

# Geschäftsbericht

LENZERHEIDE MARKETING UND SUPPORT AG 2020/21



Lässt Herzen höher schlagen.

# Inhalt

<b>Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Mitarbeitende</b>	<b>3</b>
<b>Bericht des Präsidenten</b>	<b>4</b>
<b>Berichte der Geschäftsführer</b>	<b>6</b>
<b>Berichte aus den Abteilungen</b>	
Marketing Kommunikation	10
Eventsupport	12
Tourist Services	14
PR/Medien	15
<b>Corona Taskforce Lenzerheide</b>	<b>16</b>
<b>Entwicklung der Logiernächte</b>	<b>17</b>
<b>Jahresrechnung 2020/21</b>	
Bilanz	18
Erfolgsrechnung	19
Anhang	19
Gewinnverwendung	21
Bericht der Revisionsstelle	22



# Das Team

## Verwaltungsrat

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

## Geschäftsleitung

Bruno Fläcklin – Geschäftsführer  
Domenico Bergamin – Geschäftsführer ad interim  
Marc Schlüssel – Leiter Marketing/Kommunikation/Eventsupport

## Assistenz

Sarah Vitali – Assistentin Geschäftsleitung/Projekte

## Kampagnen / Projekte

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

## Kommunikation

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

## Events und Eventsupport

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

## Tourist Services

Lucia Züger – Leiterin Tourist Services  
Sabine Batiste – Lenzerheide  
Ines Hemmi – Lenzerheide  
Gaby Pfosi – Churwalden  
Elke Schatz – Lenzerheide  
Anne-Rose Simeon – Lenzerheide  
Selina Thöny – Churwalden

## Lernende

Dshamilja Camenisch – 3. Lehrjahr  
Gianna Müller – 2. Lehrjahr  
Bigna Grischott – 1. Lehrjahr



# Corona prüfte unsere Nervenstärke

Das Geschäftsjahr 2020/21 war global geprägt von unglaublichen Verwerfungen, die auch an der Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS AG) nicht spurlos vorübergegangen sind. Das Coronavirus hat dem Jahr den Stempel aufgedrückt und uns alle vor bis dahin unvorstellbare Herausforderungen gestellt sowie jedem von uns viel Flexibilität und Solidarität abverlangt. Das Team der LMS AG hat diese Herausforderungen mit Bravour gemeistert.

Deshalb darf ich als Verwaltungsratspräsident der LMS AG im Rückblick auf dieses Krisenjahr auch Positives erkennen und dieses hier mit Stolz erwähnen: Die Ferienregion Lenzerheide konnte im Coronajahr partiell sogar zulegen! In der Periode von Januar bis März 2021 (1. Quartal) verzeichnete Lenzerheide im Vorjahresvergleich eine Zunahme der Logiernächte um 6,2%. Diese Steigerung ist umso bemerkenswerter, als sämtliche Destinationen im Kanton Graubünden kumuliert ein Minus von 13,5% ausweisen mussten. Im innerkantonalen Vergleich bedeutet dies somit eine massive Verbesserung der Ferienregion Lenzerheide um 19,7%! Der Vergleich mit den Ferienregionen Wallis, Berner Oberland oder auch Zentralschweiz fällt für Lenzerheide noch besser aus. Den kompletten Jahresvergleich finden Sie auf Seite 17 unter «Entwicklung der Logiernächte».

Alles paletti also? Nein, die vielen Corona-bedingten Eventabsagen und die ständige Unsicherheit, wie sich die Pandemie weiterentwickeln und welche Einschränkungen uns das Virus noch «bescheren» würde, haben auch an unseren Nerven gezehrt. Der erneute gesundheitliche Rückschlag, den unser Geschäftsführer Bruno Fläcklin verkraften und verarbeiten musste, bedeutete für uns alle – Mitarbeitende, Geschäftsleitung und Verwaltungsrat – zusätzlich eine schwierige Herausforderung. Ich bin dankbar, dass Domenico Bergamin interimistisch die Aufgaben von Bruno Fläcklin übernommen hat. Dank seines Einsatzes konnte die LMS AG weiterhin ausgezeichnet funktionieren und Bruno Fläcklin sich seiner Gesundheit widmen.

## Krise als Chance erkennen – und nutzen

Wie geht es weiter nach dem Coronajahr? Es ist nicht auszuschliessen, dass die Schweiz, Europa und die Welt im Nachgang zu Corona in eine wirtschaftliche Krise rutschen. Die Pandemie hat Spuren hinterlassen – in der Wirtschaft, in den Staatshaushalten und in den Seelen der Menschen. Für unsere

Zukunft wird entscheidend sein, wie wir mit diesen Spuren umgehen, wie wir uns der Corona-Altlasten entledigen und wie wir unsere Zukunft anpacken. Ich möchte in diesem Präsidentenbericht ein Zukunftsszenario für uns alle, vor allem aber für die Ferienregion Lenzerheide, aufzeigen.

Fakt ist: Unser Tourismus hatte in der Vergangenheit schon bedeutend einfachere Zeiten erlebt als die aktuellen. Fakt ist aber auch: Die Geschichte zeigt, dass auf jede Krise eine Blütezeit folgte. Genau diese Tatsache sollte uns nun animieren, aus einer angeblichen Position der Ohnmacht heraus, eine Position der Stärke anzustreben. Denn unsere Chancen dafür sind intakt und vor allem sind diese Chancen auch tatsächlich vorhanden. Wir können – und ich bin überzeugt, wir werden – diese Chancen wahrnehmen!

## Drei Teelöffel für eine erfolgreiche Zukunft

Als gelernter Hotelier und Gastgeber aus Leidenschaft formuliere ich mein Rezept für eine erfolgreiche Zukunft der Ferienregion Lenzerheide nachfolgend in Form eines Getränkemixes, der in erster Linie dem Lenzerheide-Gast – und ebenso sehr unserer Wirtschaft – munden soll. Folgende Zutaten sind teelöffelweise anzuwenden:

**Erster Teelöffel:** Wir hören sofort auf, über Tatsachen zu diskutieren, die wir nicht ändern können – dazu gehören Diskussionen über Sicherheitsmassnahmen, Impfstrategien und Impfstoffbeschaffung sowie den Sinn von Coronatests.

**Zweiter Teelöffel:** Wir sind bereit zu lernen – und zwar mit aller Konsequenz. Dazu gehören vor allem Hinhören und Abwägen. Ich möchte anregen, sich bei konträren Meinungen jeweils folgenden Gedanken durch den Kopf gehen zu lassen: «Ist das Gegenteil meiner Überzeugung auch ein gangbarer Weg?» Streitkultur mag zwar auch eine Kultur sein, aber im Tourismus bringt sie nichts.

**Dritter Teelöffel:** Halte stets vor Augen, dass auf jede Krise ein Aufschwung folgt. Den Beweis dafür liefert die gesamte schweizerische Wirtschaftsgeschichte. Wer sich dessen bewusst, bereit und fähig ist, positiv zu denken, der wird auch bereit und fähig sein, zu «siegen».

Fortsetzung auf Seite 5



### Zeit für Veränderung

Die LMS AG besteht seit zwölf Jahren. Mit Stolz darf ich sagen, diese erfolgreiche Organisation zehn Jahre lang begleitet zu haben – vier Jahre als Verwaltungsrat und in den letzten sechs Jahren als Verwaltungsratspräsident. An der nächsten Generalversammlung der LMS AG im September 2021 werde ich mich nicht mehr für eine Wiederwahl als Verwaltungsratspräsident zur Verfügung stellen. Dieser Entscheid ist wohlüberlegt und ich habe dem Verwaltungsrat und den Aktionären bereits mitgeteilt, dass ich den Zeitpunkt für geeignet erachte, neuen Kräften Platz zu machen und neuen Schwung in den Verwaltungsrat der LMS AG zu bringen. Darum stelle ich meine Position als Verwaltungsratspräsident zur Verfügung.

Der Zeitpunkt ist richtig. Auch wenn wir heute noch nicht wissen, ob im Herbst die Covid-19 Pandemie überstanden sein wird, ist die Konstellation innerhalb der Destination so, dass ein Wechsel an der Spitze des Verwaltungsrats der LMS AG im September 2021 Sinn macht. Die Führungswechsel bei der Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB AG), wo ein neuer Verwaltungsratspräsident und ein neuer CEO übernehmen, sowie die Wechsel in den Gemeindegremien von Vaz/Oberbaz, Churwalden und Lantsch/Lenz schaffen ein Umfeld, das frischen Kräften einen guten Start ermöglicht. Für mich ist dies ein guter Moment, ebenfalls neue Aufgaben anzutreten, zum Beispiel in den Vorständen von Graubünden Ferien und dem Wirtschaftsforum Graubünden.

Beim Blick zurück auf die vergangenen zehn Jahre darf ich zufrieden sagen: Ich bin sehr gerne für Lenzerheide tätig gewesen! Die Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung – speziell mit Bruno Fläcklin – war stets durch einen professionellen und freundschaftlichen Zugang geprägt. Das hat Spass gemacht und der Erfolg gab uns recht. Dennoch: Man sollte aufhören, wenn es am schönsten ist. Für mich stimmt es jetzt.

### Danke für zehn erfolgreiche Jahre

Die Frage, die ich mir nach zehn Jahren im Verwaltungsrat der LMS AG stelle, lautet: Kann man als Marketing-Organisation alle Erwartungen erfüllen? Und ist es die Aufgabe einer solchen Organisation, allen Leistungsträgern alles anzubieten? Wichtig scheint mir, dass die strategische Führung darauf achtet, dass die operationelle Umsetzung deckungsgleich mit der gemeinsam erarbeiteten Strategie verläuft. In diesem Sinne bin ich mit der Entwicklung der LMS AG sehr zufrieden. Es war wichtig und richtig, dass wir uns regelmässig hinterfragten und stets bereit waren und sind, uns neu anzupassen. Die rund 30 Mitarbeitenden beweisen täglich ihre hohe Identifikation mit der Destination und führen ihre Arbeit mit viel Herzblut aus. Ein grösseres Kompliment können Mitarbeitende ihrem Arbeitgeber nicht machen.

Ich bedanke mich an dieser Stelle noch einmal bei allen Mitarbeitenden, bei der Geschäftsführung und dem Verwaltungsrat der LMS AG für die erfolgreichen zehn Jahre, die wir den Weg gemeinsam gegangen sind. Ich werde meinem Nachfolger mit Freude und Stolz das Zepter des Verwaltungsratspräsidenten übergeben. Ich wünsche der LMS AG für die Zukunft alles Gute, vor allem, dass sie nach Corona geschickt und rasch die Kurve kriegt und auf dem Erfolgsweg des ersten Quartals 2021 weiterfahren kann.

**Ernst «Aschi» Wyrsch**  
Verwaltungsratspräsident





## Ein schwieriges Jahr und seine positiven Seiten

Die Covid-19 Pandemie hat das Geschäftsjahr 2020/21 massgebend geprägt. Die LMS AG hat sich mit ihrem Engagement innerhalb der Corona Taskforce an der schnellen Umsetzung von wirkungsvollen Massnahmen in der Destination und bei den Leistungsträgern beteiligt. Ob bei der Rekrutierung und Schulung der Lenzerheide Ranger, dem Aufbau digitaler Erfassungssysteme oder der einheitlichen Kommunikation von neuen Massnahmen: Die Taskforce Gruppe, bestehend aus Politik, Leistungsträgern und Partnern, hat gemeinsam Lösungen in dieser schwierigen Zeit gefunden.

Das Coronajahr 2020/21 war kein schlechtes Tourismusjahr für die Ferienregion Lenzerheide. Dank den vielen Schweizer Gästen, die seit Jahren Lenzerheide als Feriendestination besuchen, und den «neuen» Gästen, welche gezwungenermassen das «Bergfeeling» mit dem gewohnten «Strandfeeling» tauschen mussten, konnten die Logiernächtezahlen in Hotellerie und Parahotellerie auf hohem Niveau nochmals gesteigert werden. Einzig die Gruppenunterkünfte mussten grosse Verluste hinnehmen, die Nachfrage nach Gruppenhäusern ist komplett eingebrochen.

Trotz Homeoffice unserer Mitarbeitenden während der letzten Monate konnten viele gemeinsame Projekte im Bereich der Digitalisierung, Kommunikation aber auch Angebotsgestaltung mit unseren Partnern umgesetzt und vorangetrieben werden. Das Event Team der LMS AG hat eine grosse Flexibilität und Professionalität in Bezug auf die Eventorganisation gezeigt. Mit allen Mitteln wurde bis zum letztmöglichen Tag versucht, die Events zu organisieren und durchzuführen, was aufgrund der Einschränkungen des Bundes schlussendlich aber meistens nicht möglich war. Mit dem Secret Garden wurde ein neues Eventformat gegründet, welches uns auch künftig im Sommer mit Musik und guter Stimmung unterhalten wird. Auch das «Sign of HOPE» anstelle des Zauberswalds war ein starkes Zeichen der Destination, dass es weitergeht – trotz Corona.

Grösseren Zulauf als in den letzten Jahren hatten unsere Informationsstellen in der Destination. Mit Corona war zwar der Aufwand für die Gästebetreuung grösser, die Anfragemöglichkeit für kompetente Auskünfte über Schutzkonzepte oder Ausweichstandorte aber ein wichtiger Pfeiler in der Gästelenkung. Das Infoteam hat sich auch hier hochprofessionell den neuen Umständen angepasst.

### Personelles und Organisation

Die schwierigen Voraussetzungen im Jahr 2020/21 mit Corona haben gezeigt, dass das Team der LMS AG sehr gut aufgestellt ist. Innerhalb eines Tages hat sich das komplette Backoffice-Team auf den Homeoffice-Betrieb umgestellt. Mittels Microsoft Teams und anderen Programmen wurde miteinander kommuniziert und weitergearbeitet. Das Team hat sehr flexibel auf die zahlreichen Veränderungen reagiert. Die Kompensation von Ferientagen oder Überzeiten wurde konsequent vorangetrieben, wo möglich Pensen reduziert oder der Start von Weiterbildungen gemeinsam diskutiert und umgesetzt.

Ende Oktober 2020 erhielt ich privat wiederum eine negative gesundheitliche Nachricht. Meine Krebserkrankung war wieder zurück und die letzte Möglichkeit zur Gesundung war eine Stammzellentransplantation am Unispital Zürich. Aufgrund einer Spende aus der Verwandtschaft konnte dieser schwierige Eingriff bereits Anfang Dezember 2020 durchgeführt werden. Nach Rücksprache mit dem Verwaltungsrat der LMS AG habe ich mir eine mehrmonatige krankheitsbedingte Auszeit genommen, um die Transplantation und die nachfolgende Aufbauzeit richtig nutzen zu können.

Ab Januar bis voraussichtlich Ende November 2021 unterstützt Domenico Bergamin die LMS AG als Geschäftsführer ad interim, übernimmt meine strategischen Themen sowie die operative Führung der LMS AG.

*Fortsetzung auf Seite 7*



### **Schauen wir in die Zukunft**

Das Geschäftsjahr 2020/21 darf durchaus als ereignisreich eingestuft werden. Touristisch gesehen sind wir mit einem blauen Auge davongekommen. Der konsequente strategische Aufbau der Region in den letzten zehn Jahren hat dazu geführt, dass wir trotz Coronakrise mehr Gäste begrüßen durften, die Bergbahnzahlen nochmals nach oben zeigen und die meisten Leistungsträger ein «normales» Jahr erleben durften.

Ich möchte mich bei meinem Team von ganzem Herzen bedanken! Eure Einsatzbereitschaft in dieser schwierigen Zeit, eure Unterstützung während meiner Krankheit und die grosse Freude, für diese Region im Einsatz zu stehen, treiben uns alle an, gemeinsam weiter und nach vorne zu gehen. Das Vertrauen des Verwaltungsrates ins Team und in meine Person ist der Schlüssel einer nachhaltigen Geschäftspolitik. Ich bedanke mich beim gesamten Verwaltungsrat und vor allem beim Präsidenten Ernst

«Aschi» Wyrsch für die grosse Unterstützung unserer Bestrebungen und den Support während meiner Krankheitszeit. Auch ein grosser Dank geht an unsere Leistungsträger und Partner, welche im letzten Jahr gezeigt haben, dass gemeinsam in eine Richtung zu gehen einfacher ist als alleine und dass dieser Weg schlussendlich zum Erfolg führt.

Schauen wir in die Zukunft, denn die Vergangenheit können wir nicht ändern!

**Bruno Fläcklin**  
Geschäftsführer



# Ein herausforderndes und zeitlich begrenztes Engagement in der Heimat

Am 1. Januar 2021 durfte ich interimistisch die Geschäftsführung der LMS AG übernehmen. Eine Aufgabe, auf die ich mich gefreut hatte, der ich aber auch respektvoll gegenüberstand. Es herrschte eine grosse Unsicherheit, welche Herausforderungen aufgrund der Covid-19 Pandemie auf die Destination noch zukommen würden. Der nationale und internationale Druck auf die Politik, rigorose Einschränkungen – namentlich die Schliessung der Wintersportgebiete – durchzusetzen, war gross. Die LMS AG stand in regelmässigem Austausch mit der Corona Taskforce Lenzerheide, den Gemeinden und dem Kanton, mit den Leistungsträgern und Branchenverbänden. Woche für Woche waren wir gespannt, wie sich die Situation entwickelt und welche Vorgaben und Erlasse neu gelten oder wieder rückgängig gemacht würden.

## Ein vorbildhafter Weg für den Schweizer Tourismus

In der Retrospektive darf man sagen, dass die Schweiz und insbesondere der Kanton Graubünden einen vorbildhaften Weg gefunden haben, trotz notwendiger Einschränkungen, doch noch eine gewisse Normalität aufrechtzuerhalten. Ein grosser Dank gilt sicher auch den Bergbahnen und der Hotellerie, welche sich politisch stark dafür engagiert haben, dass überhaupt eine Wintersaison hat stattfinden können. Unsere Gäste und Zweitheimischen haben es uns gedankt und die Ferienregion zahlreich besucht.

Bewundernswert war mitanzusehen, mit wie viel Elan, Flexibilität und Ideenreichtum viele Leistungsträger mit der Situation umgegangen sind. Vom bedienten Wohnmobil-Dinner, über die nach Hause gelieferte «Koch-Box», bis hin zum digitalen Shoppen im Sportgeschäft. Hier zeigt sich, dass häufig in der Krise neue Ideen entstehen. Viele dieser Ideen dürften auch nach Covid-19 weiterhin Bestand halten.

Vergessen dürfen wir aber nicht jene Leistungsträger, die stärker unter den Einschränkungen gelitten haben. Ich denke da beispielsweise an den Detailhandel, welcher über längere Zeit keine Kunden empfangen durfte, die Restaurationsbetriebe, welche nur über Take-Away Angebote einen kleinen Umsatz erzielen konnten oder die zahlreichen Gruppenunterkünfte, welche ihre Betriebe faktisch schliessen mussten. Noch ist nicht absehbar, welche Folgen die Umsatzrückgänge in diesen Branchen mittel- und langfristig haben werden.

## Top organisiertes und motiviertes Team

Unsicher war für mich anfänglich aber auch die interne Situation. Was würde mich durch die gesundheitsbedingte Abwesenheit von Bruno Fläcklin erwarten? Wie würde das Team, welches bereits seit mehreren Wochen im Homeoffice arbeitete, auf diese besondere Situation reagieren und wie schnell würde ich mich ins Tagesgeschäft einarbeiten können? Rasch stellte sich heraus, dass die anfänglichen Bedenken völlig unbegründet waren.

Ich traf ein top organisiertes und motiviertes Team an, das genau wusste, was zu tun ist. Deshalb und auch durch die gut vorbereitete Übergabe von Bruno Fläcklin, konnte ich mich in kürzester Zeit in die Materie einarbeiten und mich von Anfang an um die strategischen Projekte kümmern. Ich bin sehr dankbar über das Willkommensgefühl, welches mir vom Team entgegengebracht wurde, und über die vielen positiven Rückmeldungen zu mir und zur interimistischen Lösung, welche vom Verwaltungsrat getroffen wurde.

Fortsetzung auf Seite 9



### **Vielfältiges Aufgabengebiet**

Viele Projekte standen im letzten halben Jahr an. Hervorheben möchte ich das angestrebte digitale Eco-System, welches die vier Unternehmungen Arosa Bergbahnen AG, Lenzerheide Bergbahnen AG, Arosa Tourismus und LMS AG Anfang Sommer 2021 gestartet haben, dessen Vorbereitungen ihren Anfang aber bereits im Herbst 2020 nahmen. Die digitale Transformation, welche in aller Munde, aber nur in den wenigsten Destinationen mit ganzheitlichen, kundenzentrierten Lösungen erfahrbar ist, wird die Region Arosa Lenzerheide in den nächsten Jahren stark beschäftigen. Wir haben nicht den Anspruch, in diesem Bereich «First Mover» zu sein. Vielmehr soll mit der jetzt initialisierten Startphase aufgezeigt werden, welchen Weg wir in unmittelbarer Zukunft gehen wollen. Mit dem digitalen Ökosystem stellen wir das Gästeerlebnis in den Vordergrund, indem wir den Zugang zu sämtlichen Angeboten und Informationen vereinheitlichen, aufwerten und vereinfachen.

### **Lenzerheide vor dem grossen Wandel**

In der Ferienregion Lenzerheide steht ein grosser Wandel an. Durch die politischen Wechsel in den Gemeinden Vaz/Obervaz, Churwalden und Lantsch/Lenz, den Führungswechseln bei den Lenzerheide Bergbahnen AG und Lenzerheide Tourismus, die

bevorstehende Neukonstituierung des Verwaltungsrats der LMS AG und die Rückkehr von Bruno Fläcklin als Tourismusdirektor, werden die Karten noch einmal neu gemischt.

Die Mischung aus neuen und bewährten Kräften kann mit positiver Dynamik viel Gutes bewegen. Zentral scheint mir, dass sich die Ferienregion nicht auf ihren Lorbeeren ausruht. Viel zu schnell laufen wir Gefahr, links und rechts überholt zu werden. Mit einer konsequenten Positionierung und viel Investitionen seitens der Leistungsträger hat sich die Ferienregion Lenzerheide zu einer der beliebtesten alpinen Destinationen hochgearbeitet. Diese Position ist aber fragil. Am Bewusstsein, einzig vom Tourismus leben zu können und dass dies langfristig nur durch nachhaltige und durchdachte Spitzenleistungen möglich ist, müssen wir stetig und dauerhaft festhalten.

### **Domenico Bergamin**

Geschäftsführer ad interim



# Aus Lenzerheide wurde Bike Kingdom

Das Geschäftsjahr 2020/21 bot eine grosse Achterbahn der Gefühle. Gestartet hat es im März 2020 mit dem ersten Lockdown und dem Aufruf: #stayathome - einem totalen Widerspruch für uns als Tourismusorganisation! Sind wir doch das ganze Jahr darum bemüht, Gäste für Lenzerheide zu begeistern, mussten wir plötzlich die Gäste bitten, zu Hause zu bleiben. Sämtliche Marketing-Kampagnen für den Sommer wurden «on hold» gesetzt, überarbeitet oder komplett gestrichen. Denn plötzlich standen ganz andere Gästebedürfnisse im Raum. Die erhöhte Nachfrage nach Natur-Erlebnissen und dem Wunsch nach Raum und Distanz sowie der ohnehin schon hohe Anteil an Schweizer Gästen setzte die Ferienregion Lenzerheide vor dem Sommer 2020 in eine gute Ausgangslage.

## Besucherlenkung mit #entdeckelenzerheide

Die Zeit im Lockdown haben wir kreativ genutzt und die Kampagne #entdeckelenzerheide aus dem Boden gestampft. Aufgrund der guten Ausgangslage konnten wir davon ausgehen, dass die Nachfrage nach Sommer- und Winterferien in Lenzerheide gross ist. Den Fokus der Sommer- und Winterkampagne legten wir daher darauf, den Gästen einen sicheren und unvergesslichen Aufenthalt zu bieten. #entdeckelenzerheide hat zum Ziel, die Gäste in der Ferienregion zu verteilen und die Hotspots mit grossen Menschenansammlungen zu entlasten. Die Ferienregion Lenzerheide lädt zum Entdecken ein. Egal ob sportlich, gemütlich, allein, in der Gruppe oder als Familie – alle waren und sind eingeladen, Lenzerheide (neu) zu erleben.

Als Teil der #entdeckelenzerheide Kampagne entstand auch das Konzept der Lenzerheide Ranger, welche die Gäste auf die geltenden Schutzmassnahmen sensibilisieren sollen. Darüber hinaus fungieren die Ranger aber in erster Linie als Gastgeber und mobiles Informationsbüro. Sie geben unseren Gästen wertvolle Informationen und spannende Tipps. Damit bereichern sie den Aufenthalt und die Beziehung zu den Gästen. Aufgrund der grossen Zustimmung der Ranger und des Erfolgs der gesamten Kampagne wird #entdeckelenzerheide auch im Sommer 2021 fortgeführt.

## Tourismus-Innovation mit Bike Kingdom

Ein Königreich, zwei Bikeparks, sechs Regionen, 900 Kilometer Singletrails – das ist das neue Bike Kingdom Lenzerheide, wofür sich Lenzerheide, Arosa und Chur im Sommer 2020 zu einer

der grössten Bike Regionen der Alpen zusammengeschlossen haben. Die Ferienregion Lenzerheide startete mit dieser Destinations-übergreifenden Marke in eine neue Bike Ära, wobei das Thema Mountainbiken jene Grösse und Wichtigkeit erhält, auf die in den letzten Jahren hingearbeitet wurde. «Next Level Mountain Bike Destination» ist das Ziel der Neupositionierung.

Gestartet hat die neue Bike Ära mit dem Film «The Legend of Tommy G». In Zusammenarbeit mit der kanadischen Produktionsfirma Anthill Films präsentierte das Bike Kingdom nicht weniger als eine Hommage an den Bike Sport selbst. In der Hauptrolle zu sehen war Thomas Genon alias Tommy G, einer der besten Mountainbiker weltweit, der eine Legende innerhalb des Bike Kingdom inszenierte und damit die Bike Region von seiner spektakulärsten Seite zeigte. «The Legend of Tommy G» wurde bereits zwei Wochen nach der Veröffentlichung über eine Million Mal angeschaut. Der Film erschien Mitte Mai 2020 und setzte ein erstes Highlight, das die Vorfreude auf den Bike Sommer steigerte.

Mit der Bike Kingdom App wurde das Königreich auch um eine digitale Dimension erweitert, die weit mehr bietet als blosses Routenplanung. Die App soll den Gast während seines Bike-Abenteuers begleiten und durch personalisierte Tipps sicherstellen, dass jeder, der nach Lenzerheide zum Mountainbiken kommt, mit dem bestmöglichen Erlebnis wieder nach Hause fährt. So sind auf der App Live-Informationen wie der Status der Lifte oder Trails, Hinweise, wo sich die nächste Bike-Servicestation befindet oder ein Shop mit kuratierten Angeboten für Biker zu finden. Die App begleitet den Gast entlang seines Ferienerlebnisses und bietet ihm automatisiert die für ihn relevanten Informationen und Angebote.

Durch die GPS-Aufzeichnung ist es möglich, dem Gast personalisierte Tipps zu präsentieren und ihn auf Trails aufmerksam zu machen, die ihm ebenfalls gefallen könnten. Auch unter dem Gesichtspunkt der Corona-Prävention ist die App von grossem Vorteil. Mithilfe der Bike Kingdom App können wir das Fahrverhalten der Biker analysieren, Hotspots evaluieren und Alternativen vorschlagen.

*Fortsetzung auf Seite 11*





Für die Biker heisst dies konkret, dass sie mithilfe der App besser in den sechs verschiedenen Regionen «verteilt» werden können und sie von massgeschneiderten Tipps profitieren.

Mit der Innovation von Produkt- und Customer-Experience und der Verknüpfung von Online- und Offline-Erlebnis hat Lenzerheide die Bike Destination der Zukunft geschaffen. Ein destinationsübergreifendes Konzept, zum Leben erweckt über eine umfassende digitale Plattform, bauliche Massnahmen sowie einer neu gedachten Content-Strategie. Bike Kingdom ist eine destinationsübergreifende Erlebnis-Plattform, die Leistungsträger – vom Bike-Shop über das Restaurant bis hin zum Hotel – einbindet und den Gast in den Mittelpunkt stellt. Das Konzept hat auch die Tourismusbranche überzeugt und holte im Herbst 2020 den begehrten Tourismus-Preis «Milestone» in der Kategorie Innovation für die konsequente Umsetzung des Themas Biken in einer Tourismusdestination.

Neben all den positiven Entwicklungen hat der Corona-Sommer 2020 aufgrund des ausserordentlich hohen Gästeaufkommens aber auch Schwachstellen in der Besucherlenkung der Wanderer und Mountainbiker aufgezeigt. Für uns ein weiterer Anstoss, das Thema Langsamverkehr mit dem neuen Masterplan 3.0 weiterzuentwickeln.

#### Events im Corona-Jahr

Das Geschäftsjahr 2020/21 war für unsere Eventabteilung besonders herausfordernd. Die Sommerevents wurden einer nach dem anderen gestrichen. Die Planung war und ist äusserst anspruchsvoll. Flexibilität wurde zum allumfassenden Credo des Eventmanagers. Eventkonzepte mussten mit x-verschiedenen Szenarien geplant und budgetiert werden und am Ende wurden sie kurz vor der Durchführung dann doch wieder abgesagt oder zumindest verschoben.

Zwischendurch gab aber doch auch einige Highlights und Lichtblicke zu vermelden. Zum einen der testRIDE im Herbst 2020, wo wir uns die Krise gleich zur Tugend machten und das Ticketing online über die Bike Kingdom App abwickelten, kombiniert

mit einem mittlerweile allgegenwärtigen Contact Tracing. Ein besonders grosses Highlight war das FIS Ski Weltcup Finale im März 2021. Trotz grössten Wetterkapriolen, zusätzlich zu den Herausforderungen der anhaltenden Covid-19 Pandemie mit umfangreichen Schutzkonzepten, Massentestungen und ohne Zuschauer oder den üblichen Weltcup-Partys, ermöglichte das OK bestmögliche Voraussetzungen für spannende Abschlussrennen. Als versöhnlicher Abschluss konnte das Schweizer Ski-Alpin Team den Nationen-Cup für sich entscheiden und so die Schweiz als Skination Nummer 1 in die Welt hinaustragen. Dieses Highlight nehmen wir mit für das nächste Geschäftsjahr und bleiben optimistisch.

#### Die Krise als Chance

Das Geschäftsjahr 2020/21 hat uns in den Grundfesten erschüttert und uns im Marketing und in der Kommunikation stark gefordert. Die Krise hat uns aber auch Chancen aufgezeigt und uns aus der Komfortzone gerissen. Eine gute Ausgangslage für die spannenden und wichtigen Aufgaben, die uns im Geschäftsjahr 2021/22 bevorstehen. Die Themen der digitalen Transformation und des Eco-Systems beinhalten grosse Chancen für uns als Ferienregion, die Beziehung zu unseren Gästen zu intensivieren und neue Gäste für Lenzerheide zu begeistern. Darüber hinaus laufen wichtige Bestrebungen in Form einer neuen Markenstrategie und deren Umsetzung, welche die Ferienregion Lenzerheide in Zukunft noch stärker positionieren und das Profil schärfen wird. Somit hoffen wir im neuen Geschäftsjahr auf mehr Beständigkeit und Planbarkeit und dass sich die Achterbahn wieder vermehrt in geregelten Bahnen lenken lässt.

#### Marc Schlüssel

Leiter Marketing/Kommunikation/Eventsupport



# Emotionale Achterbahnfahrt fürs Eventteam

Die Eventsaison 2020/21 war ein emotionales Auf und Ab für das Eventteam und deren OKs. Neben den vielen ernüchternden Tiefschlägen wie Absagen, Verschiebungen und Anlässen ohne Zuschauer gab es Highlights wie die sichere Durchführung einzelner Events, neue Eventkreationen und umso grössere Emotionen bei den wenigen Eventbesuchern. Veranstaltungen, egal welcher Art, waren in diesem schwierigen Jahr ein Hoffnungsträger der Bevölkerung. Somit war jede Eventdurchführung ein Schritt in die Normalität, doch auch jede Absage ein grosser Dämpfer.

Mitten im offiziellen Lockdown, mit grosser Unsicherheit und Eventabsagen, startete das Geschäftsjahr 2020/21. Aufgrund der anhaltend kritischen Situation und der Restriktionen für Events mussten alle Juni Events komplett abgesagt oder verschoben werden. Die Lockerungen im Sommer 2020 liessen Raum für neue, kleinere Eventkreationen. So entstand innerhalb weniger Wochen der Secret Garden, ein neues Sommer Highlight. Gleichzeitig wurde aber das Bike Highlight, der UCI Mountain Bike World Cup, erst verschoben und schlussendlich abgesagt. Die Lenzerheide Motor Classics organisierten für die Teilnehmenden kurzerhand einen Sommeranlass und brachten so etwas Nostalgie in die Destination. Die beiden kleineren Bike Events, das Bike Kingdom Feast und der testRIDE, wurden umgeplant und mit aufwendigen Schutzkonzepten sicher durchgeführt.

Im Herbst 2020 verschlechterte sich die Situation für die Events erneut. Der Zauberwald, der IBU Junior Cup, der Planoiras, die Winteruniversiade, der IBU Cup und das LIVE is LIFE

mussten leider abgesagt werden. Aus den Eventabsagen entstanden gleichzeitig zwei Herzensprojekte. Das Zauberwald-OK spendete mit dem Kulturprojekt «Sign of HOPE» Hoffnung und liess den Eichhörnliwald erleuchten. Der Planoiras konnte während drei Wochen individuell als Hybrid-Event gelaufen werden. Einzig das FIS Ski Weltcup Finale konnte – wenn auch als Geisterrennen und mit aufwendigem Schutzkonzept – im Winter 2020/21 regulär durchgeführt werden.

## Durch Flexibilität gestärkt aus der Krise

Trotz der schwierigen Situation steckte das Eventteam die Köpfe nicht in den Sand, sondern passte die Eventkonzepte laufend an die geltenden Massnahmen und Regeln an, kreierte und übernahm sehr kurzfristig neue Events, überarbeitete bestehende Eventkonzepte, unterstützte das Kommunikationsteam bei der Content Produktion und die Ferienregion bei der Umsetzung der Corona Massnahmen. Durch das ständige Umdenken und flexible Reagieren auf neue Richtlinien und neue Aufgabenbereiche sammelte das Eventteam viele Erfahrungen und Fähigkeiten für die Zukunft. Ein grosses Dankeschön gilt allen Eventmanagern für deren Motivation, Flexibilität und Engagement in dieser herausfordernden Zeit.

**Jacqueline Odermatt**  
Teamleiterin Event und Eventmanagerin



### Secret Garden

Der Secret Garden ist eindeutig ein Juwel, das in der Corona Krise entstanden ist. Auf die Initiative von Giancarlo Pallioppi, in Zusammenarbeit mit der LMS AG und mit Unterstützung der Gemeinde Vaz/Obervaz ist die Abend-Konzertreihe entstanden. Das Eventkonzept orientierte sich an den geltenden Schutzmassnahmen sowie dem Besuchermaximum von 300 Gästen. Das idyllische Bühnenbild im Abendrot, die gemütliche Atmosphäre, die Köstlichkeiten und Erfrischungen aus dem Berggasthaus Crest'ota, sowie die musikalischen Darbietungen verzauberten das Publikum. Wir freuen uns, dass der Secret Garden im Sommer 2021 in die zweite Runde geht.

### Bike Kingdom Feast

Das Bike Kingdom Opening wurde aufgrund der Eventrestriktionen von Juni auf den Herbst 2020 verschoben. Anstelle des geplanten grossen Bike Happenings, wurde ein kleiner, aber feiner Event für die Bike Community auf die Beine gestellt. Neben den Dirt Royale Wettkämpfen wurden zudem Downhill und Cross Country Kinderrennen durchgeführt. Unter strengen Schutzmassnahmen konnte der Event sicher durchgeführt werden.

### testRIDE

Der testRIDE war mit bis zu 1000 Personen pro Tag der grösste Teilnehmerevent des Jahres und somit das Event-Highlight. Die Stimmung war durchs Band sehr positiv, die Aussteller und Besucher freuten sich auf den gegenseitigen Austausch und das Testen der neuen Produkte. Wir als Organisatoren spürten am Event sehr grosse Dankbarkeit von Ausstellern und Besuchern. Die Schutzmassnahmen zwangen uns, das Eventkonzept zu überarbeiten. Erstmals wurde ein Ticketing, eine Besucherlimite sowie ein Contact Tracing an den Ausstellerständen eingeführt. Dies realisierten wir innerhalb der Bike Kingdom App, welche als Event App umgenutzt wurde. Die Veranstaltung wurde zudem durch diverse Massnahmen aufgewertet und weiterentwickelt. Aufgrund des positiven Feedbacks der Aussteller übernehmen wir einige Punkte des Eventkonzepts auch für zukünftige Austragungen.

### Downhill Schweizermeisterschaft

Nachdem die Downhill Schweizermeisterschaft in Leysin und St. Luc abgesagt wurde, übernahmen Lenzerheide und das OK des Bike Weltcups diese sehr kurzfristig. Innerhalb unglaublich kurzen zweieinhalb Wochen wurde die komplette Schweizermeisterschaft unter Berücksichtigung der Corona Massnahmen organisiert und durchgeführt. Die Dankbarkeit der Athleten war unvergesslich und der grösste Lohn für die Organisatoren und Helfer. Ein grosser Dank gilt zudem der Region, den Bergbahnen und der Gemeinde Vaz/Obervaz für deren Flexibilität und Unterstützung. Unglaublich, was in kürzester Zeit realisiert werden kann.

### «Sign of HOPE»

Vom 11. Dezember 2020 bis am 3. Januar 2021 leuchtete es hell im Eichhörnliwald. Grund war zwar nicht der Zauberswald Lenzerheide, der aufgrund der Corona Pandemie abgesagt werden musste, sondern ein Zeichen der Hoffnung von genau diesem. Das Kulturprojekt «Sign of HOPE», initiiert von den beiden Vereinen Lenzerheide Zauberswald und KaP «Kultur am Pass», war eine frei zugängliche Lichtinstallation im Zauberswald-Stil und ein Herzensprojekt der Organisatoren, das in den unsicheren Zeiten zu Hoffnung, Mut und Zusammenhalt aufgerufen hat.

### FIS Ski Weltcup Finale

Die emotionale Event-Achterbahnfahrt nahm am FIS Ski Weltcup Finale die turbulenteste Fahrt auf. Nicht nur Corona, sondern auch Wetterpech waren dafür verantwortlich. Nach einer intensiven Vorbereitungszeit mit diversen Änderungen und Schutzmassnahmen waren die Geisterrennen bestens vorbereitet. Aufgrund der grossen Neuschneemengen sowie Stürmen mussten die Speed Disziplinen leider abgesagt werden. Somit starteten die Weltcuprennen erst am Freitag mit dem Teamevent und hatten den Höhepunkt am Wochenende mit den technischen Disziplinen. Die Emotionen der Sportler, die Vergabe der Kristallkugeln sowie Swiss-Ski als Sieger der Nationenwertung liessen den Frust der Rennabsagen vergessen und eine positive Bilanz ziehen. Doch ein Wermutstropfen bleibt: Dass wir diese Gänsehautmomente nicht mit unseren Gästen vor Ort teilen durften.

# Hohe Unsicherheit und viel Informationsbedarf

Nach dem Lockdown im März 2020 sind wir in eine erfolgreiche Sommersaison gestartet, mit vielen neuen Gästen, die zuvor noch nie in der Ferienregion Lenzerheide waren. Dies hatte entsprechend Auswirkungen auf die Tourist Offices in der Ferienregion Lenzerheide. Die Büros wurden regelrecht gestürmt und das Infoteam mit Fragen gelöchert. Mit der Kampagne #entdecklenzerheide konnten wir vielen Gästen zeigen, was es neben dem Heidsee noch Schönes zu sehen gibt in der Region.

Da sich die Lage auf die Wintersaison 2020/21 wieder etwas verschärft hatte, wurden wir häufiger als in den vergangenen Jahren per E-Mail oder Telefon kontaktiert. Die Unsicherheiten unserer Gäste waren gross. Dank dem Entgegenkommen einiger Vermieter, welche beim Projekt «Easy Winter Storno» (leichtere Stornierungsbedingungen als in den AGBs) mitgemacht haben, konnten wir die Planungssicherheit für unsere Gäste etwas verbessern und somit auch Gäste halten, die im Normalfall vermutlich 60 Tage vor Anreise abgesprungen wären.

## Herausforderung in der Kommunikation

Durch die immer wieder neuen Massnahmen und Regeln waren auch wir ständig in der Kommunikation gefordert, sei es am Schalter oder auf der Webseite. Da kam uns die Einführung des Content Hubs im letzten Jahr sehr entgegen. Die Leistungsträ-

ger können damit über einen Link ihre Einträge schnell und unkompliziert anpassen und wir anschliessend auf unserer Webseite veröffentlichen.

Eine «Knacknuss» bereitete uns die Planung der Kinderevents für den Sommer 2021. Wie in den vergangenen Jahren hat das Infoteam bereits im Februar 2021 damit begonnen, Ideen zu sammeln, trotz der damaligen Planungsunsicherheit. Inzwischen sind wir sehr zuversichtlich, dass wir unseren Gästen auch in diesem Sommer einiges bieten können.

## Tourist Office Lab

Durch den Austausch mit diversen Destinationen in der Schweiz innerhalb des «Tourist Office Lab» ist das Kommunikationstool «Stella» entstanden. Diese Plattform hat sich gerade im vergangenen Jahr äusserst bewährt. So konnten Schutzkonzepte und Erfahrungen schnell und unkompliziert mit praktisch allen Tourist Offices in der Schweiz geteilt werden.

## Lucia Züger

Leiterin Tourist Services



# Mediale Berichterstattung innerhalb der Landesgrenzen

Die Covid-19 Pandemie prägte – wie überall – auch das Geschäftsjahr der PR/Medien-Abteilung. Während im Vorjahr noch über 20 internationale Medienreisen organisiert und durchgeführt wurden, blieben die ausländischen Anfragen sowohl in der Sommersaison 2020 als auch in der Wintersaison 2020/21 beinahe vollständig aus. Die Journalisten, die früher noch aus aller Welt nach Lenzerheide angereist sind, durften die eigenen Landesgrenzen während der Covid-19 Pandemie nicht mehr verlassen. Auch die Absagen diverser Events, darunter jene des UCI Mountain Bike World Cup 2020, veränderten die Ausgangslage für die sonst starke internationale Medienpräsenz der Ferienregion Lenzerheide. Erfreulich war hingegen das grosse Medieninteresse am FIS Ski Weltcup Finale 2021, das nach langer Event-Pause ein Highlight des Geschäftsjahres 2020/21 darstellte – wenn auch unter strengen Auflagen.

Insgesamt ergibt das Medien-Clipping 2020/21 ein Total von 16'837 Artikeln, wovon drei Viertel dem Weltcup Finale zuzuschreiben sind. Klammert man jene Berichterstattung aus, sind es Begriffe wie «Corona», «Lockdown», «Bergbahnen», «Umsatzverluste», aber auch «Biathlon», «WM» oder «Bike Kingdom», die überdurchschnittlich viel im Zusammenhang mit Lenzerheide auftreten. Während sich die erste Begriffsgruppe auf die Covid-19 Pandemie und die fortwährende Nachfrage der Schweizer Medien bezieht, scheinen auch der Zuspruch für die Biathlon Weltmeisterschaften im Jahr 2025 sowie die Lancierung des Bike Kingdom Lenzerheide einen gebührenden Platz in der Berichterstattung gefunden zu haben.

## Bike-Boom und Schweizer Feriengäste

Die Lancierung des Bike Kingdom Lenzerheide auf die Sommersaison 2020 war (auch) aus PR/Medien-Sicht ein Volltreffer. Das nationale Interesse an Schweizer Bergregionen und deren (insbesondere Bike-)Angeboten hätte coronabedingt nicht grösser sein können. Dementsprechend zahlreich waren die Berichte, die über das neue Königreich erschienen. Insgesamt

waren es 339 Artikel, davon 30 Prozent im Print- und 70 Prozent im Onlinebereich. Nebst dem Auftritt von Tommy G im Kurzfilm «The Legend of Tommy G», das im Bike Kingdom gedreht wurde, waren es die Massnahmen zur Entflechtung von Bikern und Wanderern, die häufig Thema der Berichterstattung waren.

## Mediencenter mit Sitzpflicht

Anders als gewohnt sah das Bild im Mediencenter des FIS Ski Weltcup Finales aus. Nur gerade 80 Personen (in den Vorjahren waren es teils mehr als 200) durften an den angeschriebenen Einzel-Tischen Platz nehmen – inkl. Abstand zu den Sitznachbarn und unter Einhaltung der Maskenpflicht, versteht sich. Interviews mit den Athleten gab es ausser in der Mixed Zone keine, wobei auch dort eine Zweimeter-Abschränkung zu den Medienschaffenden errichtet war und der verlängerte Mikrofon-Ständer mit Spuckschutz zum Pflicht-Utensil wurde. Nichtsdestotrotz: Jene Journalisten, die anwesend waren, schätzten die Bemühungen seitens Organisatoren und verliesen das Gelände mit positiven Rückmeldungen.

## Aufbau und Professionalisierung Krisenmanagement

Im Bereich der Unternehmenskommunikation stand die Weiterentwicklung des Krisenmanagements der Lenzerheide Bergbahnen AG im Geschäftsjahr 2020/21 im Fokus. Gemeinsam mit der Firma GU Sicherheit & Partner AG wurde das Krisenmanagement, insbesondere der Aufbau und die Führung des Krisenstabs sowie die Krisenkommunikation, für die LBB AG neu aufgegleist. Aufgrund dieser Basis wird im Geschäftsjahr 2021/22 auch das Krisenmanagement der LMS AG professionalisiert. Zudem fand Anfang 2021 mit derselben Partnerfirma ein Workshop mit der Corona Taskforce Lenzerheide statt, um ein allfälliges Krisenszenario vorzubereiten.

## Carmen Lechner

PR/Medien



## Marlen Schwarz

Unternehmenskommunikation



# Anlaufstelle während Covid-19 Pandemie

Die Corona Taskforce Lenzerheide wurde im Frühjahr 2020 durch Branchenvertreter, die Gemeinde Vaz/Oberbaz und die LMS AG ins Leben gerufen. Das Ziel der Taskforce war zu Beginn, für den Corona Sommer 2020 bereit zu sein und die notwendigen Massnahmen zu ergreifen. Dies wurde mit der Kommunikationskampagne #entdeckelenzerheide und dem Ranger-Programm umgesetzt. Im Laufe der Zeit entwickelte sie sich als Anlaufstelle für Fragen zu Covid-19 und zu einem Kommunikationskanal für regionale Massnahmen im touristischen Zusammenhang.

Im Rekordsommer 2020 war die Corona Taskforce Lenzerheide insbesondere in der Vorbereitung und Nachbearbeitung aktiv. Da die Regeln den Sommer hindurch mehrheitlich dieselben geblieben sind, war der Aufwand überschaubar. Dies änderte sich im Winter 2020/21 mit den regelmässigen Änderungen der Verordnungen des Bundes. Dies machte eine Planung schwierig und Flexibilität war gefragt. Um transparent zu kommunizieren, machte es sich die Corona Taskforce Lenzerheide zur Aufgabe, aktiv auf die Leistungsträger zuzugehen. Dies erfolgt mittels Infoveranstaltungen, Webseite und regelmässigen Infomails.

Die Aufgabe der Corona Taskforce Lenzerheide ist, Klarheit zu schaffen, einheitliche Regeln in der Destination festzulegen und umzusetzen, Ansprechpartner für die Leistungsträger und Gäste zu sein und so die Destination durch diese spezielle Zeit zu leiten. Die Anlauf- und Verbindungsstelle zum Kanton wurde insbesondere zu Beginn der Saison häufig genutzt. Diese Hilfestellungen, die transparente Kommunikation sowie pragmatischen Lösungsansätzen brachten der Corona Taskforce viel Goodwill und Vertrauen ein.

## Gastgeber und mobiles Infobüro

Die Ferienregion Lenzerheide war die erste Destination, welche Ranger in der Coronazeit einsetzte. Diese Massnahme stiess schweizweit auf mediales Interesse und fand im Laufe der Zeit diverse Nachahmer in anderen Destinationen. Die Ranger sind keine Polizisten, sondern treten als Gastgeber vor Ort auf und machen die Gäste zu Fans der Destination.

Schnell wurde klar, dass die Gäste das Engagement sehr schätzen und die Ranger als mobiles Informationsbüro nutzen. In ihren Aufgabenbereich gehört auch, den Gästen zu helfen und ihre Wünsche zu antizipieren, damit die Gäste ihren Urlaub in vollen Zügen geniessen können.

Mit der Verschärfung der Regeln durch den Bund auf die Wintersaison 2020/21 änderte sich auch die Hauptaufgabe der Ranger. Diese bestand nun darin, die Massnahmen in der Ferienregion Lenzerheide umzusetzen. Dabei standen die Maskenpflicht, die Verhinderung von Menschenansammlungen und die Einhaltung des Abstandes im Zentrum. Die Ranger konnten von den Betrieben in der Destination gebucht werden, um sie bei der Einhaltung der geltenden Regeln zu unterstützen. Viele Leistungsträger und die Gemeinden nutzten dieses Angebot. Auch im Winter wurden die Ranger geschätzt, obwohl die Kontrollaufgabe nicht immer dankbar war und es vermehrt zu negativen Äusserungen von Gästen kam.

## Bestehendes beibehalten und optimieren

Die Corona Taskforce Lenzerheide wird so lange existieren, wie es die Situation verlangt. Im Mittelpunkt stehen in Zukunft weiterhin das Ranger-Programm, die transparente und gradlinige Kommunikation mit den Leistungsträgern, eine einheitliche Umsetzung der Massnahmen in der Region sowie die Anlaufstelle für Fragen zu Covid-19 aus der Region. Stillstand ist bekanntlich ein Rückschritt, daher werden gemachte Erfahrungen analysiert und Optimierungen vorgenommen, um das Projekt weiterzuentwickeln. Dafür ist es unabdingbar, dass alle Stakeholder in die Entscheidungsfindung involviert werden und gut zusammenarbeiten.

## Maurin Malär

Leiter Corona Taskforce /  
Eventmanager





# Entwicklung der Logiernächte

## Logiernächte Vaz/Obervez

Geschäftsjahr	Hotel	%*	Fewo vermietet	%*	Gruppen- unterkünfte	%*	Fewo nicht vermietet*1	%*	Camping	%*	Total	%*
2011/12	217'342	-2.0	157'476	-13.2	109'394	5.6	522'526	0.4	29'676	47.5	1'036'414	-1.0
2012/13	212'281	-2.3	149'452	-5.1	104'764	-4.2	535'340	2.5	22'092	-25.6	1'023'929	-1.2
2013/14	214'976	1.3	188'361	26.0	103'628	-1.1	533'866	-0.3	21'584	-2.3	1'062'415	3.8
2014/15	210'316	-2.2	184'623	-2.0	102'325	-1.3	547'658	2.6	18'431	-14.6	1'063'353	0.1
2015/16	200'750	-4.5	184'773	0.1	97'917	-4.3	555'174	1.4	22'124	20.0	1'060'738	-0.2
2016/17	205'474	2.4	190'223	2.9	98'453	0.5	568'584	2.4	17'792	-19.6	1'080'526	1.9
2017/18	227'098	10.5	206'384	8.5	101'973	3.6	583'322	2.6	6'235	-65.0	1'125'012	4.1
2018/19	242'146	6.6	230'869	11.9	108'611	6.5	603'155	3.4	-	-	1'184'781	5.3
2019/20	227'069	-6.2	204'065	-11.6	101'194	-6.8	603'155	-	-	-	1'135'483	-4.2
2020/21	291'555	28.4	272'539	33.6	46'785	-53.8	603'155	-	-	-	1'214'034	6.9

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

\*2 Geschäftsjahr 2013/14 Bemessungsperiode Juni – April

\*3 Ab Geschäftsjahr 2014/15 Bemessungsperiode Mai – April

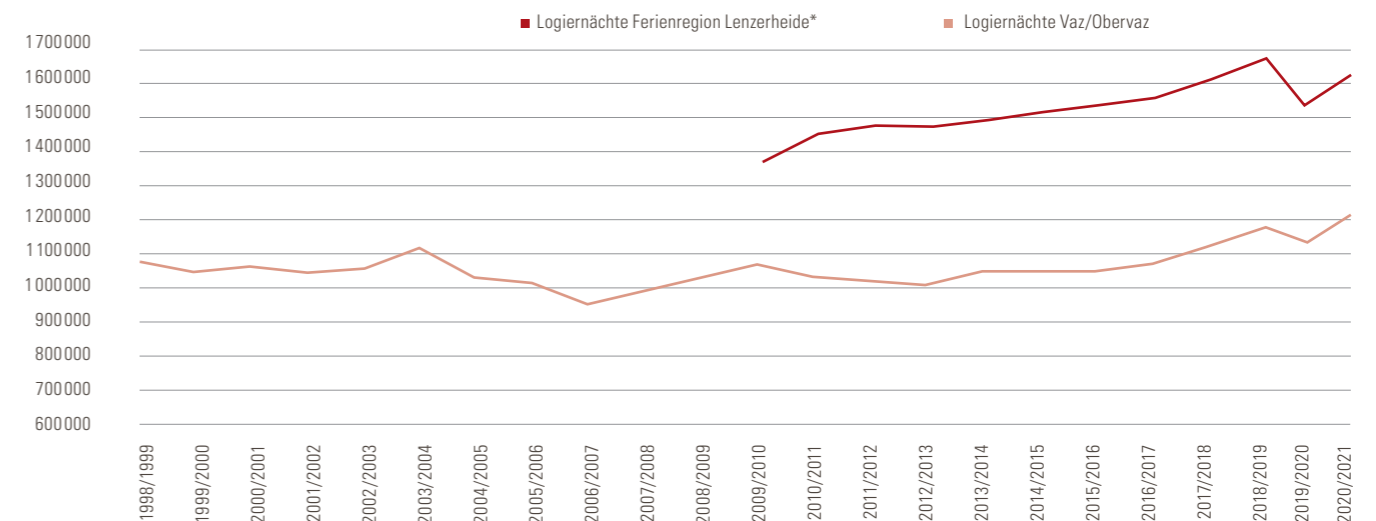
\*4 Ab Geschäftsjahr 2017/18 sind die Logiernächte der Camping Eigentümer in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

\*5 Ab Geschäftsjahr 2018/19 sind alle Camping Logiernächte in «Fewo nicht vermietet» enthalten.

## Logiernächte Ferienregion Lenzerheide

	2020/21	2019/20	%*
Vaz/Obervez	1'214'034	1'135'483	6.9
Churwalden	291'879	269'250	8.4
Lantsch/Lenz	149'557	133'627	11.9
<b>Total Logiernächte</b>	<b>1'655'470</b>	<b>1'538'360</b>	<b>7.6</b>

\*Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahr



\*Ab Geschäftsjahr 2019/20 ohne Brienz/Brinzauls

# Bilanz per 30. April 2021

Aktiven	30.04.2021		30.04.2020		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Umlaufvermögen</b>						
Flüssige Mittel	1'246'431		1'136'917		109'514	
Forderungen aus Lieferungen u. Leistungen	2.1 421'929		379'745		42'184	
Übrige kurzfristige Forderungen	2.2 94'756		79'670		15'086	
Vorräte	12'023		15'829		-3'806	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	293'361		78'282		215'079	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>2'068'500</b>	<b>100.0</b>	<b>1'690'443</b>	<b>100.0</b>	<b>378'057</b>	<b>22.4</b>
<b>Anlagevermögen</b>						
Sachanlagen	5		5		-	
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>5</b>	<b>0.0</b>	<b>5</b>	<b>0.0</b>	<b>-</b>	<b>0.0</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>2'068'505</b>	<b>100.0</b>	<b>1'690'448</b>	<b>100.0</b>	<b>378'057</b>	<b>22.4</b>

Passiven	30.04.2021		30.04.2020		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Fremdkapital</b>						
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.3 703'114		381'952		321'162	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.4 346'861		197'666		149'195	
Rückstellungen	-		250'000		-250'000	
Passive Rechnungsabgrenzungen	401'282		383'353		17'929	
	<b>1'451'257</b>		<b>1'212'971</b>		<b>238'286</b>	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>						
Rückstellungen	240'000		100'000		140'000	
	<b>240'000</b>		<b>100'000</b>		<b>140'000</b>	
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>1'691'257</b>	<b>81.8</b>	<b>1'312'971</b>	<b>77.7</b>	<b>378'286</b>	<b>28.8</b>
<b>Eigenkapital</b>						
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Gesetzliche Gewinnreserve	7'260		7'200		60	
Bilanzgewinn	69'988		70'277		-289	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>377'248</b>	<b>18.2</b>	<b>377'477</b>	<b>22.3</b>	<b>-229</b>	<b>-0.1</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>2'068'505</b>	<b>100.0</b>	<b>1'690'448</b>	<b>100.0</b>	<b>378'057</b>	<b>22.4</b>

# Erfolgsrechnung 2020/21

1. Mai 2020 bis 30. April 2021	2020/21		2019/20		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Ertrag aus Leistungsverträgen	3'896'868		3'688'926		207'942	
Übriger Ertrag	1'466'303		1'070'188		396'115	
Erlösminderungen	-7'036		-4'966		-2'070	
<b>Betriebsertrag</b>	<b>5'356'135</b>	<b>100.0</b>	<b>4'754'148</b>	<b>100.0</b>	<b>601'987</b>	<b>12.7</b>
Warenaufwand	-18'499		-13'643		-4'856	
Personalaufwand	2.5 -2'191'537		-1'916'838		-274'699	
Marketingaufwand	2.6 -2'294'833		-1'986'097		-308'736	
Sachaufwand	-849'975		-838'089		-11'886	
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>-5'354'844</b>	<b>100.0</b>	<b>-4'754'667</b>	<b>100.0</b>	<b>-600'177</b>	<b>12.6</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern</b>	<b>1'291</b>	<b>0.0</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>1'810</b>	<b>-348,7</b>
Abschreibungen	-		-		-	
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>1'291</b>	<b>0.0</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>1'810</b>	<b>-348,7</b>
Finanzertrag	-		-		-	
Finanzaufwand	-		-		-	
<b>Betriebsergebnis vor Steuern</b>	<b>1'291</b>	<b>0.0</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>1'810</b>	<b>-348,7</b>
Betriebsfremder Ertrag	-		-		-	
<b>Jahresgewinn vor Steuern</b>	<b>1'291</b>	<b>0.0</b>	<b>-519</b>	<b>-0.0</b>	<b>1'810</b>	<b>-348,7</b>
Steuern	-1'520		1'721		-3'241	
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-229</b>	<b>-0.0</b>	<b>1'202</b>	<b>-0.0</b>	<b>-1'431</b>	<b>-119,1</b>

# Anhang zur Jahresrechnung (per 30. April 2021)

## Rechnungslegung

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 957-963b OR), gültig ab 1. Januar 2013, erstellt. Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend beschrieben bilanziert:

## 1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungssätze

### 1.1 Flüssige Mittel

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

### 1.2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen. Auf dem Restbestand wird eine pauschale Wertberichtigung von 5% vorgenommen. Die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen.

### 1.3 Vorräte

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

## 1.4 Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Aktivierungsuntergrenze wurde mit CHF 5'000 pro Einzelobjekt festgesetzt. Die Nutzungs- bzw. Abschreibungsdauer der Anlagen wird je nach Anlage individuell nach betriebswirtschaftlichen Kriterien festgelegt.

Die linearen Abschreibungszeiträume für die wichtigsten Anlagegruppen betragen:

### Mobilien, Maschinen, IT, Einrichtungen, übrige Anlagen

Mobilier, Maschinen, IT	4-10 Jahre
Strassenfahrzeuge	4-12 Jahre

### Zusätzliche Abschreibungen

Sofern es das Jahresergebnis zulässt, werden zusätzliche Abschreibungen vorgenommen.

### 1.5 Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten erfasst.

### 1.6 Rückstellungen

Die Rückstellungen enthalten die auf einem Ereignis in der Vergangenheit begründeten wahrscheinlichen Verpflichtungen, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss, aber schätzbar ist. Diese Verpflichtungen begründen eine Verbindlichkeit. Insbesondere beinhalten die Rückstellungen Ausgaben für Grossanlässe.

## 2. Erläuterungen zur Bilanz und Erfolgsrechnung

### 2.1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

	30.04.2021	30.04.2020
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	379'126	182'182
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	42'803	197'563
<b>Total</b>	<b>421'929</b>	<b>379'745</b>

### 2.2 Übrige kurzfristige Forderungen

	30.04.2021	30.04.2020
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	59'253	56'622
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	35'503	23'048
<b>Total</b>	<b>94'756</b>	<b>79'670</b>

### 2.3 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

	30.04.2021	30.04.2020
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	638'995	375'202
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	64'119	6'750
<b>Total</b>	<b>703'114</b>	<b>381'952</b>

### 2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

	30.04.2021	30.04.2020
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	346'861	197'666
Gegenüber Beteiligten	–	–
Gegenüber Aktionären und Organen	–	–
<b>Total</b>	<b>346'861</b>	<b>197'666</b>

## 2.5 Personalaufwand

Die LMS AG hat im Geschäftsjahr 2020/21 CHF 29'026 an Kurzarbeitsentschädigungen erhalten (Vorjahr CHF 11'332).

### 2.6 Marketingaufwand

	2020/21	2019/20
	CHF	CHF
Events	-659'674	-176'877
Gästeanimation	-31'431	-64'403
Produktgestaltung und Abgebote	-29'634	-19'204
Projektkosten	-92'243	-235'617
Basisimprimat und Flyer	-63'846	-66'745
Inserate, Radio etc.	-2'300	-3'999
Internet, Homepage	-116'054	-12'154
Internet, Onlinemarketing	-10'049	-7'595
Plakate	–	-15'132
Public Relations	-24'704	-178
Bild/Video	-10'118	-6'438
CI/CD	-68'107	42'939
Verkaufsförderung	-73'234	-67'437
Verkaufskanäle Deskline	-104'639	-67'997
Medienbeobachtung, -einladung	-18'742	-35'905
Kampagnen und Partnerschaften	-1'012'444	-1'128'686
Partnerschaften	46'505	-266'069
Sponsoring	-16'068	-11'500
Qualitätsmanagement	-95	165'000
Rechte	-7'956	-8'100
<b>Total</b>	<b>-2'294'833</b>	<b>-1'986'097</b>

### 2.7 Nettoauflösung von stillen Reserven

	2020/21	2019/20
	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	12'025	223'459

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

#### 3.1 Angaben zur Gesellschaft 30.04.2021 30.04.2020

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

#### 3.2 Mitarbeiter 30.04.2021 30.04.2020

	Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	28	24

#### 3.3 Nicht bilanzierte Verbindlichkeiten

##### 3.3.1 Langjährige Verpflichtungen 30.04.2021 30.04.2020

	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	123'000	263'512
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	183'000	126'000
Fälligkeiten > 5 Jahre	-	-
<b>Total</b>	<b>306'000</b>	<b>389'512</b>

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

##### 3.3.2 Leasingverbindlichkeiten 30.04.2021 30.04.2020

	CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr	5'724	3'832
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren	19'557	-
Fälligkeiten > 5 Jahre	-	-
<b>Total</b>	<b>25'281</b>	<b>3'832</b>

Die Leasingverbindlichkeiten beinhalten das Leasing eines Multifunktionsgerätes. Per 01.10.2020 wurde der alte Leasingvertrag durch einen neuen abgelöst. Dieser Leasingvertrag dauert bis zum 30.09.2025.

#### 3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen 30.04.2021 30.04.2020

		CHF	CHF
Kurzfristig	Swiss Life, Zürich	12'242	12'095

#### 3.5 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2020/21 haben.

## Gewinnverwendung

#### Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes 2020/21 2019/20

	2020/21 Antrag des Verwaltungsrates	2019/20 Beschluss der Generalversammlung
	CHF	CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	70'216.70	69'075.06
Jahresergebnis	-228.98	1'201.64
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>69'987.72</b>	<b>70'276.70</b>
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	-	60.00
Vortrag auf neue Rechnung	69'987.72	70'216.70
<b>Total</b>	<b>69'987.72</b>	<b>70'276.70</b>

# Bericht der Revisionsstelle

zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

Lenzerheide Marketing und Support AG

Vaz/Obervaz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das am 30. April 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

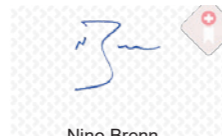
Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen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

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

PricewaterhouseCoopers AG



Dr. Hans Martin Meuli  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Nino Brenn  
Revisionsexperte

Chur, 30. Juli 2021

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

PricewaterhouseCoopers AG ist Mitglied eines globalen Netzwerks von rechtlich selbständigen und voneinander unabhängigen Gesellschaften.



Lenzerheide Marketing und Support AG  
Voa Principala 80  
7078 Lenzerheide  
T +41 81 385 57 00  
F +41 81 385 57 01  
[info@lenzerheide.com](mailto:info@lenzerheide.com)  
[arosalenzerheide.swiss](http://arosalenzerheide.swiss)