

Geschäftsbericht

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG 2018/19



Lässt Herzen höher schlagen.

Inhalt

Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Mitarbeitende	3
Bericht des Präsidenten	4
Bericht des Geschäftsführers	6
Berichte aus den Abteilungen	
Business Development	9
Leistungsträger Support	11
Tourist Services	12
Marketing Kommunikation	13
Eventsupport	15
UCI Mountain Bike World Championships	17
PR/Medien	18
Entwicklung der Logiernächte	19
Jahresrechnung 2018/19	
Bilanz	20
Erfolgsrechnung	21
Anhang	22
Gewinnverwendung	23
Bericht der Revisionsstelle	24

Das Team - Erfolgsfaktor Nr. 1

Verwaltungsrat

Ernst «Aschi» Wyrsch – Präsident
Nico Pesko – Vize-Präsident
Yvonne Brigger-Vogel
Ariane Ehrat
Aron Moser
Giancarlo Pallioppi
Margrith Raschein

Geschäftsleitung

Bruno Fläcklin – Geschäftsführer
Marc Schlüssel – Leiter Marketing/Kommunikation/Eventsupport

Assistenz und Lernende

Cathrin Bossert – Projektleiterin IT
Sarah Lauerburg – Assistenz GL/Projekte
Nina Riesen – 3. Lehrjahr
Stefan Ammann – 2. Lehrjahr
Dshamilja Camenisch – 1. Lehrjahr

Tourist Services

Curdin Bergamin – Leiter Tourist Services
Lucia Züger – Stv. Leiterin Tourist Services
Sabine Batiste – Lenzerheide
Ines Hemmi – Lenzerheide
Kim Osinga – Lenzerheide
Gaby Pfosi – Churwalden
Elke Schatz – Churwalden
Gabi Schumacher – Parpan
Anne-Rose Simeon – Lantsch/Lenz

Events und Eventsupport

Sara Bosshard – Eventmanagerin
Maurin Malär – Eventmanager
Jacqueline Odermatt – Eventmanagerin
Marina Schmid – Eventmanagerin
Elena Scuri – Eventmanagerin

Kampagnen / Projekte

Nicole Gysi – Kampagnen-/Projektmanagerin Familien & Nordic
Pascal Krieger – Kampagnen-/Projektmanager Bike

Kommunikation

Ornella Bonifazi – Channel Managerin Print, CI/CD
Carmen Hartmann – PR/Medien
Marcel Meyer – Channel Manger Online, Social Media & Dialog Marketing
Kerstin Schöffler – Channel Managerin Deskline, Marktplatz
Nadine Schrepfer – Praktikantin digitale Projekte
Marlen Schwarz – PR/Medien
Fabienne Süss – Channel Managerin Web, App, CRM und Managerin Märkte

Volatil, Ungewiss, Komplex, Ambivalent (VUKA) – die LMS AG mittendrin und gefordert von der VUKA-Welt

Vier Eigenschaften prägen unsere Zeit – gesellschaftlich, wirtschaftlich und global. Die Welt ist volatil, ungewiss, komplex und ambivalent – kurz «VUKA» – geworden. Ich möchte diese vier Eigenschaften kurz beleuchten und ihren Einfluss auf das Wirtschaften der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) rasch erläutern.

Volatilität

Volatilität meint die Natur und Dynamik des Wandels, welche enorme Kräfte entfaltet; sie fungiert als Ventil, wenn weitreichende Veränderungen anstehen. Volatilität ist in unserer Gesellschaft in Form einer andauernden Unberechenbarkeit und Unbeständigkeit präsent. Letztere begleitet unser Handeln nicht zuletzt deshalb, weil auch das Umfeld je länger je unstabiler wird und Veränderungen – kleine wie grosse – völlig unerwartet (also unberechenbar) eintreten.

Was dies für die LMS konkret heisst, zeigt der Blick auf das Geschäftsjahr 2018/19. Dieses war geprägt von vielen kurzfristigen und kaum planbaren Ereignissen – ich nenne als Beispiele das unerwartete Verhalten von Leistungsträgern, plötzlich auftretende Krankheiten und Ausfälle bzw. Abgänge von Führungskräften und Mitarbeitern sowie überraschende Wendungen in der Weltpolitik. Die LMS musste lernen als Team loszumarschieren, noch ehe alle Fakten zu 100 Prozent überprüft werden konnten. Volatilität in Gesellschaft und Wirtschaft verlangt zuweilen rasches Handeln.

Ungewissheit

Mit dem Stichwort Ungewissheit verbinde ich einen Mangel an Berechenbarkeit, zuweilen eine «Überrumpelung» durch kurzfristig auftretende Veränderungen und leider oft auch ein fehlendes Bewusstsein und Verständnis für Themen und Ereignisse. Ungewissheit geht einher mit Unsicherheit. Diese ist in unserer Branche derzeit besonders gross, finden doch massive Veränderungen in für uns wichtigen Märkten – namentlich in Deutschland, China und den Golfstaaten – statt. Zudem birgt der Klimawandel für Schneesport-Destinationen grosse Ungewissheiten.

Lassen Sie mich aber drei konkrete Beispiele nennen, die bei der LMS seit einiger Zeit und auch in unmittelbarer Zukunft Ungewissheit erzeugen:

- Der Frankenkurs – bleibt er «solide», also im Vergleich zum Euro zwischen 1.12 und 1.16?
- Das Wetter – «tourismusfreundlich» ist dieses in Lenzerheide dann, wenn der Sommer heiss und das Wetter gleichbleibend schön ist, der Winter schneereich und an den Wochenenden die Sonne vom blauen Himmel lacht.
- Deutsche Gäste – wir haben viele von ihnen verloren; ob wir sie zurückgewinnen können oder sie der Schweiz dauerhaft fernbleiben, ist für unsere Destination von strategischer Bedeutung.

Komplexität

Unser gesamtes Umfeld wird laufend vielfältiger und damit auch komplexer: Das betrifft die Gesellschaft als Ganzes ebenso wie Unternehmen und das Leben eines jeden Einzelnen. Immer und überall stehen zahlreiche Optionen offen, dadurch werden Entscheidungen komplexer. Gesamthaft, wie auch im Detail. Weil auch Systeme zusehends komplexer werden, geht vielerorts die Übersicht verloren. Typisch für unsere Gesellschaft ist die Zunahme von Zirkelschlüssen und wechselseitigen Abhängigkeiten. In einer zunehmend komplexeren Welt funktioniert ein Denken in Ursachen-/Wirkungs-Beziehungen nicht mehr.

Die Komplexität in Gesellschaft und Wirtschaft stellt die LMS vor wichtige Fragen: Können wir uns auch in Zukunft darauf verlassen, dass die Schweizer Gäste der Lenzerheide treu bleiben? Oder müssen wir uns breiter aufstellen und neue Märkte erschliessen? Auf welche neuen Märkte sollen wir unsere Marktbemühungen fokussieren? Auf die Golfstaaten? Auf China? Oder auf die USA?

Ambivalenz

Ambivalenz ist das Fehlen einfacher Ursachen-/Wirkungs-Zusammenhänge, gepaart mit einer verwirrenden, unverständlichen Realität. Weil Planbarkeit fehlt, nehmen Fehlinterpretationen zu. Die Einschätzung einer konkreten Situation und deren Bewertung werden immer schwieriger, selbst Experten können nicht mit Sicherheit sagen, was «richtig» ist – die innere Einstellung der Entscheidungsträger bleibt ambivalent, weil die Ausgangslage nicht stabil, sondern volatil und komplex ist.

Fortsetzung auf Seite 5



Im Geschäftsfeld der LMS lässt sich die Ambivalenz unserer Zeit einfach an zwei Beispielen erklären:

- Gefragt ist nachhaltiger Erfolg. Bitte schnell und mit guten Wirtschaftszahlen unterlegt. (Was für ein herrlicher Widerspruch!)
- Als Touristiker ist es unser oberstes Ziel, Menschen dazu zu bewegen, in die Berge zu reisen; diese Menschen sollen aber gleichzeitig auf ihren ökologischen Fussabdruck achten, um Umwelt und Klima zu schützen.

Geschätzte Leserinnen und Leser dieses Geschäftsberichts, Sie sehen, wir Touristiker müssen in alle Richtungen beweglich sein und eine hohe Anpassungsfähigkeit im täglichen, strategischen und operativen Handeln an den Tag legen. Ein Beispiel dafür ist die Unternehmensstrategie; normalerweise «lebt» eine solche vier bis fünf Jahre. Diese «Masseinheit» galt bis vor kurzem. In der VUKA-Welt aber werden bereits nach einem bis zwei Jahren Strategieveränderungen notwendig. Die LMS hat ihre Strategie im Geschäftsjahr 2018/19 mit Unterstützung von Peder Plaz, Geschäftsführer des Wirtschaftsforum Graubünden, an die derzeitigen Herausforderungen angepasst. Heute orientieren sich Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, LMS Mitarbeitende und Leistungspartner an dieser neuen, topaktuellen Strategie.

Die Zusammenarbeit mit der neuen Vertriebsabteilung «Berg» unter der Leitung von Ariane Ehrat dürfen wir mittlerweile als hervorragend bezeichnen. Das Zusammenspiel mit den Gemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden, Lantsch/Lenz und der Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB) sowie der Bürgergemeinde Vaz/Obervaz haben wir im Mehrpunkteplan «wie weiter in Zukunft» mehrfach geübt; es hat sich harmonisiert und funktioniert partnerschaftlich.

Das im letzten Präsidentenbericht erwähnte touristische Abgabegesetz (TAG) wird im Herbst 2019 von der Politik aufgelegt; die Volksabstimmung dazu ist im Frühjahr 2020 geplant.

Bis dahin bleibt genügend Zeit, das TAG, dessen Notwendigkeit und Vorzüge der Bevölkerung zu erklären. In meinen Augen ist das TAG ein sehr entscheidendes Instrument, um den Drive der LMS hoch halten zu können.

Ich möchte unserer Geschäftsleitung Bruno Fläcklin und Marc Schlüssel sowie unseren tollen Mitarbeitenden herzlich für ihren grossartigen Einsatz für die Ferienregion Lenzerheide danken. Ebenso auch meinen Verwaltungsrats-Kollegen; die Zusammenarbeit im Verwaltungsrat der LMS bereitet mir viel Freude, sie ist geprägt von grosser gegenseitiger Akzeptanz und Rücksichtnahme. Trotzdem fordern wir uns gegenseitig sehr – zum Wohle der Lenzerheide.

Unabhängig davon, was die Zukunft bringt, bleibt die LMS beweglich und stets am Ball; wir lassen uns von guten Beispielen anderswo inspirieren, wollen aber gleichzeitig andere Destinationen durch unser Wirken und unsere Ideen motivieren.

Abschliessend möchte ich Sie ermuntern: Suchen Sie den Kontakt mit uns – ob beim regelmässig stattfindenden «Gesprächsstoff», per Telefon, E-Mail oder spontan bei einer direkten Begegnung hier in Lenzerheide. Ich freue mich auf den Kontakt mit Ihnen.

Ernst «Aschi» Wyrsch
Verwaltungsratspräsident



Ein Jahr im Zeichen der Veränderung

Das neunte Geschäftsjahr der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) war zugleich das erste Jahr nach der Reorganisation der Unternehmung. Geprägt von Neuanfängen, von Lernprozessen, von neuen Erfahrungen, von emotionalen Hochs und Tiefs und einem absoluten, kaum zu übertreffenden Höhepunkt, den UCI Mountainbike Weltmeisterschaften im September 2018.

Das Geschäftsjahr zeigte, wie wichtig eine vernetzte, innovative, partnerschaftlich agierende, zukunftsorientierte Destinations-Management-Organisation ist und dass Erfolg nur durch Zusammenarbeit aller Beteiligten eintritt. Dieses Zusammenspiel macht die Freude und den Einsatz für unsere Arbeit aus, tagein und tagaus!

Organisation

Auf das Geschäftsjahr 2018/19 hin wurde das neue Organigramm mit den neuen Stellenbeschrieben implementiert und durch die beiden zuständigen Personen Andreas Wirth und Seraina Schöb step-by-step umgesetzt. Die neuen Aufgaben erforderten von Mitarbeitenden wie Leistungsträger und Partnern ein Umdenken. Gemeinsam wurde in vielen Meetings und Gesprächen der neue Weg geebnet und Anpassungen an die Reorganisationsgedanken umgesetzt. So gesehen ist die «neue» LMS noch wichtiger geworden als Schnittstelle zwischen der Destination, den Leistungsträgern und dem Markt. Nach einem Jahr mit der neuen Struktur können wir sagen, dass alle Involvierten ihre neuen Aufgabenbereiche kennen und diese fachgerecht umsetzen. Auch unsere Leistungsträger sind sich grösstenteils ihrer Aufgaben bewusst und unterstützen den neuen Weg. Die LMS ist überzeugt, dass dieses Reorganisationsjahr keinen Einfluss auf die Bekanntheit, die Angebotspräsentation oder das Buchungsverhalten haben wird, da die Unstimmigkeiten und die Veränderungen extern nicht gespürt wurden.

Personelles

Per 1. Mai 2018 trat Marc Schlüssel seine Stelle als neuer Leiter Marketing, Kommunikation und Eventsupport an. In diesem ersten Geschäftsjahr musste er im «kalten Wasser» schwim-

men lernen. Einerseits übernahm er ein komplett reorganisiertes Team, welches sich gemeinsam mit ihm in die neuen Aufgaben einarbeiten musste, andererseits waren viele Projekte bereits am Laufen; da war schnelles einarbeiten gefragt.

Marc Schlüssel hinterliess bereits in seinem ersten Jahr einige Spuren im Marketingbereich, stiess neue Projekte an, welche in den nächsten Jahren der Destination noch mehr Aufmerksamkeit bringen werden.

Eine Reorganisation bringt immer personelle Wechsel mit sich. Wir dürfen erfreut feststellen, dass alle offenen Stellen schnell und mit kompetenten Personen besetzt werden konnten. Die LMS scheint eine attraktive Arbeitgeberin zu sein, vor allem aufgrund der tollen Projekte und der innovativen Ausstrahlung nach Aussen. Für das kommende Jahr muss sich die LMS überlegen, welche Arbeitsmodelle für eine Destinations-Management-Organisation zukunftsfähig sein werden. Einerseits die stetig steigenden Arbeitsvolumen, die Eventdichte aber auch der junge Arbeitsmarkt, welcher Modelle wie Homeoffice, Teilzeitarbeit oder Mandatsaufträge fordert. Das Personal ist und bleibt die DNA jeder erfolgreichen Destination.

Operatives Geschäft

Marketing Kommunikation

Das Marketing Kommunikationsteam hatte im vergangenen Geschäftsjahr zwei Aufgaben. Einerseits musste das neue Kampagnen- und Kommunikations-Konzept nach der Reorganisation eingeführt und umgesetzt werden, andererseits durfte das Tagesgeschäft nicht vernachlässigt werden. Dieser Spagat verlangte viel von den Mitarbeitenden. Sie meisterten diese Challenge mit Bravour! Die neue Führung der Abteilung durch Marc Schlüssel, der ein nicht minder schweren Start vollbracht hat, trug wesentlich dazu bei. Durch Marc Schlüssel kommen viele neue Inputs im Bereich Kommunikation, Positionierung und Netzwerk zur LMS, welche uns gut tun und uns für die Zukunft fördern, aber auch unterstützen in der richtigen Aufstellung des wichtigen digitalen Marketings.

Fortsetzung auf Seite 7





Eventsupport

Der Eventsupport leistete auch in diesem Geschäftsjahr Grosses! Die UCI Mountainbike WM war sicherlich für das ganze Team ein Höhepunkt, begleitet von vielen kleineren Events und der Planung für die nächsten grossen Geschichten wie der Swiss Epic, die Biathlon Jugend und Junioren Weltmeisterschaft oder die Universiade. Das Team veränderte sich nach der WM, gestandene Eventler verliessen uns und neue, gute Kräfte stiessen dazu, sodass wir guten Mutes in die Eventvorbereitungen 2019 – 2022 starten können.

Arosa Lenzerheide

Die vier Unternehmen Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB), Arosa Bergbahnen AG (ABB), Arosa Tourismus (AT) und LMS führen den gemeinsamen Marketingpool sowie einzelne Projekte wie bisher weiter. Neben dem Marketingeinsatz von rund CHF 0.9 Millionen führten wir im letzten Jahr die neue Webseite arosalenzerheide.swiss mit dazugehörigem Marktplatz ein. Nach einigen Startschwierigkeiten kommen wir hier langsam in Fahrt.

Trotz gutem Austausch und gemeinsamen Projekten tut die LMS gut daran, immer wieder zu hinterfragen, was und welche Projekte/Produkte unter Arosa Lenzerheide laufen sollen, damit der Markt den Absender der Message auch erkennen und die Lenzerheide seine aufgebauten Stärken voll ausspielen kann. Diese Frage wird uns im nächsten Geschäftsjahr verstärkt beschäftigen, da sich die Marke «graubünden» meldete und von der LMS eine klare Strategie zur Verwendung der Destinationmarke verlangt.

Verkauf und Vertrieb

Die LBB/ABB bauten nach dem Rückzug des Marketingmandates bei der LMS den Verkauf und Vertrieb selbständig auf. Nach einigen sehr guten Gesprächen mit Projektleiterin Ariane Ehrat unterstützt die LMS diesen Aufbau und spricht die Leistungsträger gemeinsam an. Mittels des neu ins Leben gerufenen Sales Circles werden die Leistungsträger über die Marktfragen, das Marktumfeld und die Art der Offertstellung informiert und gleichzeitig erfolgt ein intensiver Austausch. Die LBB/ABB übernehmen für die Destination die Sales-Events der Partner Graubünden Ferien (GRF) und Schweiz Tourismus (ST) und sind Ansprechpartner für die Destination. Der gemeinsame Auftritt im Jelmoli an der Bahnhofstrasse Zürich wurde

von Ariane Ehrat aufgegleist und durch die LMS finanziell mitgetragen. Die LBB/ABB machen hier eine Destinationsaufgabe, welche die LMS in dieser Konsequenz und Professionalität aus Ressourcengründen nicht hätte machen können. Ein Ausbau der gemeinsamen Zusammenarbeit wird die Destination auf jeden Fall weiterbringen.

Strategisches Geschäft

Die LMS erarbeitete im vergangenen Jahr im Bereich Business Development und in Zusammenarbeit mit den Gemeinden, der LBB und der Bürgergemeinde Vaz/Obervaz eine Destinationsentwicklungsstrategie, die als Leitfaden für die Entwicklung der drei Gemeinden – in Bezug auf touristisch relevante Themen – dienen soll. Parallel zu dieser Strategie arbeitete die LMS auch eine Marketingstrategie für die Unternehmung aus. Diese beiden Papiere sollen die LMS die nächsten fünf Jahre unterstützen, um einerseits die Aufträge der Gemeinden umzusetzen und andererseits auch die Finanzierungen dieser sicherzustellen.

UCI Mountainbike WM 2018

Als Andreas Wirth und ich im Oktober 2013 das Gesuch für die Durchführung von drei Mountainbike Weltcups 2015–2017 und der Mountainbike Weltmeisterschaft 2018 einreichten, war uns wahrscheinlich nicht bewusst, welches Arbeitsvolumen und welche Begeisterung wir mit diesem neuen Eventprojekt auslösen werden.

Der Zieleinlauf von Nino Schurter am Samstagabend vor einer fantastischen Kulisse von 24'000 Zuschauern war nicht das Ende der Veranstaltung, aber sicher der Höhepunkt! Und eine grosse Bestätigung für uns, das OK und alle beteiligten Partner, Helfer und Organisationen.

«Die Beste WM aller Zeiten» waren sich Athleten, Betreuer, Verbände und Zuschauer einig! Und wer die fünf Wettkampftage mit über 65'000 fanatischen Zuschauern – von den Juniorenrennen bis hin zur Elite mitverfolgte, konnte diese Aussagen bestätigen. Lenzerheide zeigte einmal mehr zu was sie als Eventveranstalterin fähig ist. Für mich in meinen 22 Jahren als Touristiker ein einzigartiger Moment der Genugtuung und der überaus grossen Freude!

Fortsetzung auf Seite 8

Zukunftsansichten

Trotz eines tollen Sommers mit guten Buchungen, vielen Events und einem Jahrhundertwinter braucht der Tourismus auch in den kommenden Jahren innovative Ideen, Mut zur Lücke und Fokussierung auf die wesentlichen Destinations-Positionierungs-Punkte. Die Internationalisierung, welche uns neue Gäste bringen soll und vor allem die Nebensaison-Zeiten mit höheren Auslastungen beleben soll, wird ein Schlüsselprojekt sein. Auch die Erweiterung des Eventportfolios mit der Professionalisierung des Eventsupports, neuen Grossevents wie der Biathlon Jugend und Junioren Weltmeisterschaft oder internationalen Formaten wie der Swiss Epic sind immer wichtiger. Weiter fordert die Digitalisierung je länger je mehr Spezialisten und Fachkompetenz sowie immer neue Infrastrukturen.

Um diesen Herausforderungen in der Zukunft gewachsen zu sein, braucht die LMS mehr Ressourcen, in personeller und finanzieller Hinsicht. Das neue Tourismusgesetz, welches von den Gemeinden ausgearbeitet wird, ist ein wichtiger Bestandteil dieser Finanzierung. Aber auch weitere Partnerschaftsverträge und Kooperationen mit den Leistungsträgern sind wichtig, um diese Herausforderungen für die Zukunft meistern zu können.

Ich bin der festen Überzeugung, dass die «neue» LMS für die kommenden Herausforderungen gewachsen ist und in dieser Konstellation auch im nächsten Geschäftsjahr einen wesentlichen Anteil am Erfolg der Destinationspartner haben wird.

Ich bedanke mich bei meinen Mitarbeitenden, welche in diesem Jahr einen ausserordentlichen Job machten. Die Unterstützung des Verwaltungsrates und die stetige Bereitschaft unseres Präsidenten Aschi Wyrsch als Sparringpartner der Geschäftsleitung und als Vermittler bei Kommunikationsschwierigkeiten sind für uns wichtig. Und ein grosser Dank gehört den Destinationsgemeinden, welche mit ihrer finanziellen Unterstützung immer wieder zeigen, dass Tourismus der Wirtschaftsfaktor der Region Lenzerheide ist. Und zu guter Letzt allen Leistungsträgern und Partnern, welche unsere Arbeit unterstützen, uns fordern und begleiten und mit uns Erfolge feiern möchten.

Aufgrund von gesundheitlichen Problemen konnte ich das Geschäftsjahr 2018/19 nicht mehr selbst abschliessen. Das Team der LMS muss die nächsten fünf Monate ohne meine direkte Präsenz auskommen und wird dies – wie immer – ausserordentlich gut meistern! Ich freue mich, ab Herbst 2019 wieder aktiv ins Tourismusgeschehen der Ferienregion Lenzerheide eingreifen zu können.

Bruno Fläcklin
Geschäftsführer
Tourismusdirektor
Ferienregion Lenzerheide



Neue Strategie als Grundlage der Entwicklung

Die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) hat seit ihrer Gründung vor neun Jahren die Entwicklung der Destination mit ihrem Produktmanagement und den daraus entstandenen Projekten mit Gemeinden und Partnern mitentwickelt. Die Produktmanagementabteilungen Bike, Alpiner Schneesport, Nordic und Familie haben die letzten Jahre Projekte wie die Masterpläne, Nordic und Biathlon Angebote, Familien-Themenwege oder Bergangebote massgeblich und ohne Auftrag mitentwickelt und begleitet. Im Rahmen der Reorganisation wurde den Geldgebern aufgezeigt, dass diese Aufgaben nicht ins Kerngebiet einer Marketing- und Kommunikationsunternehmung wie der LMS gehören. Im Rahmen eines Destinationsmanagement-Ansatzes möchte die LMS diese Teile weiterhin führen und unterstützen, jedoch über eine separate Finanzierung der Gemeinden (Wirtschaftsförderung).

Die drei Destinationsgemeinden haben eine jährliche Pauschale für eine Abteilung Business Development gesprochen, welche es der LMS ermöglicht, weiterhin verschiedene Entwicklungsprojekte mit den Partnern zu begleiten und erfolgreich umzusetzen.

Die Schwerpunkte lagen in diesem Jahr bei folgenden Themen:

Strategie Entwicklung

Die LMS führte im Auftrag und in Zusammenarbeit mit den Destinationsgemeinden sowie Hanser Consulting Zürich den Prozess einer neuen Destinationsentwicklungsstrategie durch (ehemals 7 Punkte Plan). Dieses Papier dient den Gemeinden, der Bürgergemeinde sowie den wichtigsten touristischen Leistungsträgern als Leitfaden für die Entwicklung der nächsten fünf bis zehn Jahre. Das Papier ist von allen Partnern genehmigt.

Gleichzeitig hat die LMS untergeordnet zur Destinationsentwicklungsstrategie eine neue Marketingstrategie erarbeitet. Diese baut auf den Kernaussagen der Destination auf und fördert den Event, Marketing und Kommunikationsauftrag der LMS. Auch hier hat die LMS auf die Unterstützung von Hanser Consulting Zürich zählen können.

Märkte Entwicklung

Im Rahmen der Märkte Entwicklung hat die LMS gemeinsam mit den Lenzerheide Bergbahnen die Verkaufs- und Vertriebsaufgaben geklärt und optimiert. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Marktbearbeitungen mit ST und GRF wurde der Markt Dänemark mit einer Marketingunternehmung bearbeitet, die ersten Erfolge im Bereich Familie und Freeriden konnten erzielt werden. Auch wurden die Vorarbeiten für die Bearbeitung der Märkte Golfstaaten (GCC) und China durch nationale Partner gestartet.

Digitalentwicklung

Im Auftrag der Gemeinden implementiert die LMS bei Leistungsträgern und Partnern das elektronische Meldewesen Deskline und die digitale Gästekarte. Ziel dieses Projektes ist es, ab 1. Dezember 2019 sämtliche Gästemeldungen über das neue Meldesystem laufen zu lassen und allen Gästen die neue Gästekarte auszuhändigen. Dafür wurde eine Praktikumsstelle geschaffen, welche sich um die technischen und operativen Umsetzungen kümmert. Das Projekt konnte bis Ende Geschäftsjahr erfolgreich gestartet werden und das Meldewesen läuft seit Mai 2019 in grossen Teilen der Partnerbetriebe.

Fortsetzung auf Seite 10

Produktentwicklung

Im Bereich der Produktentwicklung übernimmt die LMS zwei Rollen. Entweder sie geht in die Verantwortung und führt Projekte an, oder sie unterstützt als Kompetenzstelle neue Projektideen von Leistungsträgern. Hier eine Auflistung von Produkt-Projekten, in welche die LMS involviert war und ist:

- Bike Masterplan 2.1 und 3.0
- Langlauf Planung 2.0
- Gravel und Road GRF
- Golf Graubünden GRF
- Lutoxia – Nachtschlitteln
- Kultur am Pass – Kulturtage «Auch hier ist Welt»
- Dorfklang – das Lenzerheidner Dorfradio
- Positionierungskonzepte Churwalden und Parpan

Partnerschaften

Neben der bestehenden Partnerschaft mit Skoda Schweiz (Geschäftsautos) konnte die LMS im vergangenen Geschäftsjahr folgende neue Partner an die Destination binden.

EV Zug

Mit dem EVZ wurde eine dreijährige Partnerschaft im Bereich Sponsoring abgeschlossen. Mit einer Bande in der Bosshard Arena und direktem Zugang zu den VIP-Sponsoren des EVZ wird versucht, Firmenkontakte im Wirtschaftsraum Zug zu finden. Präsenz an den Spielen, Sponsoren-Skitage oder Promotionen stehen hier im Zentrum der Aktivitäten.

ScottSRAM Mountainbike Team

Mit dem Team von Weltmeister Nino Schurter wurde eine Zusammenarbeit im Bereich der Team-Vermarktung getroffen. Lenzerheide darf die Team-Mitglieder für Aktivitäten nutzen und profitiert gleichzeitig vom Wissen von Thomas Frischknecht im Bereich Trailplanung. Das Team ScottSRAM unterstützt kommunikativ ebenfalls aktiv den UCI MTB Weltcup 2019 in Lenzerheide.

Die LMS nimmt den Auftrag der Destinationsentwicklung sehr ernst. Als einzige Organisation, welche von allen drei Gemeinden einen direkten Auftrag erhält, kann sie Gemeindegrenzen übergreifend argumentieren und Partner zusammenbringen. Hier ist noch grosses Potential vorhanden, das nur mit neuen Ressourcen ausgeschöpft werden kann.

Bruno Fläcklin

Geschäftsführer
Tourismusdirektor
Ferienregion Lenzerheide



Austausch als Schlüssel zum Erfolg

Mit der Reorganisation der Lenzerheide Marketing und Support AG haben wir uns die Betreuung und Unterstützung sowie die Förderung unserer Leistungsträger im Rahmen einer Support Abteilung auf die Fahne geschrieben. Grundsätzlich geht es darum, die Leistungsträger und Partner mit Informationen zu Branchentrends, mit Statistiken aber auch mit Workshop- und Weiterbildungsangeboten nationaler und regionaler Partner zu bedienen. In Ergänzung sollen mittelfristig aber auch Themenworkshops für Lenzerheide und angrenzende Destinationen (Arosa, Bergün, Savognin Bivio Albula, Chur) organisiert werden, um die Partner auf hohem Niveau mit neuen Themen vertraut zu machen.

Aufgrund der Fokussierung der Geschäftsleitung auf die anderen, reorganisierten Abteilungen wurde der Leistungsträger Support in diesem Geschäftsjahr auf dem Minimum durchgeführt. Folgende Tätigkeiten wurden unterstützt:

Hotelierstamm

Die Geschäftsleitung nimmt regelmässig am Hotelierstamm von Hotelleriesuisse Lenzerheide Valbella teil. Dort informiert die GL aus erster Hand zu Themen der Destination und steht für Auskünfte, Fragen und Inputs zur Verfügung

Treffen der IG Gruppenunterkünfte

Einmal pro Jahr nimmt die GL LMS an einem Infoanlass der IG Gruppenunterkünfte teil und informiert die Gastgeber über Neuigkeiten.

Treffen der Grossvermieter

Auf Initiative der LMS finden seit Mai 2018 wieder Treffen der Grossvermieter von Ferienwohnungen der Region statt. Diese werden bei einem Gastgeber durchgeführt, welcher seinen Betrieb vorstellen kann. Im Rahmen des anschliessenden Austausches werden gemeinsam relevante Themen diskutiert.

Branchen Newsletter

Die LMS versendet monatlich einen Branchen Newsletter an alle interessierten Partner/Leistungsträger. Dort wird über die neusten Themen der Destination, Angebote, Trends und Statistiken informiert.

Vermietungsmanagement

Unsere Channel Managerin Desklina und Marktplatz Kerstin Schöffler konnte im vergangenen Jahr einige Verbesserungen im Bereich der Vermietungsfähigkeit für FeWo-Anbieter aufzeigen. Der direkte Austausch sowie die Möglichkeit, gezielt die Angebote unserer Vermieter zu analysieren, kommen den Anbietern zu Gute.

Der Austausch mit und unter den Leistungsträgern wird sich in den nächsten Jahren als zusätzlicher Schlüssel für Erfolgsergebnisse erweisen. Die LMS als Kompetenzzentrum, aber auch die Kompetenzen der einzelnen Leistungsträger können in gegenseitigem Austausch zur höheren Qualität der Angebote führen. Die LMS sollte in diesem Bereich künftig noch investieren können. Dazu braucht es aber Ressourcen, welche im Rahmen der neuen Tourismusfinanzierung mit den Gemeinden besprochen werden muss.

Bruno Fläcklin

Geschäftsführer
Tourismusdirektor
Ferienregion Lenzerheide



Präsenz an der Front

Entwicklung der Kontaktzahlen

Zu den Hauptaufgaben der fünf Informationsbüros der Ferienregion Lenzerheide in Churwalden, Lantsch/Lenz, Lenzerheide, Parpan und Valbella gehören neben der Verkaufstätigkeit, die Beratung und Information unserer Gäste am Schalter, per E-Mail und Telefon. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2018/19 in den Informationsbüros in Lenzerheide, Valbella und Churwalden 33'950 Gästekontakte gezählt. Mit rund 15'000 Kontakten ist die persönliche Beratung am Schalter immer noch die wichtigste Kontaktart. Auf telefonische Anfragen entfielen rund 11'400 Kontakte und auf E-Mail Anfragen 7'600 Kontakte. Der Trend mit den rückläufigen Kontaktzahlen setzte sich auch im Geschäftsjahr 2018/19 mit einem Minus von rund 18 Prozent fort. Betrachtet man einzig die Fünf-Jahresentwicklung der Schalterkontakte im Informationsbüro Lenzerheide, so steht ein Rückgang um rund 13 Prozent von 13'230 auf 11'500 Kontakte zu Buche.

Weiterentwicklung und Partnerschaften

Aufgrund der sinkenden Kontaktzahlen wurde die Organisation der Informationsbüros im Geschäftsjahr 2018/19 weiter geprüft und wo nötig entsprechend angepasst. Dabei ging es vor allem darum, attraktive Öffnungszeiten für unsere Gäste zu bieten und dies mit einem effizienten und effektiven Einsatz unserer Mittel zu vereinen. Neben den bereits etablierten Partnerschaften mit der LBB AG in Churwalden, dem Kafikonsum in Parpan und der Biathlon Arena Lenzerheide in Lantsch/Lenz, wurde im vergangenen Geschäftsjahr entschieden, das Informationsbüro in Valbella gemeinsam mit dem Kiosk am Postplatz zu führen. Rückläufige Kontaktzahlen am Schalter, das Bestreben der Skischule ein zusätzliches Büro zu beziehen und eine anstehende Vergrößerung des Kiosks waren die Gründe für diese neue Entwicklung. Im nächsten Jahr stehen der Aufbau und die Etablierung der gemeinsamen Prozesse im Fokus.

Besucherrekord an der Globi Kinderparty

Im Geschäftsjahr 2018/19 wurden durch die Umstrukturierung im Produktmanagement die Verantwortlichkeiten für die Organisation der Gästeprogramme und Familienevents neu im Tourist Office Team angesiedelt. Die Globi Kinderpartys warteten im Sommer 2018, auch dank des hervorragenden Wetters, mit einem Besucherrekord (596 Teilnehmer) auf. Auch beim Heidseeerlauf anlässlich der Heidsee Olympiade konnte ein neuer Teilnehmerrekord erzielt werden. Dies zeigt, dass die traditionsreichen Veranstaltungen bei den Gästen auch weiterhin gefragt sind. Die Planungen für die nächsten Anlässe sind bereits weit fortgeschritten. Dabei wird weiterhin ein Augenmerk darauf gerichtet, die Veranstaltungen weiterzuentwickeln und den aktuellen Bedürfnissen der Gäste anzupassen.

Tourist Office Lab

Aus dem schweizweiten Projekt «Tourist Office 3.0» ging das Folgeprojekt «Tourist Office Lab» hervor. Unter der Projektleitung der gutundgut gmbh arbeiten rund 20 Destinationen gemeinsam an der Zukunft der schweizerischen Tourist Offices. Neben diversen physischen Treffen konnte mittlerweile eine Online-Wissensplattform implementiert werden. Auf dieser Plattform werden diverse Themen, welche die einzelnen Destinationen bewegen, diskutiert und gemeinsam erarbeitet, so z.B. Gestaltung der Offices, virtuelle Informationsbüros, Herausforderungen der Digitalisierung, Statistiken oder Kooperationen.

Curdin Bergamin

Leiter Tourist Services



SNOWBOARD
BERGBAHNEN

INFORMATION

Lenzerheide

Vom Produkt- zum Kampagnenmanagement



Das Geschäftsjahr 2018/19 war ein Jahr des Wandels. Pünktlich per 1. Mai 2018 startete die Lenzerheide Marketing und Support AG das Geschäftsjahr mit einer neuen Organisationsstruktur. Aus den Produktmanagern wurden Kampagnen- und Projektmanager, welche nun gemeinsam mit der früheren Kommunikationsabteilung das Marketing Kommunikation Team bilden. Die einzelnen Geschäftsfelder (Bike, Familie und Nordic) werden weiterhin durch die beiden Kampagnen- und Projektmanager betreut und weiterentwickelt. Gleichzeitig wurde zum Start des Geschäftsjahres auch der gesamte Webauftritt der Ferienregion Lenzerheide überarbeitet und live geschaltet.

Start der neuen Webseite mit Marktplatz geglückt

Die neue Webseite arosalenzheide.swiss konnte sich nach dem Launch Ende April 2018 positiv entwickeln. Gesamthaft wurden über 3,9 Millionen Sitzungen (1,8 Millionen davon auf der Lenzerheide Regionen Seite) generiert, welche über 12 Millionen Franken Umsatz erzielten. Die Sichtbarkeit der neuen Domain entwickelte sich in den Fokusmärkten zielführend und positiv. Im Rahmen von Data Science Analysen, optimiertem SEO, personalisierten Inhalten, einem verbesserten Marktplatz und integriertem CRM (Customer Relationship Management) wird die Seite fortlaufend weiter entwickelt und so das User Erlebnis optimiert.

Der optimierte Marktplatz verfügt aktuell über rund 500 Objekte, welche direkt online gebucht werden können. Im Vergleich zu letztem Jahr wurde eine effektive Umsatzsteigerung von CHF 188'000.00 erzielt. Dies entspricht einer Steigerung von rund 10 Prozent. Neu können über den Marktplatz nicht nur Unterkünfte, sondern auch Angebote und Zusatzleistungen gebucht werden. Der Abverkauf dieser, erzielte Einnahmen von rund CHF 33'000.00. Der Bereich des Marktplatzes wird weiterhin intensiviert und optimiert mit dem Ziel, den Gästen möglichst einfache Buchungsprozesse zu ermöglichen und den Abverkauf von Zusatzangeboten zu steigern.

Eine weitere Anpassung im Onlineauftritt ist der neulancierte Instagram Kanal lenzerheide.inside. Dieser ergänzt die Lenzerheide spezifischen Facebook und Youtube Kanäle optimal. Abgebildet werden hauptsächlich Themen aus dem Tal – so erhalten die strategischen Geschäftsfelder (SGF) Familie und Nordic einen zusätzlichen Distributionskanal, welcher sehr gut funktioniert. Mit dem Aufbau des neuen Kanals wurde die Social Media Strategie und das dazugehörige Konzept überarbeitet.

Erste Schritte in die Welt der Kampagnen

«Raus mit dem Finger!», sagte Sven Johansen und bewarb so die Eröffnung der Langlauf- und Biathlonsaison 2018/19. In den bewusst überspitzten und humorvollen Kurzvideos verkörpert der fiktive norwegische Nordic-Ski-Experte einen disziplinierten Berater und Trainer. Ziel war nicht nur die Bewerbung der Winterstart-Angebote, sondern auch die Auffrischung des Langlauf-Image. Sven kam sehr gut an und wird sich deshalb auch im kommenden Winter für den Langlauf- und Biathlonsport in Lenzerheide stark machen. Die Grundlagen dafür wurden bereits im vergangenen Winter gelegt.

«Ferien für perfekte Familien... oder perfekte Ferien für Familien»

Genau um diese Thematik geht es in der Familienkampagne Sommer 2019. Bewusst überspitzt und lustig wird in zwei Videos und verschiedenen Visuals aufgezeigt, welche Auswirkungen Ferien in Lenzerheide auf Familien haben. So viel lässt sich sagen: Familienferien in Lenzerheide verlaufen nicht ohne Nebenwirkungen. Sie lassen Familien zu einer perfekt eingespielten Einheit mutieren und schaffen gemeinsame Erinnerungen für die Ewigkeit.

Fortsetzung auf Seite 14

Im SGF Bike entschied man sich für 2019 gegen eine Kampagne, da für 2020 Grosses geplant ist. Die Kommunikation für den Sommer 2019 wurde jedoch überarbeitet. Weg von der allgemeinen Bike Kommunikation wurde sie den Bedürfnissen des Gastes angepasst und aufgeteilt. Der Gast findet sich somit in seiner gewohnten Bike-Welt wieder und kann aus angepassten und für ihn relevanten Touren und Angeboten auswählen. Bereits im Herbst 2018 wurden zudem die Leitplanken für die Thematik Mountainbike 2020 und folgend gelegt. Lenzerheide hat sich in den letzten Jahren als Bike Vorzeigedestination etabliert. Andere Destinationen konnten mittlerweile jedoch aufholen und sich ebenfalls entwickeln. Ab 2020 ist das Ziel deshalb klar: Den Benchmark im Mountainbike Tourismus erneut anheben und Lenzerheide vollends zum Bike Mekka entwickeln.

Unterstützung Berg Kampagnen

Der «First Minute Deal» ging in die zweite Runde. Die Schneespottickets für die Wintersaison 2018/19 waren wiederum im Online Ticketshop buchbar. Je früher man sich für einen Schneespottag in Arosa Lenzerheide entschied, desto besser der Deal. Buchbar waren wie gewohnt Tages- und Mehrtageskarten sowie die 4-Stundenkarte. Das Marketing des Schneespottgebietes Arosa Lenzerheide liegt seit Mai 2018 wieder bei den Bergbahnen selbst. Grosse Kampagnen werden weiterhin von der LMS unterstützt und mitgetragen.

Besuch in Zürich und ein Fuss nach Dänemark

Arosa Lenzerheide war von Anfang November bis Ende Dezember 2018 zu Gast bei Jelmoli an der Bahnhofstrasse in Zürich. Mit zahlreichen Aktivitäten wie beispielsweise einer kultigen Foto-Gondel oder der spannenden Pistenbully-Challenge wurden die Besucher des «House of Brands» auf die Wintersaison und Weihnachtszeit eingestimmt. Abgerundet wurde der Auftritt durch die Motta Hütte, welche im Restaurant Sopra zu Gast war.

Der nordische Markt ist schon länger ein Thema für die Ferienregion Lenzerheide. Nun wurde gemeinsam mit der Agentur Umwelt eine Werbekampagne für Dänemark zum Thema «the perfect line» lanciert. Dazu gehört, nebst drei Videos zu verschiedenen Zielgruppen, auch die Partnerschaft mit Copenhill in Kopenhagen, sowie diverse Kontakte zu dänischen Ski-Ambassadeuren.

Zusammen kommen wir weiter

Um die Kontakte im B2B Bereich zu stärken und Neukunden für Arosa Lenzerheide zu gewinnen, ist Lenzerheide neu Sponsor vom EV Zug, Vize-Schweizermeister Eishockey. Durch das Sponsoring erlangt Lenzerheide Zugriff auf eine grosse Netzwerk-Plattform mit spannenden potenziellen Kunden. Hockeyfans dürfte zudem der Lenzerheide Banner aufgefallen sein, welcher die Bande im Zuger Stadion schmückt – mit sehr guter TV-Präsenz natürlich.

Das ScottSRAM Mountainbike Team konnte als Botschafter für die Ferienregion Lenzerheide gewonnen werden. Zum Team gehören die beiden in Lenzerheide gekürten Weltmeister Nino Schurter und Kate Courtney, sowie die beiden Europameister Lars Forster und Andri Frischknecht. Im Gegenzug gilt Lenzerheide als offizieller Partner und «Destination Sponsor» des ScottSRAM Mountainbike Teams.

Marc Schlüssel

Leiter Marketing/Kommunikation/
Eventsupport





Herzklopfen und Emotionen

Athleten, Betreuer, Funktionäre und Fans sind sich einig: An den 2018 UCI Mountain Bike World Championships in Lenzerheide wurde Geschichte geschrieben. Über 65'000 Mountainbike Fans sorgten während den fünf Wettkampftagen für eine einzigartige Stimmung entlang der Cross Country und Downhill Strecke. Nino Schurter meinte nach seinem grandiosen Sieg bei den Elite Rennen am Samstag es sei «die beste Weltmeisterschaft, die der Mountainbike Sport je hatte» und am RIDE Mountainbike Kongress in Davos wurde die WM in Lenzerheide als «Woodstock der MTB Community» bezeichnet. Zu den Weltmeisterschaften gesellten sich viele weitere grosse und kleine Anlässe.

Erfolgreicher Abschluss der 3-Jahres-Serie

Bereits zum dritten Mal traf sich Mitte März 2019 die Schweizer Turnfamilie zum offiziellen STV-Skifest im Schneessportgebiet Arosa Lenzerheide. Rund 260 Turnerinnen und Turner nahmen am sportlichen Skiwochenende bei perfektem Winterwetter teil. Im Unterschied zu den vergangenen beiden Jahren, fanden die Disziplinen alle auf der Westseite statt. Nach insgesamt drei Austragungen in Arosa Lenzerheide zieht das STV-Skifest im nächsten Winter in ein anderes Schneessportgebiet weiter.

Beständigkeit ist Programm

Zum 34. Mal fand im Januar 2019 mit dem Planoiras einer der ältesten touristisch relevanten Winterevents in Lenzerheide statt. Die Teilnehmerzahl ist seit Jahren konstant bei rund 400, wobei sich insbesondere der Jugendlauf am Samstag immer grösserer Beliebtheit erfreut. Seit mehreren Jahren wurde an den Eventstrukturen des Planoiras nichts mehr geändert, weshalb es nun ein «Refreshment» braucht. Das OK wird in den Bereichen Rennformat, Organisationsstruktur und Marketing Neuausrichtungen vornehmen um für die Zukunft bereit zu sein und zeitgemäss agieren zu können.

Saisonverlängerung mit viel Potential

Auch bei der zweiten Austragung vom LIVE is LIFE konnte ein hochkarätiges Lineup mit vielen nationalen und internationalen Top Acts präsentiert werden. Bekannte Namen und das schöne Wetter sorgten für ein ausverkauftes Festival und eine unglaubliche Stimmung. Die positiven Ergebnisse vom ersten Jahr konnten gesteigert werden, wobei dem OK auch dieses Jahr das Wetter in die Karten spielte. Es ist noch ein weiter Weg um sich als «Saisonverlängerungs-Festival» zu etablieren, aber die Marschrichtung stimmt.

Erneuter Besucherrekord

Seit seiner Premiere im Dezember 2013 verwandelte sich der Zauberswald Lenzerheide in einen wahren Publikumsmagneten. Rund 44'000 Besucherinnen und Besucher liessen sich auf die sechste Ausgabe des einzigartigen Sinnesfestivals ein. Die Kombination aus überraschenden Lichtinstallationen, mitreisenden Live-Konzerten und einem feinen kulinarischen Angebot konnte auch in diesem Jahr überzeugen und begeistern. Die Organisatoren sprechen vom «schönsten Zauberswald aller Zeiten».

Biathlon im Doppel

Im Winter 2018/19 wurden erstmalig zwei IBU Wettkämpfe in der Biathlon Arena Lenzerheide durchgeführt. Mit dem IBU Junioren Cup im Dezember 2018 fand die Hauptprobe der IBU Jugend und Junioren WM 2020 statt. Mitte Januar 2019 sorgte der IBU Cup für Stimmung in der Arena, wobei der viele Schnee eine Herausforderung für das OK war. Doch auch diese Prüfung lösten sie mit Bravour.

Fortsetzung auf Seite 16

Bereits im Geschäftsjahr 2018/19 liefen die Vorbereitungen für die kommenden Events im Geschäftsjahr 2019/20 auf Hochtouren.

King und Queen gesucht

Der Sommer 2019 steht ganz im Zeichen eines neuen Bike Events in Lenzerheide. Das Dirt Royale besticht durch ein neues, einzigartiges Rennformat. Bei unterschiedlichen Bike Disziplinen wird der kompletteste Biker gesucht und gekrönt. Verschiedene Wettkampfdisziplinen wie Dual Slalom, OL und Trophy Race, Bikepark Challenges oder verschiedene Spezialwertungen sorgen für Abwechslung und Spass. Konzertbühne und Bar dürfen bei diesem Format natürlich auch nicht fehlen.

Ein Teilnehmeranlass mit internationaler Reichweite

Nach fünf Jahren im Wallis findet das Swiss Epic im Sommer 2019 zum ersten Mal in Graubünden statt. Auf fünf Etappen von Davos über St. Moritz und Lenzerheide zurück nach Davos kämpfen rund 600 Teilnehmer in Zweiertteams um den Sieg. Zwei Teams werden mit je einer beeinträchtigten Person für Lenzerheide und Plus Sport fahren. Eine Mediastory rund um die beiden Teams soll aufzeigen, dass sich Mountainbike als paralympische Disziplin eignet. Zudem kann sich Lenzerheide einmal mehr als kompetente Bike Destination präsentieren. Die grosse Herausforderung wird es sein, aus diesem Teilnehmeranlass nachhaltige Wertschöpfung zu generieren. Doch auch darum ist das OK bemüht.

Lenzerheide weiterhin auf dem Weltcup Kalender der Mountainbiker

Vom 9. bis 11. August 2019 trifft sich die Mountainbike Elite erneut in Lenzerheide. Im 2019 darf Lenzerheide wieder einen Dopperevent mit Cross Country und Downhillrennen durchführen und im 2020 ein Cross Country Weltcup. Neu startet der Event bereits am Freitagabend mit dem Cross Country Short Track. Ein kurzes spannendes Rennen, wo sich die Top 50 XCO Athleten/innen ihren Startplatz für den Sonntag ausfahren. #fullgasmountainbike Lenzerheide bietet auch tolle Side Events, Partys und die Expo.

Tour de Ski zurück in Lenzerheide

Am 28./29. Dezember 2019 trifft sich die Langlauf Elite erneut zum Auftakt der FIS Tour de Ski 2019/20 in Lenzerheide. Es wartet ein Langlauffest mit zwei spannenden Renntagen mit Massenstart und Sprintrennen in der freien Technik. Die Eröffnungsfeier findet am 27. Dezember 2019 erstmalig im Zauberswald Lenzerheide statt. Durch die Verschmelzung von Sport und Kultur wird gemeinsam eine unvergessliche Eröffnungszeremonie kreiert.

Die nächste Weltmeisterschaft steht vor der Tür

Vom 23. Januar bis 2. Februar 2020 messen sich erstmals die besten Nachwuchsathleten aus aller Welt bei den Biathlon Youth and Junior World Championships in Lenzerheide. Erwartet werden rund 460 nationale und internationale Biathleten, welche sich an acht Wettkampftagen in unterschiedlichen Disziplinen messen. Mit dabei sind auch die beiden Schweizer Titelanwärter, Amy Baserga und Niklas Hartweg, welche ihre Goldmedaillen Zuhause verteidigen wollen.

Ein Blick über den Tellerrand

Eigentlich bereits auf Sommer 2019 geplant, bereichert der Gravelbike Event «Grinduro» ab Sommer 2020 die Lenzerheide. Das Format aus Kalifornien begeistert in den USA und Schottland jährlich hunderte Personen. Es handelt sich um ein Bike Festival mit Rennen, wobei der Community-Gedanke an erster Stelle steht. Da Lenzerheide dem Projekt Gravel & Road von Graubünden Ferien angeschlossen ist, passt der Event ins Portfolio obwohl er nicht zu 100 Prozent dem SGF Bike zugeordnet werden kann. Am testRIDE 2019 wird das OK mit Gravel Bikes und weiteren Infos zum Anlass vor Ort sein.

Marc Schlüssel

Leiter Marketing/Kommunikation/
Eventsupport





Die beste Mountainbike WM aller Zeiten!

Mit den UCI Mountain Bike World Championships 2018 erreichte das 4-Jahresprojekt seinen absoluten Höhepunkt. Über drei Weltcups hinweg wurden verschiedene Set Ups getestet, die Gastronomie ausgebaut und die unterschiedlichsten Side Events ausgedacht, damit das OK bei der WM den Zuschauern und Athleten genau das bieten konnte, was man sich bei der WM 2014 in Norwegen vorgenommen hatte: Die beste Mountainbike WM aller Zeiten.

Perfekte Rennen, perfektes Programm

Mit einer grossartigen Eröffnungsfeier wurde die Mountainbike WM so richtig lanciert und was danach folgte waren fünf Tage Gänsehautstimmung pur. Von niemandem wurde das in diesem Ausmass erwartet. Am Mittwoch Gold im Team Relay. Am Donnerstag kämpfte sich Alexandre Balmer zu Gold beim XCO Junior Rennen. Dann das spannende Duell zwischen Alessandra Keller (Gold) und Sina Frei (Silber) beim XCO U23 Rennen. Und zum Abschluss das absolute Highlight mit der Goldmedaille von Nino Schurter am Samstag beim XCO Elite Rennen. Besser hätte man das Drehbuch nicht schreiben können.

Die spannenden Side Events (Social Ride, Movie Night, WhipOff Contest, graubündenBIKE Kids Area), die grosse Expo und Team Area, die vielen Partys und Konzerte, die perfekten Wetterbedingungen und die reichhaltige und abwechslungsreiche Gastronomie waren wichtige Bestandteile, die es brauchte, um Zuschauer und Athleten von A bis Z verwöhnen zu können. Die gesamte Region konnte den Athleten und Teams die perfekten Rahmenbedingungen (Strecken, Gastronomie, Berberbergung) bieten, so dass sie am Tag X ihre Bestleistungen abrufen konnten.

Das OK sorgte dafür, dass jeder Helfer – ob Volunteer, Armee, Reinigungsteam oder Bergbahnmitarbeiter – sich zu 100 Prozent mit der Veranstaltung und der Region identifizierte. Die Sponsoren nutzen die Chance, sich im besten Licht zu präsen-

tieren und sicher auch den ein oder anderen Neukunden gewinnen und begeistern zu können. Die Lieferanten gaben ihr Bestes, damit auch die kleinsten Räder in dieser grossen WM Mühle perfekt aufeinander abgestimmt waren. Die wunderbaren Live-Bilder im Schweizer Fernsehen SRF waren beste Werbung für die Bike Region Lenzerheide, den Kanton Graubünden und die gesamte Schweiz.

Wenn alles aufgeht

Alle die oben aufgeführten Komponenten führten dazu, dass in der Schweiz eine regelrechte Bike Euphorie ausgelöst wurde. Wer hätte sich je erträumen lassen, dass Lenzerheide 65'000 Besucherinnen und Besucher an fünf Wettkampftagen willkommen heissen wird. Auch finanziell konnte man an die sportlichen Erfolge anknüpfen und mit Stolz verkünden, dass man den Event mit einem Gewinn von 75'350 Franken abschliessen durfte. Die zusätzlichen Einnahmen im Bereich Ticketing und Gastronomie sind die Hauptgründe für diesen positiven Abschluss. Aber auch die strikte Einhaltung des vorgegebenen Budgetrahmens durch das gesamte OK trug einen enorm wichtigen Teil dazu bei.

Es war ein riesiges Bike Fest, das für immer in Erinnerung bleiben wird. Dafür bedankt sich das gesamte OK bei allen beteiligten Personen. Es freut sich, dass die Reise weitergeht und man den Zuschlag für zwei weitere Weltcup Rennen 2019 und 2020 erhielt. Mit dem UCI Mountain Bike World Cup vom 9. bis 11. August 2019 dürfen sich die Schweizer Mountainbike Fans erneut auf spektakuläre Cross Country und Downhill Rennen in Lenzerheide freuen.

Christoph Müller

OK Präsident UCI Mountain Bike World Championships 2018



Mountain Bike WM schweizweit in den Medien

Im Bereich PR/Medien bildeten die UCI Mountain Bike World Championships den klaren Höhepunkt im Geschäftsjahr 2018/19. Bereits im Vorfeld wurde der Grossanlass in der eigenen und der Medienarbeit von GRF und ST als Aushängeschild für die (Bike-) Kommunikation genutzt. Insbesondere in der Schweiz war die mediale Aufmerksamkeit vor und während der WM gross.

Im Zeitraum vom 1. Oktober 2017 bis 31. Dezember 2018 hat ARGUS 1022 Print Artikel (nur Schweiz) sowie 2614 Online Artikel (international) zur Mountainbike WM in Lenzerheide erfasst. Dies sind rund vier Mal so viele wie für den World Cup im Juli 2017 (insgesamt 955 Artikel – 200 Print, 755 Online).

Auch der Vergleich zu den beiden Weltcup Anlässen im Winter – der FIS Tour de Ski und dem FIS Ski Weltcup – unterstreicht die aussergewöhnlich hohe Medienpräsenz in der Schweiz. Während die Anzahl der nationalen und internationalen Online News bei beiden Wintersportanlässen um einiges höher liegt, konnten die UCI Mountain Bike World Championships im Print Bereich in der Schweiz einen massiv höheren Wert erzielen. Wobei sich diesbezüglich natürlich auch die Dauer und der Zeitpunkt (Wochenende, Feiertage) der Veranstaltung positiv auswirkte.

- FIS Ski Weltcup: 259 Print / 5727 Online (Mai 17 – April 18)
- FIS Tour de Ski: 176 Print / 5063 Online (Mai 17 – April 18)

Der hohe Anteil an Print Meldungen für die MTB WM sowie die fehlenden Online News zu den Weltcup Anlässen im Winter widerspiegeln sich entsprechend in der Gesamtauswertung im Vergleich zum Vorjahr. Zwischen Mai 2018 und April 2019 wurden durch ARGUS insgesamt 1934 Print Artikel (+15.7%) sowie 5155 Online News (-61.7%) zur Ferienregion Lenzerheide erfasst.

Rund 50 Medienreisen mit über 130 Journalisten

Das Thema Bike und die bevorstehende Mountainbike WM bildeten auch den Fokus der verschiedenen Medienreisen im Sommer 2018. Während 21 Medienreisen konnten insgesamt 69 Journalisten aus der Schweiz, Deutschland, Dänemark, Schweden und Finnland in Lenzerheide begrüsst werden. Damit konnte die Anzahl an Medienreisen im Sommer erneut gesteigert werden (vgl. Vorjahr: 12 Medienreisen, 40 Journalisten).

Auch im Winter konnte die Anzahl an Medienreisen von 22 im Vorjahr auf 28 Medienreisen ausgebaut werden. Da keine grössere Gruppenmedienreise organisiert wurde, sank die Anzahl Journalisten allerdings leicht. Insgesamt besuchten 68 Journalisten aus der Schweiz, Deutschland, Österreich, Italien, Niederlande, Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland, Polen, USA, Australien und Argentinien die Ferienregion Lenzerheide im Winter 2018/19.

Marlen Schwarz PR/Medien



Entwicklung der Logiernächte

Logiernächte Vaz/Obervaz

Geschäftsjahr	Hotel	%*	Fewo vermietet	%*	Gruppen- unterkünfte	%*	Fewo nicht vermietet*1	%*	Camping	%*	Total	%*
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	-2.3	1'062'415	3.8
2014/15	210'316	-2.2	184'623	-2.0	102'325	-1.3	547'658	2.6	18'431	-14.6	1'063'353	0.1
2015/16	200'750	-4.5	184'773	0.1	97'917	-4.3	555'174	1.4	22'124	20.0	1'060'738	-0.2
2016/17	205'474	2.4	190'223	2.9	98'453	0.5	568'584	2.4	17'792	-19.6	1'080'526	1.9
2017/18	227'098	10.5	206'384	8.5	101'973	3.6	583'322	2.6	6'235	-65.0	1'125'012	4.1
2018/19	242'146	6.6	230'869	11.9	108'611	6.5	603'155	3.4	-	-100.0	1'184'781	5.3

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

*2 Bis Geschäftsjahr 2009/10 Bemessungsperiode jeweils November – Oktober

*3 Ab Geschäftsjahr 2010/11 Bemessungsperiode jeweils Juni – Mai

*4 Geschäftsjahr 2013/14 Bemessungsperiode Juni – April

*5 Ab Geschäftsjahr 2014/15 Bemessungsperiode Mai – April

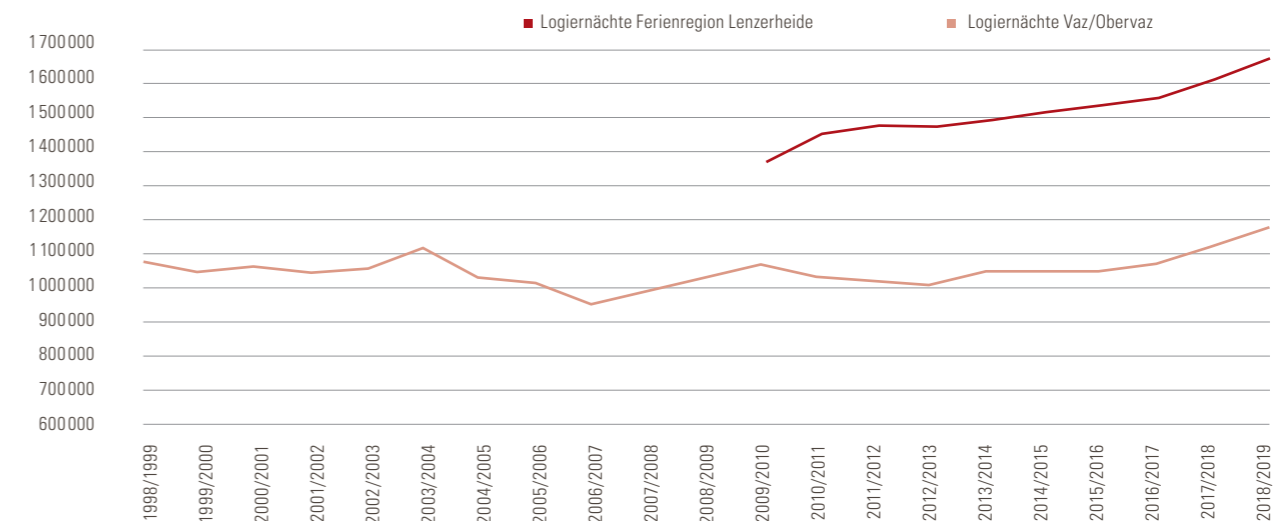
*6 Ab Geschäftsjahr 2017/18 sind die Logiernächte der Camping Eigentümer in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

*7 Ab Geschäftsjahr 2018/19 sind alle Camping Logiernächte in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

Logiernächte Ferienregion Lenzerheide

	2018/19	2017/18	%*
Vaz/Obervaz	1'184'781	1'125'012	5.3
Brienz	37'565	38'938	-3.5
Churwalden/Parpan	319'046	314'453	1.5
Lantsch/Lenz	134'520	127'744	5.3
Total Logiernächte	1'675'912	1'606'147	4.3

*Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Bilanz per 30. April 2019

Aktiven	30.04.2019		30.04.2018		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Umlaufvermögen						
Flüssige Mittel	1'469'155		1'448'632		20'523	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	2.1 609'018		453'775		155'243	
Übrige kurzfristige Forderungen	2.2 42'255		226'698		-184'443	
Vorräte	19'373		27'882		-8'509	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	150'448		126'242		24'206	
Total Umlaufvermögen	2'290'249	100.0	2'283'229	99.6	7'020	0.3
Anlagevermögen						
Sachanlagen	5		9'217		-9'212	
Total Anlagevermögen	5	0.0	9'217	0.4	-9'212	-99.9
Total Aktiven	2'290'254	100.0	2'292'446	100.0	-2'192	-0.1

Passiven	30.04.2019		30.04.2018		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Fremdkapital						
Kurzfristiges Fremdkapital						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.3 727'665		504'974		222'691	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.4 219'328		344'144		-124'816	
Rückstellungen	220'000		440'000		-220'000	
Passive Rechnungsabgrenzungen	496'986		358'914		138'072	
	1'663'979		1'648'032		15'947	
Langfristiges Fremdkapital						
Rückstellungen	250'000		270'000		-20'000	
	250'000		270'000		-20'000	
Total Fremdkapital	1'913'979	83.6	1'918'032	83.7	-4'053	-0.2
Eigenkapital						
Aktienkapital	300'000		300'000		–	
Gesetzliche Gewinnreserve	6'946		6'946		–	
Bilanzgewinn	69'329		67'468		1'861	
Total Eigenkapital	376'275	16.4	374'414	16.3	1'861	0.5
Total Passiven	2'290'254	100.0	2'292'446	100.0	-2'192	-0.1

Erfolgsrechnung 2018/19

	2018/19		2017/18		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
1. Mai 2018 bis 30. April 2019						
Ertrag aus Leistungsverträgen	4'163'811		4'794'451		-630'640	
Übriger Ertrag	1'005'883		1'277'857		-271'974	
Erlösminderungen	-669		–		-669	
Betriebsertrag	5'169'025	100.0	6'072'308	100.0	-903'283	-14.9
Warenaufwand	-18'666		-25'460		6'794	
Personalaufwand	-2'057'225		-2'255'179		197'954	
Sachaufwand	-3'078'360		-3'785'899		707'539	
Betriebsaufwand	-5'154'251	100.0	-6'066'538	100.0	912'287	-15.0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	14'774	0.3	5'770	0.1	9'004	156.0
Abschreibungen	-9'211		-7'985		-1'226	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	5'563	0.1	-2'215	-0.0	7'778	-351.2
Finanzertrag	60		48		12	
Finanzaufwand	–		-85		85	
Betriebsergebnis vor Steuern	5'623	0.1	-2'252	-0.0	7'875	-349.7
Betriebsfremder Ertrag	–		–		–	
Jahresgewinn vor Steuern	5'623	0.1	-2'252	-0.0	-7'875	-349.7
Steuern	-3'762		-1'018		-2'744	
Jahresergebnis	1'861	0.0	-3'270	-0.1	5'131	-156.9

Anhang zur Jahresrechnung (per 30. April 2019)

Rechnungslegung

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. Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend beschrieben bilanziert:

1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungssätze

1.1 Flüssige Mittel

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

1.2 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.

1.3 Vorräte

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

1.4 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.

1.5 Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten erfasst.

1.6 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. Insbesondere beinhalten die Rückstellungen Ausgaben für Grossanlässe.

2. Erläuterungen zur Bilanz und Erfolgsrechnung

2.1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	255'370	292'309
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	353'648	161'466
Total	609'018	453'775

2.2 Übrige kurzfristige Forderungen	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	42'255	226'698
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	–	–
Total	42'255	226'698

Im 2018/19 wurde die von der LMS eingegangene Bürgschaft über TCHF 190 gegenüber dem Verein Bike Weltcup Lenzerheide zurückbezahlt.

2.3 Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	724'505	444'883
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	3'160	60'091
Total	727'665	504'974

2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	208'491	342'011
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	10'837	2'133
Total	219'328	344'144

2.5 Nettoauflösung von stillen Reserven	2018/19	2017/18
	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	243'459	–

3. Weitere gesetzliche Angaben gemäss Art. 959c OR

3.1 Angaben zur Gesellschaft	30.04.2019	30.04.2018	
	Aktienkapital	liberiert	liberiert
Lenzerheide Marketing und Support AG	CHF 300'000	100%	100%
Sitz: Gemeinde Vaz/Obervaz			
Zweck: Gestaltung, Promotion und Verkauf von Produkten der Ferienregion Lenzerheide, Betreuung des touristischen Marketings für die Region und Verkauf von Marketing- und Kommunikationsleistungen für Leistungsträger / Partner.			

3.2 Mitarbeiter	30.04.2019	30.04.2018
	Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	21	21

3.3 Nicht bilanzierte Verbindlichkeiten

3.3.1 Langjährige Verpflichtungen	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	429'033	432'825
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	584'512	909'066
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	–
Total	1'013'545	1'341'891

Die langjährigen Verpflichtungen beinhalten Vereinbarungen mit Graubünden Ferien, Verein Bike Weltcup Lenzerheide, Leistungsvereinbarungen mit der Lenzerheide Bergbahnen AG sowie diverse Sponsoringvereinbarungen und Lizenzverträge, welche nicht innerhalb eines Jahres gekündigt werden können. Neu wurde eine Partnerschaftvereinbarung mit dem EV Zug über TCHF 45 für zwei Jahre abgeschlossen.

3.3.2 Leasingverbindlichkeiten	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	5'748	5'748
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	3'832	9'580
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	–
Total	9'580	15'328

Die Leasingverbindlichkeiten behinhalten das Leasing eines Multifunktionsgerätes. Der Leasingvertrag dauert bis 31. Dezember 2020.

3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	30.04.2019	30.04.2018
	CHF	CHF
Kurzfristig	12'472	13'065
Swiss Life, Zürich		

3.5 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2018/19 haben.

Gewinnverwendung

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes	2018/19 Antrag des Verwaltungsrates	2017/18 Beschluss der Generalversammlung
	CHF	CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	67'467.93	70'737.45
Jahresergebnis	1'861.13	-3'269.52
Bilanzgewinn	69'329.06	67'467.93
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	254	–
Vortrag auf neue Rechnung	69'075.06	67'467.93
Total	69'329.06	67'467.93

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 am 30. April 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Hans Martin Meuli
Revisionsexperte
Leitender Revisor



Nino Brenn

Chur, 29. Juli 2019

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.

Lenzerheide Marketing und Support AG

Voa Principala 80
7078 Lenzerheide
T +41 81 385 57 00
F +41 81 385 57 01
info@lenzerheide.com
arosalenzerheide.swiss