

Geschäftsbericht 2010/11

Lenzerheide Marketing und Support AG



Zum Inhalt



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der LMS (inkl. VR, GL)	4
Bericht des Präsidenten und des Geschäftsführers	5-6
Wo wir für Fortschritt stehen – Bericht aus den Abteilungen	
Alpiner Schneesport	7/8
Bike	9
Nordic	10
Kultur & Lifestyle	11
Basisangebote	12
PR/Medien & Online	13
Sales	14
Tourist Service / Deskline / Gästeabgabe	15
Statistik	16
Bilanz	17
Erfolgsrechnung	18
Gewinnverwendung / Anhang	19
Bericht der Kontrollstelle	20

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter LMS (VR, GL, Mitarbeiter)

Verwaltungsrat

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

Kontrollstelle

PricewaterhouseCoopers, Chur

Mitarbeitende

Fiegl Manfred	Geschäftsführer	100%
Michel Marco	Marketingleiter	100%
Stamm Nadia	Businessdevelopment & Führung Infostellen	100%
Baselgia Silvio	Produktmanagement Bike & Nordic	100%
Baumgartner Steffi	Tourist Service Churwalden	80%
Bergamin Marco	Tourist Service Lenzerheide	100%
Bergamin Roman	Salesmanager	90%
Berther-Bergamin Alexandra	Tourist Service Lenzerheide	40%
Brasser Claudia	Tourist Service Churwalden	40%
Cadosch Letizia	Tourist Service Lantsch/Lenz	10%
Chudoba Renate	Tourist Service Valbella	40%
Dössegger Sandra	Gästeabgabe / Deskline	100%
Geissmann Andrea	Tourist Service Lenzerheide	100%
Götz Simone	Produktmanagement Basic & Imprime	100%
Hemmi-Kolleger Ines	Tourist Service Lenzerheide	60%
Iten Corinne	Produktmanagement Kultur & Lifestyle	100%
Ludescher Sigi	Grafik	100%
Parpan Brigitte	Tourist Service Valbella	40%
Pargmann Urs	Deskline	20%
Reisinger Nicole	PR /Medien	100%
Roffler Daniela	Tourist Service Churwalden	40%
Rossi Nicole	Tourist Service Lenzerheide	50%
Schumacher Gabriela	Tourist Service Parpan	60%
Schweizer Nico	Webmanagement	100%
Simeon Anne-Rose	Tourist Service Lantsch/Lenz	50%
Vonmoos Marlene	Assistentin Sales	100%
Hunziker Dominic	Lernender 3. Lehrjahr	
Schmid Laura	Lernende 1. Lehrjahr	
Total Stellenprozente		1920%
Total Stellenprozente Vorjahr		2010%

Bericht des Präsidenten und des Geschäftsführers



Das erste volle Geschäftsjahr der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) war von einer grossen Dynamik geprägt. Neben den Tätigkeiten in der Konsolidierung der Unternehmensgründung konnten verschiedene Massnahmen, basierend auf der neuen Marketingstrategie, umgesetzt werden. Im weitesten Sinn umfasste die Konsolidierung der Unternehmensgründung die Unterzeichnung der Leistungsvereinbarung mit vier von fünf Leistungsgebern womit die Finanzierung der Destinationsorganisation bis Oktober 2012 sichergestellt ist. Zusätzlich darf auch der Umzug nach Canols und die Zusammenlegung der Büroräumlichkeiten mit der Lenzerheide Bergbahnen inkl. der Aktualisierung der IT/Telefonie als gelungene Konsolidierungsmassnahme bezeichnet werden. Der Umzug nach Canols zeigt bereits erste Wirkungen, so dass die Arbeitsabläufe in der Produktgestaltung schneller und effizienter gestaltet werden und Einsparungen in den Administrationskosten bereits realisiert bzw. noch erwartet werden können.

Die notwendigen Arbeiten hinsichtlich der Unternehmensbildung inkl. strategischer Neuausrichtung des Marketings und der Definition klarer, messbarer Jahresziele dauerte bis Ende Oktober 2011. Demnach musste sich die LMS im Marketing für die Wintersaison 2010/11 hauptsächlich auf kurzfristige Massnahmen konzentrieren. Insbesondere die Winterstartpauschale wurde in einem grösseren Umfang kommuniziert. Dies war unter anderem aufgrund der massiven Marketingmassnahmen unserer Konkurrenten nötig. Zusätzlich wurde die Ferienregion durch eine Gästebefragung bei 18'000 Gästen zur begehrtesten Wintersportdestination der Schweiz gewählt. Diese Auszeichnung wurde mit einer spontanen Kampagne beworben und hat zu einer erheblichen Erhöhung der Gästekontaktzahlen geführt.

Im vergangenen Geschäftsjahr war sicherlich die dritte Durchführung des Weltcupfinals ein Highlight in der Ferienregion. Auch die LMS hat ihren Beitrag zum Gelingen des Anlasses geleistet. Dies unter anderem, indem ein Grossteil der Marketingmittel (ca. 40%) im vergangenen Winter für die Kommunikation des Anlasses verwendet wurden und während der gesamten Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung rund 7'000 Personenstunden zu Gunsten des Weltcups aufgewendet wurden. Mit dem neuen Zuschauerrekord von 33'000 Besuchern bei misslichen Wetterbedingungen darf sicherlich behauptet werden, dass das Organisationskomitee und alle

Leistungsträger der Region einen ausserordentlich guten Job abgeliefert haben. Für zukünftige Durchführungen wird es aber notwendig sein, dass die Planbarkeit des Anlasses frühzeitig gewährleistet und bei regelmässiger Durchführung eine durchgehende Organisation etabliert werden kann.

Nachdem die strategische Vorbereitung für die Wintersaison noch eher knapp bemessen war, konnte sich die LMS auf die darauffolgende Sommersaison besser vorbereiten. Der Produktgestaltung wurde dabei eine zentrale Rolle beigemessen. Die Tatsache, dass insgesamt fünf neue Pauschalen gestaltet, 3 neue Anlässe akquiriert und die Planung des Skill Centers parallel vorangetrieben wurden, ist ein Hinweis dafür. Auch die Planung der Kommunikation konnte früher als in den Vorjahren in Angriff genommen werden und erste Ergebnisse dieser frühzeitigen Planung sind bereits erkennbar. Einerseits konnte eine wertvolle Kooperation mit «Blick» für die Kommunikation der Bikeprodukte eingegangen werden und andererseits auch neue Wege bestritten werden. So wurden die Kommunikationsanstrengungen von den klassischen Werbemedien (Print und Plakat) Richtung Online-Kommunikation verlagert. Wir erhoffen uns, im Online-Bereich mit unserem massgeblich kleineren Budget gegenüber den grossen Destinationen, eine bessere Wirkung hinsichtlich Begehrlichkeit und Wahrnehmung zu erreichen.

Das aufwendigste Projekt im vergangenen Geschäftsjahr war sicherlich die vollständige Neugestaltung des Bereiches Beherbergungsbewirtschaftung. Neben der Einführung einer verbesserten Software wurde gleichzeitig die Einführung des Inkasso- und Kommissionsmodells per 1. Juni 2011 vorbereitet und Schnittstellen zu Drittpartnern (z.B. TUI, Casamundo) eingerichtet. Gerade dieses Beispiel hat gezeigt, dass obwohl gewisse Massnahmen als absoluter Standard angesehen werden dürfen und von unseren Gästen als Basisangebot verstanden werden, wird dies von den Leistungsträgern nicht immer goutiert. Nach dem Motto «der Wurm muss dem Fisch gefallen und nicht dem Angler» muss in Zukunft die lokale Haltung gegenüber Neuerungen und Veränderungen verbessert werden.

Verwaltungsrat

Im 2. Geschäftsjahr hat der Verwaltungsrat der LMS insgesamt an 7 Sitzungen die folgenden Geschäfte beraten (Auszug):

- Genehmigung Leistungsvereinbarungen
- Beratung und Absegnung Marketingstrategie sowie Festlegen der Jahresziele
- Verabschiedung des Jahresabschlusses, Budget und Vorbereitung Generalversammlung
- Überarbeitung Riskmanagement
- Beratung der Zusammenarbeit mit dem Beirat Lenzerheide Tourismus
- Genehmigung Umsetzung Skill Center
- Investitionsentscheide zur Umsetzung neuer Standorte (Büro Canols und Büro Corona/Pöstli)
- Evaluation und Umsetzung neuer Online-Auftritt
- Prüfung eines Gästekartenmodells
- Verabschiedung Inkasso- und Kommissionsmodell für die Beherbergungsbewirtschaftung
- Akquisition neuer Anlässe (z.B. DAS ZELT und Tour de Ski)

Die Reduktion der VR-Sitzungen wie auch die Konzentration auf strategische Themen zeigen, dass die Konsolidierung der Unternehmensgründung fortgeschritten ist und sich der VR weitestgehend auf seine Kernaufgabe - der strategischen Führung der Unternehmung - konzentrieren kann. Die Zusammenarbeit zwischen dem Verwaltungsrat und der neuen Geschäftsführung hat sich etabliert und darf als sehr gut bezeichnet werden.

Die bestehende Dynamik möchten wir in das kommende Geschäftsjahr mitnehmen. Die Fokussierung und Konzentration des heute umfassenden (und vielleicht auch zu grossen) Produkteangebots wird ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit sein. Das grösste Projekt wird die Umsetzung unserer neuen Online-Strategie mit einer vollständig neuen Website und einer Anpassung unserer Facebook-Präsenz sein. Die Schärfung der Positionierung sowie eine stärkere Verkaufsorientierung stehen hier im Vordergrund. Zusätzlich möchten wir die Kommunikation und Produktgestaltung für das strategische Geschäftsfeld «Alpiner Schneesport» frühzeitig und umfassend vorbereiten und andere Schwerpunkte als im Weltcup-Winter setzen.

Auf strategischer Ebene werden einige Veränderungen auf uns zukommen. Sollte die Skigebietsverbindung Lenzerheide-Arosa die wichtige Hürde der Abstimmung zur Umzonung nehmen, müssen wir frühzeitig die Kommunikation in Zusammenarbeit mit Arosa planen und wir gehen davon aus, dass diese Skigebietsverbindung auch Einfluss auf unsere Strategie und Struktur haben wird. Unabhängig möglicher externer Einflüsse, gilt es auch die Finanzierung der LMS zu überprüfen. Wir stellen fest, dass wir hinsichtlich finanzieller Möglichkeiten kaum mehr Spielraum für Neuentwicklungen haben und unsere direkten, vergleichbaren Konkurrenten aufgrund verschiedener Faktoren oft über ein massgeblich höheres Budget verfügen. Basierend auf den ersten zwei Jahren Erfahrungen mit dem Konstrukt LMS sowie den in den Leistungsvereinbarungen formulierten Aufträgen, muss nun in einer nächsten Phase geklärt werden, ob die gesetzten Ziele in der heute gelebten Aufstellung erreicht werden können.

Dank

Die LMS und mit ihr vor allem Ihre Mitarbeitenden haben ein intensives und von Veränderungen geprägtes Geschäftsjahr hinter sich. Es ist nicht selbstverständlich, dass die Mitarbeitenden all diesen Veränderungen stets positiv begegneten und ihre Leistungsbereitschaft im Vergleich zu den Vorjahren sogar noch erhöht haben. Für diese Haltung und die geleistete Arbeit möchten wir uns recht herzlich bei allen Mitarbeitenden bedanken.

Auch waren die Verhandlungen der Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden der Ferienregion von konstruktiver und wohlwollender Zusammenarbeit geprägt. Zusätzlich erhalten wir von den Gemeinden bei der Durchführung von Veranstaltungen oder bei Investitionsprojekten grosse Unterstützung. Wir möchten uns bei den Gemeinden Brienz, Lantsch/Lenz, Vaz/Obervaz und Churwalden für die ausgezeichnete Zusammenarbeit bedanken.

Ein besonderer Dank gebührt auch den Lenzerheide Bergbahnen als grösstem privaten Leistungsgeber und allen Leistungsträgern der Ferienregion Lenzerheide. Ohne ihre Investitionen in Infrastrukturen, Angebote und Qualität wäre es für die LMS nicht möglich Produkte zu bündeln, zu vermarkten und zu verkaufen.

Dr. Roland Zegg
Verwaltungsratspräsident

Manfred Fiegl
Geschäftsführer

Wo wir für Fortschritt stehen – Bericht aus den Abteilungen Alpiner Schneesport



Alpiner Schneesport – die Welt der Berge wird immer attraktiver

Anfang Dezember bis kurz vor Weihnachten wurde das Winterstartpackage von unseren Gästen gebucht. Wintersportler, welche den ersten Schnee in der Ferienregion Lenzerheide geniessen wollten und eine Hotelübernachtung buchten, erhielten zusätzlich einen Tagespass für das gesamte Skigebiet. Die LMS bewarb das Winterstartpackage intensiv und setzte dabei vor allem auf Online Marketingmassnahmen. So konnten viele interessierte Gäste erreicht werden, was sich bei den Buchungen positiv auswirkte und die Besuche auf unserer Homepage erhöhte:

- Besucher auf lenzerheide.com gegenüber Vorjahr verdreifacht
- Buchungen Winterstartpackage über lenzerheide.com +42%
- +34% Buchungen, +65% Gäste, Logiernächte -4%, Umsatz +4.2%

Ferienregion Lenzerheide ist «Begehrteste Wintersportdestination der Schweiz»

In einer Studie von Brand Trust wurde die Ferienregion Lenzerheide als begehrteste Wintersportdestination der Schweiz ausgezeichnet. Befragt wurden 18'000 Personen. Diese Auszeichnung wurde zum Winterstart ausgesprochen und mittels einer separaten Kampagne beworben.

Eröffnung Rothorn 1

Am 18. Dezember 2010 wurde die Gondelbahn Rothorn 1 der Lenzerheide Bergbahnen eröffnet. Die Verantwortung für die Planung und Organisation dieser Eröffnung, welche mit einem Tag der offenen Tür kombiniert war, lag bei der LMS. Die interessierte Bevölkerung und Journalisten von Fach- und Massenmedien konnten die Gondelbahn besichtigen.

TopCard Spring

Dieses neue Produkt aus der TopCard-Familie lancierte die Ferienregion Lenzerheide gemeinsam mit den Destinationen Davos/Klosters und Flims/Laax. Mit einer Karte gelangen die Gäste in drei Skigebiete. Mit dem Kauf der TopCard Spring erhielten deren Besitzer attraktive Rabatte bei der Verlängerung zur Jahres-TopCard.

Kooperationen Graubünden Ferien/Schweiz Tourismus

Die LMS ist bestrebt, die Ferienregion Lenzerheide national und international positiv zu positionieren. Dafür wurden im letzten Geschäftsjahr vielversprechende Kooperationen mit Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus abgeschlossen. Die jeweiligen Märkte werden in gemeinsamer Absprache verstärkt auch durch unsere Partner bearbeitet:

- Deutschland mit Graubünden Ferien
z.B. aktive Partnerschaft bei «Deutsche werben Deutsche» – in der Schweiz wohnhafte Deutsche werben im Nachbarland für Graubünden, oder beim Projekt «der Traumjob» – bei welchem spannende Aufenthalte in der Destination gewonnen werden konnten (wie z.B. die OK-Präsidentin in der Vorbereitungswoche des Graubünden-Marathons zu begleiten und beim Halbmarathon teilzunehmen)
- BeNeLux mit Graubünden Ferien
z.B. eine Kampagne mit Peter Langhout, einem wichtigen Reisevermittler in Holland oder ebenfalls «der Traumjob», bei welchem eine Arbeit als Lokführer verlost wurde.
- Bike mit Graubünden Ferien
z.B. gemeinsame Auftritte an Messen und Festivals wie SympaTex BIKE Festival Riva del Garda, Bike Days Solothurn und EUROBIKE, aber auch Angebote wie Urban Bike Roadshows und verschiedene Online-Kampagnen
- Familien Willkommen Schweiz Tourismus
- Sommer-/Winterkampagne Schweiz Tourismus
z.B. Präsenz in allen Imprimaten und Online-Tools



Audi FIS Ski Weltcup Finale 2011

Das Weltcup Finale 2011 war ein Erfolg. Trotz mehrheitlich schlechtem Wetter konnte die Ferienregion Lenzerheide einen Zuschauerrekord verbuchen. 33'000 Besucher verfolgten das Spektakel am Pistenrand, im Zielbereich und in den verschiedenen Gastwirtschaften.

Das Audi FIS Ski Weltcup Finale 2011 fand auch bei den Medien ein grosses Echo. 1'324 Beiträge wurden schweizweit in Printmedien und dem Internet registriert. Im ausländischen Medienmarkt konnten 1'869 Clippings gezählt werden. Während der Rennen berichteten 16 Fernsehstationen und 10 Radiostationen live aus Lenzerheide.

Auf SF zwei haben 145'800 Personen die Abfahrt der Männer verfolgt, 150'700 Zuschauer fieberten bei der Abfahrt der Frauen mit. DER Zuschauer-Magnet auf SF zwei war der 2. Lauf des Männer-slaloms.

Übernachtungen am Audi FIS Ski Weltcup Finale 2011

Während dem Audi FIS Skiweltcup Finale 2011 verantwortete die Lenzerheide Marketing und Support AG die Koordination der Zimmerbuchungen. Dies beinhaltete einerseits die Beherbergung der Athleten/Teams, sowie diejenige der Offiziellen (Sponsoren, Medien, Helfer etc.). Insgesamt wurde mit 24 Hotels und 5 Ferienwohnungsvermietern der Ferienregion Lenzerheide sowie den angrenzenden Orten (Chur, Tiefencastel etc.) eine Beherbergungsvereinbarung abgeschlossen.

Beherbergungen während dem Audi FIS Skiweltcup Finale 2011:

Anzahl eingekaufte Betten für Teams: 713 Betten
Anzahl eingekaufte Betten für Offizielle: 861 Betten





Biker erforschen neue Wege

Die Bikesaison gestaltete sich im Sommer 2010 etwas anders als in den vorigen Jahren, jedoch nicht minder attraktiv. Bikestrecken wurden neu eröffnet oder ausgebaut. Der bestehende Höhenweg von Foppa beala bis Alp Stätz auf der Westseite wurde ausgebessert und als Bikeweg signalisiert. So konnte den Bikern die attraktive Rundstrecke 612 Westside Tour präsentiert werden. Diese führt vom Piz Scalottas via Alp Stätz-Proschieri nach Churwalden. Dank der integrierten Fahrt mit der Sesselbahn Alp Stätz ist die Runde für alle Allmountain Biker ein echtes Fahrvergnügen.

In Churwalden wurde die Freeride-Strecke Heidbühl eröffnet. Die anspruchsvolle Abfahrt bietet für geübte Biker eine ideale Ergänzung zur bestehenden Strecke am Rothorn.

Die Bikemöglichkeiten am Rothorn standen im letzten Jahr nicht zur Verfügung, da die Ostseite durch den Neubau der Rothorn Gondelbahn geschlossen war.

In einem Pilotprojekt schuf die LMS im letzten Jahr regionenübergreifend die Stelle des Trailchefs / BAB Bezirkleiters. Der Trailchef ist verantwortlich für den Unterhalt, die Signalisation und Koordination der neuen Bauprojekte auf Bike- und Wanderwegen. Alle Gemeinden der Ferienregion Lenzerheide beteiligen sich im Verhältnis zu ihrem Wegnetz an den Kosten.

Im Jahr 2010/11 startete die Planung des Bike-Übungsgeländes, genannt Skill Center. Dieses ist eine Massnahme aus der Bikestrategie der LMS. Das Skill Center soll die Gäste beim Erlernen einer guten Biketechnik unterstützen und einen realen Querschnitt an Hindernissen und Trailstufen im Gelände bieten. Bei der Planung wurden das bfu – Beratungsstelle für Unfallverhütung, die Lenzerheide Bergbahnen, das Amt für Wald und Rafael Rhyner, ein erfahrener Gestalter von Bikestrecken und –parks, herbeigezogen.

Auf Initiative der LMS entschied sich die Schweizer Skischule auf die Sommersaison 2011 hin, das neue Angebot der Bikeschule in die bestehenden Strukturen der Schweizer Skischule zu integrieren. Viele der ausgebildeten Skilehrer sind gute Biker und können ihre erlernte Methodik- und Sozialkompetenz als Skilehrer auch im Sommer anwenden.

Event	Teilnehmer 2010	Teilnehmer 2009
GrischaTrail	132	125
GrischaTrail RIDE	100 (ausgebucht)	100
Women's Bike	65 (ausgebucht)	66
Geführte Touren	34	
ewz Alpen-Challenge	1174 (Rekord)	976
iXS Kids Bike Camp	20	
testRIDE Aussteller	42	36
testRIDE Besucher	500 (kämpften mit schlechtem Wetter und Schneefall)	1200
Biketicket to RIDE	768	1043
TREK BIKE ATTACK	ausgefallen (Umbau Rothorn)	666



Nordic-Sportler kombinieren Winter und Sommer

Die Langlauf-Loipen in der Ferienregion Lenzerheide sind, zusammen mit 150 weiteren Langlaufgebieten, der Dachorganisation Loipen Schweiz angeschlossen. Das Loipennetz der Ferienregion Lenzerheide wurde dieses Jahr zum dritten Mal in Folge als das qualitativ Beste ausgezeichnet.

Anfangs Dezember 2010 konnten die Loipen für die Sportler frei gegeben werden, Ende März wurden diese wieder geschlossen. Die gute Vorarbeit der Unterhaltsverantwortlichen und der gezielte Einsatz von Kunstschnee ermöglichten perfekt präparierte Loipen. Diese Qualitätsarbeit spiegelte sich auch im Verkauf der Langlaufpässe wider. Der Umsatz konnte um 26% gesteigert werden und verbuchte einen neuen Rekord.

Einzig der Wärmeeinbruch im Januar zwang die Verantwortlichen den Langlaufevent «Planoiras» auf den 20. Februar 2011 zu verschieben. Selbst in dieser Zeit konnten die Loipen zu Trainingszwecken jedoch einwandfrei genutzt werden.

Die Gemeinden Churwalden, Vaz / Obervaz und Lantsch / Lenz haben den Investitionsplan der Langlaufinfrastruktur für die kommenden 5 Jahre verabschiedet. Mit der Umsetzung dieser Massnahmen kann die Loipe zukünftig bereits bei geringer Schneehöhe präpariert werden.

Graubünden-Marathon und Graubünden-Walking

Der Graubünden-Marathon und das Graubünden-Walking mussten im Sommer 2010, wegen den Umbauarbeiten am Rothorn, auf den Piz Scalottas umgeleitet werden. Dies bedeutete für die Läufer ab Lenzerheide weniger Höhenmeter, die Stimmung war jedoch bei den Teilnehmenden wie auch den Helfern sehr gut.

Event	Teilnehmer 2010	Teilnehmer 2009
Langlauf & Wellnesstage	382 (ausgebucht und Rekord)	303
Women's Langlauf Festival	150 (ausgebucht und Rekord)	129
Graubünden Marathon	692 auf allen Strecken	730
Graubünden Walking	596 auf allen Strecken	671
Walking & Wellnessdays	48	



Kultur und Lifestyle trifft sich in der Ferienregion Lenzerheide

Im vergangenen Jahr hat sich die LMS stark mit der Entwicklung bzw. Akquisition neuer Angebote und Veranstaltungen im Bereich Kultur & Lifestyle auseinandergesetzt. Es handelte sich mehrheitlich um einen kompletten Neuaufbau, da die LMS und ihre Vorgängerorganisation Lenzerheide Tourismus in den vergangenen Jahren keine grossen Aktivitäten im kulturellen Bereich verfolgt hatten. Ausserdem sind wir bei der Neugestaltung dieser Produkte grösstenteils von Leistungsträger und nationalen Partnern abhängig.

Als erste Ergebnisse der Produktentwicklung konnten für die Sommersaison eine vertiefte Zusammenarbeit mit Origin realisiert und attraktive Packages gebündelt werden. Ebenso ist Lenzerheide im Sommer 2011 erstmals Presenting-Sponsor und Gastspielort der mobilen Kulturplattform «DAS ZELT», welche das «Who is Who» der Schweizer Showszene präsentiert. Als weitere Ergänzung unseres Lifestyle-Angebotes fahren Oldtimer-Raritäten und historische Motorräder am 1. Lenzerheide Motor Classics.

Diverse Produkte und Veranstaltung, deren Realisation eine längere Vorbereitungszeit benötigen, befinden sich bereits in der Pipeline. So wird mit lokalen Vereinen geprüft, ob die volkstümlichen Traditionen der Region anlässlich eines Spektakels für Einheimische und Gäste vorgestellt werden können, ein Gospeltreffen zur Belegung der Vorweihnachtszeit sorgt und ein musikalisches Highlight als Winterstart genutzt werden kann.

Es gilt jedoch anzumerken, dass wahrscheinlich nur ein bis zwei der weiteren Produkte zur Realisierung gelangen. Es besteht immer die Gefahr, dass trotz gelungener Idee die Realisierbarkeit nicht gewährleistet werden kann und zusätzlich stossen unsere Kapazitäten für weitere Produkte und Veranstaltungen an ihre finanziellen und personellen Grenzen.



Basisangebote



Die Jungen und Junggebliebenen erleben etwas

«Globi und die Detektive» ist die Familienpauschale, welche im letzten Sommer lanciert wurde. Das Angebot ist als Schatzsuche für Gross und Klein konzipiert.

Ihren Spass hatte die ganze Familie ebenfalls an der Heidsee-Olympiade 2010. Das Konzert mit dem Duo «Leierchischte» sorgte für eine ausgezeichnete Stimmung am Samstagabend.

Die Globi-Kinderparty auf Scharmoin wurde aufgrund des Baus der Rothornbahn auf der Alp Stätz durchgeführt. Unter dem Motto «Globi auf dem Bauernhof» warteten viele spannende Attraktionen wie beispielsweise das Kuhmelken, der Hühnerweitwurf oder ein Traktorparcours auf die Besucher.

Angebot	Teilnehmer 2010	Teilnehmer 2009
Familienpauschale*	150 Buchungen 2056 LN	12 Buchungen 170 LN
Heidsee-Olympiade	500 Teilnehmer	405 Teilnehmer
Handy-Safari	545 Teilnehmer (Lenzerheide hatte von den teilnehmenden Destinationen am meisten Teilnehmer)	385 Teilnehmer
Globi-Kinderprogramm	507	599
Globi-Kinderparty	350 (Organisat. LMS)	199 (Organisat. Bergbahnen)

*Vergleich mit der abgelösten Pauschale «Globi's Berg- und Seepiraten»

Imprimate

Die Imprimate sind ein wichtiges Informationsmittel für die Gäste, die Leistungsträger und Partner der Ferienregion Lenzerheide. Die LMS produzierte rund 40 Broschüren und Flyer (ohne Plakate und Postkarten) mit einer Auflage von total 825'000 Stück. Als Hauptprospekte wurden per Wintersaison 2010/11 die Infobroschüre, der Pistenplan und die Nordic/Winter-Wanderkarte erstellt. Im Sommer informieren sich die Gäste über unsere Angebote in den Broschüren «Sommererlebnisse», «die atem(be)raubende Bikeregion», «Familien willkommen» und orientieren sich an der Sommerpanoramakarte. Hinzu kommen diverse Flyer für spezielle Anlässe wie z. B. Sonntag am Berg.

110. Schweizer Einzelmeisterschaften Schach, 8.07. – 16.07.2010

Mit 367 SchachspielerInnen an der 110. Schweizer Schach Einzelmeisterschaft in Lenzerheide konnte ein Aufschwung im Gegensatz zu den letztjährigen Meisterschaften erzielt werden. Während der «Schachwoche» konnten über 2600 Logiernächte generiert werden.

People to People

Bereits zum zweiten Mal organisierte die LMS das Programm von sechs amerikanischen Studentengruppen, welche vom 23.06. - 17.07.2010 zu Gast in der Ferienregion Lenzerheide waren. Total generierten sie ca. 750 Logiernächte. Im Rahmen einer Studien- und Kulturreise des von Präsident Eisenhower gegründeten Ambassador Programms «People to People» durften wir über 250 Studenten willkommen heissen. Für drei Nächte wurden die Jugendlichen im Alter von 12 bis 18 Jahre im Hotel Kurhaus in Lenzerheide untergebracht. Es warteten viele interessante Aktivitäten wie Rafting, Ausflüge, Romanischunterricht und ein Unterhaltungsabend auf die Gruppe.



Wir werden medial wahrgenommen

Im Geschäftsjahr 2010/11 konnten wir wiederum einige Medienvertreter in der Ferienregion Lenzerheide willkommen heißen. 15 Medienreisen zu verschiedenen Themen wurden organisiert. Dabei konnte die LMS Journalisten aus den Ländern Deutschland, Niederlande, England, Italien und aus der Schweiz begrüßen. 89 Medienschaaffende entdeckten die Schönheiten der Destination Lenzerheide.

Im Rahmen des Nachwuchspreises, welcher jedes Jahr von Graubünden Ferien organisiert wird, begrüßte die Ferienregion Lenzerheide 20 Jungjournalisten vom 20. - 26. Juni 2010. Fünf Bike-Journalisten aus den Niederlanden haben vom 8. - 10. Oktober 2011 einen Film in Lenzerheide gedreht, welcher anschliessend auf RTL4 in Holland ausgestrahlt wurde.

Entwicklung Web

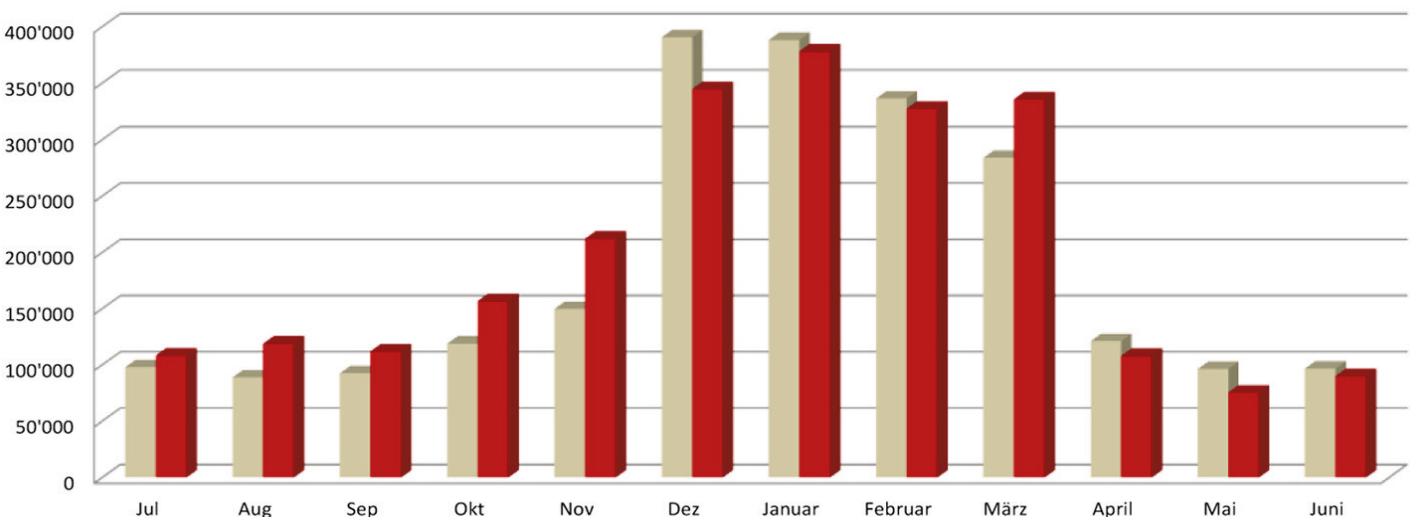
Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden 2'367'175 Besucher* auf lenzerheide.com verzeichnet. Das sind 105'670 mehr als im gleichen Zeitraum 2009/10. Der Zuwachs verteilt sich insbesondere auf den Monat Oktober und November als das Winterstartpackage mit gezielten On- und Offline-Marketing-Aktionen beworben wurde.

Medienreisen 2010/11

Datum	Medium	Nationalität	Personen
20.-26.06.2010	Nachwuchspreis	DE	20
4.07.2010	Familien Gruppenmedienreise	NL	9
2.09.2010	Chris Coleman, BBC	UK	1
8.-10.09.2010	Fietsland	NL	5
16.-17.09.2010	Mieke Scharloo	NL	1
23.-24.09.2010	Magazin Santé	NL	2
4.02.-6.02.2011	Roland Poschung	CH	2
7.02.-11.02.2011	Johannes Braun	D	1
10.-13.02.2011	Gjis Loning	NL	1
15.02.-16.02.2011	Alf Anderson	GB	1
21.02.-24.02.2011	Barbara Zen	I	2
27.02.-1.03.2011	Int. Media Trip, Winter Experience	div	9
17.03.-20.03.2011	DAV Pressereise	D	6
29.03.2011	Gerstmayr Winterseminar	D	30

Das Audi FIS Ski Weltcup Finale dürfte für den Anstieg im März mitverantwortlich sein.

*Mit insgesamt 11'244'330 Seitenaufrufen und einer Verweildauer von durchschnittlich zwei Minuten.



www.lenzerheide.com

Besucher 2009/10: 2'261'505

Besucher 2010/11: 2'367'175



Mit Hartnäckigkeit und Geduld zum Abschluss

Die Salesabteilung der LMS AG setzte sich aktiv in den Märkten der Deutschschweiz und dem Süddeutschen Raum für den Verkauf der Ferienregion Lenzerheide ein. Im Fokus stand der weitere Aufbau des Crossmarketings und Wiederverkaufs von Produkten der Lenzerheide sowie Bergbahntickets. Im Bereich Crossmarketing hat die Ferienregion Lenzerheide mit verschiedenen, u.a. national tätigen Firmen neue Vereinbarungen abschliessen können. Zu den erfolgreichsten Aktionen gehörten die Migros mit 7'950 Einlösungen und der TCS mit 6'025 Einlösungen. Bei der 2 für 1 Aktion vom 13. November - 22. Dezember 2010 mit dem neuen Partner UBS konnten stolze 1'441 Einlösungen gezählt werden.

Im Segment der Wiederverkäufer wurden ebenfalls neue Partner gewonnen. Die Wiederverkäufer (hauptsächlich Sportgeschäfte) promoten die Lenzerheide in ihren Stammgebieten und bei ihrer Kundschaft. Durch den Verkauf von Bergbahntickets sind die Wiederverkäufer wertvolle Botschafter unserer Ferienregion.

Die kantonalen Sportämter bilden einen weiteren Bestandteil im Auf- und Ausbau der Ferienregion. Diese haben den direkten Kontakt zu sämtlichen Schulen der Kantone. Dadurch ist es möglich, attraktive Angebote für Wochenaufenthalte bei den Schulen zu platzieren.

Ebenfalls zur Hauptaufgabe der Salesabteilung gehört die Pflege der Carpartner. Diese gewinnen durch ihr Netzwerk neue Kunden für die Ferienregion Lenzerheide.

Die Zusammenarbeit mit Radiostationen inkl. integrierten Hörer-Skitage erwies sich als interessantes Arbeitsfeld zur Förderung des Bekanntheitsgrades der Lenzerheide. Zuletzt übernahm die Salesabteilung auch die Koordination und Organisation sämtlicher Gruppenanlässe. Einen besonders hohen Anklang während der Wintersaison 2010/11 fanden das Nachtschlitteln auf Scharmoir sowie die exklusiven Snow-Nights auf Alp Stätz.

Besuche und Akquisitionen von Partnerschaften

Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden seitens der Salesabteilung über 220 persönliche Besuche bei Partnern und Geschäftsfreunden der Lenzerheide getätigt. Dabei sind alle bestehenden Vereinbarungen erneuert und ausgebaut worden. Erfreulich für den Aufbau der Ferienregion sind auch die neuen Abschlüsse, die durch Akquisition gewonnen werden konnten.

Partnerschaften	Anzahl
Crossmarketing	16
Wiederverkäufer	20
Carpartner	92

Gruppenanlässe	2010/11	2009/10	Veränderung
Anz. erstellte Offerten	48	123	- 61%
Anz. durchgeführte Anlässe	38	51	- 25%
Anzahl Teilnehmer	2493	2737	- 9%

Tourist Services / Deskline / Gästeabgabe

Der Aufenthalt in Lenzerheide – immer einfacher und schneller für den Gast

Zu den Hauptaufgaben des Tourist Services gehören nebst der Verkaufstätigkeit, die Beratung der Gäste am Schalter und am Telefon, sowie das Beantworten der E-Mails. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2010/11 in allen Informationsbüros der Ferienregion Lenzerheide über 60'000 Gästekontakte gezählt. Die Beratung am Schalter nimmt mit rund 45% die meiste Zeit in Anspruch.

	2010/11	2009/10	Veränderung
Anzahl Buchungen	1'315	1'629	-19%
Buchungsumsatz	1'153'813	1'517'391	-24%

Statistik Kontakte Tourist Service	2010/11	%	2009/10	%	Veränderung	%
E-Mails	12'046	18.54	14'020	21.20	-1'974	-2.66
Fax	1'161	1.75	104	1.67	+57	+0.08
Telefon	20'618	31.02	18'705	28.29	+1'913	+2.73
(24h-Auskunft)	2'220	3.34	2'280	3.45	-60	-0.11
Schalter Lenzerheide	30'417	45.77	30'012	45.39	+405	+0.38
Total Kontakte	66'462		66'121		+341	

Präsenz ausserhalb der Ferienregion Lenzerheide

In diesem Jahr war die Ferienregion Lenzerheide vom 25. – 26. September 2010 an der Herbstmesse Rafz (10'000 Besucher), im Kanton Zürich, präsent. Dank der guten Zusammenarbeit mit verschiedenen Leistungsträgern der Ferienregion Lenzerheide, erwartete die Messebesucher nicht nur ein grosszügig ausgestatteter Stand, sondern auch attraktive Tombolapreise. Die Ferienregion konnte sich mit all ihren Spezialitäten und Angeboten zeigen und mit vielen Stammgästen oder potenziellen Gästen interessante Gespräche führen.

Buchungs- und Reservationssystem

Im Geschäftsjahr 2010/11 wurden insgesamt 1'315 Buchungen über das Reservationssystem Deskline getätigt. Dies beinhaltet Buchungen bei den Informationsbüros oder direkt über das Internet. Letzteres ist mit 942 Buchungen die meist gewählte Buchungsart der Gäste. Die Anzahl teilnehmenden Ferienwohnungsobjekte im Reservationssystem beläuft sich per 31. Mai 2011 auf 475.

Im Juni 2010 hat die LMS das Buchungs- und Reservationssystem Deskline auf die neuste Version «Deskline 3.0» umgestellt. Dieses Update wie auch die Umstellung zum Kommissions- und Inkassomodell, welche im Geschäftsjahr 2011/12 folgen wird, sind notwendig, um zukünftig eine Anbindung an die e-Plattform von Graubünden Ferien, sowie die Zusammenarbeit mit weiteren Plattformen wie Casamundo (Plattform für Ferienwohnungen) etc. zu realisieren. Die Umstellung auf das Kommissions- und Inkassomodell war bereits für den Sommer/Herbst 2010 vorgesehen. Auf Grund eines länger ausstehenden MwSt-Entscheides seitens der Eidgenössischen Steuerverwaltung, kann die Umstellung erst auf Juni 2011 realisiert werden.

Gästeabgabe / Inkasso Gemeinde Vaz/Obervaz

Seit der Gesetzesanpassung per November 2006 wird die Gästeabgabe für Eigentümer und Dauermieter von Ferienwohnungen/-häuser nur noch pauschal erhoben. Dies ergibt einen jährlichen Rechnungslauf von ca. 3'500 Rechnungen allein für die Gemeinde Vaz/Obervaz. Mit der Destinationsbildung haben auch die umliegenden Gemeinden, wie Brienz/Brinzauls, Lantsch/Lenz und Churwalden die Gesetzesgrundlage der Gemeinde Vaz/Obervaz übernommen und eingeführt. Die Mutation der Einträge für Ferienwohnungs-eigentümer erfolgt anhand der vom Grundbuchamt in Valbella erhaltenen Handänderungsanzeigen. Die Mutationen der Dauermieter werden grösstenteils durchs Einwohneramt der Gemeinde Vaz/Obervaz gemeldet.

Die statistische Erhebung der Logiernächte ist ab 1991/92 ersichtlich. Monatlich wird die Statistik der Hotellerie nach Hotel und Herkunftsland des Gastes erstellt. Die Zusammenstellung der Logiernächte geht ans Bundesamt für Statistik. Auf Wunsch der Grossvermieter und Gruppenunterkünfte werden seit gut 3 Jahren auch die Logiernächte der Grossvermieter und Gruppenunterkünfte in der Gemeinde Vaz/Obervaz monatlich statistisch zusammengestellt. Zu den Grossvermietern zählen Anbieter ab 10 Einheiten. Die Statistiken der Hotellerie, Grossvermieter und Gruppenunterkünfte sind auf www.lenzerheide.com/Inside/Statistiken ersichtlich und werden jeden Monat mit den neuen Zahlen ergänzt.

Logiernächte Tourismusjahre

Geschäftsjahr	Hotel	%*	Fewo vermietet	%*	Gruppen- unterkünfte	%*	Fewo nicht vermietet	%*	Camping	%*	Club Méd	%*	Total	%*
1991/92	237'913		376'010		96'932		399'409		21'722		80'596		1'212'582	
1992/93	243'852	2.5	397'685	5.8	97'841	0.9	412'259	3.2	19'384	-10.8	54'093	-32.9	1'225'114	1.0
1993/94	256'001	5.0	324'978	-18.3	103'221	5.5	403'227	-2.2	21'181	9.3	70'507	30.3	1'179'115	-3.8
1994/95	243'211	-5.0	294'404	-9.4	110'057	6.6	404'135	0.2	21'131	-0.2	71'913	2.0	1'144'851	-2.9
1995/96	218'175	-10.3	281'739	-4.3	107'590	-2.2	410'100	1.5	19'615	-7.2	70'243	-2.3	1'107'462	-3.3
1996/97	216'976	-0.5	257'129	-8.7	97'926	-9.0	400'300	-2.4	18'402	-6.2	66'610	-5.2	1'057'343	-4.5
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	8.0
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	6.9 *1
2010/11	221'847	-3.6	181'351	-12.2	103'563	-13.6	520'263	11.5	20'121	-12.4	-	-	1'047'145	0.1 *2

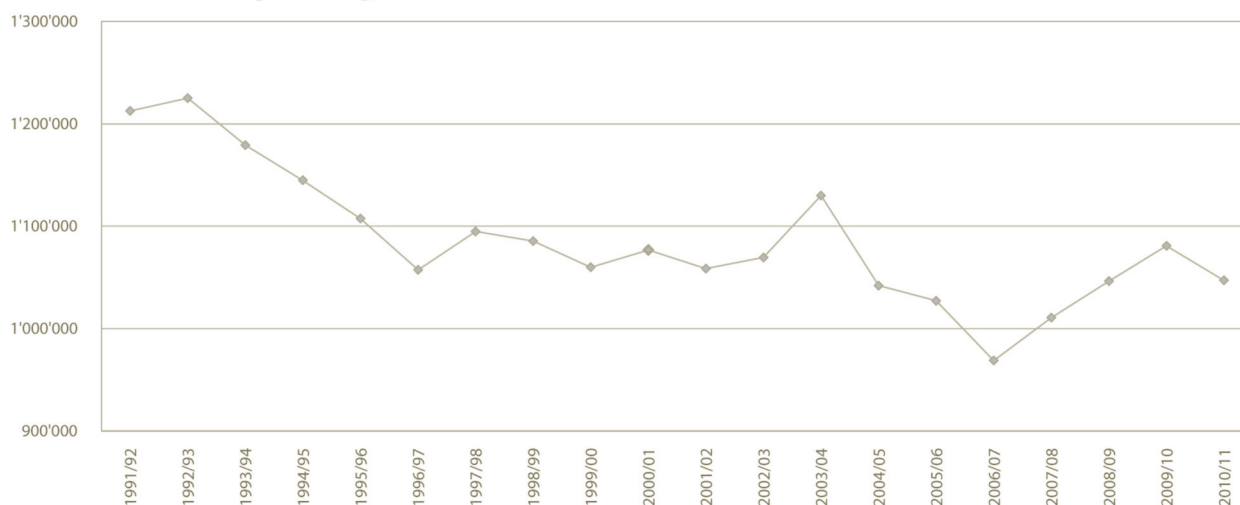
*1 Ab Geschäftsjahr 1991/92 bis 2009/10 Bemessungsperiode jeweils Nov. - Okt.

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

Logiernächte Malix bis Brienz	2009/10	%*3	2008/09	2007/08
Brienz	36'446	14.4	31'849	27'661
Churwalden/Parpan	149'031	-0.9	150'445	160'864
Lantsch/Lenz	103'811	-7.2	111'895	115'394
Total Logiernächte der Ferienregion	1'336'433	-0.3	1'340'504	1'314'660

*3 Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahr

Entwicklung der Logiernächte



Bilanz per 31.Mai 2011

AKTIVEN	31.05.2011		31.05.2010		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Anlagevermögen						
Sachanlagen	51'638		97'681		-46'043	
Immaterielle Anlagen	-		3'759		-3'759	
	51'638	4.3	101'440	7.0	-49'802	-49.1
Umlaufvermögen						
Flüssige Mittel	792'520		655'941		136'579	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20'568		135'257		-114'689	
<i>gegenüber Dritten</i>	20'328		134'957		-114'629	
<i>gegenüber Aktionären</i>	240		300		-60	
Andere Forderungen	311'006		483'883		-172'877	
<i>gegenüber Dritten</i>	191'334		152'394		38'940	
<i>gegenüber Konzerngesellschaften</i>	119'672		331'489		-211'817	
Vorräte	26'133		21'566		4'567	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	333		42'548		-42'215	
	1'150'560	95.7	1'339'195	93.0	-188'635	-14.1
Total Aktiven	1'202'198	100.0	1'440'635	100.0	-238'437	-16.6
PASSIVEN						
Eigenkapital						
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Allgemeine Reserven	-		-		-	
Bilanzgewinn	33'446		23'797		9'649	
	333'446	27.7	323'797	22.5	9'649	3.0
Fremdkapital						
<i>Kurzfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	-		250'000		-250'000	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	131'611		111'245		20'366	
<i>gegenüber Dritten</i>	131'611		111'245		20'366	
Andere Verbindlichkeiten	13'809		15'809		-2'000	
<i>gegenüber Dritten</i>	13'809		15'809		-2'000	
Rückstellungen	-		-		-	
Passive Rechnungsabgrenzungen	723'332		739'784		-16'452	
	868'752		1'116'838		-248'086	
<i>Langfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	-		-		-	
Rückstellungen	-		-		-	
	868'752	72.3	1'116'838	77.5	-248'086	-22.2
Total Passiven	1'202'198	100.0	1'440'635	100.0	-238'437	-16.6

Erfolgsrechnung 2010/11 (OR-Abschluss)

vom 1. Juni 2010 bis 31. Mai 2011	2010/11		2009/10 (vom 01.11.2009 bis 31.05.2010)		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Ertrag aus Leistungsverträgen	4'212'273		2'882'840		1'329'433	
Übriger Ertrag	521'578		124'663		396'915	
Erlösminderungen	-		- 6'247		6'247	
Betriebsertrag	4'733'851	100.0	3'001'256	100.0	1'732'595	57.7
Warenaufwand	-22'056		-7'060		-14'996	
Personalaufwand	-1'961'913		-995'142		-966'771	
Sachaufwand	-2'653'077		-1'930'450		-722'627	
<i>Fremdleistungen und Miete</i>	-462'076		-167'156		-294'920	
<i>Versicherungen, Gebühren, Beiträge</i>	-49'194		-15'596		-33'598	
<i>Energie, Verbrauchsstoffe</i>	-17'158		-24'363		7'205	
<i>Unterhalt</i>	-176'965		-169'186		-7'779	
<i>Marketing</i>	-1'642'358		-1'323'469		-318'889	
<i>Kommissionen</i>	2'238		-		2'238	
<i>Übriger Betriebsaufwand</i>	-307'565		-230'680		-76'885	
Betriebsaufwand	-4'637'046	98.0	-2'932'652	97.7	-1'704'394	58.1
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern	96'805	2.0	68'604	2.3	28'201	41.1
Abschreibungen	-84'391		-40'081		-44'310	
Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern	12'414	0.3	28'523	1.0	-16'109	-56.5
Finanzertrag	1'033		375		658	
Finanzaufwand	-255		-101		-154	
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	-		-		-	
Betriebsergebnis vor Steuern	13'192	0.3	28'797	1.0	-15'605	-54.2
Steuern	-3'543		-5'000		1'457	
Jahresgewinn	9'649	0.2	23'797	0.8	-14'148	-59.5

Gewinnverwendung 2010/11

Anhang zur Jahresrechnung per 31. Mai 2011 (OR-Abschluss)

Gewinnverwendung 2010/11

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	2010/11 Antrag des Verwaltungsrates CHF	2009/10 Beschluss der Generalversammlung CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	23'797	-
Jahresgewinn	9'649	23'797
Bilanzgewinn	33'446	23'797
Zuweisung an allgemeine Reserven	1'700	-
Vortrag auf neue Rechnung	31'746	23'797
Total	33'446	23'797

Anhang zur Jahresrechnung per 31. Mai 2011 (OR-Abschluss)

Angaben gemäss Art. 663b OR

1. Belastung von Aktiven zur Sicherung eigener Verpflichtungen

	2010/11 CHF	2009/10 CHF
Pfand- und Verrechnungsrecht der Banken gemäss den allgemeinen Geschäftsbedingungen	780'752	649'225

2. Brandversicherungswerte der Sachanlagen (inkl. nichtbetriebsnotwendiger Sachanlagen)

	2010/11 CHF	2009/10 CHF
Mobilien und Einrichtungen	-	-
Die Mobilien und Einrichtungen sind in den Versicherungen der Lenzerheide Bergbahnen AG (Muttergesellschaft) eingeschlossen.		

3. Veränderung des Ergebnisses vor Steuern durch Nettoauflösung stiller Reserven

	2010/11 CHF	2009/10 CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	4'052	-

4. Stetigkeit

Das Vorjahr 2009/10 war ein Kurzzahr. Es umfasste die Periode vom 01.11.2009 bis 31.05.2010. Daher sind die Werte des laufenden Jahres nur bedingt mit dem Vorjahr vergleichbar.

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.



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

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

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das am 31. Mai 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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. August 2011

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