

Geschäftsbericht

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG 2017/18



Arosa   Lenzerheide

Lässt Herzen höher schlagen.



Inhalt

Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Mitarbeitende	3
Bericht des Präsidenten	4
Bericht des Geschäftsführers	5
Berichte aus den Abteilungen	
Produktmanagement Berg	7
Produktmanagement Bike	8
Produktmanagement Nordic	9
Produktmanagement Familie	10
Produktmanagement Kultur und Lifestyle	11
Event Management	12
Content Management Online	14
Digitale Projekte	15
PR/Medien	16
Sales	17
Informationsbüro und Deskline	18
Entwicklung der Logiernächte	19
Jahresrechnung 2017/18	
Bilanz	20
Erfolgsrechnung	21
Gewinnverwendung	21
Anhang	22
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
Andreas Wirth – Leiter Marketing/Kommunikation

Assistenz und Lernende

Cathrin Bossert – Assistenz GF/Projekte
Elena Scuri – Praktikantin
Jana Wüthrich – 3. Lehrjahr
Nina Riesen – 2. Lehrjahr
Stefan Ammann – 1. Lehrjahr

Tourist Services

Curdin Bergamin – Leiter Tourist Services
Sabine Batiste – Lenzerheide
Ines Hemmi – Lenzerheide
Kim Osinga – Lenzerheide
Gaby Pfosi – Churwalden
Daniela Roffler – Churwalden
Nicole Rossi – Lenzerheide
Gabi Schumacher – Parpan
Anne-Rose Simeon – Lantsch/Lenz
Michelle Widmer – Lenzerheide

Events und Eventsupport

Jacqueline Odermatt – Teamleiterin und Eventmanagerin
Sandra Aguilera – Eventmanagerin
Joëlle Batiste – Aushilfe Events
Alexandra Berther – Eventmanagerin
Marina Schmid – Eventmanagerin
Philipp Waldis – Eventmanager

Produktmanagement

Seraina Schöb – Teamleiterin und PM Berg
Remy Allemann – PM Bike
Cathrin Bossert – PM Kultur und Lifestyle
Nicole Gysi – PM Familie und Nordic

Kommunikation

Marlen Schwarz – Teamleiterin und PR/Medien
Ornella Bonifazi – Content Management Print
Anna Sophia Moro – Content Management Online
Fabienne Süss – Projektleiterin Marketing

Sales / Verkauf / Gruppen

Anthea Jufer – Teamleiterin Sales
Anja Dellagiovanna – Schulen im Schnee
Andrea Parpan – Reservationssystem Deskline

Erfreuliche Tourismuszahlen - somit alles in bester Ordnung?

Das Geschäftsjahr 2017/18 war für die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS AG) ein Jahr des Umbruchs und der stetigen Suche nach der richtigen Ausrichtung. Unterschiedliche Blickwinkel unserer Leistungs- sowie Entscheidungsträger (Aktionäre, Verwaltungsräte, Geschäftsleitung, Mitarbeitende) verlangten nach einer starken, argumentativen Auseinandersetzung mit den neuen Herausforderungen.

Die LMS AG befindet sich in ihrem neunten Jahr, sieben davon darf ich sie auf der strategischen Ebene bereits begleiten – vier als Verwaltungsrat, drei als dessen Präsident. Es bleibt spannend! Die jüngsten Veränderungen bringen grosse Herausforderungen. Dass die Leistungsvereinbarung zwischen der Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB AG) und der LMS AG in massgeblichen Punkten stark abgeändert worden ist – die LBB AG überweist pro Jahr CHF 1,1 Mio. weniger an die LMS AG, investiert diesen Betrag stattdessen in den Verkauf und Vertrieb (mit den Arosa Bergbahnen AG) – hat unter anderem zur Folge, dass die LMS AG eine neue Organisationsstruktur finden muss. Die Richtung ist klar: Hin zu mehr Marketing, weg von zu viel Koordination und Organisation.

Die LMS AG wird gestärkt aus diesem Prozess hervorgehen und dank Fokussierung auf das Wesentliche effektiver arbeiten. Die LMS AG und ihre neue Organisationsstruktur sind fit für die Zukunft, massive Verbesserungen in folgenden Bereichen tragen dazu bei:

- Fokussierung im Online Marketing
- Integration eines zentralen Content Management Prozesses/Systems
- Integration neuer Aufgaben in Web/CRM
- Konzentration auf die Kernaufgabe Marketing

Wir können zwar weiterhin auf die konstruktive Zusammenarbeit mit dem «Vertrieb Berg» von LBB AG und ABB AG bauen, die veränderten Rahmenbedingungen machen dennoch ein neues Denken und Handeln erforderlich.

Die Entscheider in Lenzerheide (Gemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden, Lantsch/Lenz; LBB AG; Bürgergemeinde Vaz/Obervaz; Lenzerheide Tourismus und LMS AG) erarbeiten derzeit ein Mehrpunkteplan, aus welchem wir die Strategie der LMS AG für die kommenden drei bis vier Jahre herauschälen werden.

An dieser Stelle möchte ich die Frage, die den Titel meines Jahresberichts bildet, beantworten: «Ja, alles in bester Ordnung. Wir geben Gas, damit die erfreuliche Entwicklung der touristischen Kennzahlen von Lenzerheide weiter anhält.» Eine wichtige Voraussetzung dazu liegt in den Händen der politischen Behörden der Gemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden sowie Lantsch/Lenz, und nennt sich Touristisches Abgabengesetz (TAG). Dieses befindet sich in Ausarbeitung und macht für Lenzerheide den Weg frei für die erfolgreiche Weiterfahrt auf der Schnellstrasse der touristischen Veränderungen.

Zurück zur Gegenwart. Andreas Wirth, Leiter Marketing/Kommunikation, verlässt die LMS AG; die MTB WM im September 2018 wird sein Abschlussprojekt sein. Wir danken ihm für die sehr erfolgreiche Zusammenarbeit und wünschen ihm in der Selbständigkeit viel Freude. Mit seinem Nachfolger Marc Schlüssel wird erneut eine Bike affine Persönlichkeit in der Geschäftsleitung Einsitz nehmen.

Ein Wechsel gab es auch im Verwaltungsrat: Die LBB AG entsendet an Stelle von CEO Peter Engler neu Ariane Ehrat in unseren VR.

Für die konstruktive Zusammenarbeit im letzten Jahr möchte ich mich bei unseren vier Aktionären – LBB AG, Lenzerheide Tourismus, Gemeinde Vaz/Obervaz und Gemeinde Churwalden – sowie dem Verwaltungsrat bedanken. Ein grosses Dankeschön auch an unseren Geschäftsführer und Tourismusdirektor, Bruno Fläcklin; den intensiven und professionellen Austausch mit ihm schätze ich sehr. Und last but not least bin ich von all unseren Mitarbeitenden begeistert, die sich von Veränderungen nicht beirren lassen, sondern stets mit viel Herzblut überzeugende Arbeit für unsere Gäste und Leistungsträger leisten.

Ernst «Aschi» Wyrsch
Verwaltungsratspräsident





Emotionale Berg- und Talfahrten

Das nunmehr fünfte Jahr als Geschäftsführer der Lenzerheide Marketing und Support AG stellt sich als das bisher schwierigste heraus. Emotionale Höhenflüge gepaart mit Talfahrten, ständige Bewegung begleitet von Kontinuität, Fortschritt verbunden mit Rückschritt, Sicherheit begleitet von Unsicherheit. Am Ende dieses Geschäftsjahres dürfen wir rückblickend sagen, dass die LMS AG wieder in ruhigere Gewässer läuft und wir gestärkt in die Zukunft gehen können.

Organisation

Die LBB AG hat im Februar 2017 die bestehende Leistungsvereinbarung gekündigt. Aus einer ersten Diskussion um Inhalte ist eine Reduktion des Leistungsbezuges von rund CHF 1,1 Mio. geworden, sowie die Rückführung des Geschäftsfeldes Alpiner Schneesport zu den Lenzerheide und Arosa Bergbahnen. Während eines halben Jahres wurden von allen Seiten Gespräche und Verhandlungen geführt, wie die weitere Zusammenarbeit aussehen könnte. Nach dem definitiven Entscheid der LBB AG, den Auftrag massiv zu kürzen, beauftragte der Verwaltungsrat der LMS AG die Geschäftsleitung, einen Reorganisationsprozess durchzuführen.

Andreas Wirth und ich haben innert kürzester Zeit einen neuen Leitgedanken für die LMS AG erarbeitet und daraus die neuen Aufgaben, Stellenprofile und auch die Finanzierung abgeleitet. Die LMS AG wird sich künftig noch mehr auf das Marketing und die Kommunikation der Destination fokussieren, dabei aber Destinationsentwicklungsthemen und Leistungsträger Support nicht vernachlässigen. Die Leistungsträger selber werden vermehrt in die Verantwortung gezogen, authentische Produkte für die Kommunikation aufzubereiten.

Von Januar bis April 2018 hat das gesamte Team die neue Organisation aufgebaut, Prozesse und Arbeitsgebiete definiert und sich in die neuen Aufgaben eingearbeitet. Mit dem neuen Geschäftsjahr per 1. Mai 2018 begann die «neue» LMS AG aktiv mit der Umsetzung der Reorganisation.

Personelles

Das vollgepackte Eventjahr 2017/18 und die Umsetzung der Reorganisation haben das Team der LMS AG stark gefordert und beansprucht. Daneben führte die Reorganisation teilweise zu veränderten Aufgaben und Stellenprofilen. Im Rahmen dieser Veränderungen sowie aus persönlichen Gründen musste die LMS AG im vergangenen Geschäftsjahr verschiedene Personalabgänge verzeichnen.

Unter anderem auch diesen des stellvertretenden Geschäftsführers. Andreas Wirth, Leiter Marketing/Kommunikation, orientierte den Verwaltungsrat, dass er per Ende Oktober 2018 – nach Abschluss der MTB WM – die LMS AG verlassen werde. Die frühzeitig ausgeschriebene Stelle des Marketingleiters konnte mit Marc Schlüssel per 1. Mai 2018 besetzt werden. Dies erlaubte es uns, Andreas Wirth vollumfänglich für den Reorganisationsprozess und das Projekt MTB WM 2018 einzusetzen.

Ich freue mich, dass wir sämtliche frei gewordenen Stellen, sowie die veränderten Stellenangebote mit neuen, motivierten und innovativen Personen besetzen konnten.

Produktmanagement

Auch im vergangenen Geschäftsjahr haben die Produktmanager in den Bereichen Alpiner Schneesport, Nordic, Bike, Familie und Kultur & Lifestyle grossartige Arbeit geleistet. Gemeinsam mit den Leistungsträgern wurden attraktive Angebote gebündelt und auf den Markt gespielt. Die Weiterentwicklung von Infrastrukturen wie die Entflechtung der Bike- und Wanderwege, der Globi Wanderweg oder das Lenzerheider iis Paradiis wurden oder werden mit unserer Hilfe umgesetzt.

Das Produktmanagement wurde per Ende Geschäftsjahr in dieser Form aufgelöst und durch ein Kampagnen- und Projektmanagement ersetzt. Diese Veränderung bringt die Leistungsträger in grössere Produktverantwortung, lässt der LMS AG aber mehr Spielraum, die richtigen Märkte zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Produkten zu bespielen.

Fortsetzung auf Seite 6



Der Wille, den Erfolg zu suchen

Event Management

Das Eventjahr 2017/18 war gespickt mit zahlreichen Höhepunkten. Die Ferienregion Lenzerheide hat es geschafft, drei internationale Weltcup Veranstaltungen in drei verschiedenen Sportarten und in zwei Jahreszeiten zu organisieren. Der UCI Mountain Bike World Cup im Juli, die FIS Tour de Ski im Dezember/Januar und der FIS Ski Weltcup im Januar haben über 40'000 begeisterte Zuschauer in die Ferienregion Lenzerheide gebracht. Daneben wurden Grossevents wie der Zauberwald, die Biathlon Wettkämpfe oder das Musikfestival «LIVE is LIFE» mitorganisiert. Die LMS AG übernimmt bei diesen Veranstaltungen den Eventsupport im Bereich Marketing, PR/Media, Beherbergung oder Head Office.

Eine solche Eventdichte ist aber nur möglich, wenn neben den vielen freiwilligen Helfern auch die Leistungsträger und Gemeinden die jeweiligen Organisationskomitees unterstützen. Im Rahmen des Reorganisationsprozesses diskutiert die LMS AG mit den Trägervereinen und den Gemeinden über eine Auslagerung der Eventabteilung in eine eigenständige Unternehmung. Die Synergien und die langjährige Sicherung von Know-how durch das Zusammenlegen von Kernaktivitäten sollen es ermöglichen, weiterhin wertschöpfungsorientierte Events durchzuführen.

Arosa Lenzerheide

Der Markenprozess Arosa Lenzerheide wurde im Verlauf des vergangenen Geschäftsjahres durch alle beteiligten Organisationen neu gewichtet und erhielt eine andere, kleinere Priorität. Im Grundsatz wird die Zusammenarbeit weiterhin projektorientiert weitergeführt. Der Marketingpool, wo Gelder für den gemeinsamen Auftritt zusammengeführt werden, bleibt bestehen und auch die Marktpartnerschaften mit Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus laufen weiterhin unter «Arosa Lenzerheide».

Mit der Aufschaltung der neuen Website arosalenzerheide.swiss hat das Webprojekt der vier Unternehmungen Ende April 2018 den zentralen Meilenstein erreicht. Im Rahmen dieses Projekts arbeiten wir weiterhin an einem gemeinsamen Marktplatz, der dem Kunden verschiedene Angebote über einen Buchungsgang ermöglicht.

Im Geschäftsjahr 2018/19 wird die Zusammenarbeit von Arosa Lenzerheide weiterhin ein Thema bleiben, wie auch der Markenauftritt mit der Marke Graubünden.

Zukunftsperspektiven

Die letzten Monate haben aufgezeigt, welchen Fortschritt die Ferienregion Lenzerheide in den vergangenen Jahren erzielt hat. Neben den drei Grossevents konnten zwei neue Hotels eröffnet werden, Renovationen in bestehenden Anlagen getätigt werden und – auch dank des guten Winters – erneut eine Logiernächtesteigerung erzielt werden. Nichts desto trotz braucht es weiterhin viel Wille, den Erfolg zu suchen! Der Mehrpunkteplan der Ferienregion ist ein Puzzlestein, der eine Richtung für die nächsten Jahre vorgeben soll. Hier sollen Einzelinteressen den Gesamtinteressen unterstellt werden und gewisse Leitlinien gesetzt werden. Auch müssen wir die neuen Märkte analysieren und aktiv neue Gäste dazugewinnen. Dann – so denke ich – können wir weiterhin jährlich einen Schritt vorwärts machen.

Ich bedanke mich herzlich bei meinem Team, welches im letzten Jahr in nicht einfachen Zeiten viel Power und Verständnis entwickelt hat und immer vorwärts schaute. Der Verwaltungsrat hat mir und der Geschäftsleitung grosses Vertrauen entgegengebracht, welches ich schätze und verdanke! Den Austausch mit Gemeinden und Leistungsträgern schätze ich sehr und dementsprechend ist ein Teil des Erfolgs auch auf diese Zusammenarbeit zurückzuführen.

Die LMS AG geht ab dem 1. Mai 2018 neue Wege, aber wie bisher sollen diese Wege zum weiteren Erfolg der gesamten Destination führen.

Bruno Fläcklin

Geschäftsführer
Tourismusdirektor Ferienregion Lenzerheide



Hallo Winter - welcome back

Übernachten unter freiem Sternenhimmel beim «Rothorn Biwak» stiess auch im zweiten Sommer auf grosses Interesse. «Ein einmaliges Erlebnis ist die Nacht auf knapp 3000 Metern unbestritten. Im geschützten Rahmen kann man sich für einmal wie ein echter Bergsteiger fühlen und sich den Elementen aussetzen», beschreibt eine Journalistin von «20 Minuten» den Besuch des Biwaks.

Die Sommermonate wurden zudem genutzt, um das Winter Produktportfolio einer detaillierten Analyse zu unterziehen. Das Ziel dabei war es, Produkte in der Reifephase zu erkennen und darauf reagieren zu können. In einem Bericht wurden Empfehlungen in Form von Anträgen an die Geschäftsleitung abgegeben.

Hallo Winter!

Die grossen Schneemengen im Winter 2017/18 lockten die Gäste in die Berge und verwandelten Arosa Lenzerheide in ein richtiges «Winter Wonderland». Die perfekte Kulisse für Fotoshootings. In verschiedenen Etappen wurde das komplette Schneesportgebiet und die Bergrestaurants fotografiert. Zahlreiche dieser Bilder fanden den Weg in diesen Geschäftsbericht.

Anfang Dezember fand die Erstausrüstung des Skitests Lenzerheide in Zusammenarbeit mit INTERSPORT mit rund 200 Teilnehmenden statt. Dass Unterhaltung nicht nur in Form von Events gefragt ist, sondern auch auf den Pisten selbst, zeigt die rege Nutzung der Arosa Lenzerheide Challenge (30% mehr Teilnehmende gegenüber dem Vorjahr) oder das Begehen der neuen Skitourenrouten zur June Hütte.

Auch der Besuch des Snowpark ist für viele Gäste ein «must». Die Neuorganisation inklusive Neukonzeption des Parks vor rund einem Jahr war genau richtig. Gezielt wird nun in den Bereich Kids investiert und in Zusammenarbeit mit «Chixxs on Board» Workshops und Camps für die jüngeren Wintersportler durchgeführt. Allesamt waren ausgebucht und begeisterten die Teilnehmenden, wie folgendes Feedback zeigt: «Vielen Dank für den coolen Tag, das tolle Erlebnis und die lässigen Geschenke! Das war bestimmt nicht der letzte Kurs bei euch!»

Nach der gelungenen Premiere des BDO SNOW CINEMA im vergangenen Jahr war auch die zweite Durchführung ein voller Erfolg. Rund 800 Personen besuchten das einzigartige Schneekino und tauchten in die spezielle Winterkino-Atmosphäre ein.

Winterkampagne «First Minute Deal»

Die Lead Kampagne für die Wintersaison 2017/18 lief unter dem Slogan «First Minute Deal». Darin verpackt war das dynamische Preissystem für die Schneesporttickets Arosa Lenzerheide. Die Botschaft, je früher ein Gast sein Ticket bucht, desto besser sein Deal, wurde mit spezifischen Massnahmen kommuniziert. Der Massnahmenplan wurde auf den Bereich Online Marketing ausgerichtet und mit klassischer Werbung ergänzt. Zielmarkt war die Ost- und Zentralschweiz sowie Zürich. Als Hauptmassnahmen wurden mit der Zürcher Videoproduktionsfirma Halsundbeinbruch Film GmbH vier Kurzspots lanciert. Die Stories, die allesamt zum Schmunzeln anregten, zielen auf die Botschaft «früher ist nicht immer besser, bei uns schon» ab.

Dass der «First Minute Deal» mit der lancierten Kampagne Anklang bei den Gästen fand, zeigt der generierte Umsatz von CHF 5.3 Mio. Rund 70% des Umsatzes wurde in der Schweiz erwirtschaftet (Ostschweiz/Mittelland), gefolgt von Deutschland mit rund 20%.

Ausblick

Die Lenzerheide Bergbahnen AG haben sich für einen eigenständigen Weg im Bereich Marketing sowie Verkauf und Vertrieb entschieden. Die Aufgaben und damit die Stelle des Produktmanagers Berg ist neu bei der Arosa Bergbahnen AG angesiedelt. Persönlich habe ich mich entschieden, einen neuen Pfad einzuschlagen. Ich blicke auf eine spannende, herausfordernde und bereichernde Zeit zurück, die ich in bester Erinnerung behalte.

Seraina Schöb

Teamleiterin Produktmanagement / PM Berg



Neue Trails für Arosa Lenzerheide

Im Bereich Bike darf auf ein weiteres erfolgreiches Jahr zurückgeblickt werden. Graubünden hat sich, auch dank des Projektes graubündenBIKE, als Mountainbike Destination von Weltformat etabliert. Zu den Erfolgsfaktoren gehören tausende befahrbare Trail Kilometer, die höchste Pumptrack-Dichte der Schweiz und das wachsende Gravity Angebot.

Lenzerheide konnte auch 2017 seine Vorreiterrolle im Kanton Graubünden behaupten. Durch vorbildliche Infrastruktur, innovative Produkte und Weltklasse Events, wie der UCI Mountain Bike World Cup, schafft es Lenzerheide, den Mountainbike Tourismus voranzutreiben.

Bikepark

Der Lenzerheide Bikepark hat sich in den vergangenen Jahren als Zugpferd der Bike Region etabliert. Nach Qualitätseinbußen hat die LBB AG stark in den Unterhalt und Neubau des Parks investiert. Die positiven Veränderungen haben dazu geführt, dass die Ersteintritte im Sommer 2017 von 50'965 auf 77'549 gesteigert werden konnten. Dieses Ergebnis liegt nur knapp unter dem Erfolgsjahr 2015.

Bikeschulen, Camps und Kurse

Die Bikeschule Lenzerheide hat 2017 das Angebot Kids Bike League lanciert. Das Angebot ist auf sehr grosses Interesse gestossen und war entsprechend gut besucht. 820 Kinder haben im Sommer 2017 die Basics des Mountainbikens in Lenzerheide erlernt.

Die Anzahl Camps konnte ebenfalls erweitert werden. Ausgebucht waren wiederum die Ladies Camps der Bikeschule Lenzerheide. Naheliegender, dass das Angebot für Kurse, Camps und Fahrtechnik Kurse für den Sommer 2018 weiter steigt. Insgesamt werden bis 2018 sieben Bikeschulen in Arosa und Lenzerheide tätig sein.

Kommunikation Bike Region Arosa Lenzerheide

Im Sommer 2017 wurde die erfolgreiche Video Kampagne mit «Andy» und «Dimitri» durch die LMS AG lanciert. Die beiden Videos wurden von der Zürcher Video Agentur Hillton konzipiert und produziert und über unsere eigenen Kanäle ausgespielt. Ende Oktober 2017 wurde das Video mit «Dimitri» mit dem 3. Platz beim YouTube Werbevideo Ranking belohnt.

Für das Ranking hat YouTube die aus der Schweiz erfolgten Abrufzahlen auf Werbevideos während dem 3. Quartal 2017 (Juli bis September) gemessen. Dabei wurden nur Videos berücksichtigt, die einen Mindestanteil an unbezahlten Views aufweisen konnten. Das Anzeigen-Ranking wird durch einen Algorithmus bestimmt, der bezahlte und organische Aufrufe sowie die Zuschauerbindung berücksichtigt.

Bike Masterplan 2.0

Der Masterplan Bike wurde im Sommer 2016 durch den PM Bike als Nachfolgeprojekt zum Masterplan 1.0 ausgearbeitet. Er verfügt über einen Zeithorizont von fünf Jahren und beinhaltet die Kernelemente Unterhalt, Entflechtung sowie den weiteren Ausbau der Bike Infrastruktur in Arosa Lenzerheide.

Erste Massnahmen konnten bereits im Frühsommer 2017 umgesetzt werden. Beispielsweise die Trail Crew der Gemeinde Vaz/Obervaz, welche sich Unterhaltsarbeiten auf Wander- und Bike Wegen annimmt, oder die Überarbeitung des GEP der Gemeinde Arosa, welcher neue Entflechtungen am Hörnli, am Weisshorn und am Rothorn vorsieht.

Mit einem klaren Ja (547 Ja zu 189 Nein) wurden im Juni 2018 die im Masterplan 2.0 geplanten Bauvorhaben vom Stimmvolk der Gemeinde Vaz/Obervaz angenommen. Damit können die neuen Mountainbike Trails und somit die Entflechtung der Wanderwege auf der Ost- und Westseite umgesetzt werden:

- Zufahrtstrail Scharmoin (Sommer 2018)
- Zufahrt Scalottas Süd und Nord, von der Bergstation Scalottas bis June Hütte (Sommer 2018)
- Scalottas Süd (Sommer 2019)
- Urdentrail Richtung Scharmoin (Sommer 2019)
- Scalottas Nord (Sommer 2020)
- Weisshorntrail (Sommer 2020)

Remy Allemann

Produktmanager Bike



Erneuter Wachstum im Bereich Nordic

Foxtrail, die spannendste Schnitzeljagd der Schweiz, gibt es seit Sommer 2017 als ganzjähriges Angebot auch in Lenzerheide. Zwei Trails führen die Verfolger auf eine knifflige Routensuche durch das wunderschöne Bergpanorama. Auf dem etwa 3- bis 4-stündigen Bergtrail «Muntanella» ab Churwalden über Heidbühl müssen die Teams das Wetter manipulieren und dem Alpenn seinen Käsevorrat plündern, um an die nötigen Hinweise zu kommen. Der kürzere, ca. 2-stündige Heidseetrail «Anda» sorgt mit Unterwasserbotschaften und steuerbaren Wasserfällen für viel Spass und Abenteuer.

Während dem ersten Jahr begaben sich rund 4'700 Personen auf die Routensuche am Berg oder im Tal. Das Produkt hat sich als klares Sommer/Herbst Angebot positioniert, mit dem Peak im Oktober. Der viele Schnee im Winter 2017/18 verhinderte eine Begehung der beiden Trails grösstenteils. Potenzial bieten die Foxtrails primär in schneearmen Wintern.

Via Sett neu über Lenzerheide

Die LMS AG ist ab Sommer 2018 neuer Partner der «Via Sett». Die Weitwanderung von Chur bis Chiavenna (I) führt zu Fuss über den Septimer Pass. Im Zentrum stehen die drei Sprach- und Kulturräume sowie eine vielfältige Kulturlandschaft von der Alpstufe bis zu den Kastanienselven. Im Kooperationsbund sind weiter Chur Tourismus, Tourismus Savognin Bivio Albula AG, Bregaglia Engadin Turismo und Consorzio Turistico Valchiavenna.

Rekord Winter übertroffen

Der schneereiche Winter und die teils durchgezogenen Witterungsverhältnisse spielten dem Bereich Nordic in die Karten. Sowohl die Winterwanderwege, wie auch die Loipen bis hin zu den Camps durften erfreuliche Besucherzahlen verzeichnen.

Seit dem Winter 2014/15 konnten die Verkäufe der Loipenpässe stetig erhöht werden. So auch in diesem Winter. Der Gesamtumsatz stieg auf CHF 432'638, was einem Plus von 5.8% entspricht. Der letztjährige Rekordumsatz konnte somit erneut überboten werden.

Dass sich Langlauf einer grossen Beliebtheit erfreut, zeigen auch die Buchungszahlen der Camps. Kurz nach Aufschaltung der Packages auf unserer Website und bei den Hotels waren die ersten Kurse restlos ausgebucht. Insgesamt buchten über 500 Gäste eines der drei Nordic Camps und generierten rund 1'400 Logiernächte.

Die Sparte Biathlon interessiert immer mehr Gäste. Nach der erstmaligen Austragung im vergangenen Jahr durften in diesem Winter 23 Personen an den Gasparin's Langlauf- und Biathlon-tagen begrüsst werden. Das entspricht zwar einem Minus von 11.5% gegenüber dem Vorjahr, ist aber primär auf kurzfristige Abmeldungen zurückzuführen.

Ausblick

Durch die interne Reorganisation wird der Bereich Produktmanagement in dieser Form nicht mehr weitergeführt. Die Planung und Organisation der Angebote im Bereich Nordic werden an die Leistungsträger der Destination übergeben. Die Biathlon Arena Lenzerheide hat die Koordinationsfunktion der LMS AG übernommen und führt die Langlauf- und Biathlon Camps in gewohnter Form weiter.

Die ehemalige Produktmanagerin Nordic, Martina Schwendener, hat die LMS AG per Ende März 2018 verlassen. Da ihre Position nicht mehr besetzt wird, habe ich die Aufgaben als Produktmanagerin Nordic übergangsweise übernommen. In Zukunft wird das SGF Nordic, gemeinsam mit dem SGF Familien, im Rahmen des Kampagnen- und Projektmanagements durch mich betreut.

Nicole Gysi

Produktmanagerin Familie und Nordic



Familienerlebnisse im Fokus

Um die Wichtigkeit des Segmentes Familie in der Destination zu unterstreichen, wurde dieses per 1. Mai 2017 als viertes Strategisches Geschäftsfeld (SGF) bei der LMS AG integriert. Das SGF Familie löst das SGF Kultur & Lifestyle ab, welches zurückgestuft wurde. Das Produktportfolio Familie reicht von den spannenden Globi Kinderparties, über das «Dolce far Sport» Programm, bis hin zur beliebten «Heidsee Olympiade». Das Produktmanagement Familie wird seither in einem 100% Pensum geführt.

Vorbereitung 20 Jahr Jubiläum

Im Sommer 2018 feiert der beliebte Globi Wanderweg sein 20-jähriges Bestehen. Der neue Rundweg mit angepasster Routenführung wurde Ende Juni 2018 eröffnet. Bereits im September 2017 konnte der erste «Globi Posten» in Form einer perspektivischen Globi Fotostation gemeinsam mit der Schule Vaz/Ober vaz realisiert werden. Weitere zwölf Posten folgten im Frühsommer 2018. Die konzeptionelle Ausarbeitung des Themenwegs wurde an PRIMOCOLLECTIVE vergeben, die Projektleitung liegt bei der LMS AG.

Grossen Anklang fanden im Geschäftsjahr 2017/18 wie gewohnt die verschiedenen Globi Angebote wie das Kinderprogramm, die Familienpauschale, die Kinderparties und auch Ostern mit Globi.

Die Sommer Unterhaltungsprogramme «Dolce far Sport», Gästeanimationsprogramm und «Heidsee Olympiade» variieren in ihrer Beliebtheit. Während an der «Heidsee Olympiade» mit 399 Teilnehmenden ein neuer Rekord verzeichnet werden konnte, sind die Besucherzahlen in den beiden anderen Unterhaltungsprogrammen stagnierend bis rückläufig.

Schneesporttag mit Blick hinter die Kulissen

Mit dem Magazin «Mini Spick» wurde eine kindergerechte Dokumentation mit dem Titel «Alles bereit für den Pistenspass»

erstellt. Als Highlight wurde ein Schneesporttag in Arosa Lenzerheide für vier Kinder verlost. Dieser wurde am 3. März 2018 bei bestem Wetter durchgeführt. Die kleinen Ski-Cracks erkundeten in Begleitung von Seraina Schöb und mir unsere tollen Pisten, die Technik einer Gondelbahn, das Handwerk des SOS-Dienstes oder auch die Künste des Pistenbully-Mechanikers. Selbstverständlich durfte dann auch noch in einem Pistenfahrzeug Platz genommen werden. Beim Blick in die leuchtenden Kinderaugen ist jedes Feedback hinfällig.

Durch die strategische Aufwertung des Segmentes Familie war es zwingend notwendig, das Bildmaterial zu erneuern. In Fotoshootings wurden die verschiedenen Kinderländer und Familien Schneesporttage ins beste Licht gerückt.

Ausblick

Die Eröffnung des neuen Globi Wanderweges und des Autschliweges sind klar die Highlights im Sommer 2018. Die beiden Familien-Themenwege ergänzen das Portfolio perfekt und bieten Familien unvergessliche Erlebnisse in Lenzerheide.

Durch die Reorganisation der LMS AG wird das Produktmanagement in dieser Form nicht mehr weitergeführt. Der Fokus verschiebt sich von der Produktgestaltung hin zum Kampagnen- und Projektmanagement. In meinem Aufgabengebiet liegen zukünftig nationale Kampagnen für die SGF Familie und Nordic.

Nicole Gysi

Produktmanagerin Familie und Nordic



Geschäftsfeld in stetem Wandel

Nach der Rückstufung des Geschäftsfeldes Kultur und Lifestyle im letzten Jahr beschloss die LMS AG eine weitere Redimensionierung dieses Bereichs. Ab dem Geschäftsjahr 2018/19 wird Kultur und Lifestyle nicht mehr als eigenständiges Strategisches Geschäftsfeld geführt.

Im Wesentlichen beschränkte sich die LMS AG im Geschäftsjahr 2017/18 deshalb auf die Unterstützung der bewährten Events sowie der ersten Durchführung des Alpfest Parpan, unter der Leitung der Alpkäserei.

Verein Kultur am Pass Lenzerheide

Der reaktivierte Verein KaP (Kultur am Pass) hat seine Tätigkeit wieder aufgenommen und engagiert sich in diversen kulturellen Fragen. Die LMS AG übernimmt aufgrund einer Leistungsvereinbarung die Führung des Kultursekretariats, das einerseits Anlaufstelle für interessierte Veranstalter von Kulturevents ist und andererseits den Verein in seiner Arbeit unterstützt. Nach dem Erfolg des letzten Jahres konnte im März 2018 ein erneut gut besuchter Kulturworkshop durchgeführt werden.

Ein erster Erfolg aus den Arbeitsgruppen, welche aus dem letztjährigen Workshop entstanden sind, konnte bereits verbucht werden. Dank der Umsetzung durch Donat Rischatsch erfahren Gäste und Einheimische ab Sommer 2018 bei einem der neuen Dorfrundgänge «Vom Maiensäss zum Kurort» in Lenzerheide und «Auf den Spuren der Obervazer Auswanderer» in Lain alles zur Geschichte der Ferienregion.

Kulturspots - die Broschüre

Mit einer neuen Broschüre, mit angepasstem Layout und Zusatzinformationen zu ausgewählten Anlässen, wurde ein letzter Versuch unternommen, den Kulturflyer der letzten Jahre attraktiver zu gestalten. Bereits im ersten Winter musste jedoch festgestellt werden, dass die Broschüre, trotz allen Anpassungen, weiterhin keinen Absatz findet und die Nachfrage nach einem gedruckten Kultur Veranstaltungskalender nicht gegeben ist. Die LMS AG wird zukünftig auf die Erstellung der Imprime im Bereich Kultur verzichten. Die Anlässe sind jedoch weiterhin auf der Website und im «aktuell» zu finden.

GraubündenGOLF mit neuer Kampagne

Golfen hat in Graubünden eine lange Tradition und so haben sich die Bündner Golfclubs mit Graubünden Ferien zusammengeschlossen, um das Bündner Golfangebot gemeinsam zu kommunizieren. In Zusammenarbeit mit der Agentur Jung von Matt wurde eine mehrjährige Kampagne ausgearbeitet, deren Umsetzung im Sommer 2018 startet. Hauptdarsteller sind dabei die berühmten Bündner Steinböcke Gian und Giachen. Die LMS AG unterstützt die Kampagne und somit auch die Vermarktung des Golfsports in der Ferienregion.

Cathrin Bossert

Produktmanagerin Kultur & Lifestyle



Das Rekord Eventjahr 2017/18



Mit drei Weltcup, einem enormen Besucheranstieg des Zauberwaldes, Biathlon Events und dem neuen Saisonverlängerungsevent «LIVE is LIFE» stellt die Lenzerheide neue Massstäbe und Rekorde im Eventbereich. Noch nie besuchten so viele Zuschauer die Events in Lenzerheide, berichteten die Medien so oft oder wurden so viele Logiernächte direkt durch Events generiert. Nicht nur die Kennzahlen sind sehr positiv, sondern auch die Bilder, Sportgeschichten und Berichterstattungen, welche weltweit ausgestrahlt wurden. Lenzerheide präsentiert sich in allen sportlichen strategischen Geschäftsfeldern (Alpiner Schneesport, Bike, Nordic) mit lebendigen Events und beweist Expertise auf höchstem Niveau.

Die 18 grösseren Veranstaltungen, welche vom Eventteam unterstützt werden, generierten über 39'000 direkte Logiernächte und beinahe 13'500 Medienkontakte. Zudem besuchten 106'734 Zuschauer, 600 Journalisten und 6'963 Teilnehmende die Events der Ferienregion Lenzerheide. Die lokalen und externen OKs, das fünfköpfige Eventteam und das unterstützende Kommunikationsteam haben eine hervorragende Arbeit geleistet – herzlichen Dank für das strenge, unvergessliche und tolle Eventjahr 2017/18.

Gemeinsame Vermarktung von Grossevents

Erstmals wurde eine gemeinsame Kampagne für die Vermarktung der Grossevents im Winter 2017/18 lanciert. Mit dem Eventpass und dem Slogan «Herzklopfa hochdrei in einem Ticket» wurden der Zauberwald, die FIS Tour de Ski und der FIS Ski Weltcup gemeinsam kommuniziert. Neben den klassischen Kanälen präsentierte unser Partner Sihlcity die drei Events mit einem Kinoteaser und im Fondue Chalet. Die Nachfrage für ein gemeinsames Ticket ist limitiert, doch der Rücklauf der Kampagne war gross und somit sehr zufriedenstellend.

Jacqueline Odermatt
Teamleiterin Events / Eventmanagerin



	2017/18	2016/17*	2015/16*	3-Jahres Schnitt	
				Anzahl	%
Anzahl Events	18	14	19	17	+5.9%
Anzahl Eventtage	58	42	60	53	+9.4%
Anzahl Journalisten	600	260	573	478	+25.5%
Anzahl Medienkontakte	13'429	815	9'749	7'998	+67.9%
Zuschauerzahl	106'734	65'735	92'082	88'184	+21.0%
Teilnehmerzahl	6'963	6'450	7'349	6'921	+0.6%
Direkte Logiernächte	39'021	26'370	36'951	34'114	+14.4%

*die Saison 2015/16 war mit drei Weltcup eine vergleichbare Eventsaison, wobei die Saison 2016/17 mit einem Weltcup eher ruhig war.

Die Events 2017/18

Gänsehautmomente in der Bike Arena

Die Mountainbike Elite und die 20'000 Zuschauer des UCI Mountain Bike World Cups sorgten für Gänsehautmomente in der Bike Arena - die Fans tobten, die Biker zeigten Höchstleistungen und neue Streckenrekorde. Die Hauptprobe für die Weltmeisterschaften 2018 ist geglückt. Die Schweizer Downhill Athletin Emelie Siegenthaler holte beim Heimrennen ihr erstes Weltcup Podest. Beim Cross Country Rennen fuhr Nino Schurter unter tosendem Beifall erneut als Erster über die Ziellinie – einer von vielen Siegen in seiner perfekten Saison. Neben den Rennen sorgten die Expo, die Kids Area, die zahlreichen Side Events und das fabelhafte Publikum für ein unvergessliches Bike Festival.

Erneuter Besucherrekord im Zauberswald

Die Jubiläumsausgabe des Zauberswaldes ist geglückt. An 15 Abenden liessen sich 40'000 Besucherinnen und Besucher vom einzigartigen Sinnesfestival verzaubern. Noch nie hatte ein Event in Lenzerheide so viele Besucher angelockt. Mit bester live Musik, kulinarischen Köstlichkeiten und einzigartigen Lichtinstallationen wurde die fünfte Ausgabe um zwei Abende verlängert. Das engagierte OK entwickelte den Event in allen Bereichen weiter. Zudem investierte der Zauberswald dieses Jahr in ein neues CI/CD und involvierte die Schule Vaz/Obervaz mit einer Lichtinstallation in den Event.

Schweizer Siege an der FIS Tour de Ski

Die Langlauf Elite kämpfte in den Sprint-, Einzel- und Verfolgungsrennen im Rahmen der FIS Tour de Ski um den Sieg sowie wertvolle Bonussekunden. Trotz Wetterschwierigkeiten besuchten 15'000 Zuschauer die Rennen in der Biathlon Arena. Die FIS sowie die internationalen Teams und TV Stationen waren begeistert von der schönen Arena, der optimalen Infrastruktur und der Atmosphäre im Stadion. Höchst erfreulich und sehr medien- und publikumswirksam waren die täglichen Siege der Schweizer Athleten. Laurien Van der Graaff läuft im Sprintrennen zu ihrem ersten Weltcup Sieg. An den weiteren Renntagen triumphiert Dario Cologna mit zwei Siegen und übernahm in Lenzerheide das Trikot des Tour Leaders.



Ein Skifest am Damen Ski Weltcup

Wunderbares Wetter, ausgezeichnete Pistenverhältnisse, zahlreiche jubelnde Zuschauer und strahlende Siegerinnen: Der FIS Ski Weltcup Lenzerheide präsentierte sich von seiner besten Seite und war ein grandioses Skifest auf höchstem Niveau. Während drei Tagen fanden am Heimberg in Parpan Damen Weltcuprennen in den Disziplinen Alpine Kombination, Riesenslalom und Slalom statt. Die kurzfristig übernommene Alpine Kombination von St. Moritz forderte das OK bei den letzten Vorbereitungen nochmals heraus. Bravourös wurde auch diese Herausforderung gemeistert und ein Event der Extraklasse auf die Beine gestellt. Während den drei Renntagen feierten über 13'000 Besucher mit den erfolgreichen Schweizer Athletinnen und sorgten für eine grossartige Stimmung im Zielraum.

Erfolgreiche Saisonverlängerung

Der Saisonverlängerungsevent «LIVE is LIFE» feierte im April 2018 eine grandiose Premiere mit fantastischer Stimmung. Der OK Präsident Giancarlo Pallioppi stellte mit seinem Team und lokalen Partnern ein grossartiges Musikfestival auf die Beine. Die insgesamt 26 Konzerte am Berg und im Tal lockten bei perfektem Frühlings-Skiwetter über 4'000 Festival Besucher nach Arosa Lenzerheide. Mit dem «LIVE is LIFE» setzen die Organisatoren bewusst auf verschiedene Musikrichtungen und kleine und intime Locations, anstelle von riesigen Bühnen und kommerziellen Shows.

Highlights in der Biathlon Arena

Neben der FIS Tour de Ski fanden im Winter 2017/18 auch der IBU Cup, der Planoiras, der St. Cassian sowie die Biathlon Schweizermeisterschaft in der Biathlon Arena statt. Die erfolgreiche Erstaustragung des IBU Cups war ein wahres Biathlon-Highlight und ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zum Biathlon Weltcup. Mit rund 3'000 direkten Logiernächten Anfangs Dezember ist der IBU Cup auch für die Wertschöpfung in der Region ein interessanter Anlass. Die Teams aus rund 43 Nationen reisten teilweise bereits zwei Wochen vor dem Anlass für Trainingscamps nach Lenzerheide und haben eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 7.5 Tage erzielt.



Viel Schnee, viele Seitenaufrufe und viel Event Content

Website lenzerheide.com

Im Geschäftsjahr 2017/18 konnten wiederum erfreuliche Zahlen auf der Destinationswebsite lenzerheide.com verzeichnet werden. Es ist nochmals eine Steigerung der Seitenaufrufe im Vergleich zum Vorjahr erzielt worden. Fast 13 Mio. Seitenaufrufe konnte lenzerheide.com von Mai 2017 bis Ende April 2018 aufweisen. Mit einer Steigerung von ca. 20% im Vergleich zum Vorjahr konnte auch bei den Sitzungen nochmals zugelegt werden. Pro Sitzung werden vom User im Schnitt 3.5 Seiten aufgerufen. Dabei hilft die Platzierung von weiterführenden oder themenrelevanten Links auf den einzelnen Seiten. Auch bei den Conversions ist eine positive Entwicklung zu erkennen, dies nicht zuletzt auch aufgrund der Online Marketing Massnahmen im Bereich Google Adwords.

Auf den Wetter-, Webcam- und Schneeberichtsseiten konnten besonders viele Zugriffe festgestellt werden, was vor allem dem schneereichen Winter zu verdanken ist. Aber auch das eventreiche Geschäftsjahr, mit all seinen Top Events aus den verschiedensten Bereichen, hat seine Spuren bei den Zugriffen hinterlassen. Die Peaks sind deutlich im Zeitraum der stattfindenden Events ausfindig zu machen und haben den Seitenzahlen nochmals einen positiven Boost gegeben.

Im Geschäftsjahr 2017/18 ist neben den SEO Massnahmen auch vermehrt in den Bereich SEA investiert worden. Verschiedene Adwords Kampagnen wurden aufgeleitet und umgesetzt. Die strategischen Geschäftsfelder der LMS AG lieferten dabei mit ihren Angeboten und Produkten die Inhalte. Neben der Langlaufregion Lenzerheide wurden beispielsweise die Bergerlebnisse, aber auch die Golfregion sowie die Familienerlebnisse mit Adwords Kampagnen unterstützt.

Parallel zur Bewirtschaftung der Website lenzerheide.com wurde während den Wintermonaten die neue Website arosalenzerheide.swiss mit ihren drei Portalen aufgebaut und mit

Inhalten befüllt. Der Launch fand am 24. April 2018 statt. Seitdem ist die Ferienregion Lenzerheide online unter arosalenzerheide.swiss zu finden.

Social Media

Im Geschäftsjahr 2017/18 war die Ferienregion Lenzerheide auch auf Social Media aktiv und hat aus vielen verschiedenen Themenbereichen Beiträge auf den eigenen Social Media Channels (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) platziert. Nach der Zusammenführung einiger Kanäle zu Arosa Lenzerheide im Vorjahr, wurden im letzten Geschäftsjahr keine neuen Plattformen aufgenommen. Der Fokus lag klar auf der Etablierung und Bewirtschaftung der bereits vorhandenen. Wie auf der Website konnte auch auf den einzelnen Plattformen wiederum ein Zuwachs an Fans und Follower generiert werden.

Der frühe Wintereinbruch und auch der ausreichend vorhandene Schnee liessen anfangs Winter auf Facebook und Instagram die Reichweiten in die Höhe schnellen. Die User konnten von den zahlreichen Winterbildern kaum genug bekommen. Neben dem einmaligen Winter lieferten die verschiedenen Grossveranstaltungen wie die Lenzerheide Motor Classics, der UCI Mountain Bike World Cup, der Zauberwald, die FIS Tour de Ski, der FIS Ski Weltcup sowie das Musikfestival «LIVE is LIFE» viele und abwechslungsreiche Inhalte.

Auch weiterhin soll der Bereich Social Media wachsen und die Plattformen sich noch stärker in der Welt der sozialen Medien etablieren, sowie viele User für die Ferienregion Lenzerheide sowie Arosa Lenzerheide begeistern.

Anna Sophia Moro

Content Managerin Online



Arosa Lenzerheide im gemeinsamen digitalen Kleid

Meilenstein arosalenzerheide.swiss

Ende April 2018 ging die neue Website arosalenzerheide.swiss online. Mit dem Live-Gang hat die Projektgruppe, bestehend aus Vertretern aus allen vier Unternehmungen (ABB AG, AT, LBB AG und LMS AG) und dem externen Projektleiter Andreas Herren, einen bedeutenden Meilenstein umgesetzt.

Die Besucher unserer Website finden neue Informationen zu Arosa Lenzerheide auf drei Ebenen (Arosa Lenzerheide, Arosa und Lenzerheide) und können sich so an einer zentralen Stelle zu Erlebnissen in den beiden Destinationen inspirieren lassen. Eine klare und einfache Navigation führt den User zu umfassenden Informationen zu Arosa Lenzerheide.

Weiter werden die Websites der Top Events neu als Microsites aufgebaut. Dies ermöglicht einen individuellen Seitenaufbau im Design des jeweiligen Events.

Dem User steht neu die Möglichkeit zur Erstellung eines Profils zur Verfügung. Dadurch wird der Buchungsprozess verkürzt und vereinfacht und der User kann künftig von spannenden Aktionen und Vorzügen profitieren. Im Hintergrund erlaubt uns diese Funktion, die Inhalte auf dem Web zu personalisieren und so jedem Gast die individuell zugeschnittenen Informationen und Angebote auszuspielen.

Das Herzstück des neuen Web Auftritts stellt der Marktplatz dar. Hier können diverse Leistungen aus Arosa Lenzerheide – vom Bike Fahrtechnik Kurs, zum Schwingfest-Ticket bis zur Hotelpauschale – online gebucht werden. Mit dem Marktplatz bieten wir dem Gast eine spannende Möglichkeit, möglichst einfach und rasch diverse Leistungen für seinen Aufenthalt in Arosa Lenzerheide zu buchen. Des Weiteren schaffen wir damit eine attraktive Plattform für unsere Leistungsträger, um ihre Angebote zielführend zu platzieren und zu verkaufen.

Ergänzend zum Web Auftritt wird in den vier Unternehmungen aktuell ein neues, gemeinsames CRM (Customer Relationship Management) Tool eingeführt. Das System umfasst die Kontakte aus allen vier Unternehmungen und erlaubt uns, jegliche Kontaktdaten von Gästen, Partnern, Medien, Mitarbeitenden, etc. zielführend zu sammeln und zu managen.

App für Arosa Lenzerheide Liebhaber

Rund 120'000 Nutzer konnten für die App Arosa Lenzerheide seit dem Launch im Dezember 2016 gewonnen und regelmässig durch die neuen Funktionen und Highlights begeistert werden. So wird der Gast seit Winter 2017/18 über die aktuelle Parkplatzsituation in Arosa Lenzerheide informiert und kann sich direkt zu freien Parkmöglichkeiten navigieren lassen. Desweiteren können neu auch Skitickets und diverse Leistungen aus dem Marktplatz über das Mobile gebucht werden.

Mit Fernsicht an der digitalen Entwicklung weiter arbeiten

Die digitalen Kanäle werden auch im nächsten Geschäftsjahr mit vollem Engagement und Fernsicht vorangetrieben. Im Fokus steht die Optimierung und Weiterentwicklung der gemeinsamen Website mit Schwerpunkt auf Personalisierung und Marktplatz.

Zudem wird in einem Projekt in Zusammenarbeit mit den Gemeinden ein elektronisches Meldewesen eingeführt und eine digitale Gästekarte lanciert. Wir möchten dadurch unsere Gäste und Arosa Lenzerheide Liebhaber noch besser kennenlernen, um ihnen auf sie zugeschnittene Informationen, Produkte und Empfehlungen in all unseren Marketingkanälen vermitteln zu können.

Fabienne Süss
Projektleiterin Marketing



Journalisten aus aller Welt zu Gast in Lenzerheide

Das Geschäftsjahr 2017/18 war auch im Bereich PR/Medien stark von den drei Grossveranstaltungen geprägt. Dies zeigt sich besonders deutlich in der Grafik der erfassten Medienberichte durch ARGUS. Auffallend ist dabei auch die vergleichsweise niedrige Quote im Zeitraum des UCI Mountain Bike World Cups (Juli 2017) im Vergleich zur FIS Tour de Ski (Ende Dezember 2017) oder der FIS Ski Weltcup (Ende Januar 2018).

Insgesamt konnten die drei Weltcup Veranstaltungen rund 13'000 Medienberichte (Online international, Print national) erzielen. Vor Ort berichteten zwischen 130 bis 210 Journalisten über die sportlichen Höchstleistungen und wurden in den Media und Submedia Centres betreut und gepflegt.

Zwischen Mai 2017 und April 2018 wurden durch ARGUS gesamthaft 1'671 Print Artikel (+79%) sowie 13'453 Online News (+275%) zur Ferienregion Lenzerheide erfasst.

Medienreisen aus 16 Länder

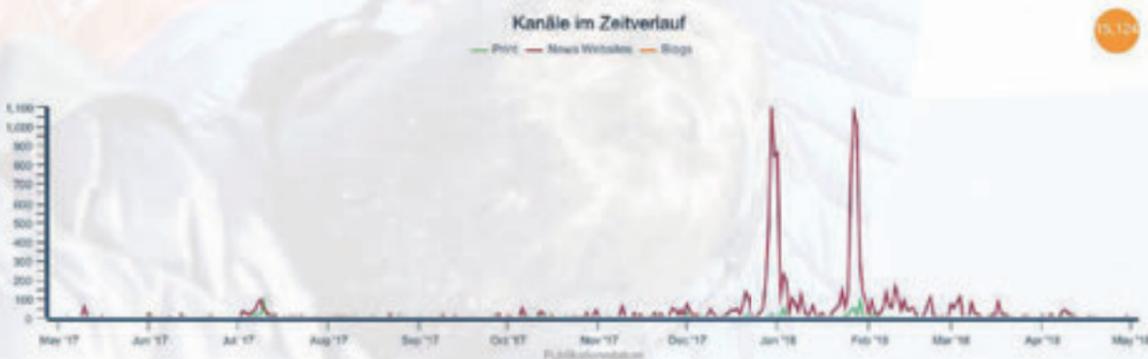
Trotz der hohen Arbeitsauslastung durch die Grossanlässe konnte die Anzahl Medienreisen im Geschäftsjahr 2017/18 auf Vorjahresniveau gehalten werden. Im Sommer 2017 fanden insgesamt zwölf Medienreisen mit insgesamt 40 Journalisten aus der Schweiz, Deutschland, Belgien, Niederlande, Dänemark, Schweden, Grossbritannien, Frankreich, Italien, Polen, Tschechien, Ukraine, USA und Australien statt. Der Fokus lag primär im Bereich Bike oder Familie.

Im Winter 2017/18 wurden insgesamt 22 Medienreisen organisiert. Dabei reisten 75 Journalisten aus der Schweiz, Deutschland, Niederlande, Dänemark, Schweden, Finnland, Norwegen, Grossbritannien, Italien, Polen und Tschechien nach Lenzerheide.

Neben den zahlreichen individuellen Medienreisen und einer Gruppen Medienreise mit Schweiz Tourismus Deutschland, konnten wir auch das internationale Press Camp des bekannten Rucksack- und Gepäckhersteller EVOC in Lenzerheide durchführen. Im Zentrum des Press Camps stand die Produktlancierung des neuen Lawinenrucksacks, welcher dank den hervorragenden Schneebedingungen ausgiebig im freien Schneesportgelände getestet werden konnte.

Marlen Schwarz

Teamleiterin Kommunikation / PR/Medien



Von Zürich über Berlin bis nach Stockholm

Destination für Gruppen und Schulen

Im Sommer 2017 wie auch im Winter 2017/18 konnten rund 120 Gruppenanlässe in Lenzerheide realisiert werden. Exklusive Bahnfahrten und Abendanlässe auf dem Berg sowie Gruppenerlebnisse in der Biathlon Arena waren besonders gefragt. Bereits zum 3. Mal in Folge konnte Lenzerheide im Januar 2018 im Rahmen von «Schulen im Schnee» rund 500 Schüler aus dem Unterland vom vielen Schnee begeistern und ihnen einen unvergesslichen Tag in Arosa Lenzerheide ermöglichen.

Crossmarketing

Die Partnerschaft mit STUcard, dem Vorteilsprogramm der Deutschschweizer Kantonalbanken, welche die grösste Plattform für Jugendliche und Studierende zwischen 12 und 30 Jahren bildet, hat wiederum eine Vielzahl an Sportbegeisterten ins Schneesportgebiet Arosa Lenzerheide gebracht. Nebst der Partnerschaft mit STUcard war auch die Cumulus Aktion mit der Migros erfolgreich.

Märkte Bearbeitung

Gemeinsam mit Arosa wurden auch im vergangenen Jahr die Fokusbörse in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus bearbeitet. So wurden durch die Märktepartnerschaften mit Deutschland, Benelux (Belgien, Luxemburg und Niederlande), Nordics (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden), UK und Schweiz diverse Marketingmassnahmen umgesetzt, um neue Gäste für Arosa Lenzerheide zu begeistern und gewinnen. Online und Print Kampagnen wurden in den Zielmärkten lanciert und Medienreisen durchgeführt, sowie konkrete Sales Gespräche mit Reiseveranstaltern geführt.

Im Aufbaumarkt Nordics war Arosa Lenzerheide beispielsweise auf Einladung von Schweiz Tourismus bei rund 30 Reiseveranstaltern zu Besuch und hat dort wertvolle Kontakte für eine zukünftige Zusammenarbeit geknüpft.

Den Puls der internationalen Tourismusbranche spüren

Die Ferienregion Arosa Lenzerheide war auch im Geschäftsjahr 2017/18 an verschiedenen Veranstaltungen im In- und Ausland präsent. Im März fand in Gstaad der Snow Travel Mart Switzerland, die für den Wintertourismus wichtigste Sales Plattform, organisiert von Schweiz Tourismus, statt. Nebst der CMT in Stuttgart, der weltweit grössten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit, sowie der internationalen B2B Messe ITB in Berlin, war dies die dritte Fachmesse, an welcher Arosa Lenzerheide präsent war. Die drei Veranstaltungen waren enorm wichtig, um gemeinsam mit Arosa wichtige Kontakte zu knüpfen, den Puls der internationalen Tourismusbranche zu spüren und interessante und potentielle Partnerschaften zu knüpfen. Spannend zu sehen, respektive zu hören, war das grosse Interesse an der Ferienregion Arosa Lenzerheide.

«Fräulein Holle»

Das Highlight der Wintersaison 2017/18 war die Promotion im Fondue Chalet «Fräulein Holle» auf dem Vorplatz des Sihlcity. Im November und Dezember war dies eine ideale Plattform, um die Gäste aus dem Unterland auf die Wintersaison einzustimmen und ihnen Arosa Lenzerheide schmackhaft zu machen. Das gemütliche Chalet mit allerlei Fondue-Kreationen, unter anderem aus der Region Lenzerheide, sorgte für ein kulinarisches Wintervergnügen - inmitten der Stadt Zürich.

Neue Buspartnerschaften

Mit zwei neuen Buspartnern hat es im Winter 2017/18 wöchentliche Fahrten aus der Ost- wie auch der Zentralschweiz mittels einem Ski-Express nach Arosa Lenzerheide gegeben.

Ich freue mich, künftig als Mitarbeiterin der Lenzerheide Bergbahnen AG, zusammen mit den Leistungsträgern und der LMS AG, erfolgreiche Sales Aktivitäten umzusetzen.

Anthea Jufer

Teamleiterin Sales



Das Informationsbüro im Wandel

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 am Telefon. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2017/18 in allen Informationsbüros 41'550 Gästekontakte gezählt. Dies entspricht einem Rückgang von 6% im Vergleich zum Vorjahr.

Weiterentwicklung und Partnerschaften

Aufgrund der sinkenden Kontaktzahlen wurde die Organisation der Informationsbüros im Geschäftsjahr 2017/18 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. Dank den Partnerschaften mit der LBB AG in Churwalden, dem KafiKonsum in Parpan und der Biathlon Arena in Lantsch/Lenz ist es uns möglich, in allen drei Dörfern während den Saisonzeiten ganztägige Öffnungszeiten an mindestens fünf Tagen in der Woche anzubieten.

Per 1. Mai 2018 wurde das Informationsbüro in Parpan im KafiKonsum integriert. Neben einem Informationstresen mit Broschüren und Kartenmaterial wurde ebenfalls ein Internetzugang über ein Tablet eingerichtet. Für den persönlichen Kontakt zu den Gästen ist das Personal des KafiKonsum besorgt. Dieses wurde durch das Team der LMS AG geschult und steht unseren Gästen bei touristischen Fragen kompetent zur Seite. Im Rahmen des Projekts «Tourist Office 3.0» wurde diese Lösung als Beispiel eines Informationsbüros mit eher niedrigen Frequenzen thematisiert und weitere Destinationen sind interessiert, ähnliche Lösungen umzusetzen.

«Tourist Office 3.0»

Das schweizweite Projekt «Tourist Office 3.0» wurde im Mai 2018 mit einem umfangreichen Bericht abgeschlossen. Neben der Dokumentation der verschiedenen Ergebnisse sind ebenfalls diver-

se Projektempfehlungen in verschiedenen Handlungsfeldern enthalten. Wir haben uns entschieden, vorerst einzig am Tourist Office Lab teilzunehmen. Dieses hat zum Ziel destinationsübergreifende Projekte zu lancieren, Markttransparenz zu schaffen und den Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierung gemeinsam zu begegnen.

Reservationssystem Deskline

Im Geschäftsjahr 2017/18 lag der Buchungsumsatz des Reservationssystems Deskline mit CHF 1'761'523.95 um 5.8%, respektive CHF 108'107.50 tiefer als im Vorjahr.

Gesamthaft können über das Deskline 591 Objekte online gebucht werden. Dies beinhaltet neben Hotelzimmern und Ferienwohnungen auch Camping, Jugendherberge oder Gruppenunterkünfte.

Die Website lenzerheide.com sowie die Informationsbüros sind noch immer die wichtigsten Kanäle bei der Unterkunftsbuchung via Deskline. Bei den externen Kanälen zeigt erneut einzig die Plattform e-domizil.ch eine vergleichsweise hohe Anzahl.

Curdin Bergamin
Leiter Tourist Services



Andrea Parpan
Deskline



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	0.0	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

*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

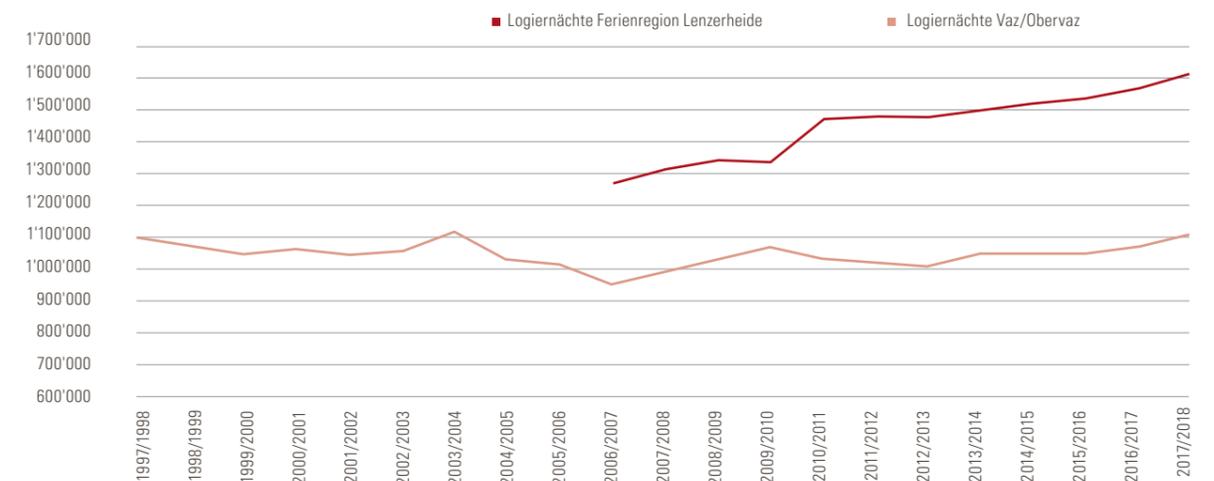
*4 Geschäftsjahr 2013/14 Bemessungsperiode Juni - April

*5 Ab Geschäftsjahr 2014/15 Bemessungsperiode Mai - April

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

Logiernächte Ferienregion Lenzerheide

	2017/18	2016/17	%
Vaz/Obervaz	1'125'012	1'080'526	4.1
Brienz	38'938	37'607	3.5
Churwalden/Parpan	314'453	316'332	-0.6
Lantsch/Lenz	127'744	122'882	4.0
Total Logiernächte	1'606'147	1'557'347	3.1



Bilanz per 30. April 2018

Aktiven	30.04.2018		30.04.2017		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Umlaufvermögen						
Flüssige Mittel	1'448'632		1'076'611		372'021	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	2.1 453'775		438'342		15'433	
Übrige kurzfristige Forderungen	2.2 226'698		245'287		-18'589	
Vorräte	27'882		37'161		-9'279	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	126'242		141'124		-14'882	
Total Umlaufvermögen	2'283'229	99.6	1'938'525	99.1	344'704	17.8
Anlagevermögen						
Sachanlagen	9'217		17'202		-7'985	
Total Anlagevermögen	9'217	0.4	17'202	0.9	-7'985	-46.4
Total Aktiven	2'292'446	100.0	1'955'727	100.0	336'719	17.2

Passiven	30.04.2018		30.04.2017		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Fremdkapital						
Kurzfristiges Fremdkapital						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.3 504'974		400'522		104'452	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.4 344'144		295'524		48'620	
Rückstellungen	440'000		95'000		345'000	
Passive Rechnungsabgrenzungen	358'914		286'997		71'917	
	1'648'032		1'078'043		569'989	
Langfristiges Fremdkapital						
Rückstellungen	270'000		500'000		-230'000	
	270'000		500'000		-230'000	
Total Fremdkapital	1'918'032	83.7	1'578'043	80.7	339'989	21.5
Eigenkapital						
Aktienkapital	300'000		300'000		–	
Gesetzliche Gewinnreserve	6'946		6'800		146	
Bilanzgewinn	67'468		70'884		-3'416	
Total Eigenkapital	374'414	16.3	377'684	19.3	-3'270	-0.9
Total Passiven	2'292'446	100.0	1'955'727	100.0	336'719	17.2

Erfolgsrechnung 2017/18

1. Mai 2017 bis 30. April 2018	2017/18		2016/17		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Ertrag aus Leistungsverträgen	4'794'451		4'793'434		1'017	
Übriger Ertrag	1'277'857		1'134'492		143'365	
Erlösminderungen	–		-696		696	
Betriebsertrag	6'072'308	100.0	5'927'230	100.0	145'078	2.4
Warenaufwand	-25'460		-62'441		36'981	
Personalaufwand	-2'255'179		-2'246'241		-8'938	
Sachaufwand	-3'785'899		-3'605'473		-180'426	
Betriebsaufwand	-6'066'538	100.0	-5'914'155	100.0	-152'383	2.6
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	5'770	0.1	13'075	0.2	-7'305	-55.9
Abschreibungen	-7'985		-7'985		–	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	-2'215	-0.0	5'090	0.1	-7'305	-143.5
Finanzertrag	48		95		-47	
Finanzaufwand	-85		–		-85	
Betriebsergebnis vor Steuern	-2'252	-0.0	5'185	0.1	-7'437	-143.4
Betriebsfremder Ertrag	–		–		–	
Jahresgewinn vor Steuern	-2'252	-0.0	5'185	0.1	-7'437	-143.4
Steuern	-1'018		-2'256		1'238	
Jahresergebnis	-3'270	-0.1	2'929	0.0	-6'199	-211.6

Gewinnverwendung

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes	2017/18	2016/17
	Antrag des Verwaltungsrates	Beschluss der Generalversammlung
	CHF	CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	70'738	67'955
Jahresergebnis	-3'270	2'929
Bilanzgewinn	67'468	70'884
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	–	146
Vortrag auf neue Rechnung	67'468	70'738
Total	67'468	70'884

Anhang zur Jahresrechnung *(per 30. April 2018)*

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 Bewertungsätze

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	
Mobilien, 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 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	292'309	324'389
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	161'466	113'953
Total	453'775	438'342

2.2 Übrige kurzfristige Forderungen 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	226'698	244'590
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	–	697
Total	226'698	245'287

Die übrigen kurzfristigen Forderungen gegenüber Dritten enthalten eine gegenüber dem Verein Bike Weltcup eingegangene Bürgschaft über TCHF 190.

2.3 Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	444'883	263'173
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	60'091	137'349
Total	504'974	400'522

2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	342'011	295'144
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	2'133	380
Total	344'144	295'524

2.5 Nettoauflösung von stillen Reserven 2017/18 2016/17

	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	–	–

3. Weitere gesetzliche Angaben gemäss Art. 959c OR

3.1 Angaben zur Gesellschaft 30.04.2018 30.04.2017

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

3.2 Mitarbeiter 30.04.2018 30.04.2017

	Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	21	24

3.3 Nicht bilanzierte Verbindlichkeiten

3.3.1 Langjährige Verpflichtungen 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	432'825	568'366
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	909'066	1'213'891
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	128'000
Total	1'341'891	1'910'257

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.

3.3.2 Leasingverbindlichkeiten 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	5'748	5'748
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	9'580	15'328
Fälligkeiten > 5 Jahre	–	–
Total	15'328	21'076

Per 1. Januar 2016 wurde ein Leasingvertrag für ein Multifunktionsgerät abgeschlossen. Die Laufzeit dauert bis 31. Dezember 2020.

3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen 30.04.2018 30.04.2017

	CHF	CHF
Kurzfristig Swiss Life, Zürich	13'065	25'042

3.5 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2017/18 haben.



Bericht der Revisionsstelle **zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der** **Lenzerheide Marketing und Support AG**

Vaz/Obervaz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das am 30. April 2018 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

Martin Bettinaglio
Revisionsexperte

Chur, 27. Juli 2018

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