung zum Vorjahr
Graubünden Marathon	662	881	-24.9%
Graubünden Walking	262	390	-32.8%
Planoiras Volkslanglauf	540	484	+11.6%



Zusammenarbeit Landwirtschaft und Tourismus

Im Sommer 2013 konnte aufgrund einer Zusammenarbeit in den Bereichen Landwirtschaft und Tourismus im Gästeanimationsprogramm verschiedene Angebote zusammen mit den regionalen Bauern angeboten werden. Ziel dieser Zusammenarbeit ist, den Gästen die Ferientage in unserer herrlichen Landschaft zu einem Erlebnis zu machen. Der Trend nach Entschleunigung, Genuss und Sinnhaftigkeit nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Dies wurde auch anhand der Teilnehmerzahlen ersichtlich: 83 Gäste nahmen am Äplerabend auf der Alp Fops, 30 Personen am Brotbacken wie anno dazumal und über 20 an der Bauernhofvisite teil.

Zudem wurde der traditionelle Alpabzug mit einem kleinen Rahmenprogramm wie Verkauf von regionalen Produkten, Alphornbläser und Chörlis zusammen mit dem Hotelier-Verein Lenzerheide-Valbella aufgewertet. Den Gästen wurde das Warten auf die Kühe erlebnisreich verkürzt.

Packageangebote

Das Origen-Package wurde wieder in Zusammenarbeit mit dem Origen Festival Cultural angeboten. Es konnten jedoch nur wenige Buchungen vorgenommen werden. Das Golfpackage «Indian Summer» wurde zum zweiten Mal zusammen mit den Golfclubs Alvaneu und Lenzerheide angeboten und findet bei den Golfern guten Anklang.

Lenzerheide Motor Classics

Eine einzigartige Atmosphäre umhüllte die Ferienregion am 2. Lenzerheide Motor Classics. Das Geräusch von knatternden Motoren und quietschenden Reifen, der Duft von Motorenöl sowie ein Hauch Nostalgie zog viele Besucher am zweiten Juni Wochenende nach Lenzerheide. OK-Präsident Michael Widmer spricht von einer gelungenen Veranstaltung. Auch im 2014 findet am gleichen Wochenende vom 13.-15. Juni das 3. Lenzerheide Motor Classics statt.

DAS ZELT – Chapiteau PostFinance

DAS ZELT hat bei den Besuchern wiederum sehr guten Anklang gefunden und rund 3'500 Besucher begeistert. Die mobile Kulturplattform gastierte bereits zum dritten Mal in Lenzerheide und präsentierte hochkarätige Künstler im Bereich Comedy, Theater und Musik.

Lenzerheidner Zauberwald

Mit einzigartigen Lichtinstallationen, einem Weihnachtsmarkt mitten im Eichhörnlwald und Livekonzerten von ausgesuchten Singer/Songwritern hat der Lenzerheidner Zauberwald begeistert. Rund 10'800 Besucherinnen und Besucher strömten vom 13. - 26. Dezember 2013 in den Eichhörnlwald am Dorfrand von Lenzerheide. Das Organisationskomitee war überwältigt vom Publikumsandrang und den durchwegs positiven Rückmeldungen. Mit jeweils 300 Besuchern pro Konzertabend hat man gerechnet, gekommen sind jeweils zwischen 850 und bis zu 2'300 Gäste. Auch im nächsten Advent soll der Lenzerheidner Zauberwald vom 12. - 26. Dezember 2014 erstrahlen und die Wintersaison eröffnen. Das Konzept mit Lichtinstallation, Marktdörfchen und Livemusik bleibt bestehen, wird aber optimiert, respektive ausgeweitet.

ValMusica Lenzerheide Herbst 2015

Dieses kulturelle Festival verbindet Klassik und Volksmusik auf hohem Niveau. Erfreulicherweise konnte Willy Ziltener, als Präsident der regionalen Kulturkommission, sowie Matthias von Bauszner, welcher über gute Beziehungen zur Zürcher Oper verfügt, als Intendant dieses Festivals gewonnen werden. Die Planung und Finanzierung wurden im Geschäftsjahr 2013/14 vorangetrieben.

Basisangebote



Familienerlebnisse

Die Familienpauschale «Globi und die Detektive» wurde dieses Jahr bereits zum vierten Mal erfolgreich durchgeführt. Ausgestattet mit einem Detektiv Set machten sich die Familien mit Hilfe von kniffligen Hinweisen auf die Suche und erkundeten dabei die attraktivsten Familienplätze in der Ferienregion Lenzerheide. Die Pauschale ist nach wie vor ein sehr beliebtes Angebot. Die Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Leistungsträgern ist mittlerweile routiniert und funktionierte einwandfrei.

Globi Kinderparty

Die zwei Globi Kinderpartys fanden aufgrund der Bauarbeiten in Scharmoin auf der Westseite statt. Das 15 Jahr Jubiläum des Globi Wanderwegs wurde mitgefeiert. So starteten die Familien in Tgantieni, entlang des Globi Wanderwegs galt es verschiedene Posten mit Aufgaben und Spielen zu absolvieren. Bei der Avant Clavo fand anschliessend die Kinderparty statt. Die Kinder konnten neben verschiedenen Spielen Schlangengebrot backen, Butter selber herstellen, Eselreiten und mit einem Glas Globi Schampus zusammen mit Globi auf das Jubiläum des Globi Wanderwegs anstossen. Es konnte mit 440 Kindern ein neuer Teilnehmerrekord erzielt werden.

Globi im Zauberwald

Die Musik Geschichte Elistar von Tanja Dankner und Globi lockten bei regnerischen und nasskalten Bedingungen am 25. Dezember 2013 rund 350 Kinder in den Lenzerheidner Zauberwald.

Ostern mit Globi

Am Ostersonntag wurde dieser Event zum ersten Mal ausgetragen. Mit 261 Teilnehmern war es ein voller Erfolg. Auf dem Schulhausgelände wurden Ostereier verziert, Osterkörbchen gebastelt und im Eichhörnliwald war die grosse Eiersuche angesagt. Im Anschluss fand das Kinderkonzert mit Ueli Schmezer statt.

Heidsee Olympiade

Die 35. Ausgabe der Heidsee Olympiade zeichnete sich durch die vielen abwechslungsreichen Attraktionen und das exzellente Sommerwetter aus. Dank dieser Kombination konnte auch ein neuer Teilnehmerrekord erreicht werden. Zu den Höhepunkten des Anlasses gehörten das Pfeilbogenschiessen, der Kellner-Parcours sowie der legendäre Pedalo-Sprint.

1. August Fest

Auf dem Postplatz verbuchte das 1. August Kinderfest zum dritten Mal in Zusammenarbeit mit dem Hotel Schweizerhof und dem Hotel Lenzerhorn einen vollen Erfolg. Mit Lampion basteln, 1. Augustbrötchen backen, Kinderschminken und weiteren Aktivitäten verbrachten 237 Kinder bei herrlichem Wetter einen abwechslungsreichen Nachmittag.

Angebote	Teilnehmende 2013/14	Teilnehmende 2012/13	Veränderung zum Vorjahr
Familienpauschale	204 Buchungen 3'117 Logiernächte	236 Buchungen 3'258 Logiernächte	- 13.6% - 4.3%
Heidsee Olympiade	495 Teilnehmer	388 Teilnehmer	+ 27.6%
Handy Safari	254	390	- 34.9%
Globi Kinderprogramm (So u. Wi)	843	625	+ 34.9%
Globi Kinderparty	440	418	+ 5.3%
1. August Kinderfest	273	273	+/- 0%
Globi im Zauberwald	350	–	–
Ostern mit Globi	261	–	–

Content Management Print



Imprinte

Nach wie vor sind Imprinte für unsere Gäste ein wichtiges Informationsmittel. Aber auch die Leistungsträger sowie Partner der Ferienregion Lenzerheide informieren sich gerne aus unseren Prospekten. Die LMS AG produziert rund 40 Broschüren und Flyer (ohne Plakate und Postkarten) mit einer Auflage von ca. 750'000 Stück.

Als Hauptimprinte wurden für den Winter die Informationsbroschüre, Nordic Panoramakarte sowie der Pistenplan produziert. Der Pistenplan wurde vergangenen Winter komplett überarbeitet und zusammen mit Arosa produziert. Im Sommer können sich die Gäste aus der Sommerinformationsbroschüre sowie aus der Sommer Nordic Panoramakarte informieren. Ebenfalls produziert die LMS AG für den Sommer eine umfassende Bikebroschüre und eine Familienbroschüre.

Im vergangenen Winter wurde auch das Unterkuftsverzeichnis der Ferienregion Lenzerheide überarbeitet und in einer Auflage von 30'000 Stück gedruckt. Über das ganze Jahr werden diverse Flyer für spezielle Anlässe wie z. B. Sonntag am Berg produziert. Zudem erstellt die LMS AG in der Winter- und Sommersaison laufend den beliebten Veranstaltungskalender «aktuell».



Neuerungen auf lenzerheide.com

Auf der Website lenzerheide.com wurden die von unseren Gästen sehr geschätzten 360°-Webcams aufgeschaltet. Die vier Webcams zeigen einen beeindruckenden Rundumblick vom Parpaner Rothorn, Urdenfürggli, Piz Scalottas und Alp Stätz. Somit erhalten die Gäste einen aktuellen Eindruck von der Wetter- sowie Schneelage und generell vom Panorama der Ferienregion. Das Feedback der Gäste ist sehr positiv und die schönen Bilder der Webcams konnten auch für Facebook-Posts genutzt werden, was wiederum einen sehr grossen Anklang fand.

Neben den Webcams wurde auch eine interaktive Panoramakarte des Skigebiets Arosa Lenzerheide sowie ein erweiterter Wintersportbericht aufgeschaltet. Somit erhalten die Gäste einerseits einen Überblick, welche Anlagen und Pisten offen/geschlossen sind und andererseits wo sich welche Bergrestaurants, Schlittelpisten, Parkplätze oder Postautohaltestellen befinden. Die Panoramakarte hilft so zur Orientierung im Skigebiet mit den drei Talseiten.

Eine weitere grosse Neuheit ist der Skiticketshop. Mit dieser Neuuerung erhalten die Gäste die Möglichkeit im Voraus online Wintersporttickets zu erwerben. Im Ticketshop sind Eintages- bis Multitagestickets für alle Altersstufen erhältlich, einzige Bedingung ist, dass bereits eine Key-Card vorhanden ist. Auch diese Option wurde rege genutzt und hat einwandfrei funktioniert.

Wie bereits beim Winterstartpackage wurde auch für das neue Angebot Frühlingsskifahren eine Kampagnen-Landingpage lanciert, die einen direkten Zugang zum Pauschalangebot ermöglicht und den Gast so zum richtigen und von ihm ausgewählten Angebot führt.

Der Auftritt der Ferienregion Lenzerheide ist durch verschiedene Microsites im Bereich Events und Tourismusverein erweitert worden. Die Möglichkeit der Erstellung von alleinstehenden Seiten, die eine eigene Navigation beinhalten, jedoch im Design der Destinationswebsite auftreten, verstärkt die Wiedererkennung der gesamten Ferienregion. Diese Funktion vereinfacht es alle relevanten Informationen auf einer Website zu platzieren und dabei den Link zur Destination nicht zu verlieren.

Folgende Seiten erstellte die LMS AG im Geschäftsjahr 2013/14:

- Zauberwald (www.lenzerheide.com/zauberwald)
- BMC Racing Cup (www.lenzerheide.com/bmc_racing_cup)
- iXS Downhill Cup (www.lenzerheide.com/ixsdownhillcup)
- Tourismusverein Parpan (www.parpan.ch)

Mehr Besucher der Website lenzerheide.com

Auch im Geschäftsjahr 2013/14 konnten mehr Besucher auf der Website generiert werden. Dies kann unter anderem auch auf die konsequente Weiterverfolgung der Search Engine Optimization (SEO) zurück geführt werden, welche es ermöglicht, Titel und Texte auf der Website mit Keywords zu versehen, die zum Beispiel bei der Google Suche gezieltere Treffer zulassen. Im Jahr 2013/14 wurden auf der Website insgesamt 2'219'076 Sitzungen generiert. Durch die Umstellung des Geschäftsjahrs werden im Jahr 2013/14 nur 11 Monate gezählt. Im Vergleich zu dieser Zahl waren es von Juni 2012 bis April 2013 2'193'919 Sitzungen. Auch die durchschnittliche Sitzungsdauer konnte weiter gesteigert werden und liegt aktuell bei 2:53 Min. Weiter konnte auch die Absprungrate reduziert werden. Dieser Faktor zeigt, dass die Besucher der Website das finden, was sie suchen respektive was sie auch wirklich interessiert.

Auszeichnung der Website lenzerheide.com

All diese Neuerungen führten dazu, dass die Destinationswebsite lenzerheide.com den zweiten Platz des GLOBONET eTourism Award 2014 belegen konnte. Unter dem Motto «Content is King» wurden in diesem Jahr rund 130 Destinationswebseiten anhand eines strengen Kriterienkatalogs geprüft. Die Website der Ferienregion Lenzerheide überzeugte die hochkarätige Jury unter anderem durch die «clever eingesetzten Bildgeschichten und Videos, welche dem Nutzer auf einzigartige Weise das Angebot der Ferienregion näher bringen.» Ausserdem bietet die Website, neben einem optimal aufbereiteten Inhalt, mit den neuen Panorama Webcams und der Integration der Wetterböcke Gian und Giachen auch Unterhaltung und Fun.



Erweiterung Website arosalenzerheide.ch

Nachdem die Website Arosa Lenzerheide im Winter 2012/13 aufgeschaltet wurde und bis zum Start der Wintersaison 2013/14 mit Content befüllt wurde, diente die Webseite anfangs dieser Wintersaison als Informationsplattform zum Projekt Skigebietsverbindung. Im Laufe des Winters 2013/14 wurden aufgrund von gemeinsamen Angeboten am Berg (Arosa Lenzerheide) einige kleine technische Erweiterungen mit der Werbeagentur elements umgesetzt, damit die Website auch dieser Anforderung entsprechen konnte. Auch weiterhin soll diese Website gemeinsame Angebote, wie zum Beispiel eine Arosa Lenzerheide Challenge aufführen und somit dem Gast eine informative Plattform über das Skigebiet Arosa Lenzerheide und seinen Angeboten liefern.

Social Media - Facebook

Auch während dem Geschäftsjahr 2013/14 wurde der Redaktionsplan für die Onlinekommunikation über Facebook weitergeführt und die LMS AG konnte so die Fans von Lenzerheide #sonnehochzwei über Angebote, Events und vor allem über das brennende Thema Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide auf dem Laufenden halten. Zur Eröffnung der Skigebietsverbindung hin ist zusammen mit Arosa der Fotowettbewerb «Traumpaare» lanciert worden, bei dem Traumpaare ihre Fotos auf die Lenzerheide Fanpage stellen konnten. Die Siegerfotos wurden von der Community und den Mitarbeitern der LBB, LMS AG sowie von Arosa Tourismus gekürt. Ein weiteres schönes Beispiel für das grosse Interesse an der Eröffnung der Skigebietsverbindung ist der Post «Bahn frei – das neue Skigebiet ist eröffnet». Diesen Beitrag haben rund 12'720 Personen gesehen. Aber auch andere Posts betreffend Events und Angeboten stiessen auf grosses Interesse

bei den Fans. Folglich knackte im Januar 2014 die Facebook-Fanpage die Marke von 15'000 Fans und zählte Ende April ca. 15'200 Personen, die die Posts von Lenzerheide verfolgen möchten. Seit Ende März wird das Social Media Team der LMS AG von Nicole Schnell (Schnellkraft GmbH) bezüglich Konzeption und Umsetzung in der Social Media Strategie unterstützt.

Wetterböcke App

Auch im Geschäftsjahr 2013/14 ist das Interesse an den Wetterböcken und damit an unserer Wetterböcke Applikation riesig. Mit der Option Push-Nachricht konnten gezielt wichtige Informationen, wie die Eröffnung der Skigebietsverbindung oder der Start des Jahreskartenvorverkaufs, den Usern zugespielt werden. Weiter liefert die App professionelle und exakte Wettermeldungen verpackt in die witzigen Sprüche von Gian & Giachen.

Auch die Wetterböcke Applikation darf sich über einen Award freuen. Die App wurde dieses Jahr mit einem dritten Platz an den Swiss EFFIE Awards 2014 ausgezeichnet. Dieser Award prämiert die besten Werbekampagnen der letzten zwei Jahre. Anders als andere Werbe-Awards beurteilt die Fachjury nicht nur die Kreativität einer Kampagne, sondern auch deren Wirksamkeit. Ausschlaggebend sind somit auch der Erfolg in Relation zu den vorher definierten Zielsetzungen, sowie der Kosten-Nutzen-Faktor.

Die Downloadzahlen bis zum 30. April 2014 zeigen den Erfolg klar:

• iPhone	→	356'739
• Android	→	59'885
• Windows 7	→	17'266



Die Medienarbeit im Jahr 2013/14 war geprägt von Grossanlässen und einem besonders medienwirksamen Generationenprojekt. Das grosse Medieninteresse an der Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide war deutlich spürbar. So konnten alleine in den Wintermonaten 30 nationale und internationale Medienreisen in Lenzerheide durchgeführt werden. Dies sind doppelt so viele wie im vergangenen Winter.

Graubünden Nachwuchspreis

Besonders hervorzuheben ist dabei die Durchführung des Graubünden Nachwuchspreis. Graubünden Ferien lädt jährlich rund 20 Nachwuchskräfte aus dem Reise-Journalismus zum «Graubünden Nachwuchspreis für Reisejournalisten» ein. In diesem Jahr wurde dieser unter das zentrale Thema Arosa Lenzerheide gestellt. Insgesamt 11 Journalisten aus Holland und Belgien haben daran teilgenommen und während einer Woche (Montag – Samstag) in den beiden Regionen über verschiedenen Themen recherchiert.

Tour de Ski

An der Tour de Ski Lenzerheide konnten nicht nur rund 20'000 Besucherinnen und Besucher begrüsst werden, sondern auch rund 130 Medienschaffende aus 11 Ländern. Unter ihnen insgesamt 11 internationale TV Stationen. Alleine im Zeitraum vom 26. Dezember 2013 bis 7. Januar

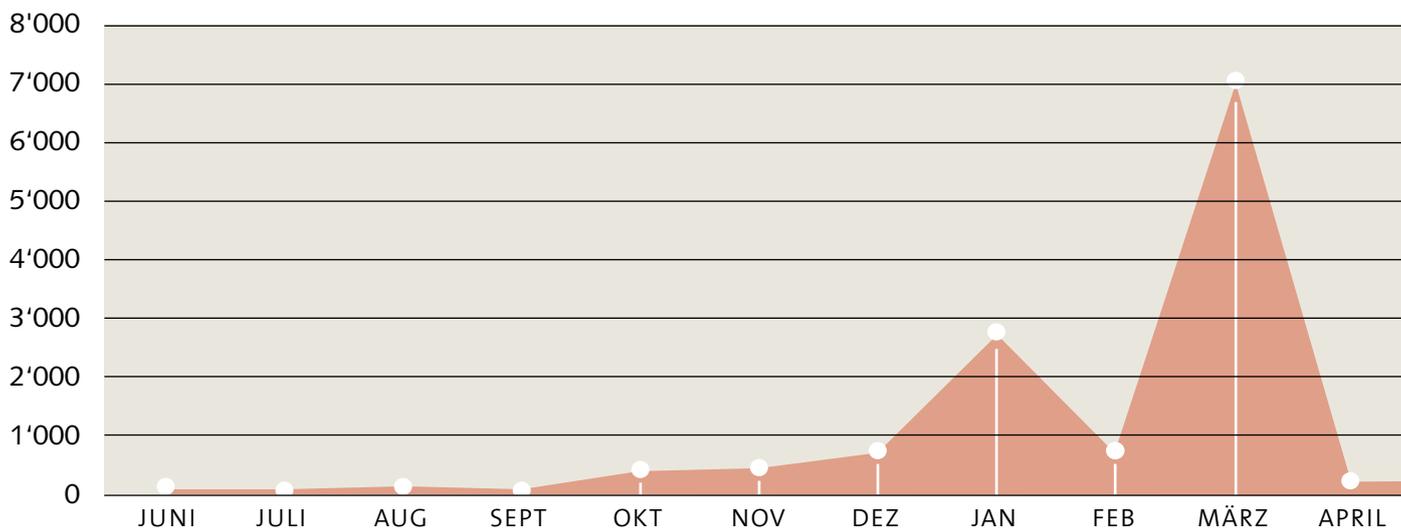
2014 hat Meltwater über 1700 Artikel gezählt. Die LMS AG war mit zwei Personen für den reibungslosen Ablauf des MedienCenter in der Mehrzweckhalle Lantsch/Lenz, dem Submedien Center im Zielgelände und die Information gegenüber den Medienvertretern verantwortlich.

Ski Weltcup Finale

Am Ski Weltcup Finale Lenzerheide waren 314 Medienschaffende aus 15 Ländern vor Ort. Insgesamt 26 TV Stationen berichteten aus Lenzerheide, 5 davon inklusive Liveschaltungen aus dem Zielraum. Damit konnte die Zahl der akkreditierten Journalisten im Vergleich zu den Vorjahren gehalten werden. Zum Ski Weltcup Finale Lenzerheide hat Meltwater rund 7'500 Artikel registriert – über 5'000 in der Weltcup Woche vom 10.- 18. März 2014. Auch in diesem Jahr war die LMS AG mit zwei Personen für den reibungslosen Ablauf des MedienCenter und SubmedienCenter verantwortlich. Gemeinsam mit Reto Küng, offizieller Pressechef vor Ort, war somit eine professionelle Medienbetreuung gewährleistet.

Die LMS AG zählt die Medienclippings seit 1. März 2013 durch Meltwater. Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden rund 12'971 Artikel registriert.

Anzahl Artikel gemäss Meltwater





Wiederverkäufer und Crossmarketing

Anlässlich des Zusammenschlusses Arosa Lenzerheide wurden die bestehenden Partnerschaften in den Märkten der Deutschschweiz und dem Süddeutschen Raum auf ihre Rentabilität überprüft und gleichzeitig die Konditionen angepasst. Dadurch reduzierte sich die Anzahl Wiederverkäufer um 1/3 und die Crossmarketingpartner um 2/3. Mit den verbleibenden Wiederverkäufern konnte der Umsatz der verkauften Tickets, trotz der geringeren Marge für den Händler und der starken Preiserhöhung für den Kunden, gehalten werden, was die Entscheidung zur Preisanhebung rechtfertigt.

Mit den drei grossen Crossmarketingpartnern Migros, Schweizer Familie und STUcard konnte der Umsatz um 37% auf CHF 1.55 Mio gesteigert werden, was den Wegfall von Raiffeisen und SPAR praktisch kompensiert. Durch diese Anpassungen erreichten wir eine Erhöhung des Ertragsdurchschnitts pro Ersteintritt um 28%, von CHF 43.00 auf CHF 55.00 gegenüber Vorjahr.

Neue Märkte

Die Bearbeitung des norditalienischen Marktes in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus hat uns vergangenen Winter neue Kunden beschert. Diverse Skiclubs aus dem Raum Milano – Como – Bergamo sind im Winter 2013/14 mit dem Car angereist und überzeugten sich von unserem neuen Skigebiet.

Für das Sommergeschäft im Bereich Bike wurden im Frühling 2013 rund 30 Bikeshops besucht. Daraus entstand eine engere Zusammenarbeit mit den Squadra Mondo Bikestores und fünf neue Bikereiseveranstaltungen für den Sommer 2014. Die visuelle Wahrnehmung der Lenzerheide in den Bikeshops wurde durch grossflächige Bilder und spezielle Präsentationsgegenstände verstärkt.

Jugendförderung

Gemeinsam mit dem Kanton Aargau wurde das Projekt «Schule im Schnee 2014» organisiert, mit dem Ziel, Jugendlichen den Einstieg in den Schneesport zu erleichtern und zusätzliche Schulen für Schneesporttage zu gewinnen. Rund 500 Oberstufenschüler aus dem

Kanton Aargau erlebten im Januar 2014 einen Schneesporttag «all inclusive» in Zusammenarbeit mit den lokalen Schneesportschulen und Mietstationen.

Promotionen

Das neue Skigebiet wurde durch Promotionen unterschiedlichster Art in der Deutschschweiz und im Süddeutschen Raum beworben. So sorgte zum Beispiel im zürcherischen Sihlcity zum Saisonstart während zwei Monaten ein Heidner Fonduechalet für Aufmerksamkeit. Im Lago Center Konstanz erblickten die Kunden eine Heidi & Gigi Gondel inklusive neuem Pistenplan und Ticketvorverkauf. Die Mitarbeiter der Hilti-Werke in Schaan folgten während einer Mittagspause mit Interesse den Ausführungen über die Neuheiten des Skigebietes aus erster Hand.

Carpartner

Bei Partnerschaften mit Carunternehmen legten wir den Fokus auf Schulen und ihre Schneesporttage. Hierfür wurde zusammen mit Eurobus, dem grössten Busreiseanbieter in der Schweiz, ein spezielles Angebot geschaffen. Wir konnten damit 3'425 Ersteintritte erwirtschaften und den Umsatz mit Eurobus verdoppeln.

Besuche

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden weniger persönliche Besuche bei Partnern und Geschäftsfreunden getätigt. Im Vordergrund stand die Optimierung der einzelnen Kundensegmente. Von den insgesamt 108 persönlichen Besuchen im 2013/14 waren 26 Neukunden.

Gruppenanlässe

Gegenüber dem Vorjahr dürfen wir eine deutliche Zunahme an Anfragen für Gruppenanlässe verzeichnen. Für Incentive Tagesausflüge und Abendanlässe steht der Ferienregion Lenzerheide eine attraktive und umfassende Infrastruktur zur Verfügung. Bei Anfragen für Incentive Reisen inklusive Übernachtung und bei Kongressen wird die Kapazitätsgrenze der vorhandenen Infrastruktur rasch erreicht.

Gruppenanlässe	2013/14	2012/13	Veränderung zum Vorjahr
Anzahl erstellte Offerten	164	72	+127.8%
Anzahl durchgeführte Anlässe	94	60	+56.7%
Anzahl Teilnehmende	5'500	3'782	+45.4%

Informationsstellen



Zu den Hauptaufgaben der fünf Informationsbüros (Lantsch/Lenz, Lenzerheide, Valbella, Parpan und Churwalden) gehören nebst der Verkaufstätigkeit, die Beratung der Gäste am Schalter und am Telefon, sowie das Beantworten der E-Mails. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2013/14 in allen Informationsbüros der Ferienregion Lenzerheide knapp 53'000 (2012/13 55'000) Gästekontakte gezählt. Insgesamt bedeutet dies ein Minus von knapp 3% an Gästekontakten.

Die Beratung am Schalter macht weiterhin der grösste Teil der Gästekontakte aus.

Messen und Ausstellungen

Die Ferienregion Lenzerheide war vom 5.-7. Juli 2013 zusammen mit Arosa Tourismus am Zürifäscht auf dem Hechtplatz als «Heidi und Gigi» präsent. An der ZOM in Wetzikon vom 28. August bis 1. September und an der Herbstmesse in Wettingen vom 7. – 10. November 2013 war die Ferienregion Lenzerheide als Gastort zu Besuch.

Dank der guten Zusammenarbeit mit verschiedenen Leistungsträgern der Ferienregion Lenzerheide erwartete die Besucher ein informativer Stand und attraktive Tombolapreise. Die Ferienregion Lenzerheide stellte ihre Spezialitäten und Angebote vor und führte mit potenziellen Gästen interessante Gespräche.

Die Geschäftsleitung hat entschieden in Zukunft keine Messeauftritte dieser Art mehr zu organisieren.

Statistik Kontakte Informationsbüros	2013/14	%	2012/13	%	Veränderung	%
E-Mails	12'248	23.0	12'082	22.0	+166	+1.4
Telefon	10'541	19.8	12'126	22.1	-1'585	-13.1
(24h-Auskunft)	5'592	10.5	3'503	6.5	+2'089	+59.6
Schalter Kontakte	24'810	46.7	27'077	49.4	-2'267	- 8.4
Total	53'191		54'788		-1'597	-2.9

Deskline und Gästeabgabe

Sommer Winter

Aktuell Skifahren & Snowboards mehr Wintersport Wellness & Kultur Vor Ort Planen & Buchen



Buchungs- und Reservationssystem

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden insgesamt 1'644 Buchungen über das Reservationssystem Deskline getätigt. Diese sind bei den Informationsbüros oder direkt über das Internet ausgelöst worden. Letzteres ist mit 1'264 Buchungen die meist gewählte Buchungsart der Gäste. Auch in diesem Jahr konnte die Anzahl der teilnehmenden Ferienwohnungsobjekte im Reservationssystem per 30. April 2014 von 528 auf 550 erhöht werden.

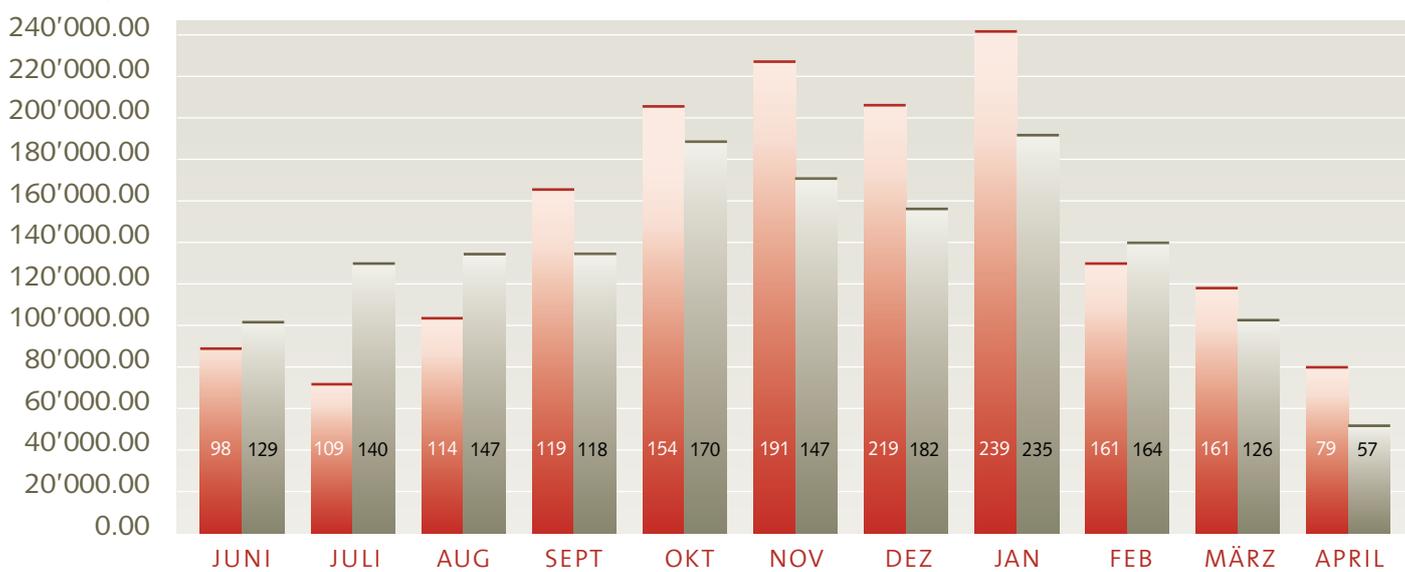
	2013/14	2012/13	Veränderung
Anzahl Buchungen	1'644	1'692	- 2.8%
Buchungsumsatz	1'642'113.90	1'577'070.55	+ 4.1%

Buchungsumsatz im Vergleich zum Vorjahr

2013/14

2012/13

CHF



Während den Sommermonaten hatten wir einen Buchungsrückgang aufgrund von 172 Pauschalbuchungen (CHF 154'816.60), welche 2013 direkt über die Hotels abgewickelt wurden und nicht mehr übers Deskline.

Statistik Entwicklung der Logiernächte

Logiernächte Tourismusjahre (November bis Oktober)

Geschäfts- jahr	Hotel		Fewo vermietet		Gruppen- unterkünfte		Fewo nicht vermietet		Camping		Club Méd		Total	
		%		%		%		%*3		%		%		%
1997/98	222'657	2.6	278'616	8.4	91'404	-6.7	413'100	3.2	19'709	7.1	69'344	4.1	1'094'830	3.5
1998/99	224'897	1.0	257'358	-7.6	91'735	0.4	433'036	4.8	19'398	-1.6	59'001	-14.9	1'085'425	-0.9
1999/00	226'388	0.7	234'710	-8.8	91'453	-0.3	451'733	4.3	18'301	-5.7	37'376	-36.7	1'059'961	-2.3
2000/01	233'109	3.0	230'856	-1.6	95'524	4.5	451'363	-0.1	19'381	5.9	46'592	24.7	1'076'825	1.6
2001/02	221'048	-5.2	214'478	-7.1	99'808	4.5	454'786	0.8	18'400	-5.1	50'033	7.4	1'058'553	-1.7
2002/03	232'778	5.3	221'893	3.5	93'193	-6.6	463'373	1.9	20'060	9.0	38'146	-23.8	1'069'443	1.0
2003/04	213'550	-8.3	223'692	0.8	97'702	4.8	575'814	24.3	19'089	-4.8	-	-	1'129'847	5.6
2004/05	215'708	1.0	208'617	-6.7	97'713	0.0	500'194	-13.1	19'836	3.9	-	-	1'042'068	-7.8
2005/06	215'390	-0.1	192'659	-7.6	111'718	14.3	480'296	-4.0	27'118	36.7	-	-	1'027'181	-1.4
2006/07	219'924	2.1	191'312	-0.7	107'597	-3.7	430'196	-10.4	19'805	-27.0	-	-	968'834	-5.7
2007/08	229'995	4.6	197'724	3.4	111'057	3.2	450'584	4.7	21'381	8.0	-	-	1'010'741	4.3
2008/09	230'172	0.1	206'627	4.5	119'884	7.9	466'665	3.6	22'967	7.4	-	-	1'046'315	3.5
2009/10	228'184	-0.9	195'973	-5.2	113'887	-5.0	520'263	11.5	22'460	-2.2	-	-	1'080'767	3.3
2010/11	221'847	-2.8	181'351	-7.5	103'563	-9.1	520'263	-	20'121	-10.4	-	-	1'047'145	-3.1
2011/12	217'342	-2.0	157'476	-13.2	109'394	5.6	522'526	0.4	29'676	47.5	-	-	1'036'414	-1.0
2012/13	212'281	-2.3	149'452	-5.1	104'764	-4.2	535'340	2.5	22'092	-25.6	-	-	1'023'929	-1.2
2013/14	214'976	1.3	188'361	26.0	103'628	-1.1	533'866	-0.3	21'584	-2.5	-	-	1'062'379	3.8

*1 Ab Geschäftsjahr 1991/92 bis 2009/10 Bemessungsperiode jeweils Nov. - Okt.

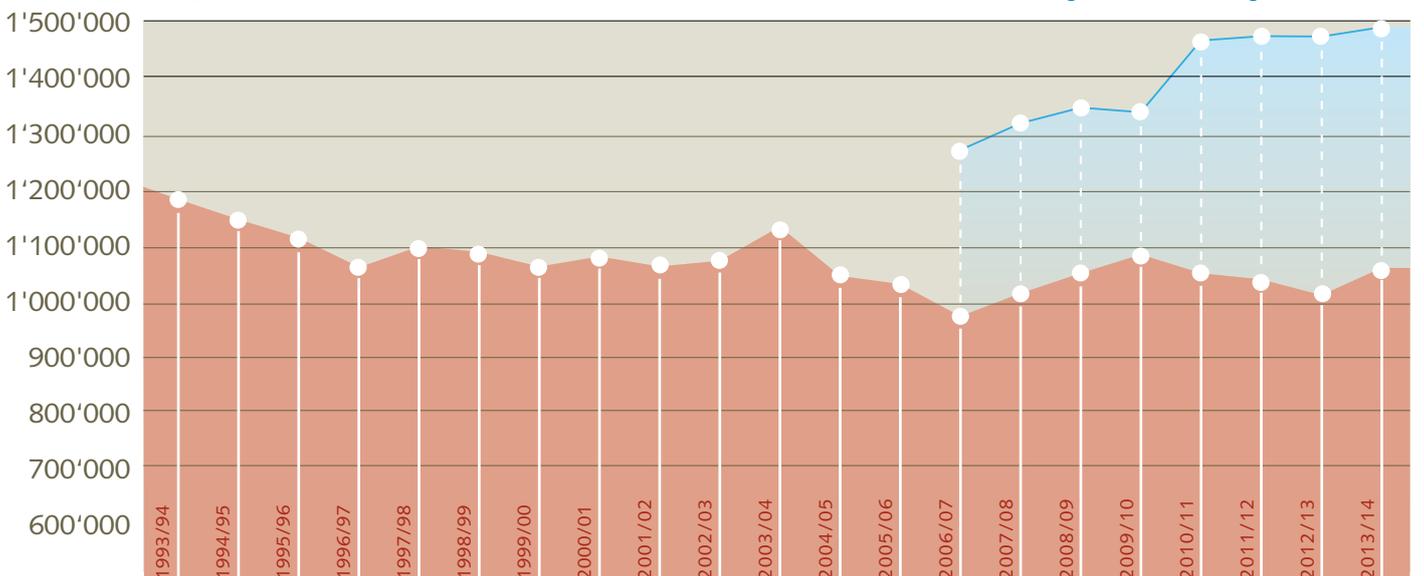
*2 Ab Geschäftsjahr 2010/11 Bemessungsperiode jeweils Juni - Mai

*3 Diese Logiernächte werden schweizweit nicht erfasst. Die Darstellung erfolgt aufgrund der verrechneten Pauschaltaxe

*4 Geschäftsjahr 2013/14 Bemessungsperiode Juni - April

Logiernächte Malix bis Brienz	2013/14	2012/13	Veränderg. in Prozent gegenüber d. Vorjahr
Vaz/Obervaz	1'062'379	1'023'929	3.8
Brienz	35'689	35'369	0.9
Churwalden/Parpan	275'445	299'767	-8.1
Lantsch/Lenz	116'243	112'502	3.3
Total Logiernächte der Ferienregion	1'489'756	1'471'567	1.2

Entwicklung der Logiernächte Vaz/Obervaz (Überblick)



Bilanz per 30. April 2014

AKTIVEN	30.04.2014		31.05.2013		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Umlaufvermögen						
Flüssige Mittel	2'545'627		1'543'774		1'001'853	
Forderungen aus Lieferg. u. Leistg. 2.1	330'080		1'013'338		-683'258	
Übrige kurzfristige Forderungen 2.2	129'303		67'938		61'365	
Vorräte	41'269		44'164		-2'895	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	121'056		5'367		115'689	
	3'167'335	100.0	2'674'581	99.9	492'754	18.4
Anlagevermögen						
Finanzanlagen	360		360		-	
Sachanlagen	9		2'774		-2'765	
	369	0.0	3'134	0.1	-2'765	-88.2
TOTAL AKTIVEN	3'167'704	100.0	2'677'715	100.0	489'989	18.3

PASSIVEN	30.04.2014		31.05.2013		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Fremdkapital						
<i>Kurzfristiges Fremdkapital</i>						
Verbindlichkeiten aus Lieferg. u. Leistg. 2.3	988'874		510'281		478'593	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten 2.4	249'967		308'022		-58'055	
Passive Rechnungsabgrenzungen	773'305		1'483'851		-710'546	
	2'012'146		2'302'154		-290'008	
<i>Langfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	-		-		-	
Rückstellungen	779'000		-		779'000	
	779'000		-		779'000	
	2'791'146	88.1	2'302'154	86.0	488'992	21.2
Eigenkapital						
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Gesetzliche Gewinnreserve	5'100		3'400		1'700	
Bilanzgewinn	71'458		72'161		-703	
	376'558	11.9	375'561	14.0	997	0.3
TOTAL PASSIVEN	3'167'704	100.0	2'677'715	100.0	489'989	18.3

Erfolgsrechnung 2013/14

	2013/14*		2012/13**		Veränderung	
	1. Juni 2013 - 30. April 2014		1. Juni 2012 - 31. Mai 2013		CHF	%
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Ertrag aus Leistungsverträgen	4'645'774		4'369'242		276'532	
Übriger Ertrag	927'796		664'240		263'556	
Erlösminderungen	-403		-2'342		1'939	
Betriebsertrag	5'573'167	100.0	5'031'140	100.0	542'027	10.8
Warenaufwand	-37'269		-65'466		28'197	
Personalaufwand	-1'756'361		-1'942'717		186'356	
Marketingaufwand	-3'119'653		-2'343'877		-775'776	
Sachaufwand	-655'700		-666'084		10'384	
Betriebsaufwand	-5'568'983	99.9	-5'018'144	99.7	-550'839	11.0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	4'184	0.1	12'996	0.3	-8'812	-67.8
Abschreibungen	-2'765		5'631		2'866	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	1'419	0.0	7'365	0.1	-5'946	-80.7
Finanzertrag	702		1'104		-402	
Finanzaufwand	-56		-905		849	
Betriebsergebnis vor Steuern	2'065		7'564		-5'499	
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	-		-		-	
Jahresgewinn vor Steuern	2'065	0.0	7'564	0.2	-5'499	-72.7
Steuern	-1'068		443		-1'511	
Jahresgewinn	997	0.0	8'007	0.2	-7'010	-87.5

* 11 Monate

** 12 Monate

Gewinnverwendung

Anhang zur Jahresrechnung per 30. April 2014

Gewinnverwendung 2013/14

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	2013/14 CHF Antrag des Verwaltungsrates	2012/13 CHF Beschluss der Generalversammlung
Gewinnvortrag vom Vorjahr	70'461	64'154
Jahresgewinn	997	8'007
Bilanzgewinn	71'458	72'161
Zuweisung an gesetzliche Gewinnreserve	1'700	1'700
Vortrag auf neue Rechnung	69'758	70'461
Total	72'458	72'161

Anhang zur Jahresrechnung per 30.04.2014

Erstanwendung des neuen Rechnungslegungsrechts

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 957-963b OR), gültig ab 1. Januar 2013, erstellt.

In Übereinstimmung mit Art. 2 Abs. 4 der Übergangsbestimmungen wurde in Bezug auf die Zahlen des Vorjahres auf die Stetigkeit der Darstellung von Bilanz und Erfolgsrechnung verzichtet. Die Vorjahresangaben sind daher nur beschränkt vergleichbar.

1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungssätze

1.1 Allgemeines

Die Aktiven sind höchstens zu Anschaffungs- bzw. Herstellwerten unter Berücksichtigung der notwendigen Wertberichtigung bilanziert. Die Passiven enthalten nur betriebsnotwendige Positionen. Allen erkennbaren Verlustrisiken und Minderwerten wird durch Wertberichtigungen oder Rückstellungen Rechnung getragen.

1.2 Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel umfassen Kassabestände, Post- und Bankguthaben. Die Bewertung erfolgt zum Nominalwert. Fremdwährungsbestände in Euro wurden zum Kurs von CHF 1.20 umgerechnet.

1.3 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen. Auf dem Restbestand wird eine pauschale Wertberichtigung von 5% vorgenommen. Die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen.

1.4 Vorräte

Die Vorräte werden höchstens zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten bilanziert.

1.5 Finanzanlagen

Die Finanzanlagen umfassen Aktien von Tourismusgesellschaften oder dem Tourismus nahe stehende Organisationen. Die Bewertung erfolgt zu Anschaffungskosten oder dem tieferen Kurswert. Darlehen werden zum Nominalwert abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen ausgewiesen.

1.6 Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Aktivierungsuntergrenze wurde mit CHF 5'000 pro Einzelobjekt festgesetzt. Die Nutzungs- bzw. Abschreibungsdauer der Anlagen wird je nach Anlage individuell nach betriebswirtschaftlichen Kriterien festgelegt.

Die linearen Abschreibungszeiträume für die wichtigsten Anlagegruppen betragen:

Mobilien, Maschinen, IT, Einrichtungen, übrige Anlagen

Mobiliar, Maschinen, IT

4-10 Jahre

Strassenfahrzeuge

4-12 Jahre

Zusätzliche Abschreibungen

Sofern es das Jahresergebnis zulässt, werden zusätzliche Abschreibungen vorgenommen.

Anhang zur Jahresrechnung per 30. April 2014

Anhang zur Jahresrechnung per 30.04.2014

1.7 Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten erfasst.

1.8 Rückstellungen

Die Rückstellungen enthalten die auf einem Ereignis in der Vergangenheit begründeten wahrscheinlichen Verpflichtungen, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss, aber schätzbar ist. Diese Verpflichtungen begründen eine Verbindlichkeit.

2. Erläuterungen zur Bilanz und Erfolgsrechnung

2.1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2013/14	2012/13
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	219'812	1'001'152
Gegenüber Beteiligten	16'660	12'186
Gegenüber Aktionären und Organen	93'608	-
Total	330'080	1'013'338

2.2 Übrige kurzfristige Forderungen	2013/14	2012/13
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	34'593	27'121
Gegenüber Beteiligten	94'710	40'817
Gegenüber Aktionären und Organen	-	-
Total	129'303	67'938

2.3 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2013/14	2012/13
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	867'036	442'194
Gegenüber Beteiligten	114'239	68'087
Gegenüber Aktionären und Organen	7'599	-
Total	988'874	510'281

2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2013/14	2012/13
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	249'967	308'022
Gegenüber Beteiligten	-	-
Gegenüber Aktionären und Organen	-	-
Total	249'967	308'022

2.5 Verbesserung des Ergebnisses vor Steuern durch Nettoauflösung von stillen Reserven	2013/14	2012/13
	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	-	-

Anhang zur Jahresrechnung per 30.04.2014

3. Weitere gesetzliche Angaben gemäss Art. 959c OR

3.1 Angaben zur Gesellschaft		2013/14	2012/13
Aktienkapital		liberiert	liberiert
Lenzerheide Marketing und Support AG	CHF 300'000	100%	100%
Sitz: Gemeinde Vaz/Oberbaz			
Zweck: Gestaltung, Promotion und Verkauf von Produkten der Ferienregion Lenzerheide, Betreibung des touristischen Marketings für die Region und Verkauf von Marketing- und Kommunikationsleistungen für Leistungsträger/Partner.			

3.2 Mitarbeiter		2013/14	2012/13
		Anzahl	Anzahl
Voll- und Teilzeitstellen		30	28

3.3 Leasingverbindlichkeiten		2013/14	2012/13
		CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr		33'875	33'875
Fälligkeiten in 1 bis 5 Jahren		33'795	67'670
Total		67'670	101'545

Per 01.06.2012 wurde ein Leasingvertrag für ein Multifunktionsgerät abgeschlossen. Die Laufzeit dauert bis 31.05.2016.

3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen		2013/14	2012/13
		CHF	CHF
Kurzfristig Swiss Life, Zürich		25'197	46'540

3.5 Belastung von Aktiven zur Sicherung eigener Verpflichtungen		2013/14	2012/13
		CHF	CHF
Pfand- und Verrechnungsrecht der Banken gemäss den allgemeinen Geschäftsbedingungen		2'540'977	1'536'042

3.6 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2013/14 haben.



Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
Lenzerheide Marketing und Support AG
Vaz/Obervaz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das den Zeitraum vom 1. Juni 2013 bis 30. April 2014 umfassende Geschäftsjahr geprüft. Die Prüfungsarbeiten wurden am 16. Juli 2014 beendet.

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

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

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

PricewaterhouseCoopers AG

Bruno Räss
Revisionsexperte
Leitender Revisor

Dr. Hans Martin Meuli
Revisionsexperte

Chur, 20. August 2014

Beilagen:

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

PricewaterhouseCoopers AG, Gartenstrasse 3, Postfach, 7001 Chur
Telefon: +41 58 792 66 00, Telefax: +41 58 792 66 10, www.pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG ist Mitglied eines globalen Netzwerks von rechtlich selbständigen und voneinander unabhängigen Gesellschaften.

Ferienregion Lenzerheide
Lenzerheide Marketing und Support AG
Voa Principala 80
CH-7078 Lenzerheide

Tel. +41 (0)81 385 57 00
Fax +41 (0)81 385 57 02
info@lenzerheide.com
www.lenzerheide.com