

Geschäftsbericht 2012/13

Lenzerheide Marketing und Support AG



Inhalt



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter LMS (VR, GL, Mitarbeitende)	4
Bericht des Präsidenten	5
Bericht des Geschäftsführers	6
Bericht aus den Abteilungen	
Online	7/8
Alpiner Schneesport	9
Bike	10/11
Nordic	12
Kultur und Lifestyle	13
Basisangebote	14
PR und Medien	15
Sales	16
Informationsstellen	17
Deskline	18
Statistik	19
Bilanz	20
Erfolgsrechnung	21
Gewinnverwendung / Anhang	22
Bericht der Kontrollstelle	23

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter LMS (VR, GL, Mitarbeitende)

Verwaltungsrat

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

Kontrollstelle

PricewaterhouseCoopers, Chur

Mitarbeitende

Fläcklin Bruno	Geschäftsführer	100%
Michel Marco	Marketingleiter	100%
Pargmann Urs	Führung Infostellen	90%
Bergamin Marco	Tourist Service Lenzerheide	80%
Berther Alexandra	Produktmanagement Kultur & Lifestyle	50%
Bonifazi Ornella	Content Management Print	100%
Brugger Madeleine	Tourist Service Lenzerheide	100%
Chuboda Renate	Tourist Service Valbella	50%
Conrad Steffi	Tourist Service Churwalden	80%
Geissmann Andrea	Deskline/Gästeanimation	100%
Hemmi Ines	Tourist Service Lenzerheide	60%
Hohl Sandra	Content Management Online	100%
Iten Corinne	Produktmanagement Nordic	100%
Ludescher Sigi	Grafik	100%
Meyer Elias	Sales	100%
Osinga Kim	Tourist Service Lenzerheide	40%
Parpan Brigitte	Tourist Service Valbella	50%
Pfosi Gaby	Tourist Service Churwalden	40%
Reisinger Nicole	PR/Medien	100%
Roffler Daniela	Tourist Service Churwalden	50%
Rossi Nicole	Tourist Service Lenzerheide	50%
Schumacher Gabriela	Tourist Service Parpan	60%
Simeon Anne-Rose	Tourist Service Lantsch/Lenz	50%
Stamm Nadia	Businessdevelopment & Headoffice Weltcup	100%
Vonmoos Marlene	Produktmanagement Berg	100%
Wirth Andreas	Produktmanagement Bike	100%
Wild Britta	Headoffice Weltcup	50%
Marlen Rogenmoser	Assistentin Marketing/Media	
Schmid Laura	Lernende 3. Lehrjahr	
Parpan Andrea	Lernende 2. Lehrjahr	
Widmer Michelle	Lernende 1. Lehrjahr	
Total Stellenprozente		2'100%
Total Stellenprozente Vorjahr		2'000%



Sehr geehrte Aktionäre
Geschätzte Leistungsträger

Das vierte Geschäftsjahr der LMS stand ganz im Zeichen einer vielfältigen Weiterentwicklung unserer Marketingaktivitäten. Unübersehbar und erfreulich sind auch die Anzeichen, dass sich die Destination auf die bevorstehende Eröffnung der Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide vorbereitet. Die bereits begonnenen umfangreichen Bauarbeiten für die neuen Bahnanlagen auf Motta und dem Urdenfürggli sowie das neue Bergrestaurant Scharmoin sind das eine, mehrere grosse Projekte für Hotels und vermietbare Ferienwohnungen im Tal das andere Signal für einen schon lange fälligen Aufbruch. Wie sehr dieser für die Lenzerheide im wahrsten Sinne notwendig ist, zeigen die trotz aller Anstrengungen seit Jahren stagnierenden Logiernächtezahlen und die rückläufigen Ersteintritte bei den Bergbahnen.

Der vorliegende Geschäftsbericht dokumentiert wie die LMS die Promotion der Destinationsangebote ausbauen und die interaktive Kommunikation mit den realen und den potentiellen Gästen der Lenzerheide verstärken konnte. Besonders erfreulich sind die Zunahmen der Onlinekontakte und die um über 50% gestiegenen Buchungszahlen des neu vernetzten Reservationssystems unserer Unternehmung. Die grossen Investitionen in die neuen modernen Kommunikationsplattformen, von der Website über das Reservationssystem und die verschiedenen Apps bis zu den Wetterböcken Gian und Giachen, machen sich bereits bezahlt. Zu beachten ist, dass viele Gäste sich als erstes auf unseren Plattformen informieren, ihre Buchungen dann jedoch häufig direkt bei den Hotels und Vermietern oder bei den Bergbahnen und anderen Leistungsträgern vornehmen.

Eine erfreuliche Zunahme verzeichnen wir auch im Eventbereich indem die Engagements der LMS sowohl bei den Winter- wie bei den Sommeranlässen umfangreicher werden. Die LMS nimmt bei Events, die mit der Destinationsstrategie konform sind, hauptsächlich Koordinations- und Unterstützungsaufgaben wahr. Beim Audi Fis Weltcup Finale und bei den Bike Wettbewerben sind die Leistungen der LMS besonders intensiv. Mit unseren «Big Events» Weltcup Ski und in Zukunft Weltcup Bike und Tour de Ski organisieren die jeweiligen Organisationskomitees und wir nationale und internationale Grossanlässe, mit denen wir unsere strategischen Geschäftsfelder zu 100% inhaltlich nach aussen tragen können und uns authentisch präsentieren.

Es stellt sich die Frage, ob und wie weit wir die Rolle einer eigentlichen Event- und Incentiveagentur für die Destination wahrnehmen wollen und sollen und damit zur kompetenten Ansprechstelle für das wachsende Interesse von Privatkunden, Firmen, Vereinen und Organisationen werden. Hier zeigt sich immer mehr das Fehlen einer koordinierenden Organisation die ein ganzes Leistungsbündel für einen Anlass schmieden und auch kompetent verkaufen kann.

Die gemeinsame Marketing-Arbeitsgruppe Arosa Lenzerheide hat im Geschäftsjahr vier Mal getagt. Dabei sind die Vorkampagne mit Gigi und dem Lenzer Heidi lanciert und die Hauptkampagne, die ab Herbst 2013 startet, gemeinsam ausgearbeitet worden. Die Zusammenarbeit gestaltet sich interessant, für beide Seiten bereichernd und auch herausfordernd. Sind doch vier Partner (LBB, LMS, Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus) und ihre Traditionen sowie die jeweiligen Netzwerke in einen Konsens zu bringen. Beide Destinationen sind bestrebt, ihre ganzen Winteraktivitäten aufeinander abzustimmen und wo immer es sinnvoll und möglich ist, die Kommunikation mit den Botschaften des gemeinsamen Skigebietes zu ergänzen. Im Weiteren werden dabei auch die Anliegen und Anforderungen von Tschierschen integriert. In der neuen gemeinsamen Website www.arosalenzerheide.ch und den Links auf die Websites der Destinationen kommt die erfolgreiche Zusammenarbeit im Marketing kommunikativ zum Ausdruck.

Im Juli 2012 hat der Verwaltungsrat Bruno Fläcklin als neuen Geschäftsführer gewählt. Dieser hat im Januar 2013 nach kurzer Einarbeitungszeit seine Arbeit aufgenommen und Manfred Fiegl abgelöst. Der Wechsel ging einher mit hohen Arbeitspensen aller Mitarbeitenden der LMS in den Büros in Canols und in den fünf Informationsstellen. Dank einer gut aufgebauten und eingespielten Führungsorganisation und kompetenter Kader hat die junge LMS den Geschäftsführerwechsel ohne nennenswerte Zwischenfälle gemeistert. Bruno Fläcklin hat eine leistungsfähige und finanziell gesunde Marketing- und Support Unternehmung übernommen. Er konnte sich bestens und in kurzer Zeit in seine Aufgaben einarbeiten.

Der Verwaltungsrat hat in sechs jeweils halbtägigen Sitzungen insbesondere die folgenden Geschäfte bearbeitet:

- Jahresabschluss 2011/12
- Nachfolge Geschäftsführung LMS
- Mehrwertsteuer-Revision
- Umbau der Infostelle Valbella
- Masterplan Bike
- Verlängerung Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden der Destination und mit der Lenzerheide Bergbahnen AG
- Abschluss neuer Leistungsvereinbarungen mit der Pradaschier AG, mit Chur Tourismus sowie mit Leistungsträgern der Destination sowie mit der Tour de Ski
- Marketing und Kommunikation zur Eröffnung der Skigebietsverbindung mit Arosa
- Mitwirkung bei Meteo Graubünden als Pilotdestination
- Olympische Spiele 2022 Graubünden
- Tour de Ski
- Tourismusprogramm 2014 - 2021
- Weiterentwicklung Reservationssystem und regionale Kompetenzplattform Graubünden
- Audi Fis Weltcup Finale
- Bewerbung für den Bike Weltcup und die Bike Weltmeisterschaften
- Budget 2013/14

Es ist mir ein besonderes Anliegen, allen zu danken, die das erfolgreiche Wirken der LMS möglich machen. Allen voran danke ich den Aktionären, d.h. der LBB und Lenzerheide Tourismus und den Destinationsgemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden, Lantsch/Lenz und Brienz für ihr Vertrauen in die LMS. Ein ganz herzliches Dankeschön im Namen des Verwaltungsrates spreche ich den Mitarbeitenden der LMS aus, die ihre Arbeit mit hohem Engagement, Herzlichkeit und Gastfreundschaft zum Wohl unserer Gäste ausführen. Bedanken möchte ich mich auch bei den Leistungsträgern der Destination, beim Verein Weltcup Lenzerheide, bei Graubünden Ferien und bei unseren neuen Partnern in Arosa für die angenehme Zusammenarbeit.

Dr. Roland Zegg
VR-Präsident



Sehr geehrte Aktionäre
Geschätzte Leistungsträger

Im Januar 2013 durfte ich nach einigen Einführungstagen im November/Dezember 2012 meine neue Herausforderung als Geschäftsführer der Lenzerheide Marketing & Support AG aufnehmen. Zurückblickend auf die vergangenen fünf Monate prägen mich bereits einige Eindrücke und Erlebnisse, welche uns für das kommende Geschäftsjahr den Weg weisen. Diese durfte ich in einem ersten Bericht nach 100-Tagen bereits wie folgt beschreiben:

Organisation

Die Ausrichtung der Lenzerheide Marketing & Support AG auf die Vermarktung der Ferienregion Lenzerheide und die Aufteilung der Aufgaben mit den Gemeinden und den örtlichen Tourismusvereinen war ein wichtiger Schritt für eine nachhaltige Entwicklung der Region. Die klare Strategie, welche wir konsequent verfolgen, die gesicherte Finanzierung und die Fokussierung für den Einsatz der Marketingmittel ist der richtige Weg für die Zukunft.

Team

Das gesamte Team der Lenzerheide Marketing & Support AG beweist sich als professionell arbeitende Einheit. Die Kompetenz jedes einzelnen Mitarbeiters in seinem Geschäftsfeld bzw. seiner Tätigkeit zeigt auf, dass der Weg des Erfolgs nur über qualifizierte Mitarbeiter mit überdurchschnittlichem Einsatz zustande kommt. Die Herausforderung für die kommenden Jahre wird sein, diese Fachkompetenz zu erhalten, zusätzliche Mitarbeiter zur Entlastung und zur Weiterentwicklung der Produkte anzustellen und die vielen Events über eine Eventkoordinationsstelle zu bewältigen.

Produkte und Angebote

Das Marketinghaus der LMS mit den vier Geschäftsfeldern sowie dem Basic-Angebot gibt einen klaren Weg für die Angebotsentwicklung voraus. In jeden der Geschäftsfelder sind bereits heute Events und Produkte im TOP-Segment platziert (Weltcupfinal, Tour de Ski, Bike-SM, DAS ZELT etc.). Dennoch gib es überall Potential für neue Produkte und Anlässe. Wichtig erscheint uns hier, eine erneute Entwicklung der bestehenden Anlässe voranzutreiben und sich trotzdem nicht zu verlieren in der Fokussierung auf unseren Auftrag.

Events

Die Eventlandschaft der Ferienregion Lenzerheide ist ungemein gross. Neben internationalen Top-Events wie Weltcupfinal, Tour de Ski und künftig vielleicht auch Bike Weltcuprennen ist eine grosse Anzahl von nationalen Anlässen in allen Bereichen zu organisieren. Die Koordination dieser Anlässe sowie die Generierung von Man-Power innerhalb und ausserhalb der LMS erweist sich als immer schwieriger. Dies wird eine der Herausforderungen sein, welcher wir uns stellen.

Leistungsträger

Die Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern ist eingespielt und funktioniert vorbildlich. Die meisten unserer Partner arbeiten im Qualitätsfokus und versuchen – wie wir – sich täglich zu verbessern und jährliche Innovationen zu präsentieren. Der Austausch untereinander funktioniert und wird in einem «miteinander» und nicht einem «gegeneinander» gelebt.

Allgemein

Die Ferienregion Lenzerheide investiert momentan als eine der einzigen Feriendestinationen der Schweiz stark in Infrastrukturen, warme Betten, in neue Produkte und Events. Die dazu notwendigen Investoren, Finanzgeber, Leistungsträger, Organisationskomitees und Partner sind überzeugt vom Potential unserer Region. Unterstützt werden diese von unzähligen Helfern aus der ganzen Schweiz, welche aus Überzeugung und motiviert das ihre dazutun. Hier wird Tourismusförderung und -entwicklung gelebt.

Sie spüren sicherlich bereits, dass mich der «Lenzerheide-Virus» bereits gefangen hat und ich mich auf meine Arbeit freue. Wir sind uns bewusst, dass es noch viel zu tun gibt und wir noch viel Arbeit vor uns haben. Die Gewissheit aber, auf einen gut vorbereiteten Boden Entwicklung zu säen, diese zu pflegen und später auch Erfolge zu ernten, motiviert uns weiter das Beste zu geben. Ich bedanke mich recht herzlich bedanken bei allen, die mich in der Einführungszeit unterstützt haben und mir Einblick in ihre Tätigkeit, in ihr Netzwerk und Ihre Visionen gegeben haben.

Getreu dem Motto

«Wo kämen wir hin, wenn keiner ginge um zu sehen, wohin wir kämen, wenn wir gingen»

ziehen wir los, um gemeinsam den richtigen Weg zu finden.

Bruno Fläcklin
Geschäftsführer

Die Ferienregion Lenzerheide - die Abteilungen bei der Arbeit Online



Verbesserte Onlinestrukturen

Das Online-Team der LMS hat sich in diesem Geschäftsjahr um die erweiterten Funktionen der Onlineprodukte gekümmert. Die Destinationswebsite und die Onlinekampagne «Wetterböcke» wurden weiterentwickelt und präsentieren sich noch gästefreundlicher.

Auf der Website www.lenzerheide.com erscheint der Buchungsprozess vereinfachter und übersichtlicher für die Gäste. Ebenso hat die LMS eine Kampagnen-Landingpage lanciert. So haben die virtuellen Besucher der Ferienregion Lenzerheide einen direkten Zugang zur Hauptpauchoale im Winter (Winterstartpackage) wie im Sommer (Bike Hotel Package).

Erweitert wurde der Auftritt der Ferienregion Lenzerheide durch neue Microsites. Wichtige Partner und Events erscheinen nun im gleichen Design und unterstützen die Wiedererkennung des Bündner Hochtals.

Folgende Seiten erstellte die LMS im Geschäftsjahr 2012/13:

- Tourismusverein Churwalden (www.churwalden.ch)
- Tour de Ski (www.tour-de-ski-lenzerheide.ch)
- Weltcup (www.weltcup-lenzerheide.ch)
- Graubünden Walking (www.graubuenden-walking.ch)
- MotorClassics (www.motorclassics-lenzerheide.ch)
- SM MTB (www.lenzerheide.com/mtb-sm)
- Pradaschier (www.lenzerheide.com/pradaschier,
www.lenzerheide.com/pradaschier_sommer,
www.lenzerheide.com/pradaschier_winter)

Arosa Lenzerheide

Die Website Arosa Lenzerheide Phase 1 wurde im Winter 2012/13 aufgeschaltet. Die Onlineabteilung der LMS hat die Projekt Website Arosa Lenzerheide konzipiert und mit der Werbeagentur elements umgesetzt. Die Planungsphase 2 der Website Arosa Lenzerheide hat im ersten Halbjahr 2013 einen grossen Teil der Ressourcen beansprucht.

Facebook

Die LMS hat für die Onlinekommunikation über Facebook einen Redaktionsplan erstellt. Der Plan zeigt auf, wann welche Events, Produkte und weitere Informationen publiziert werden. So kann die regelmässige Bearbeitung von Facebook gewährleistet werden. Anfangs Dezember 2012 erreichte die Facebookseite Ferienregion Lenzerheide 10'000 Fans. Ende Mai 2013 waren es 11'450 Fans.

Mehr Besucher auf lenzerheide.com

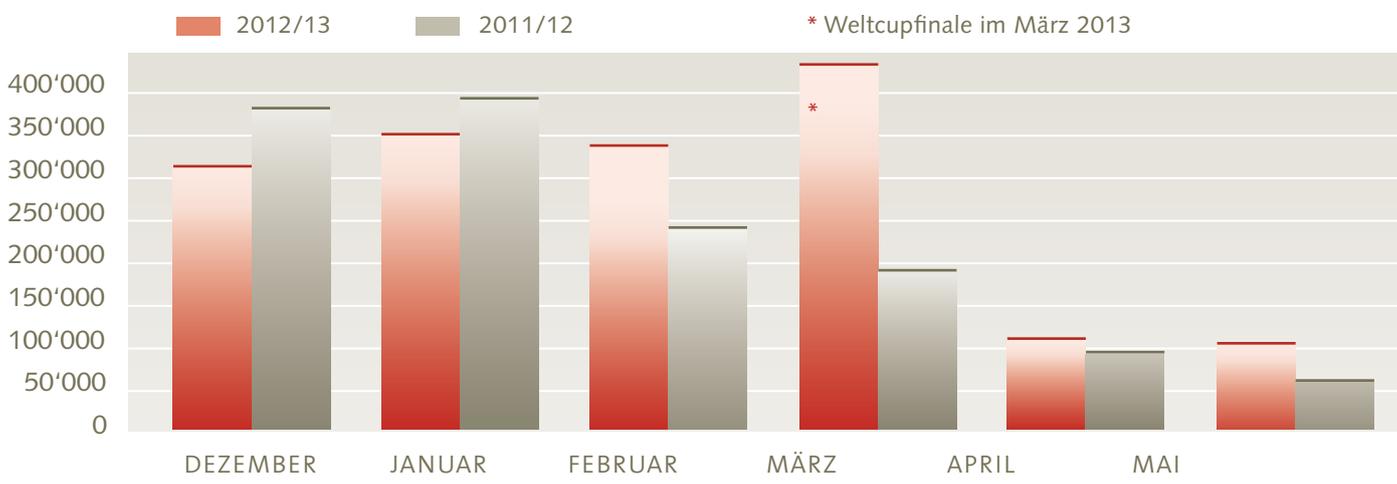
Die Optimierung der Destinationswebsite für Suchmaschinen wurde konsequent weiter verfolgt. Dafür werden die Texte auf der Website gezielt auf das Suchverhalten der (potenziellen) Gäste abgestimmt und mit entsprechenden Keywords «gespickt». Durch dieses Search Engine Optimization (SEO) konnte die Anzahl der Besucher auf unserer Website weiter gesteigert werden.

Besucher der Website lenzerheide.com

Im Jahr 2012/13 wurden auf der Website insgesamt 2'296'656 Besucher gezählt. Mit der Aufschaltung der neuen Website im Dezember 2011 wurden im letzten Jahr nur die Wintermonate mit 1'410'933 Besucher gezählt. Im Vergleich zu dieser Zahl waren es im Dezember 2012 bis Mai 2013 1'655'711 Besucher.



Besucher Website lenzerheide.com



Der Erfolg der Wetterböcke zieht sich weiter

Im Jahr 2012/13 wurde die Wetterböcke App weiterentwickelt: neu gibt es die frechen Steinböcke auch für Android und Windows 7 Smartphones. Der Regenradar bildet einen weiteren Service und mit 50 neuen Sprüchen präsentieren sich die Wetterböcke noch unterhaltsamer. Die Viralität der Wetterböcke konnte durch die Share Option über Facebook zusätzlich gesteigert werden.

Die Downloadzahlen bis zum 31. Mai 2013 zeigen den Erfolg klar:

- iPhone → 325'652
- Android → 31'455
- Windows 7 → 8'022

Das sind im Vergleich zum fulminanten Start der Wetterböcke im Geschäftsjahr 2011/12 weitere 133'224 Downloads.



Alpiner Schneesport



Winterkampagne

Basierend auf den Erkenntnissen der Winterkampagne von 2011/12, wurde die Winterkampagne dieses Jahr weiterentwickelt. Die Massnahmen fokussierten sich weiterhin auf das Onlinemarketing. Die Winterkampagne integrierte alle verfügbaren Onlinekanäle und wurde mit einem Budget von CHF 240'000 umgesetzt. Das Update der Wetterböcke-App mit Gian und Giachen fand bei den Gästen wiederum guten Anklang und unterstützte die LMS in ihrem Vorhaben, neue Gäste in die Ferienregion Lenzerheide zu locken.

AUDI FIS Ski Weltcup Final 2013

Trotz abgesagten Rennen am Mittwoch und Donnerstag, sowie minimaler Schweizer Rennfahrbeteiligung konnten insgesamt 26'200 Zuschauer begrüsst werden. Die Stimmung am Pistenrand, im Zielbereich und den verschiedenen Gastwirtschaften war durchwegs gut. Das AUDI FIS Weltcup Final 2013 war einmal mehr ein grosses Medienereignis. Über 300 Journalisten berichteten live vor Ort. In der Schweiz wurden Artikel mit einer Gesamtauflage von 49'326'851 in Printmedien und dem Internet registriert. Die Internetseite www.weltcup-lenzerheide.ch wurde in der Zeit um die Weltcuprennen über 270'000 mal besucht.

Red Bull SKILLS

Am Ostersonntag fanden auf der Silvano Beltrametti-Weltcup-Strecke zum zweiten Mal die Red Bull SKILLS statt. Skistars wie Viktoria Rebensburg, Nadia Kamer und Marco Büchel fuhren in diesem speziellen Rennen gegen Amateur-Rennfahrer. Auf einer einzigen Strecke wurden ein Super G, Slalom, Abfahrt und Riesenslalom ausgesteckt – gefahren wurde in dieser Reihenfolge und ohne Zwischenstopp oder Skiwechsel. 95 Teilnehmende starteten bei diesem einzigartigen Skianlass. Im Vorjahr waren es noch 80 Athleten. Trotz sehr schlechten Wetterverhältnissen verfolgten rund 1'000 begeisterte Zuschauer das Spektakel vor Ort. Um die Red Bull SKILLS zu realisieren investierte Red Bull total CHF 450'000.

Produkte

Bereits zum zweiten Mal konnten die Gäste der Ferienregion Lenzerheide das «Runda Lai Ticket» beziehen. Das Ticket beinhaltet eine Tageskarte sowie drei Konsumationsgutscheine für ein Frühstück, ein Mittagessen und einen Nachmittagskaffee. Das Ticket ist ein wichtiger Kommunikationskanal um die Rundtour durch das gesamte Skigebiet zu verkaufen. Zudem fanden insgesamt 25 SnowNights und fünf EarlyBirds statt. Bei den SnowNights erzielten das Nachtschlitteln und die Vollmondabfahrten positive Zahlen und konnten mehr oder gleichviel Skierdays und einen höheren Bahnumsatz generieren als im Vorjahr. Auch der EarlyBird hat einen höheren Umsatz generiert als letztes Jahr.

Lediglich das Nachtskifahren konnte weniger Gäste an den Berg locken als in den letzten beiden Saisons.

Skicross

Die attraktivste Neuerung im Winter 2012/13 im Bereich Alpiner Schneesport bildet der Audi Skicross Gold Park auf der Alp Stätz. Dieser ist für die allgemeine Nutzung durch unsere Gäste ausgerichtet und bietet eine weitere Attraktion am Berg. So konnte im letzten Winter bereits ein Grossanlass im Skicross durchgeführt werden: Am 14. Februar fand die «Rivella GiantXtour by Dakine 2013» statt. An diesem Tourstop in Lenzerheide nahmen Lernende der Berufsfachschulen und Gymnasien aus der ganzen Schweiz teil und stellten ihr Talent in dieser jungen und dynamischen Sportart unter Beweis.



Frühstart in die Bikesaison

Mit dem Entscheid, die 1. Sektion der Rothornbahn ab dem Auf-fahrtswochenende an den Wochenenden bereits zu öffnen, konnte sich die Lenzerheide als ernstzunehmende Bikedestination positionieren und sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderer Bikeregionen erarbeiten. So startete die Ferienregion Lenzerheide bei strahlendem Sonnenschein und teils noch schneebedeckter Freeridestrecke in die Bikesaison. Der Frühstart wurde in der Bikeszene positiv aufgenommen, obwohl der Streckenzustand nicht immer optimal war.

Neues Angebot und bewährte Events

Mit der Freeride Xperience konnte ein neues Angebot lanciert werden, welches das Ziel hat, dem Tagesgast ein Freeride Schnupperangebot so einfach wie möglich zugänglich zu machen. In der Freeride Xperience enthalten sind eine Tageskarte der Bergbahnen, die komplette Freeride Ausrüstung bei Pesko Rental und ein Freeride Technik-Kurs bei der Bikeschule Lenzerheide.

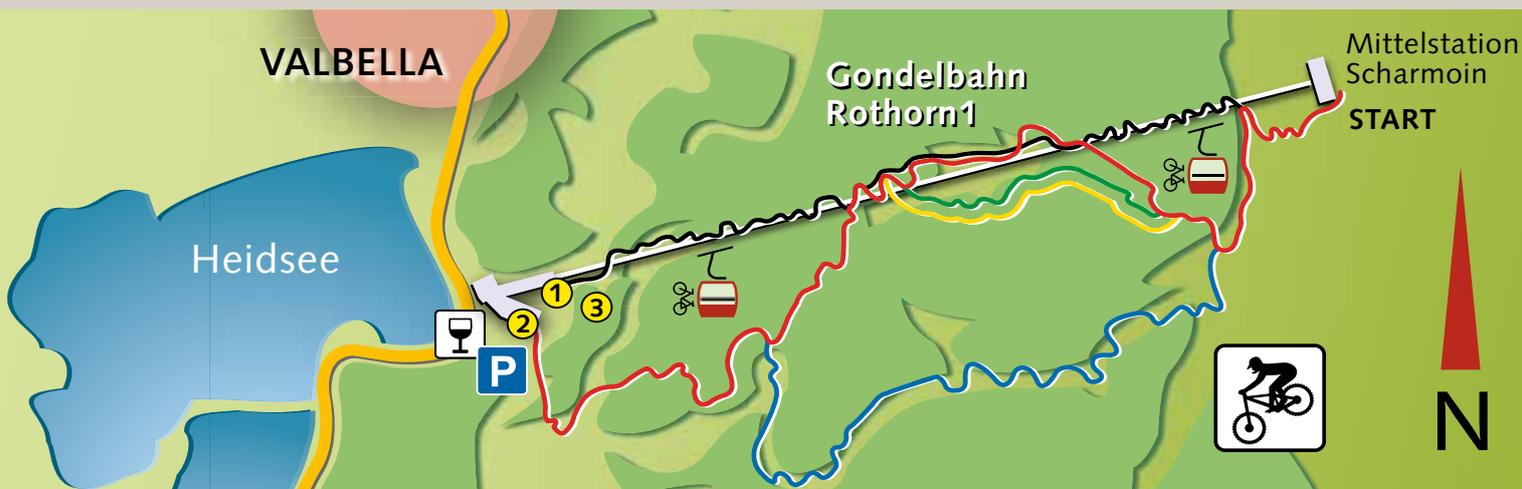
Das bereits im zweiten Jahr angebotene Ride the Sunset wurde trotz mehrfachem Wetterpech rege genutzt. Bewährte Events wie das TREK BIKE ATTACK oder der testRIDE erzielten wiederum sehr gute Besucherzahlen. Auch das Endurorennen TrailTrophy verbuchte etwas mehr Teilnehmer als im Vorjahr. Hingegen mussten die ewz Alpen Challenge, der Grischa Trail RIDE und das 12h Bike Race teilweise markante Teilnehmerrückgänge hinnehmen.

Downhillkaraoke 2.0

Nachdem in den letzten beiden Jahren Sänger Padi Bernhard und rund 20 Personen, welche dem Song Ewigi Liebi über Kopfhörer lauschten, gleichzeitig sangen und bikten, waren im letzten Jahr unsere Gäste gefragt. Sie wurden aufgefordert, ihr eigenes Downhill-Karaoke mit der Filmkamera festzuhalten und auf der Website www.lenzerheide.com aufzuschalten. Durch diese Kampagne zählte die Website 50'000 weitere Clicks und fünf Millionen Add Impressions.

Bikeschule legt leicht zu

Die Bikeschule Lenzerheide wurde auch im Sommer 2012 von der Schneesportschule betrieben. Den Gästen stand ein abwechslungsreiches Wochenprogramm zur Verfügung. Zudem konnten individuelle Touren und Fahrtechnikkurse im Privatunterricht gebucht werden. In der zweiten Saison des Schulbetriebs konnte eine Zunahme von 49% bei den geführten Touren und Technik-Kursen verzeichnet werden.



Masterplan Bike

In der Gemeinde Vaz/Obervez wurde die wichtige Abstimmung zur Zonenplanänderung angenommen. So kann im Rahmen des Masterplan Bike vor allem der Ausbau Bikepark zwischen der Mittelstation Scharmoim und der Talstation Rothorn vorangetrieben werden. In enger Zusammenarbeit mit der Gemeinde Vaz/Obervez und den zuständigen Behörden konnte eine optimale Lösung gefunden werden, sodass im Frühling 2013 planmässig mit dem Bau begonnen werden konnte. Der Ausbau des Bikeparks dauert bis Frühling 2014.

① Bikewash ② Bikeshop ③ Skill Center

- **PRIME**line
(laufende Revidierung Era Vedra, mittel)
- **FLOW**line
(Neu: geplante Eröffnung Sommer 2013, einfach)
- **SHORE**line
(Neu: geplante Eröffnung Sommer 2013, mittel/schwierig)
- **STYLE**line
(Neu: geplante Eröffnung Herbst 2013, mittel/schwierig)
- **STRAIGHT**line
(Neu: geplante Eröffnung Frühling 2014, schwierig)

Bike Camps & Angebote	Teilnehmende 2012	Teilnehmende 2011	Veränderung zum Vorjahr
Women's Bike Festival	50	25	+100%
Blick Bikewoche (neu)	19	10	+90%
iXS Kids Bike Camp	25	22	+13.6%
Biketicket to RIDE	1'306	1'230	+6.2%
Ride the Sunset	64	59	+8.5%
Grischa Trail	-	87	-
Geführte Touren	117	78	50%
Freeride Xperience (neu)	15	-	-
Bike Events	Besucher 2012	Besucher 2011	Veränderung zum Vorjahr
Grischa Trail RIDE	85	105 (ausgebucht)	-19%
12h Bike Race	136	196	-30.6%
ewz Alpen-Challenge	823	840	-2%
TrailTrophy	99	90	+10%
testRIDE	42 Aussteller / 1'300 Besucher	43 Aussteller / 1'500 Besucher	-2.3% / -13.3%
TREK BIKE ATTACK	777 (ausgebucht)	777 (ausgebucht)	+0%



Aufgrund des frühen Schneefalls Ende November und den konstant tiefen Temperaturen während des gesamten Winters kann die Ferienregion Lenzerheide auf eine sehr gute Langlaufsaison zurückblicken. Bereits anfangs Dezember stand den Gästen ein Loipennetz von rund 40 km zur Verfügung. Nachdem der See im Winter 2011/12 nicht geöffnet werden konnte, wurde er in diesem Jahr von Anfang Januar bis Mitte März für die Langläufer freigegeben.

Die neue Nachtloipe in Lantsch/Lenz stiess bei den Gästen auf Zustimmung und verzeichnete sehr gute Frequenzen. Der Verkauf der Loipenpässe konnte um 2,2% gesteigert werden. Vor allem die regionale Saisonkarte und die Tageskarten erzielten gute Absatzergebnisse.

Die Langlaufangebote im Dezember und Januar waren wiederum sehr gut besucht. Nur die Walking- und Wellnessstage verzeichnen weiterhin sinkende Teilnehmerzahlen.

Topläufer an den Langlaufevents

Am 28. Planoiras Volkslanglauf im Januar nahmen 484 Sportler teil. Auf der Startliste figurierten Toplangläufer wie Curdin Perl oder Astrid Jacobsen. Nebst den Langlaufprofis wagten sich zahlreiche Weltklasse-Mountainbiker wie Nino Schurter, Florian Vogel, Martin

Gujan oder der U23-Weltmeister 2011, Thomas Litscher, an den Start.

Im Februar wurden in Lantsch/Lenz die Schweizer Langlauf Meisterschaften ausgetragen. Diese sorgten für grosses Interesse bei Sportlern und Besuchern. Sämtliche Schweizer Toplangläufer - angeführt von Dario Cologna, Curdin Perl, Remo Fischer und Toni Livers, waren vollzählig am Start. Ebenso zahlreiche starke Läufer aus der USA, Schweden, Kasachstan oder Grossbritannien liefen auf der offiziellen Tour de Ski Strecke, welche im nächsten Jahr das erste Mal Teil der Tour sein wird. Die Strecke hat sich als anspruchsvoll und publikumsfreundlich erwiesen.

10 Jahre Graubünden-Marathon und Graubünden-Walking

Der 10. Graubünden Marathon führte einmal mehr von der Kantonshauptstadt Chur aufs Parpaner Rothorn. Als Highlight der Jubiläumsausgabe wurden die Schweizer Berglauf Meisterschaften im Rahmen des Rothorn Run über 11,5 km ausgetragen. Am 10. Graubünden Walking standen das gemeinsame Erlebnis und der Naturgenuss im Vordergrund.

Nordic Angebote	Teilnehmende 2012	Teilnehmende 2011	Veränderung zum Vorjahr
Langlauf- & Wellnessstage	331	386	-14.2%
Women's Langlauf Festival	187	186	+0.5%
Walking- & Wellnessstage	19	23	-17.4%
Nordic Events	Teilnehmende 2012	Teilnehmende 2011	Veränderung zum Vorjahr
Planoiras Volkslanglauf	484	432	+12%
SM Langlauf	255	-	-
Graubünden Marathon	881 (auf allen Strecken)	721 (auf allen Strecken)	+22.2%
Graubünden Walking	390 (auf allen Strecken)	419 (auf allen Strecken)	-6.9%



Im vergangenen Jahr wurde die Entwicklung neuer Angebote und Projekte im Geschäftsfeld Kultur & Lifestyle vorangetrieben. Die Bestrebungen, innovative externe Partner zu gewinnen, haben sich ausbezahlt.

Heidner Zauberwald – Das Weihnachtsspektakel in Vorbereitung

Der Heidner Zauberwald soll ein attraktiver Opening Event in der Vorweihnachtszeit und der Weihnachtswoche sein. Längerfristig soll das Spektakel zu einem nationalen Happening heran wachsen. Der traditionelle Weihnachtsmarkt war der Auslöser für die Idee, den Event als ein Lichtfestival der besonderen Art zu inszenieren. In Zusammenarbeit mit verschiedenen Künstlern wird der Eichhörnlwald in Lenzerheide professionell illuminiert und von Musik Acts und Marktständen umrahmt. Attraktive, verlängerte Wochenend-Packages für Gäste und Firmen werden geschnürt und sollen die Logiernächte in der Vorweihnachtszeit steigern. Die LMS unterstützt die Initiative im Bereich Marketing, PR/Medien und setzt einen Teil des Budgets dafür ein.

DAS ZELT bereits zum zweiten Mal in Lenzerheide

Da DAS ZELT im Jahr 2011 bei den Besuchern sehr guten Anklang gefunden hatte, gastierte die mobile Kulturplattform bereits zum zweiten Mal in Lenzerheide. DAS ZELT präsentierte hochkarätige Künstler im Bereich Comedy, Theater und Musik – und begeisterte 2'900 Besucher unter der Zeltkuppel.

Lenzerheide Motor Classics

Im Jahr 2012 konnte dieser Anlass aufgrund fehlender Finanzierung nicht durchgeführt werden. Das zweite Lenzerheide Motor Classics wird im Juni 2013 wieder ausgetragen – unter neuer organisatorischer Leitung.

Kultur - Angebote

Das Origen-Package wurde wieder in Zusammenarbeit mit dem Origen Festival Cultural angeboten. Es konnten jedoch nur wenige Buchungen verzeichnet werden.

Das Golfpackage Indian Summer hingegen wurde zum ersten Mal zusammen mit den Golfclubs Alvaneu und Lenzerheide erarbeitet. Bereits im ersten Jahr konnten 47 Logiernächte generiert werden.

Basisangebote



Familienlebnisse

Die Familienpauschale «Globi und die Detektive» wurde in diesem Jahr bereits zum dritten Mal durchgeführt. Im Sommer 2012 erhielten die Familien eine neue Herausforderung und die Geschichte wurde komplett überarbeitet. Ausgestattet mit einem Detektiv Set machten diese sich mit Hilfe von kniffligen Hinweisen auf die Suche nach dem versteckten Schatz und erkundeten dabei die attraktivsten Familienplätze in der Ferienregion Lenzerheide. Die Pauschale gewann erneut an Bekanntheit und die Buchungen konnten weiter erhöht werden. Die Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Leistungsträgern ist mittlerweile routiniert und funktioniert einwandfrei.

Globi Kinderparty

Die Globi Kinderparty fand an zwei Nachmittagen bei der Mittelstation Scharmoin statt. Das Highlight der diesjährigen Kinderpartys bildete das Ziegenrennen. Die Kinder konnten auf ihren Favoriten wetten und die Tiere anfeuern. Mit selbstgebackenen Pizzen war auch für das leibliche Wohl gesorgt. Bei vielen weiteren Attraktionen verbrachten 400 Kinder mit ihren Familien spannende und abenteuerliche Nachmittage in Lenzerheide.

Heidsee Olympiade

Trotz strömendem Regen wurde auch in diesem Sommer zum 34. Mal die Heidsee Olympiade durchgeführt. Zu den Höhepunkten des Anlasses gehörten nebst dem heissen Draht, das Harassen klettern, Büchsenwerfen und für alle kulinarischen Fans das Schlangensbraten.

1. August Fest

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

Imprimate

Nach wie vor sind die Imprimate für unsere Gäste ein wichtiges Informationsmittel. Auch Leistungsträger und Partner der Ferienregion Lenzerheide informieren sich gerne in unseren Prospekten. Die LMS produziert 40 Broschüren und Flyer (ohne Plakate und Postkarten) mit einer Auflage von ca. 700'000 Stück. Als Hauptimprimate wurden die Informationsbroschüre, die Nordic-Panoramakarte sowie der Pistenplan für das Winterhalbjahr produziert. Im Sommer informieren sich die Gäste in der Sommerbroschüre sowie in der Nordic-Panoramakarte. Ebenfalls produziert die LMS eine umfassende Bikebroschüre und eine Familienbroschüre. Über das ganze Jahr werden diverse Flyer für spezielle Anlässe wie z. B. Sonntag am Berg erstellt. Der ganzjährig beliebte Veranstaltungskalender «aktuell» erscheint seit letztem Sommer in einem neuen Format.

Marketing für Pradaschier

Im Geschäftsjahr 2011/12 ist die LMS eine Kooperation mit der Pradaschier AG eingegangen und definiert und realisiert deren Marketingaktivitäten. Im Rahmen der Leistungsvereinbarung hat die LMS somit zum ersten Mal für Sommer 2012 und Winter 2012/13 umfassende Kommunikationsmassnahmen umgesetzt.

Angebote	Teilnehmende 2012/13	Teilnehmende 2011/12	Veränderung zum Vorjahr
Familienpauschale	236 Buchungen (3'258 Logiernächte)	196 Buchungen (2'773 Logiernächte)	+20% (+17%)
Heidsee-Olympiade	388	397	-2%
Handy-Safari	390	391	+/- 0%
Globi-Kinderprogramm (So u. Wi)	625	904	-30%
Globi-Kinderparty	418	350	+19.5%
1. August Kinderfest	273	230	+18.7%



Die Medienarbeit konnte im Jahr 2012/2013 wiederum ausgebaut werden. Bei den 25 nationalen und internationalen Medienreisen konnte bereits ein vermehrtes Medieninteresse an der Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide registriert werden. Dieses gilt es weiter zu füttern und für die allgemeine Medienarbeit der Ferienregion Lenzerheide zu nutzen. Erfreulich ist, dass die Medienreisen im Weltcup-Jahr 2013 weiter gesteigert werden konnten, obwohl während der Weltcupzeit keine Medienreisen durchgeführt werden. Hervorzuheben sind die fünf Sendungen Gipfelstürmer. In jeder Samstagabendsendung integrierte das Schweizer Fernsehen verschiedene sportliche Aktivitäten und Nick Hartmann, als Gastgeber der Sendung, nannte bei jeder Begrüssung den Namen unseres Hochtals. Ebenso spannend war die 60 minütige Sendung Doppelpunkt auf Radio SRF 1. Der Redaktor sprach unter anderem mit dem Patrouilleur, dem Pistenbully-Fahrer, dem Gastgeber im Restaurant, oder Mitarbeitenden in einem Hotel.

Die LMS zählt die Mediencuttings seit 1. März 2013 neu durch Meltwater. Bis Ende Februar 2013 zählten die Mediencuttings in der Schweiz, laut Argus, 690 Artikel. Das sind 13% weniger als im Vorjahr zur selben Zeit.

AUDI FIS Ski Weltcup Finale Lenzerheide

Während des AUDI FIS Ski Weltcup Finale vom 13.-17. März 2013 waren rund 300 Medienvertreter vor Ort. Das sind etwa gleich viele wie im Jahr 2011 und positiv zu werten, wenn man die schlechte Saison der Schweizer Skiatleten und -athletinnen berücksichtigt. Insgesamt wurden in dieser Zeit über 4'200 Artikel publiziert. Die LMS war mit zwei Personen für den reibungslosen Ablauf des Medien-Center in der Mehrzweckhalle Lenzerheide, dem SubmedienCenter im Zielgelände und die Information gegenüber den Medienvertretern verantwortlich.

Medienreisen 2012 / 2013

Datum	Medium	Land	Anzahl
01.-02.06.2012	Attitude & Glam Magazine	BE	1
09.-12.07.2012	Gipfelstürmer	CH	TV-Crew
18.-19.07.2012	diverse Medien	CZ	6
05.08.2012	Motormagazin Moto 73	NL	2
07.-09.08.2012	Boer zoekt Vrouw	NL	5
10.-12.08.2012	World of Mountainbike	DE	4
14.-15.08.2012	Step & Stepsdeluxe	BE	1
16.-17.08.2012	Trends-Tendance	BE	1
16.-17.08.2012	Le Ligueur	BE	1
05.-06.09.2012	O2 Mountainbike Magazine	BE	2
10.-12.09.2012	Cykeltidningen Kadens	S	3
14.-15.09.2012	diverse Medien	BeNelux	9
08.-09.12.2012	diverse Medien	DE	2
09.-12.12.2012	Stepsdeluxe	DE	2
14.12.2012	TCS Magazin	CH	2
03.-05.01.2013	Sputnik Media	BE	6
21.-22.01.2013	Radio SRF 1	CH	1
23.-26.01.2012	SWISSMAG	CZ	1
20.02.2012	Neon	DE	5
08.-09.03.2013	Daily Telegraph	GB	2
30.-31.01.2013	Hospodarse noviny	CZ	1
01.02.2013	Diverse Medien	GB	8
03.02.2013	Laviny.cz	CZ	4
19.-20.02.2013	Aka Skidor Magazine	S	3
28.02.2013	Terra Grischuna	CH	2
02.-04.03.2013	SNOW	NL	3
23.-25.03.2013	DIE ZEIT	DE	4



Die Salesabteilung der LMS AG setzte sich in den Märkten der Deutschschweiz und dem Süddeutschen Raum aktiv für den Verkauf der Ferienregion Lenzerheide ein. Im Fokus stand der weitere Aufbau des Crossmarketings und des Wiederverkaufs von Produkten der Lenzerheide sowie Bergbahntickets. Die visuelle Wahrnehmung der Lenzerheide an den verschiedenen Point of Sales wurde durch Plakate, Banner oder Poster optimiert. Diese Massnahmen haben zu einer Umsatzsteigerung von 20% geführt.

Mit den bestehenden nationalen Crossmarketingpartnern Migros, Spar, und STUcard konnte die Zusammenarbeit nochmals intensiviert werden. Zusammen mit dem Partner Raiffeisen erreichte die LMS AG trotz des Wegfalls von TCS ein Volumen von knapp 45'000 Ersteintritten. Allgemein liegt der Fokus auf qualitativ wertvollen Partnerschaften. Die LMS will strategisch wichtige Zielgruppen direkt ansprechen und nicht die breite Masse.

Neue Märkte

Mit der erstmaligen Teilnahme an organisierten Workshops in diversen Städten Norditaliens knüpfte die LMS AG wertvolle Kontakte mit Skiclubs und CRAL's (circolo ricreativo aziendale lavoratori), welche nun aktiv bearbeitet und gepflegt werden. Die Arbeit des Sales wird auch im Sommergeschäft vorangetrieben. Um die Bikeangebote der Ferienregion Lenzerheide und den neu entstehenden Bikepark am Rothorn zu bewerben, werden sämtliche Bikeshops und Vertriebe in der Deutschschweiz besucht. Als Partner der Ferienregion Lenzerheide sind sie wichtige Multiplikatoren, Wiederverkäufer und Reiseveranstalter.

Vielseitige Absatzkanäle

Der Radio Argovia Hörerskitag ist ein fester Bestandteil der Wintersaisonöffnung. Jedes Jahr reisen die Aargauer mit 600 Hörern nach Lenzerheide und feiern den Winter auf der Alp Stätz. Neu konnte das Zentralschweizer Radio Pilatus für einen Hörerskitag an der Goldgräberbar gewonnen werden. Rund 500 Teilnehmende besuchten im März bei garstigem Wetter das Skigebiet. Eine umfassende Berichterstattung über den Hörerskitag und die Ferienregion Lenzerheide brachten der LMS im erweiterten Zielmarkt rund um Luzern wertvolle Medienpräsenz.

Durch die Intensivierung der Zusammenarbeit mit diversen kantonalen Sportämtern konnte auch in diesem Bereich der Umsatz gesteigert werden. Zusätzlich wurde in Zusammenarbeit mit dem Kanton Aargau eine Ausschreibung lanciert, welche sämtlichen Schulen für kommenden Winter ein Komplettangebot für einen Skitag in der Zwischensaison offeriert.

Bei Partnerschaften mit Carunternehmen setzt sich erfahrungsgemäss jene Destination durch, welche mit den günstigsten Preisen lockt. Dies entspricht jedoch nicht der Strategie der Ferienregion Lenzerheide. Daher wurde dieser Absatzkanal nicht weiter fokussiert und resultiert mit Einbussen.

Im Geschäftsjahr 2012/13 wurden 170 persönliche Besuche bei Partnern und Geschäftsfreunden der Lenzerheide getätigt. Besonders erfreulich sind dabei die 90 Neukunden, welche daraus entstanden.

Partnerschaften	2012/13	2011/12	Veränderung zum Vorjahr
Crossmarketing	14	22	-36.4%
Wiederverkäufer	30	29	+3.4%
Carpartner	48	89	-46%

Gruppenanlässe	2012/13	2011/12	Veränderung zum Vorjahr
Anzahl erstellte Offerten	72	97	-25.8%
Anzahl durchgeführte Anlässe	60	63	-4.8%
Anzahl Teilnehmende	3'782	3'675	+2.9%

Informationsstellen



Zu den Hauptaufgaben der fünf Informationsbüros (Lantsch/Lenz, Lenzerheide, Valbella, Parpan und Churwalden) gehören nebst der Verkaufstätigkeit, die Beratung der Gäste am Schalter und am Telefon, sowie das Beantworten der E-Mails. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2012/13 in allen Informationsbüros der Ferienregion Lenzerheide knapp 55'000 (2011/12 57'000) Gästekontakte gezählt. Die Beratung am Schalter nimmt mit rund 41.6% die meiste Zeit in Anspruch und bildet für die LMS einen sehr wichtigen Kontakt zu den Gästen.

Informationsbüro Churwalden

Im vergangenen Herbst hat das Informationsbüro Churwalden ebenso ein Facelifting erhalten. Durch die Unterstützung der Hauseigentümerin, der Lenzerheide Bergbahnen AG, erhielt das Büro einen neuen Anstrich und die Fenster wurden mit aussagekräftigen Bildern der Ferienregion Lenzerheide gebrandet.

Statistik Kontakte Informationsbüros	2012/13	%	2011/12	%	Veränderung	%
E-Mails	12'082	22.0	9'480	17.1	+2'602	+27.4
Telefon	12'126	22.1	19'150	33.2	-7'024	-36.6
(24h-Auskunft)	3'503	6.4	4'661	8.1	-1'158	-24.8
Schalter Kontakte	27'077	49.3	24'007	41.6	+3'070	+12.8
Total	54'953		57'658		-2'705	-4.7

Informationsbüro Valbella

Am Samstag, 15. Dezember 2012 wurde das neu renovierte Informationsbüro Valbella beim Postplatz in Valbella offiziell eröffnet. Die Schweizer Schneesportschule Lenzerheide, welche neu ebenfalls in diesem Informationsbüro zu finden ist, und die Lenzerheide Marketing und Support AG haben an diesem Tag die Bevölkerung der Ferienregion Lenzerheide und deren Feriengäste zum Tag der offenen Türe eingeladen.

Durch den Umbau erscheint das Informationsbüro Valbella im selben Design wie das Informationsbüro Lenzerheide. Es ist heller, einladender und mit einer besseren Aufgliederung zugunsten des Gästeflusses gestaltet: So erhält der Gast im Informationsbüro Valbella Informationen über die Ferienregion, kann das Bergbahnticket kaufen und sich von der Schneesportschule über ihr Angebot beraten lassen, wie dies in Lenzerheide und Churwalden bereits der Fall ist.

Die Rückmeldungen der Gäste und der einheimischen Bevölkerung sind nach dem ersten Winter positiv und das Informationsbüro Valbella widerspiegelt den aufgeschlossenen Zeitgeist der LMS. Auch hat sich im Sommer 2012 das neu gebaute Informationsbüro Lenzerheide bewährt. Die Arbeitsabläufe sind direkter und der Gast kann kundenfreundlich betreut werden.

Ferienregion Lenzerheide an Messen und Ausstellungen

Die Ferienregion Lenzerheide war vom 8. – 10. Juni 2012 als Gastregion an der MÄGA in Männedorf (ZH) präsent, an der Gewerbechau Bad Zurzach (AG) vom 12. – 14. Oktober 2012, ebenso an der Schaffhauser Herbstmesse vom 25. – 29. Oktober 2012 und vom 2. – 5. Mai 2013 an der GEWA Kreuzlingen (TG) zu Besuch. Dank der guten Zusammenarbeit mit verschiedenen Leistungsträgern der Ferienregion Lenzerheide erwarteten die Besucher einen informativen Stand und attraktive Tombolapreise. Die Ferienregion Lenzerheide stellte ihre Spezialitäten und Angebote vor und führte mit potenziellen Gästen interessante Gespräche.

Deskline

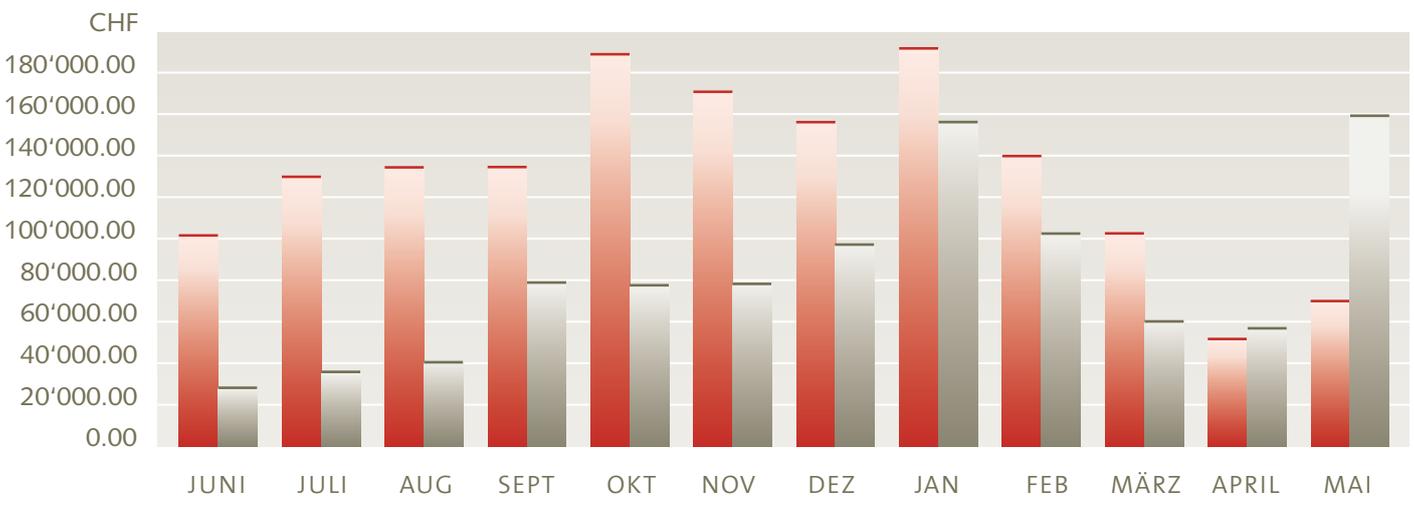


Buchungs- und Reservationssystem

Im Geschäftsjahr 2012/13 wurden insgesamt 1'692 Buchungen über das Reservationssystem Deskline getätigt. Diese sind bei den Informationsbüros oder direkt über das Internet ausgelöst worden. Letzteres ist mit 1'111 Buchungen die meist gewählte Buchungsart der Gäste. Dank verbessertem Buchungsprozess beläuft sich die Anzahl teilnehmender Ferienwohnungsobjekte im Reservationssystem per 31. Mai 2013 auf 528.

	2012/13	2011/12	Veränderung
Anzahl Buchungen	1'692	1'153	+46.7%
Buchungsumsatz	1'577'070.55	1'018'660.65	+54.8%

Buchungsumsatz im Vergleich zum Vorjahr



Statistik Entwicklung der Logiernächte

Logiernächte Tourismusjahre (November bis Oktober)

Geschäfts- jahr	Hotel		Fewo vermietet		Gruppen- unterkünfte		Fewo nicht vermietet		Camping		Club Méd		Total	
		% *		% *		% *		% *3		% *		% *		% *
1997/98	222'657	2.6	278'616	8.4	91'404	-6.7	413'100	3.2	19'709	7.1	69'344	4.1	1'094'830	3.5
1998/99	224'897	1.0	257'358	-7.6	91'735	0.4	433'036	4.8	19'398	-1.6	59'001	-14.9	1'085'425	-0.9
1999/00	226'388	0.7	234'710	-8.8	91'453	-0.3	451'733	4.3	18'301	-5.7	37'376	-36.7	1'059'961	-2.3
2000/01	233'109	3.0	230'856	-1.6	95'524	4.5	451'363	-0.1	19'381	5.9	46'592	24.7	1'076'825	1.6
2001/02	221'048	-5.2	214'478	-7.1	99'808	4.5	454'786	0.8	18'400	-5.1	50'033	7.4	1'058'553	-1.7
2002/03	232'778	5.3	221'893	3.5	93'193	-6.6	463'373	1.9	20'060	9.0	38'146	-23.8	1'069'443	1.0
2003/04	213'550	-8.3	223'692	0.8	97'702	4.8	575'814	24.3	19'089	-4.8	-	-	1'129'847	5.6
2004/05	215'708	1.0	208'617	-6.7	97'713	0.0	500'194	-13.1	19'836	3.9	-	-	1'042'068	-7.8
2005/06	215'390	-0.1	192'659	-7.6	111'718	14.3	480'296	-4.0	27'118	36.7	-	-	1'027'181	-1.4
2006/07	219'924	2.1	191'312	-0.7	107'597	-3.7	430'196	-10.4	19'805	-27.0	-	-	968'834	-5.7
2007/08	229'995	4.6	197'724	3.4	111'057	3.2	450'584	4.7	21'381	8.0	-	-	1'010'741	4.3
2008/09	230'172	4.7	206'627	8.0	119'884	11.4	466'665	8.5	22'967	16.0	-	-	1'046'315	3.5
2009/10	228'184	-0.8	195'973	-0.9	113'887	2.5	520'263	15.5	22'460	5.0	-	-	1'080'767	3.3
2010/11	221'847	-3.5	181'351	-8.3	103'563	-6.7	520'263	15.5	20'121	-5.9	-	-	1'047'145	-3.1
2011/12	217'342	-5.5	157'476	-20.4	109'394	-1.5	522'526	16.0	29'676	38.8	-	-	1'036'414	-4.1
2012/13	212'281	-7.8	149'452	-27.7	104'764	-12.6	535'340	14.7	22'092	-3.8	-	-	1'023'929	-2.2

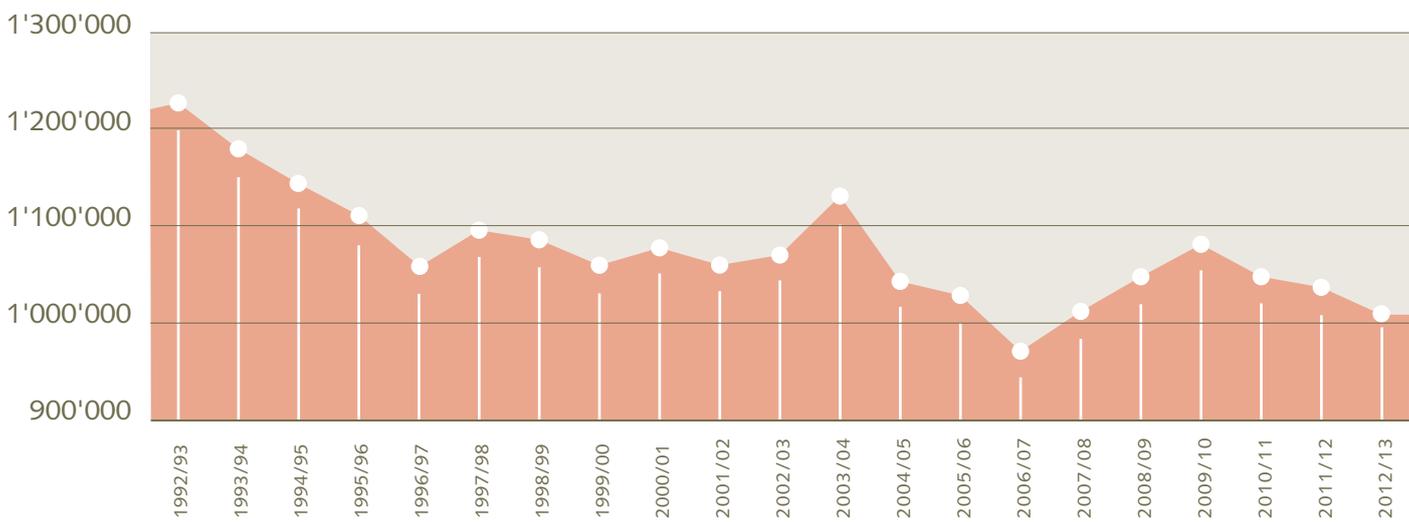
*1 Ab Geschäftsjahr 1991/92 bis 2009/10 Bemessungsperiode jeweils Nov. - Okt.

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

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

Logiernächte Malix bis Brienz	2012/13	2011/12	Veränderg. in Prozent gegenüber d. Vorjahr
Vaz/Oberbaz	1'023'929	1'036'414	-2.2
Brienz	35'369	36'044	-1.1
Churwalden/Parpan	299'767	289'254	4.0
Lantsch/Lenz	112'502	112'205	0.3
Total Logiernächte der Ferienregion	1'471'567	1'473'917	-0.2

Entwicklung der Logiernächte Vaz/Oberbaz



Bilanz per 31. Mai 2013

AKTIVEN	31.05.2013		31.05.2012		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Anlagevermögen						
Sachanlagen	2'774		8'405		-5'631	
Immaterielle Anlagen	-		-		-	
	2'774	0.1	8'405	0.4	-5'631	-67
Umlaufvermögenen						
Flüssige Mittel	1'543'774		1'501'356		42'418	
Wertschriften	360		360		-	
Forderungen aus Lieferg u. Leistg.	1'013'338		206'188		807'150	
<i>gegenüber Dritten</i>	1'001'152		206'188		794'964	
<i>gegenüber Konzerngesellschaften</i>	12'186		-		12'186	
Andere Forderungen	67'938		141'310		-73'372	
<i>gegenüber Dritten</i>	27'121		139'545		-112'424	
<i>gegenüber Konzerngesellschaften</i>	40'817		1'765		39'052	
Vorräte	44'164		23'819		20'345	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5'3676		333		5'034	
	2'674'941	99.9	1'873'366	99.6	801'575	42.8
TOTAL AKTIVEN	2'677'715	100.0	1'881'771	100.0	795'944	42.3

PASSIVEN	31.05.2013		31.05.2012		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Eigenkapital						
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Allgemeine Reserven	3'400		1'700		1'700	
Bilanzgewinn	72'161		65'855		6'306	
	375'561	14.0	367'555	19.5	8'006	2.2
Fremdkapital						
<i>Kurzfristiges Fremdkapital</i>						
Verbindlichkeiten aus Lieferg. u. Leistg.	510'281		238'938		271'343	
<i>gegenüber Dritten</i>	442'194		168'738		273'456	
<i>gegenüber Dritten</i>	68'087		70'200		-2'113	
Andere Verbindlichkeiten	308'022		289'052		18'970	
<i>gegenüber Dritten</i>	289'052		289'052		-	
Rückstellungen	-		-		-	
Passive Rechnungsabgrenzungen	1'483'851		986'226		497'625	
	2'302'154		1'514'216		787'938	
<i>Langfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	-		-		-	
Rückstellungen	-		-		-	
	-		-		-	
	2'302'154	86.0	1'514'216	80.5	787'938	52.0
TOTAL PASSIVEN	2'677'715	100.0	1'881'771	100.0	795'944	42.3

Erfolgsrechnung 2012/13 (OR-Abschluss)

vom 1. Juni 2012 bis 31. Mai 2013	2012/13		2011/12		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Ertrag aus Leistungsverträgen	4'369'242		4'318'258		50'984	
Übriger Ertrag	664'240		950'962		-286'722	
Erlösminderungen	-2'342		-715		-1'627	
Betriebsertrag	5'031'140	100.0	5'268'505	100.0	-237'365	-4.5
Warenaufwand	-65'466		-32'091		-33'375	
Personalaufwand	-1'942'717		-1'818'507		-124'210	
Sachaufwand	-666'084		-1'028'692		362'608	
<i>Fremdleistungen und Miete</i>	-214'551		-212'556		-1'995	
<i>Versicherungen, Gebühren, Beiträge</i>	-37'672		-36'853		-819	
<i>Energie, Verbrauchsstoffe</i>	-45'329		-16'391		-28'938	
<i>Unterhalt</i>	-93'808		-356'014		262'206	
<i>Kommissionen</i>	0		-9'305		+9'305	
<i>Übriger Betriebsaufwand</i>	-274'724		-397'573		122'849	
Betriebsaufwand	-2'674'267	53.2	-2'879'290	54.7	205'023	-3.1
Marketingeinsatz	-2'343'877		-2'298'470		-45'407	
Marketingeinsatz	-2'343'877	46.6	-2'298'470	43.6	-45'407	2.0
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	12'996	0.3	90'745	1.7	-77'749	-85.7
Abschreibungen	-5'631		-43'233		37'602	
Betriebsergebnis v. Zinsen u. Steuern	7'365	0.1	47'512	0.9	-40'147	-84.5
Finanzertrag	1'104		1'247		-143	
Finanzaufwand	-905		-750		-155	
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	-		-		-	
Betriebsergebnis vor Steuern	7'564	0.2	48'009	0.9	-40'445	-84.2
Steuern	443		-13'900		-14'343	
Jahresgewinn	8'007	0.2	34'109	0.6	-26'102	-76.5

Gewinnverwendung

Anhang zur Jahresrechnung per 31. Mai 2013 (OR-Abschluss)

Gewinnverwendung 2012/13

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	2012/13 CHF Antrag des Verwaltungsrates	2011/12 CHF Beschluss der Generalversammlung
Gewinnvortrag vom Vorjahr	64'155	31'746
Jahresgewinn	8'007	34'109
Bilanzgewinn	72'162	65'855
Zuweisung an allgemeine Reserven	1'700	1'700
Vortrag auf neue Rechnung	70'462	64'155
Total	72'162	65'855

Anhang zur Jahresrechnung per 31. Mai 2012 (OR-Abschluss)

Angaben gemäss Art. 663b OR

1. Belastung von Aktiven zur Sicherung eigener Verpflichtungen	2012/13 CHF	2011/12 CHF
Pfand- und Verrechnungsrecht der Banken gemäss den allgemeinen Geschäftsbedingungen	1'536'042	1'497'316
2. Brandversicherungswerte der Sachanlagen (inkl. nichtbetriebs- notwendiger Sachanlagen)	2012/13 CHF	2011/12 CHF
Mobilien und Einrichtungen Die Mobilien und Einrichtungen sind in den Versicherungen der Lenzerheide Bergbahnen AG (Muttergesellschaft) eingeschlossen.	-	-
3. Leasing	2012/13 CHF	2011/12 CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	33'875	33'875
Fälligkeiten in 1 bis 5 Jahren	67'670	101'545
4. Veränderung des Ergebnisses vor Steuern durch Nettoauflösung stiller Reserven	2012/13 CHF	2011/12 CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	-	-

5. Angaben zur Risikobeurteilung

Um die Übereinstimmung des Jahresabschlusses der Gesellschaft mit den anzuwendenden Rechnungsregeln und die Ordnungsmässigkeit der Geschäftsberichterstattung zu gewährleisten, haben die Lenzerheide Marketing und Support AG interne Vorkehrungen getroffen. Diese beziehen sich auf zeitgemässe Buchhaltungssysteme und -abläufe ebenso wie auf die Erstellung des Jahresabschlusses. Eine formelle Risikobeurteilung wurde nicht durchgeführt und dokumentiert. Nach Ansicht des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung sind die Risiken jedoch bekannt und angemessen adressiert.



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

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das am 31. Mai 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. Die Prüfungsarbeiten wurden am 5. Juli 2013 abgeschlossen.

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

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

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

PricewaterhouseCoopers AG



Bruno Räss
Revisionsexperte
Leitender Revisor



Dr. Hans Martin Meuli
Revisionsexperte

Chur, 3. September 2013

Beilagen:

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

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

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