

# Geschäftsbericht

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG 2019/20



Lässt Herzen höher schlagen.

# Inhalt

<b>Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Mitarbeitende</b>	<b>3</b>
<b>Bericht des Präsidenten</b>	<b>4</b>
<b>Bericht des Geschäftsführers</b>	<b>6</b>
<b>Berichte aus den Abteilungen</b>	
Marketing Kommunikation	9
Eventsupport	11
Tourist Services	13
PR/Medien	14
<b>Entwicklung der Logiernächte</b>	<b>15</b>
<b>Jahresrechnung 2019/20</b>	
Bilanz	16
Erfolgsrechnung	17
Anhang	17
Gewinnverwendung	19
Bericht der Revisionsstelle	20



# Das Team

## Verwaltungsrat

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

## Geschäftsleitung

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

## Assistenz und Lernende

Sarah Kürschner – Assistentin GL/Projekte  
Stefan Ammann – 3. Lehrjahr  
Dshamilja Camenisch – 2. Lehrjahr  
Gianna Müller – 1. Lehrjahr

## Tourist Services

Lucia Züger – Leiterin Tourist Services  
Sabine Batiste – Lenzerheide  
Ines Hemmi – Lenzerheide  
Jasmin Hosol – Churwalden, MeldeClient & Gästekarte  
Gaby Pfosi – Churwalden  
Elke Schatz – Lenzerheide  
Gabi Schumacher – Lenzerheide  
Anne-Rose Simeon – Lenzerheide

## Events und Eventsupport

Jacqueline Odermatt – Teamleiterin & Eventmanagerin  
Joel Bieri - Eventmanager  
Sara Bosshard – Eventmanagerin  
Maurin Malär – Eventmanager  
Marina Morgenthaler - Eventmanagerin  
Kim Osinga - Eventmanagerin

## Kampagnen / Projekte

Nicole Gysi – Brand Managerin Familien & Nordic  
Pascal Krieger – Brand Manager Bike Kingdom

## Kommunikation

Ornella Bonifazi – Design & Branding  
Carmen Hartmann – PR/Medien  
Marcel Meyer – Digital Marketing Manager (Digital Dialog Marketing)  
Caspar Mücke – Praktikant Content Marketing  
Kerstin Schöffler – Managerin Deskline, Marktplatz  
Marc Schürmann – Digital Marketing Manager (Web, CRM)  
Marlen Schwarz – Unternehmenskommunikation  
Fabienne Süss – Managerin Märkte

# Auf Rekordkurs - bis das Virus kam

Vor zwei Jahren berichtete ich an dieser Stelle zum Geschäftsjahr 2017/18 über «erfreuliche Tourismuszahlen – somit alles in bester Ordnung». Im Jahresbericht 2018/19 schrieb ich über Komplexität, Volatilität, Ambivalenz und Ungewissheiten, denen sich die Tourismus-Branche stellen muss. Rückblickend scheint es, als hätte ich geahnt, dass die im Tourismus stets vorhandenen Unsicherheiten noch weit extremere Formen annehmen würden.

Bis zum 27. Februar 2020 – an diesem Tag wurde der Engadin Skimarathon abgesagt – waren wir in Lenzerheide auf Kurs: Nach einem bis dahin sehr erfreulichen Winter sah alles danach aus, dass die LMS AG das beste Jahresergebnis der Geschichte einfahren würde. Wir hatten rekordhohe Logiernächtezahlen und ebensolche Frequenzen am Berg, dazu kamen diverse sehr erfolgreiche Events. Alles in bester Ordnung. Bis ein kleines, unsichtbares Virus seinen Weg um den Globus antrat und die Schweiz (sowie viele andere Staaten) stilllegte. Von jetzt auf sofort einen derartigen KO-Schlag einstecken zu müssen, war für uns alle absolutes Neuland.

## Keine andere Wahl: Vertrauen auf Experten

COVID-19 beeinflusst seither unser Leben: Kein Thema wurde in den letzten Jahrzehnten so grossflächig, intensiv und ausdauernd diskutiert wie die Coronakrise. Mit welchem Ergebnis?

- Erstens: Ob die hierzulande von den Behörden getroffenen Massnahmen richtig oder falsch, massvoll oder überzogen waren, wird sich erst mit einigen Jahren Abstand beurteilen lassen. Ob die COVID-19-Pandemie als «Gesundheits-Katastrophe» oder als «Wirtschaftlicher Zusammenbruch» in die Geschichtsbücher eingehen wird, ist zum Zeitpunkt dieser Niederschrift völlig offen. Vielleicht irrt sich die überwiegende Mehrheit? Vielleicht wäre eine COVID-19-Herdenimmunität der bessere Weg? Sicher ist im Frühling 2020 einzig, dass es keine Herdenimmunität gibt, historisch katastrophal falsch zu liegen.
- Zweitens: Als medizinische Laien und Nicht-Virologen mussten und müssen wir in dieser Krise Experten vertrauen, doch deren Einschätzungen stellten sich laufend als falsch heraus

und mussten korrigiert werden. Dass wir trotzdem an diese Experten glauben und ihren Ratschlägen folgen, ist der Versicherungs geschuldet, welche COVID-19 selbst bei Nicht-Infizierten hervorruft.

## Sommerferien in Lenzerheide

Was bedeutet die COVID-19-Pandemie für den Tourismus in Lenzerheide? Die Auswirkungen waren unmittelbar und drastisch zu spüren: Saisonabbruch, Ungewissheit bezüglich Wiedereröffnung von Restaurants und Freizeitanlagen, geschlossene Grenzen. Dazu lange Zeit die behördliche Aufforderung «stay at home» – an eine Werbe-Offensive in der Schweiz war in jener Zeit nicht einmal zu denken. War, denn nun gilt es den Kampf um Gäste aus dem Inland zu führen, ohne dabei Preisnachlässe in den Vordergrund zu stellen. Im Gegenteil: Die aktuelle Situation und die erforderlichen Anpassungen führen in den Betrieben zu höheren Kosten, deshalb darf eine kleine Preiserhöhung durchaus angedacht (und umgesetzt) werden. Unsere Produkte und Dienstleistungen dem Gast gegenüber sind ihren Preis wert. Dass die Schweizerinnen und Schweizer die Qualität und Sicherheit der Feriendestination Schweiz durchaus zu schätzen wissen, beweisen die ersten Buchungsanzeichen für den Sommer – ab Juli 2020 sind diese für unsere Region sehr erfreulich.

## Auch in schwierigen Zeiten ein gutes Team

Vielen hat das COVID-19-Virus den Wert der eigenen Gesundheit bewusst gemacht. Bei der LMS AG wurde uns leider schon im Februar 2019 vor Augen geführt, dass Gesundheit keine Selbstverständlichkeit, sondern ein sehr kostbares Gut ist, das allzu schnell und unverschuldet abhanden kommen kann. Unser sehr geschätzter Geschäftsführer Bruno Fläcklin wurde durch eine Erkrankung gezwungen, sein Arbeitspensum drastisch zu reduzieren, beziehungsweise sich zwischenzeitlich komplett auf die Behandlung zu konzentrieren. Wir sind sehr glücklich, dass die Therapie erfolgreich war und Bruno Fläcklin der LMS AG ab Juni 2020 wieder zu 100 % zur Verfügung steht. «Welcome back, Bruno», im Namen des Verwaltungsrats und aller Mitarbeitenden.

Fortsetzung auf Seite 5

Während 15 Monaten leisteten der stellvertretende Geschäftsführer Marc Schlüssel sowie sämtliche Mitarbeitende der LMS AG einen riesigen Effort, um das Fehlen des Chefs zu kompensieren. Für die solidarische Haltung in dieser nicht einfachen Zeit bedanke ich mich bei allen Mitarbeitenden und dem gesamten Verwaltungsrat, ganz besonders aber bei Marc Schlüssel sehr herzlich. Es tut gut zu wissen, dass das Team in belastenden Situationen zusammensteht. Ich hoffe, es ist der LMS AG gelungen, auch in dieser schwierigen Zeit ein verlässlicher und guter Arbeitgeber zu sein.

#### Neuer Aktionär bei der LMS AG

Nicht nur die operative LMS-Familie ist heute (wieder) komplett, auch unsere Aktionärsfamilie ist es. Die Gemeinde Lantsch/Lenz hat im Geschäftsjahr 2019/20 LMS-Aktien erworben – im gleichen Umfang, wie die Gemeinden Vaz/Ober- vax und Churwalden bereits beteiligt sind. Die Aktienübertragung an die Gemeinde Lantsch/Lenz erfolgte zu gleichen Teilen von den Grossaktionären Lenzerheide Bergbahnen AG und Lenzerheide Tourismus. Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit der Gemeinde Lantsch/Lenz und der neu gewählten Verwaltungsrätin Marianne Diebold, welche die Gemeinde Lantsch/Lenz im Gremium vertritt.

Die vergangenen Monate waren herausfordernd, die Arbeit in den LMS-Gremien geprägt von Respekt und Zukunftsglaube. Mit diesen positiven Gefühlen möchte ich mich bei unseren Aktionären und dem LMS-Verwaltungsrat für die konstruktive Zusammenarbeit bedanken. Ein grosses Dankeschön gebührt auch unserem Geschäftsführer Bruno Fläcklin sowie allen Mitarbeitenden. Ich bin begeistert, mit welcher Tatkraft unser Team überzeugende Arbeit für Gäste und Leistungsträger erbringt und sich selbst von unerwarteten Herausforderungen nicht beirren lässt. Bravo!

Lenzerheide, 15. Mai 2020

**Ernst «Aschi» Wyrsch**  
Verwaltungsratspräsident



# 10 Jahre LMS AG

Im Herbst 2019 konnte die LMS AG ihr 10-jähriges Bestehen feiern. In den vergangenen zehn Jahren hat sich die LMS AG von einer Destinationsmarketing-Organisation zu einer Destinationsmanagement-Organisation weiterentwickelt. Und auch im Jubiläumsjahr 2019/20 ist es uns gelungen, gemeinsam mit Leistungsträgern, Bergbahnen, Gemeinden und weiteren Partnern die Ferienregion Lenzerheide mit verschiedenen Projekten weiter voranzutreiben – auch wenn der Jahresabschluss aufgrund der Vollbremsung durch den Corona-Lockdown getrübt wurde. Bis Mitte März 2020 haben die Zahlen gezeigt, dass die permanente Aufarbeitung der Sommerthemen Mountainbike und Wandern, sowie die grossen Investitionen in die beiden Winterprodukte Alpiner Schneesport und Langlauf/Biathlon entsprechend Früchte tragen. Mit der dazugehörigen Eventstrategie gehört die Ferienregion Lenzerheide mittlerweile zu den erfolgreichsten Berg-Destinationen der Schweiz.

## Organisation

Das vergangene Geschäftsjahr hat einmal mehr deutlich gemacht, dass sich die Investitionen in fachlich gutes Personal lohnen. Neben der anspruchsvollen Aufgabe der Kampagnenleiter, nicht nur Marketing-Kampagnen, sondern auch die dazugehörigen Infrastrukturen zu begleiten, leisten auch unsere Digital-Manager eine hervorragende Arbeit. Die enorm schnelle Entwicklung der Digitalkanäle, der richtige Einsatz des Marketingfrankens und die perfekte Platzierung des dazugehörigen Contents sind die Herausforderungen im heutigen Marketing.

Im Bereich PR/Medien haben wir dank der Aufstockung der Stellenprozente nun die Möglichkeit, auch im Bereich der Unternehmenskommunikation einen Schritt vorwärts zu gehen. Daneben sind auch unsere Eventmanager tagtäglich gefordert, als wichtige Schnittstelle zwischen den Event-OKs, den internationalen Verbänden und Gemeinden. Die einschneidenden Massnahmen zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie forderten von ihnen noch mehr Flexibilität und Innovation.

Es zeigt sich je länger je mehr, dass der Marketingfranken nur durch gutes Fachpersonal richtig eingesetzt werden kann. Unser Team ist durch und durch mit Spezialisten auf ihrem Gebiet besetzt, was uns bestärkt, mit der Reorganisation den richtigen Schritt gemacht zu haben.

Der Wechsel des IT-Systems auf eine Cloud-Lösung hat sich vor allem gegen Ende des Geschäftsjahres 2019/20 ausbezahlt. Dank der Windows365-Lösung konnten wir beim Lockdown innerhalb eines Tages auf Homeoffice umstellen und unsere Sitzungen und Besprechungen online abwickeln.

## Personelles

Das LMS-Team ist im Geschäftsjahr 2019/20 ohne grössere Wechsel sehr beständig geblieben. Die wenigen Wechsel und Neuzugänge im Event- und Kommunikationsteam bringen neue Impulse in die Themen und die neuen Teamkonstellationen zusätzliche Inspiration und kreative Lösungen.

Geprägt wurde das Geschäftsjahr 2019/20 personell durch den krankheitsbedingten Ausfall meiner Person. Aufgrund einer schweren Erkrankung konnte ich erst Anfang Dezember 2019 wieder in Teilzeit ins Geschehen eingreifen. Das gesamte Team, insbesondere aber Marc Schlüssel als stellvertretender Geschäftsführer, haben in dieser Zeit grossartige Arbeit geleistet. Die hauptsächlich operativen Arbeiten konnten innerhalb des Teams aufgeteilt werden, Marc Schlüssel und der Verwaltungsrat unterstützten im strategischen Themenbereich. Nicht, dass der fehlende Einsatz von mir unbemerkt geblieben wäre, aber es hat sich gezeigt, in welchen Bereichen künftig mehr oder eben weniger Unterstützung durch mich notwendig ist.

*Fortsetzung auf Seite 7*



### **Arosa Lenzerheide**

Der Marketingpool Arosa Lenzerheide bewährt sich weiterhin. Die gemeinsame Vermarktung des Winters am Berg brachte auch in diesem Jahr Rekordzahlen, zumindest bis zum Lockdown. Hier zeigt sich aber je länger je mehr, dass die Entwicklungsstrategien der beiden Destinationen Arosa und Lenzerheide differenziert angeschaut werden müssen. Eine gemeinsame Dachmarke für die Destination rückt in weite Ferne, was aber nicht zwingend ein Nachteil für die Regionen sein muss. Ergänzende Produkte und Kommunikationskampagnen bringen Gäste auf beide Seiten des Berges, was wiederum den Bergbahnen und somit beiden Destinationen zu Gute kommt.

Auch der Aufbau der Verkaufs- und Vertriebskanäle durch das Team von Ariane Ehrat kommt gut voran. Neben der Stärkung der Netzwerke in den bekannten Märkten Deutschland, UK, Benelux und Skandinavien kommen neu auch China, die Golfstaaten und Amerika ins Boot. Hier arbeiten wir eng mit unserem Partner Graubünden Ferien zusammen, der mit unseren interessierten Hotels und der Destination neue Gäste – hauptsächlich Individualreisende – in die Destination holen will.

### **Strategische Entwicklung**

Aufgrund meines gesundheitlichen Ausfalls hat die strategische Entwicklung im vergangenen Jahr etwas an Tempo verloren. Die Umsetzung des Destinationsentwicklungsplanes konnte nicht wunschgemäß vorwärtsgetrieben werden. Schwerpunkte bildeten in diesem Bereich die Mitarbeit beim neuen Tourismusgesetz der drei Destinationsgemeinden, das im Frühling und Herbst 2020 zur Abstimmung kommt, sowie die Weiterführung des Projektes «MeldeClient und Gästekarte», das auf Wunsch der Gemeinden bis Januar 2021 umgesetzt werden soll.

Im Rahmen der Umsetzung des neuen Tourismusgesetzes wird auch der Leistungsauftrag der LMS AG mit den Gemeinden

überarbeitet. Erste Vorarbeiten und ein Idealbudget wurden aufgestellt, nun gilt es für alle Seiten die optimalen Aufträge und eine langfristige Finanzierung sicherzustellen.

### **Der Corona-Lockdown**

Am 16. März 2020 stand von heute auf morgen die Schweiz still. Nachdem der Sommer 2019 mit Rekordzahlen bei den Bergbahnen, Übernachtungen und übrigen Leistungsträgern gegläntzt hat, waren die Winterzahlen bis Mitte März auf noch nie dagewesenen Höhen – trotz spätem Start wegen Schneemangel. Mit dem Lockdown ging die Saison 2019/20 abrupt zu Ende. Dank der guten Vorarbeit und der konsequenten Umsetzung der Strategien der letzten Jahre war das Polster aber so gross, dass die Ferienregion mit einem blauen Auge davongekommen ist.

Die LMS AG hat während der Corona-Pause als Leadorganisation gemeinsam mit verschiedenen Leistungsträgern eine «Corona-Taskforce» ins Leben gerufen. Gemeinsam wurden Kommunikations- und Angebotsstrategien ausgearbeitet, Plakate entworfen und der Corona-Sommer 2020 geplant.

### **Zukunftsaussichten**

Durch die Corona-Krise haben sich die Themen Reisen, Mobilität, aber auch Sicherheit grundlegend verändert. Wir sind uns alle einig, dass sich das Reiseverhalten vieler Menschen verändern wird. Wie lange dies dauert, welche Veränderungen wirklich nachhaltig sind und welche Auswirkungen dies auf den internationalen und den Binnentourismus hat, steht in den Sternen. Die Meinungen, was zu tun ist, gehen in alle Richtungen.

Aus Sicht der Ferienregion Lenzerheide und der LMS AG darf der vor zehn Jahren eingeschlagene Weg noch konsequenter gegangen werden. Folgende strategischen Gedanken werden wir im nächsten Jahr diskutieren müssen:

*Fortsetzung auf Seite 8*

- Der Schweizer Markt, der über 80% unserer Gäste ausmacht, wird noch wichtiger werden. Um aber die Nebensaison besser auszulasten, brauchen wir auch neue Märkte.
- Der Alpine Schneesport, aber auch Langlaufen/Biathlon, sind unsere wichtigsten Standbeine für die wirtschaftliche Entwicklung. Hier müssen wir noch mehr an einer klaren Positionierung arbeiten. Die Infrastrukturen sind vorhanden, nun müssen wir neue Geschichten schreiben – mit Einbezug der Digitalisierung und unseren Emotionen.
- Die Entwicklung des Bikens und des Wanderns in den letzten Jahren hat gezeigt, dass der Sommer Potential hat. Die konsequente Weiterführung dieser Strategie, die Investitionen in neue Trails, in Entflechtung, aber auch in Unterhaltungselemente werden den Sommertourismus nochmals ankurbeln. Die Lancierung des Bike Kingdom Lenzerheide war der erste Schritt, weitere sollen folgen.
- Eine klare Zuteilung der Aufgaben durch die Gemeinden an die LMS AG und die daraus entstehende Finanzierung muss langfristig gesichert werden. Die LMS AG als gemeindeübergreifend finanzierte Organisation hat das Potential, die Gemeinden noch enger aneinander zu binden und gemeinsam die Wirtschaft der Region zu fördern.

Die Ferienregion Lenzerheide hat in den letzten zehn Jahren vieles richtig gemacht, wie die guten Entwicklungszahlen im Vergleich zu anderen Bündner Destinationen zeigen. Aus-

schlaggebend für diesen Erfolg war die konsequente Zusammenarbeit der Gemeinden, Bergbahnen, Leistungsträger und der LMS AG. Eine klare Strategie, kurze Entscheidungswege und viele innovative und schlagkräftige Persönlichkeiten haben dazu beigetragen, dass wir mittlerweile zu den TOP 10 Berg-Destinationen der Schweiz gehören. Gehen wir diesen Weg gemeinsam weiter, dann haben wir eine gemeinsame Zukunft!

Zum Schluss bedanke ich mich herzlich bei all jenen, die im letzten Geschäftsjahr mit uns zusammengearbeitet haben. Es macht Spass, diese Kollegialität zu spüren und die gemeinsame Vision umzusetzen. Ein Dank gebührt unserem Verwaltungsrat und dem Präsidenten Aschi Wyrsch. Der Verwaltungsrat lenkt das LMS-Boot sicher durch die nicht immer ruhigen Gewässer, mit Weitsicht und positivem Vorwärtsdenken. Der grösste Dank aber gilt meinem Team. Was sie während meiner Abwesenheit im letzten Geschäftsjahr geleistet haben, ist ein Meisterstück der Zusammenarbeit! Jeder hat sich eingebracht, unterstützt und mitgearbeitet und das Team als Einheit weiter geformt. Ich bin beeindruckt und gerührt!

Nun freue ich mich auf einen hoffentlich erfolgreichen Re-Start nach dem Corona-Lockdown!

**Bruno Fläcklin**  
Geschäftsführer





## Bedeutung durch Spitzenleistung

Das Geschäftsjahr 2019/20 war sehr spannend und intensiv zugleich. Aber auch sehr lehrreich, weil wir viele wertvolle Erfahrungen sammeln konnten. Nach der Umstrukturierung im Geschäftsjahr 2018/19 galt es die Prozesse im Marketing und in der Kommunikation zu justieren. Neue Gesichter sind zum Team gestossen und konnten sich zu Spezialisten in ihrem Fachgebiet entwickeln. Insbesondere im Bereich der Digitalisierung haben wir uns gestärkt und die Bereiche Digital Marketing und Content Marketing Management stetig ausgebaut. So, dass wir heute auch unsere Partner wertvoll unterstützen und beraten können.

Marketing 4.0 ist unser Fokus. Wir sind hungrig nach innovativen und kreativen Marketingansätzen. So konnten wir mit dem Bike Kingdom Lenzerheide bereits einen ersten Schritt in Richtung «Next Level Mountain(bike) Destination» machen.

Wir sehen die Ferienregion Lenzerheide als Premium-Produkt, das es mit seinen grossen Leuchttürmen und dessen Angeboten zu vermarkten gilt. Angebote wie jene der Bergbahnen, der Ski- und Bikeschulen, der Hotellerie und Gastronomie, der einzigartigen Events wie Zauberwald Lenzerheide, UCI Mountain Bike World Cup, FIS Tour de Ski und viele mehr. All diese Spitzenleistungen, fokussiert auf die vier strategischen Geschäftsfelder, stärken die Bedeutung und den Wert der Marke Lenzerheide.

Dieses grossartige Produkt nun mit Unterstützung toller Geschichten zu einer Kampagne zu formen und damit unsere Gäste für unser Lenzerheide zu begeistern, erfüllt uns im Team mit grosser Begeisterung. Entsprechend motiviert sind wir auch im neuen Geschäftsjahr unsere Gäste mit grossartigen Geschichten überraschen zu können.

### Ferien für perfekte Familien

«Ferien für perfekte Familien... oder perfekte Ferien für Familien» lautete das Motto der ersten Familienkampagne zum Start der Sommersaison 2019. Zu was sich Lenzerheide schon vor einigen Jahren verschrieben hat, wurde damit verstärkt in die Kommunikation integriert. Passend zu Lenzerheide, aber vielleicht ein bisschen anders, als man erwarten würde. Bewusst überspitzt und auf lustige Art und Weise wurde in Spots und Bildsujets aufgezeigt, welche nachhaltigen positiven Auswirkungen perfekte Ferien in Lenzerheide auf Familien haben.

### It's Nordic Time

Sven Johansen und «It's Nordic Time!» - eine Kombination, die für die Nordic Kommunikation in Lenzerheide nicht mehr weg zu denken ist. Dies nur knapp zwei Jahre nach der Veröffentlichung der ersten Videos. Aus «Raus mit dem Finger!» wurde «It's Nordic Time!», am Charakter von Sven hat sich jedoch kaum etwas geändert. Die fiktive Figur ist Botschafter für den Langlauf- und Biathlonsport in Lenzerheide mit einer klaren Mission: den Sport für die breite Öffentlichkeit zugänglicher zu machen.

So beinhaltet die Kampagne nicht mehr nur reine Kommunikation, sondern auch einzelne Sven Produkte wie beispielsweise «Svens Loipen Challenge». Denn nur Kilometer auf der Loipe sammeln ist zu langweilig. Svens Loipen Challenge bietet die perfekte Alternative. Im gesamten Loipennetz zwischen Parpan und Lantsch/Lenz wurden zehn Posten aufgestellt, die Abwechslung ins Langlaufen bringen.

*Fortsetzung auf Seite 10*

### Mehr Zeit zum Rillen killen

Arosa Lenzerheide arbeitet seit drei Jahren mit dynamischen Preisen bei den Schneеспorttickets. Dank diesem Preismodel lohnt sich der Kauf von Tickets im Online Ticketshop doppelt – denn man spart Geld und Zeit. Diese Botschaft galt es im Rahmen einer gemeinsamen Kampagne für das Schneespportgebiet Arosa Lenzerheide zu vermitteln. Dazu wurde für den Winter 2019/20 die Kampagne «Be smart, book online» entwickelt.

Wer also clever ist und online bucht, der steht als Erster auf der Piste – und nicht in der Schlange an der Kasse. Umso mehr profitiert der Gast und spart sogar noch Zeit: «Mehr Zeit zum Rillen killen», «Mehr Zeit für First Lines» oder «Mehr Zeit für Einkehrschwünge». Für die Kampagne wurden drei unterschiedliche Spots produziert (Sportler, Geniesser und Familien), um eine publikumsgerechte Ansprache zu gewährleisten. Ziel der Kampagne war es, den Onlineverkauf mittels Performance Marketing weiter zu steigern. Mit einem Umsatz von CHF 79.00 pro investiertem Werbefranken darf die Kampagne als sehr erfolgreich eingestuft werden.

### Ein Königreich erwacht

Lenzerheide ist bereits heute eines der besten Mountainbike Reiseziele in Europa. Diesen Führungsstatus wollen wir auf die kommende Sommersaison 2020 weiter ausbauen und verpassen der kompletten Mountainbike Kommunikation eine Neupositionierung: Lenzerheide wird zum Bike Kingdom. Mit der Schaffung vom Bike Kingdom Lenzerheide erhält das Thema

Mountainbiken in Lenzerheide jene Grösse und Wichtigkeit, auf die wir in den letzten Jahren hingearbeitet haben. Das Bike Kingdom soll eine Plattform schaffen, die Lenzerheide für die kommenden Dekaden als die Mountainbike Destination im Alpenraum schlechthin positioniert.

Bereits im September 2019 wurde mit der Präsentation des Bike Kingdom ein erster Pfeiler zur neuen Bike Ära in Lenzerheide eingeschlagen. Vorgestellt wurden drei der Highlights der kommenden Saison: Die neue Bike Kingdom App, die mehr als nur ein Guide ist, sondern mittels Interaktion und Gamification alles Bisherige in den Schatten stellt. Der Film zur Eröffnung, der Dank der international bekannten Produktionsfirma Anthill Films und des Hero Riders Tommy G auch über die Bike Szene hinaus für Aufsehen sorgt. Sowie das grosse Bike Kingdom Feast, das Corona-bedingt von Ende Juni 2020 auf den 18. bis 20. September 2020 verschoben wurde. Daneben werden viele weitere Neuigkeiten dafür sorgen, dass es auf dem Spielplatz Bike Kingdom nicht langweilig wird.

### Marc Schlüssel

Leiter Marketing/Kommunikation/  
Eventsupport



# Das Eventjahr 2019/20 - abrupt beendet

Das frühe Verbot und der grossflächige Lockdown aufgrund der COVID-19-Pandemie stoppten die Eventsaison 2019/20 abrupt. Das LIVE is LIFE Line-Up für die 3. Austragung im April 2020 war vielversprechend und das Wetter hätte besser nicht sein können. Doch leider musste der Event, sowie auch die Premiere der Helvetia Nordic Games (Langlauf Nachwuchsskirennen), kurzfristig abgesagt werden. Wenn auch die professionelle Kommunikation, sowie die Rückerstattung, respektive Verschiebung von Startgeldern und Ticketgebühren enorm geschätzt wurde, schmerzten die Absagen sehr.

Das Verbot sowie die Planungsunsicherheit für Grossevents ziehen sich auch noch weit in den Sommer 2020 hinein. Beinahe alle Sommerevents mussten bereits frühzeitig verschoben, abgeändert oder abgesagt werden. Die verbleibenden Events sind durch die notwendigen Sicherheitsmassnahmen stark gefordert. Die OKs, unser Eventteam, die Gemeinden und die Leistungsträger müssen nun äusserst flexibel agieren und ihre Szenarien laufend an die aktuelle Situation anpassen.

*Eine Übersicht der Eventhighlights des Geschäftsjahres 2019/20 folgt auf Seite 12.*

## Grosse und fordernde Zukunftspläne

Auch in den kommenden Jahren bleibt die Ferienregion Lenzerheide ihrer Eventstrategie treu und akquiriert weiterhin internationale Grossveranstaltungen als Leuchtturmevents. Neben dem bevorstehenden FIS Ski Weltcup Finale 2021 erscheint Lenzerheide im Winter 2021/22 gleich zweimal in einem Weltcup Kalender: Lenzerheide eröffnet im Dezember 2021 erneut die FIS Tour de Ski und ist Austragungsort des FIS Ski Weltcup in den technischen Disziplinen im März 2022. Noch offen sind die Bewerbungen bei der UCI und der IBU für einen UCI Mountain Bike World Cup im Sommer 2021 und 2022, sowie einen Biathlon Weltcup in der Periode 2022/23 bis 2025/26 und die Biathlon WM 2025. Der Verein Bike Weltcup bewirbt sich da-

bei nur für Doppelveranstaltungen und Daten ausserhalb der Hauptsaison, um die Wertschöpfung innerhalb der Region nochmals zu vergrössern. Das Mitspracherecht für die Datumswahl ist allerdings sehr verbandsabhängig, mit minimalem Einfluss seitens der Organisatoren.

## Ski-WM der Fluggesellschaften 2022

Neben den beiden Weltcup Veranstaltungen steht mit den «World Airlines Ski Championship» ein dritter Grossanlass bereits fix im Eventkalender der Wintersaison 2021/22. Die jährliche Ski-Weltmeisterschaft der Fluggesellschaften ist ein internationaler Wintersportwettbewerb auf professioneller Basis mit zahlreichen Airline-Skimmannschaften. Im März 2022 kommt diese Ski-Weltmeisterschaft, bei der ausschliesslich Mitarbeitende von Fluggesellschaften gegeneinander antreten, nach 19 Jahren zurück nach Lenzerheide. Die Vergabe des Events fand anfangs März 2020 im Rahmen der Ski-WM der Fluggesellschaften im Big White Ski Resort in Kanada statt. Die Ski-WM der Fluggesellschaften ergänzt den Eventkalender der Ferienregion Lenzerheide auf erfrischende Art und Weise und bestätigt, dass sich Lenzerheide auf internationaler Ebene als Event-Destination in den Köpfen verankert hat.

Die vergangenen Wochen haben gezeigt, wie wichtig ein funktionierendes Netzwerk in der Eventbranche ist. Ich bedanke mich bei den OKs für ihre Motivation und unermüdete Arbeit, bei der gesamten Region für die grosszügige und hilfreiche Unterstützung, sowie die Weitsicht für zukünftig wieder stattfindenden Events, und beim Eventteam für ihre enorme Flexibilität und Professionalität in diesen herausfordernden Zeiten.

**Jacqueline Odermatt**  
Teamleiterin Eventsupport &  
Eventmanagerin



### Charmanter Bike Event mit Herzblut

Die Erstausrtragung des «Dirt Royale» fand im Juni 2019 in einem kleinen, doch umso charmanteren und gemütlicheren Rahmen statt und setzte den Fokus auf die Bike Community Lenzerheide. In den Disziplinen «Dual Slalom», «Bike OL» und «Bikepark Games» wurden «Queen und King» gesucht und mit Flurina Bieger und Sandro Schmid gefunden. In Kombination mit dem gemütlichen Rahmenprogramm entstand ein unvergessliches Bike Weekend. Zukünftig wird das «Dirt Royale» zum «Bike Kingdom Feast» ausgeweitet, worin auch für Familien und Kids spezielle Programmpunkte angeboten werden.

### Besucherstärkster Mountain Bike World Cup

Der UCI Mountain Bike World Cup am Rothorn wurde auch im August 2019 – im Jahr nach den grossen Weltmeisterschaften – seinem Ruf gerecht: Action, Drama, Ekstase, Emotionen und Hochspannung zogen die in die Bike Arena gepilgerten Mountainbike Fans in ihren Bann. Mit der offiziellen Zuschauerzahl von 28'500 verzeichnete der UCI Mountain Bike World Cup in Lenzerheide einen neuen Rekord. Ein Grund dafür: Das neue Cross Country Short Track Format von Freitagabend war mit Spannung geladen und bot damit ein zusätzliches Highlight, das bereits früh viele Besucher anlockte. Eine überaus gelungene Premiere.

Trotz schlechtem Wetter sorgten die Downhill Fans am Samstag für ausgelassene Stimmung an der Strecke und im Zielbereich. Mit Emilie Siegenthaler und Camille Balanche belohnten gleich zwei Schweizerinnen ihre Fans mit Podestplätzen. Jenny Rissveds (SWE) feierte am Cross Country Sonntag vor 13'000 Zuschauer ihren emotionalen Comeback Sieg, während Nino Schurter und Mathias Flückiger mit ihrem zweiten und dritten Platz für ein weiteres Highlight aus Schweizer Sicht sorgten.

### Faszination Swiss Epic

Nach mehreren Jahren im Wallis fand das Swiss Epic im August 2019 zum ersten Mal in Graubünden statt. Während fünf Tagen fuhren über 500 Teilnehmer/innen in Zweierteams von Davos über St. Moritz und Lenzerheide zurück nach Davos. Die Teams zeigten sich begeistert von der Trail-Vielfalt und der Organisation in der Ferienregion Lenzerheide. Graubünden unterzeichnete mit den Destinationen Flims Laax Falera, Engadin Scuol, Davos Klosters, Arosa Lenzerheide und St. Moritz einen Fünfjahresvertrag mit Swiss Epic. Lenzerheide wird im Sommer 2022 erneut als Etappenort eingesetzt.

### Innovativer Zauberwald

Im Dezember 2019 verwandelte sich der Eichhörnchenwald in Lenzerheide erneut in einen magischen Ort, der Lichtkunst, Musikerlebnis und Kulinarik inmitten einer winterlichen Bergwelt vereinte. Mit viel Engagement entwickelten die Organisatoren den Event weiter und dürfen erneut auf eine durchaus erfolgreiche Austragung zurückblicken. Die «Faszination für alle Sinne» erhielt mit dem Classic Corner ein weiteres Highlight, das bei den Besuchern äusserst gut ankam. Die neu inszenierte Bühne und die zauberhaften Lichtinstallationen beeindruckten gleichermaßen. Für die Familien wurde das Kinderprogramm ausgebaut und die Bekanntheit der engagierten Musikkünstlern lockten Fans aus der ganzen Schweiz an.

### Teilnehmerevents für unsere Gäste

Für viele unserer Gäste dürfen die verschiedenen Teilnehmerevents im Eventportfolio nicht fehlen. Denn sie bieten ihnen eigene Emotionen und Herausforderungen und werden oft zum persönlichen Jahreshighlight. Mit der Alpen Challenge als unvergessliches Rennraderlebnis, dem Planoiras und St. Cassian als anspruchsvolle Volkslanglauf-Events oder den Lenzerheide Motor Classics als Klassiker unter den historischen Motorfahrzeuge-Events bieten wir den Gästen positive Emotionen und eine Möglichkeit, sich mit der Community zu treffen.

### Nordic Highlight vor Jahreswechsel

Lenzerheide begrüsst Ende Dezember 2019 die Langlauf Elite und die begeisterten Fans wiederum zum grössten Langlauf-fest: Der FIS Tour de Ski. Trotz der schwierigen Föhnlage im Vorfeld konnte das OK eine faire und schöne Rennloipen für die Massenstart- und Sprintrennen vorbereiten, auf denen spannende Rennen ausgetragen wurden. Dario Cologna kämpfte mit den dominierenden Norwegern um ein Podestplatz, verpasste diesen knapp, zeigte aber dennoch starke Leistungen. Ein besonderes Highlight für die Athleten und Teams war die Eröffnungsfeier im Zauberwald Lenzerheide mit der traditionellen Athletenpräsentation. Durch die Verschmelzung von Sport und Kultur wurde eine unvergessliche Eröffnungszeremonie kreiert und die einzigartigen Bilder des Zauberwalds gingen mit der internationalen Sportberichterstattung um die Welt.

### Lenzerheide als Biathlon Destination

Die IBU Youth & Junior World Championships Biathlon 2020 in der Ferienregion Lenzerheide im Januar und Februar 2020 waren ein voller Erfolg und wurden von allen Seiten gerühmt. Während neun Tagen veranstaltete das OK Wettkämpfe auf höchstem Niveau und präsentierte der Biathlon Welt ihr Knowhow, ihre Leidenschaft sowie ihre Ziele für den Positionsport in Lenzerheide. Der Anlass wurde aktiv für die Positionierung der Ferienregion Lenzerheide genutzt. Mit Erfolg: Lenzerheide und die Biathlon Arena Lenzerheide in Lantsch/Lenz wurden von der IBU, Swiss-Ski und den Nationen definitiv als attraktiver Veranstalter und hervorragender Trainingsort wahrgenommen. Ein weiterer, wichtiger Meilenstein auf dem Weg zum ersten Biathlon Weltcup in Lenzerheide wurde damit gesetzt.



# Mehr als reine Gästeinformation

## Umsetzung MeldeClient

Im Geschäftsjahr 2019/20 bildete die Aufsetzung des neuen MeldeClient zusammen mit den Gemeinden Vaz/Oberbaz, Lantsch/Lenz und Churwalden einen Schwerpunkt unserer Arbeit. Wir unterstützen unsere Leistungsträger sowie unsere vermietenden Zweitwohnungsbesitzer zudem bei der Benutzung des neuen Programms. Damit können die Gäste von ihren Vermietern oder über einen Link selbst online erfasst werden. Der Gang auf das Informationsbüro zur Erfassung der Logiernächte entfällt und die Abrechnungen können direkt von den Gemeinden erstellt werden.

Natürlich ist es weiterhin möglich, dass Gäste, die sich unentgeltlich in der Ferienregion Lenzerheide aufhalten, die Gästeabgaben im Informationsbüro Lenzerheide, in der Biathlon Arena Lenzerheide in Lantsch/Lenz oder im Informationsbüro Churwalden bezahlen können.

## Rückläufige Schalterkontakte

Auch im Geschäftsjahr 2019/20 verzeichneten wir einen leichten Rückgang an Schalterkontakten, E-Mail Anfragen und Telefonanrufen. Die Monate März und April sind im Gegensatz zum vergangenen Jahr stark eingebrochen, begründet durch den Lockdown infolge der COVID-19-Pandemie.

## Tourist Office Lab

Die Online Wissensplattform «Tourist Office Lab», die einen Austausch mit Tourist Offices aus über 20 Schweizer Destinationen ermöglicht, hat sich vor allem in der aktuell sehr aussergewöhnlichen Zeit stark bewährt. Informationen, Schutzkonzepte und erste Erfahrungswerte anderer Destinationen konnten schnell und unkompliziert erstellt, geteilt und bezogen werden.

## 41. Heidsee Olympiade ein Erfolg

Neben der zwei Mal pro Sommer stattfindenden Globi Kinderparty fällt auch die Organisation der traditionellen Heidsee Olympiade in unseren Aufgabenbereich. Im vergangenen Sommer konnten wir bereits die 41. Heidsee Olympiade durchführen. Neben den diversen Spielen, die jeweils von unseren lokalen Vereinen betreut werden, ist auch der Heidseelauf nach wie vor sehr beliebt.

## Lucia Züger

Leiterin Touris Services



## Internationale Top Events als Treiber für internationale Medienpräsenz

Im Geschäftsjahr 2019/20 gab es insgesamt 8'168 Artikel, die sich um die Ferienregion Lenzerheide drehten oder Lenzerheide zumindest erwähnt wurde. Die Berichterstattung ist aufgeteilt in 21 % Print- und 79 % Onlineartikel. Im Vergleich zum letzten Geschäftsjahr, wo es 7'128 Artikel zu verzeichnen gab, ist die Anzahl Artikel damit knapp 15 Prozent höher. Bei diesem Vergleich muss aber beachtet werden, dass es im Geschäftsjahr 2018/19 mit den UCI Mountain Bike World Championships «nur» einen internationalen Grossanlass gab, während es im Geschäftsjahr 2019/20 mit dem UCI Mountain Bike World Cup und der FIS Tour de Ski bereits zwei waren. Das mediale Spitzen-Geschäftsjahr 2017/18 mit 15'138 Artikeln dank drei Grossanlässen – UCI Mountain Bike World Cup, FIS Tour de Ski und FIS Ski Weltcup – bleibt nach wie vor ungeschlagen.

### Starke lokale Print-Präsenz

Betrachtet man die ersten drei Zeitungen, die am meisten über Lenzerheide berichteten, fällt auf, dass deren Reichweite vorwiegend lokal oder regional einzustufen ist. Konkret sind es die lokale Wochenzeitung Novitats, die Tageszeitungen Südostschweiz und Bündner Tagblatt, sowie die romanische Tageszeitung La Quotidiana. Dies ist zwar nicht überraschend aber insofern interessant, wenn man bedenkt, dass diese drei Medien zusammen im Durchschnitt über einen Artikel pro Tag veröffentlichten (Total 401 Artikel im Geschäftsjahr 2019/20). Diese Auswertung zeigt, wie stark der Tourismus das gesellschaftliche Leben der Ferienregion Lenzerheide prägt und mitgestaltet.

### Internationales Medieninteresse dank Grossevents

Bei den Spitzenreitern unter den Online-Medien ist es ebenfalls das regionale Onlineportal suedostschweiz.ch, das am meisten über die Ferienregion Lenzerheide berichtete. Gleich darauf folgt aber eine internationale Grösse, die Bike-Plattform Pinkbike. Es folgen weitere internationale Medien wie WebNoviny (Slovenien), Zazoom (Italien), NRK (Norwegen), Aftenposten (Norwegen) oder Nettavisen (Norwegen). Diese hohe internationale Frequenz kann auf die Grossveranstaltungen zurückgeführt werden, bei deren Berichterstattung über

die verschiedenen Leistungen der Athleten jedes Mal auch Lenzerheide erwähnt wurde. Die Assoziation von Lenzerheide als internationale Top-Event-Destination dürfte mit dem letzten Geschäftsjahr also weiter gefestigt worden sein.

### Journalisten aus aller Welt zu Gast

Auch im Geschäftsjahr 2019/20 konnten zahlreiche Journalisten aus dem In- und Ausland für die Ferienregion Lenzerheide begeistert werden. Die Anzahl Medienreisen lag im Sommer 2019 bei zehn, im Winter 2019/20 bei zwölf, wobei zwei weitere Wintermedienreisen infolge der COVID-19-Pandemie abgesagt werden mussten. Die Journalisten interessierten sich im Sommer vorwiegend für Bike- und Familienangebote, im Winter für Schneesport- und länger je mehr auch Nordicangebote. Die Herkunftsländer waren sehr unterschiedlich und reichten von Deutschland über Dänemark bis hin zu einer Teilnehmerin bei einer Gruppenmedienreise aus Australien.

### Unternehmenskommunikation

Neben der Organisation der öffentlichen Informationsveranstaltung «Gesprächsstoff» und dem monatlichen Versand des Branchen Newsletter stand im Bereich der Unternehmenskommunikation im Geschäftsjahr 2019/20 das 10 Jahre Jubiläum der LMS AG im Fokus. Die Geschichte der Marketingorganisation und die wichtigsten Meilensteine im Bereich der Destinations- und Evententwicklung wurden in einem Faltprospekt sowie auf der Unternehmensseite online zusammengefasst. Zudem konnten erste Vorarbeiten für die Überarbeitung des Krisenmanagements und -kommunikation für die Lenzerheide Bergbahnen AG getätigt werden. Dieses Projekt wird im Geschäftsjahr 2020/21 die Stellenprozente im Bereich der Unternehmenskommunikation massgeblich prägen.

**Carmen Hartmann**  
PR/Medien



**Marlen Schwarz**  
Unternehmenskommunikation



# Entwicklung der Logiernächte

## Logiernächte Vaz/Oberbaz

Geschäftsjahr	Hotel	%*	Fewo vermietet	%*	Gruppenunterkünfte	%*	Fewo nicht vermietet*1	%*	Camping	%*	Total	%*
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
2019/20	227'069	-6.2	204'065	-11.6	101'194	-6.8	603'155	-	-	-100.0	1'135'483	-4.2

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

\*2 Ab Geschäftsjahr 2010/11 Bemessungsperiode jeweils Juni – Mai

\*3 Geschäftsjahr 2013/14 Bemessungsperiode Juni – April

\*4 Ab Geschäftsjahr 2014/15 Bemessungsperiode Mai – April

\*5 Ab Geschäftsjahr 2017/18 sind die Logiernächte der Camping Eigentümer in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

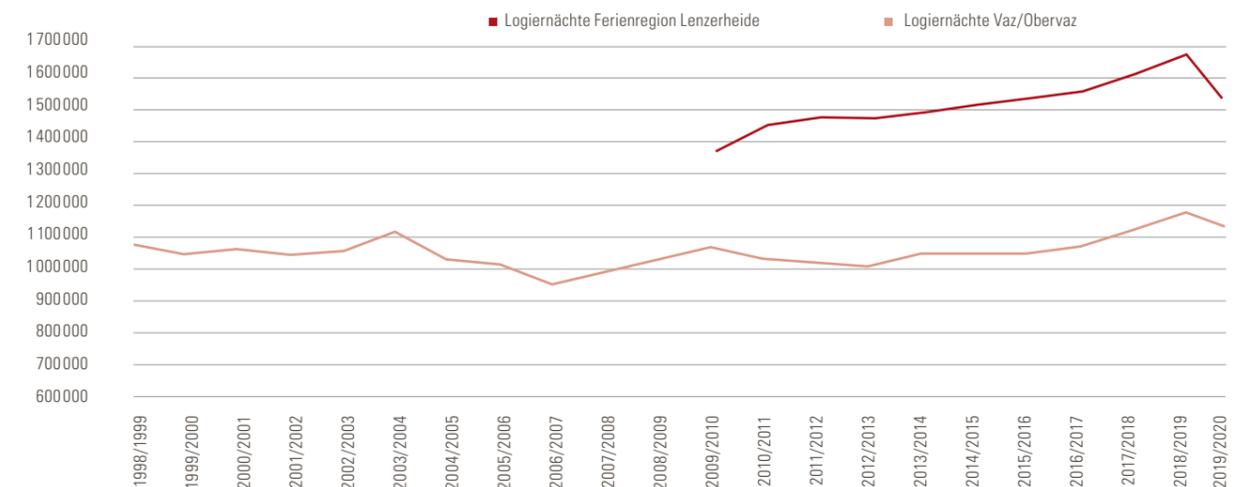
\*6 Ab Geschäftsjahr 2018/19 sind alle Camping Logiernächte in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

## Logiernächte Ferienregion Lenzerheide

	2019/20	2018/19	%*
Vaz/Oberbaz	1'135'483	1'184'781	-4.2
Brienz/Brinzauls **	-	37'565	-100.0
Churwalden/Parpan	269'250	319'046	-15.6
Lantsch/Lenz	133'627	134'520	-0.7
<b>Total Logiernächte</b>	<b>1'538'360</b>	<b>1'675'912</b>	<b>-8.2</b>

\*Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahr

\*\* zählt seit 2019/20 nicht mehr zur Ferienregion Lenzerheide



# Bilanz per 30. April 2020

Aktiven	30.04.2020		30.04.2019		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Umlaufvermögen</b>						
Flüssige Mittel	1'136'917		1'469'155		-332'238	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	2.1 379'745		609'018		-229'273	
Übrige kurzfristige Forderungen	2.2 79'670		42'255		-37'415	
Vorräte	15'829		19'373		-3'544	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	78'282		150'448		-72'166	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>1'690'443</b>	<b>100.0</b>	<b>2'290'249</b>	<b>100.0</b>	<b>-599'806</b>	<b>-26.2</b>
<b>Anlagevermögen</b>						
Sachanlagen	5		5		-	
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>5</b>	<b>0.0</b>	<b>5</b>	<b>0.0</b>	<b>-</b>	<b>0.0</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>1'690'448</b>	<b>100.0</b>	<b>2'290'254</b>	<b>100.0</b>	<b>-599'806</b>	<b>-26.2</b>

Passiven	30.04.2020		30.04.2019		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Fremdkapital</b>						
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.3 381'952		727'665		-345'713	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.4 197'666		219'328		-21'662	
Rückstellungen	250'000		220'000		30'000	
Passive Rechnungsabgrenzungen	383'353		496'986		-113'633	
	<b>1'212'971</b>		<b>1'663'979</b>		<b>-451'008</b>	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>						
Rückstellungen	100'000		250'000		-150'000	
	<b>100'000</b>		<b>250'000</b>		<b>-150'000</b>	
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>1'312'971</b>	<b>77.7</b>	<b>1'913'979</b>	<b>83.6</b>	<b>-601'008</b>	<b>-31.4</b>
<b>Eigenkapital</b>						
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Gesetzliche Gewinnreserve	7'200		6'946		254	
Bilanzgewinn	70'277		69'329		948	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>377'477</b>	<b>22.3</b>	<b>376'275</b>	<b>16.4</b>	<b>1'202</b>	<b>0.3</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1'690'448</b>	<b>100.0</b>	<b>2'290'254</b>	<b>100.0</b>	<b>-599'806</b>	<b>-26.2</b>

# Erfolgsrechnung 2019/20

	2019/20		2018/19		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>1. Mai 2019 bis 30. April 2020</b>						
Ertrag aus Leistungsverträgen	3'688'926		4'163'811		-474'885	
Übriger Ertrag	1'070'188		1'005'883		64'305	
Erlösminderungen	-4'966		-669		-4'297	
<b>Betriebsertrag</b>	<b>4'754'148</b>	<b>100.0</b>	<b>5'169'025</b>	<b>100.0</b>	<b>-414'877</b>	<b>-8.0</b>
Warenaufwand	-13'643		-18'666		5'023	
Personalaufwand	-1'916'838		-2'057'225		140'387	
Sachaufwand	-2'824'186		-3'078'360		254'174	
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>-4'754'667</b>	<b>100.0</b>	<b>-5'154'251</b>	<b>100.0</b>	<b>399'584</b>	<b>-7.8</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>14'774</b>	<b>0.3</b>	<b>-15'293</b>	<b>-103.5</b>
Abschreibungen	-		-9'211		9'211	
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>5'563</b>	<b>0.1</b>	<b>-6'082</b>	<b>-109.3</b>
Finanzertrag	-		60		-60	
Finanzaufwand	-		-		-	
<b>Betriebsergebnis vor Steuern</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>5'623</b>	<b>0.1</b>	<b>-6'142</b>	<b>-109.2</b>
Betriebsfremder Ertrag	-		-		-	
<b>Jahresgewinn vor Steuern</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>5'623</b>	<b>0.1</b>	<b>-6'142</b>	<b>-109.2</b>
Steuern	1'721		-3'762		5'483	
<b>Jahresergebnis</b>	<b>1'202</b>	<b>0.0</b>	<b>1'861</b>	<b>0.0</b>	<b>-659</b>	<b>-35.4</b>

# Anhang zur Jahresrechnung (per 30. April 2020)

## 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	30.04.2020	30.04.2019
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	182'182	255'370
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	197'563	353'648
<b>Total</b>	<b>379'745</b>	<b>609'018</b>

2.2 Übrige kurzfristige Forderungen	30.04.2020	30.04.2019
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	56'622	42'255
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	23'048	–
<b>Total</b>	<b>79'670</b>	<b>42'255</b>

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

2.3 Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen	30.04.2020	30.04.2019
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	375'202	724'505
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	6'750	3'160
<b>Total</b>	<b>381'952</b>	<b>727'665</b>

2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	30.04.2020	30.04.2019
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	197'666	208'491
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	–	10'837
<b>Total</b>	<b>197'666</b>	<b>219'328</b>

2.5 Nettoauflösung von stillen Reserven	2019/20	2018/19
	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	223'459	243'459

## 3. Weitere gesetzliche Angaben gemäss Art. 959c OR

3.1 Angaben zur Gesellschaft	30.04.2020	30.04.2019	
	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	30.04.2020	30.04.2019
	Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	24	21

## 3.3 Nicht bilanzierte Verbindlichkeiten

3.3.1 Langjährige Verpflichtungen	30.04.2020	30.04.2019
	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	263'512	429'033
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	126'000	584'512
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	–
<b>Total</b>	<b>389'512</b>	<b>1'013'545</b>

Die langjährigen Verpflichtungen beinhalten Vereinbarungen mit Graubünden Ferien sowie Leistungsvereinbarungen mit der Lenzerheide Bergbahnen AG, welche nicht innerhalb eines Jahres gekündigt werden können.

**3.3.2 Leasingverbindlichkeiten** 30.04.2020 30.04.2019

	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	3'832	5'748
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	–	3'832
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	–
<b>Total</b>	<b>3'832</b>	<b>9'580</b>

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

**3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen** 30.04.2020 30.04.2019

	CHF	CHF	
Kurzfristig	Swiss Life, Zürich	12'095	12'472

**3.5 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2019/20 haben.

## Gewinnverwendung

	2019/20 Antrag des Verwaltungsrates	2018/19 Beschluss der Generalversammlung
Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes	CHF	CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	69'075.06	67'467.93
Jahresergebnis	1'201.64	1'861.13
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>70'276.70</b>	<b>69'329.06</b>
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	60.00	254.00
Vortrag auf neue Rechnung	70'216.70	69'075.06
<b>Total</b>	<b>70'276.70</b>	<b>69'329.06</b>

# 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 2020 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

Revisionsexperte

Chur, 4. August 2020

PricewaterhouseCoopers AG, Gartenstrasse 3, Postfach, 7001 Chur  
Telefon: +41 58 792 66 00, Telefax: +41 58 792 66 10, [www.pwc.ch](http://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](mailto:info@lenzerheide.com)  
[arosalenzerheide.swiss](http://arosalenzerheide.swiss)