



Marketing

Digitalisierung und M2M (von Mensch zu Mensch), in diesem Zeichen stand das Marketingjahr 2017.

Um im Zielmarkt gesehen zu werden, braucht es einen ausgewogenen Kommunikationsmix. Gerade dieser Mix stellt uns im Zeitalter der Digitalisierung vor grosse Herausforderungen.

Während die Printmedien zum Luxusgut werden, wird die online Kommunikation immer wichtiger. Medien werden nicht mehr frontal ausgespielt. Der Kunde hat vielmehr die Möglichkeit sich seinen eigenen Mix an Informationen zusammen zu stellen. Gerade hier hat die Surselva Tourismus AG einen grossen Schritt vorwärts gemacht und sich mit verschiedenen Kampagnen präsentiert.

Basismarketing

Die weitere Bekanntmachung der Ferienregion Surselva stand wiederum im Mittelpunkt. Die Webseite, www.surselva.info dient als Inspirations- und Verkaufsplattform und wurde stetig überarbeitet und angepasst.

Im Frühling konnten wir die von Grund auf überarbeiteten Broschüren, Wandern und Biken in den Umlauf bringen. Die Rückmeldungen der Leser waren sehr erfreulich. Die beiden Broschüren fanden einen so grossen Anklang, dass wir im Sommer einen Nachdruck in Auftrag geben durften.

Über das ganze Jahr fanden diverse Fotoshootings statt. Wir konnten kontinuierlich die Bildwelt on- und offline verbessern und ansprechender gestalten. Ziel war eine einheitliche Bildsprache in allen Kommunikationsmassnahmen zu erreichen.

Über das Jahr verteilt wurden 17 Newsletter an 11'938 Empfänger versendet. Die wöchentliche Agenda wurde 50 mal an 1'057 Empfänger ausgeliefert und das «Schneelos-Programm» wurde zwischen dem 22.12.2016 – 07.01.2017 15 mal verschickt.

Die zielgruppenspezifischen Mailings wurden in Angriff genommen und werden noch weiter ausgebaut werden. Dies wird mit dem Einsatz des T-CRM möglich.

Surselva Sommer 2017

In Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien sind verschiedene Aktionen und Kampagnen umgesetzt worden. Anfang Juni wurde in Zürich für einige Tage ein Tram in ein «Bündnerkleid» gesteckt. Ziel war die Stadtzürcher zu überraschen und darauf aufmerksam zu machen, dass in Graubünden der schönste Sommer zu finden ist.

Bei der Onlinekampagne «Wandern» wurde die Greina- und die Rheinschluchtwanderung zu den schönsten 10 Wanderungen in Graubünden gewählt und bei der Kampagne «Jeder Fleck ein Meisterwerk» wurden auf dem Panoramaweg am Piz Mundaun die Wegmarkierungen zu Kunstwerken.

Influencer, die neuen Botschafter? Im Sommer wurden verschiedene Influencer in die Surselva eingeladen. Diese noch junge Art der Werbung wurde im letzten Jahr ein regelrechter Trend. Bilder und bewegte Bilder wurden geteilt, geliked und helfen zur Ferieninspiration.

Unsere Influencer – Segment Wandern:

Alex Strohl: 1'9 Mio Follower

Andrea Dabene: 400'000 Follower

Patrick Guller: 94'100 Follower

Unsere Influencer – Segment Familien:

Boris Baldinger mit Familie Ryana, Amie und Tristan: 33'900 Follower

Folgende Printmedien konnten mit den buchbaren Angeboten und den erlebbaren Aktivitäten in unserem Perimeter beliefert werden:

- Gruppenreisen HCT
- Gruppenreisen Auf Reisen
- Gruppenreisen Bus Mail
- Schweiz am Wochenende
- Graubünden Exklusiv
- Bündner Stern
- Zürisee Aktuell
- Zürisee Spiegel
- Die Alpenstadt
- Wädenswiler Zeitung
- Züriseezeitung

Von Mensch zu Mensch, raus in den Markt. Verteilt über die Sommermonate bis hinein in den Herbst war die Surselva Tourismus AG immer wieder präsent an Anlässen. Sei dies in unserem Perimeter oder im Markt, Ziel war immer Neukunden zu gewinnen, bestehende Gäste zu halten und unseren Bekanntheitsgrad zu steigern.

20. – 22.07.2017 Open Air Lumnezia

05.08.2017 Ilanzer Städtlifescht

19.08.2017 Die Surselva zu Besuch in Horgen

14. – 17.09.2017 Gwärbi Schöftland

12. – 15.10.2017 Zukunft Alter Messe Luzern

14.10.2017 Surselva ensemen, Kulinarik mit Komik

Im August fanden die Drehtage zur Sendung landuf, landab statt. Im Fokus stand die Schönheit der Val Lumnezia, die Natur, das Kloster und die Menschen. Ausgestrahlt wurde die Sendung auf Sat 1 Schweiz zur Prime Time um 19.55 Uhr am 30.08.2017 und am 01.09.2017. Der Film kann auf youtube oder auf unserer Webseite nachgeschaut werden.

Surselva Winter 2017

Die Winterbroschüre mit den 14 buchbaren Pauschalangeboten wurde rechtzeitig zu den Sommerferien in allen Hotels und Infobüros aufgelegt. Ein Versand an 5'000 bestehende Adressen erfolgte im September und 8'000 Exemplare wurden in den Geschäften entlang der Bahnhofstrasse in Zürich ausgelegt.

Graubünden Ferien lancierte im Rahmen der Kooperation Ski & Snowboard im November eine grosse Onlinekampagne, die kontinuierlich angepasst und optimiert wurde. Zeitgleich startete die Surselva Tourismus wieder eine Enavantkampagne mit dem Fokus auf Radio und Online. Der Surselva Winterspot mit Gian und Giachen für die beiden Wintersportgebiete Brigels und Obersaxen wurde auf Radio Energy 55-mal und auf Radio Zürisee 45 mal ausgestrahlt.

Die Facebook-Ads erzielten 2'018'142 Impressionen, 38'958 Klicks und 476 Conversions. Die Google Display Netzwerk-Responsive Ads erzielten 7'507'414 Impressionen, 66'156 Klicks und 580 Conversions. Mit diesen Zahlen zeigte sich diese Onlinekampagne als erfolgreich und belegt, dass Ferien in der Surselva online gebucht werden.

Die Pauschalangebote, die Wintersportgebiete und die Erlebnisse wurden in folgenden Printmedien veröffentlicht:

- Snowactive
- Graubünden Exclusive
- Zürisee Aktuell
- Zürisee Spiegel
- Bündner Stern/Zürcher Stern/Luzerner Stern
- Gruppenreisen Auf Reisen
- Fernweh
- Die Alpenstadt

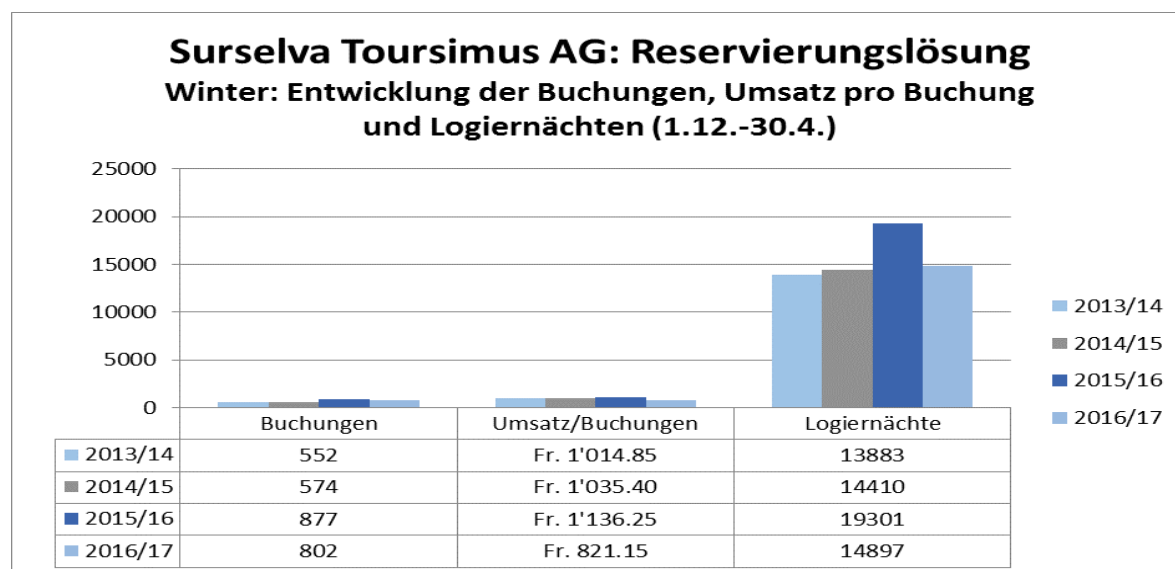
Am 18. Januar 2017 fand der 1. Surselva Schneetag in den beiden Wintersportgebieten Brigels und Obersaxen statt. Ziel dieses Tages war es mediale Aufmerksamkeit zu erlangen. Dies vor allem mit Radio Zürisee welches live mitten aus dem Wintersportgebiet Obersaxen sendete. In Brigels hatten wir Radio Südostschweiz an der Talstation. Mit den beiden Radiosendern konnten wir während einer Woche ein grosses Gebiet mit unseren Wintervorzügen bespielen.

Anja Beivi
Marketingleiterin, Surselva Tourismus AG

Stag Reservierungslösung: Entwicklung Winter 2016/2017

Bei allen buchbaren Objekten im Perimeter der Surselva Tourismus AG wurde ein Rückgang von 29.7% verzeichnet. Es ergab sich ein Umsatzrückgang von 33.9% über das Reservationssystem TOMAS.

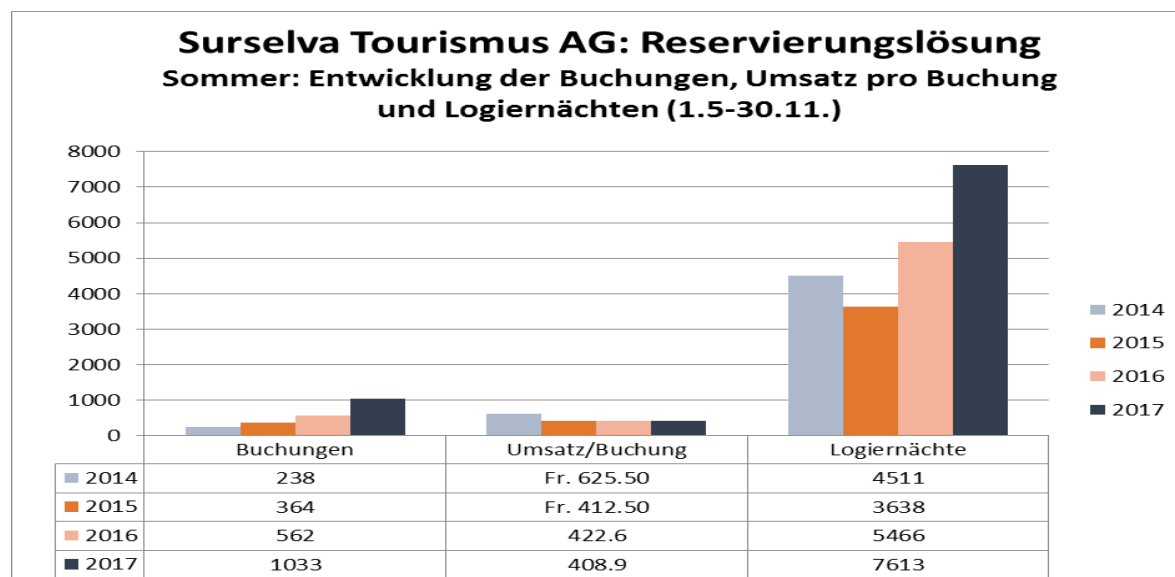
Die Zahl der Buchungen ist mit einem Minus von 9.35% gegenüber dem Winter 15/16 gesunken.
Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist von 5.7 auf 5.4 gesunken.



Das Buchungsverhalten hat sich im Winter 16/17 gegenüber dem Vorjahr kaum verändert. Der Trend der online getätigten Buchungen ist weiterhin steigend.

STAG Reservierungslösung: Entwicklung Sommer 2017

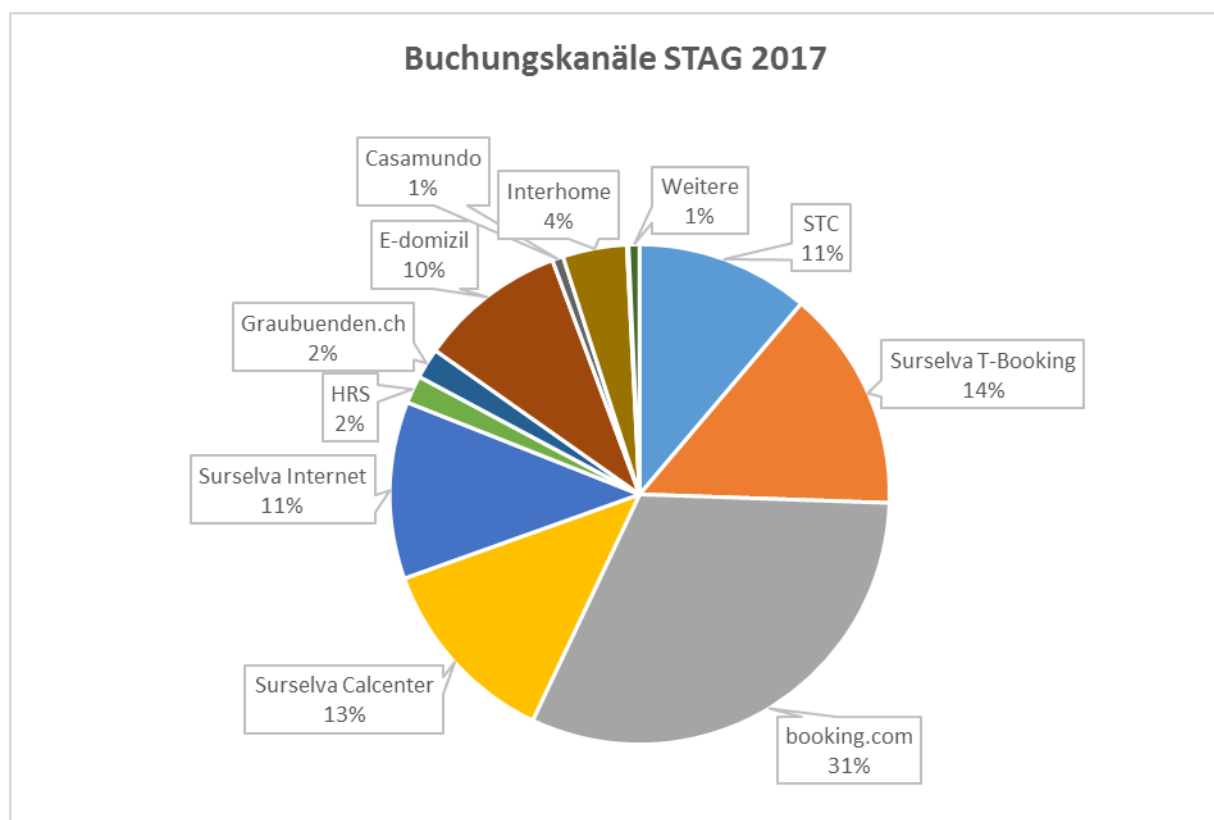
Wie schon im letzten Sommer (+54%) ist bei der Anzahl an Buchungen ein Wachstum zu verzeichnen. Bei den Logiernächten ist ein Plus von 39.27% zu verzeichnen. Der Umsatz ist ebenfalls wie bereits im Vorjahr (+58%) um 25.8% gestiegen.



Stag Reservierungslösung: Weitere Fakten

Im Geschäftsjahr 2017 wurden im Perimeter der STAG 1'832 Buchungen getätigt (2016:1'226) und ein Gesamtumsatz von CHF 1'034'881.57 (2016: CHF 865'004.05) erwirtschaftet. Diese Zahlen verteilen sich auf 354 buchbare Objekte. (Durchschnittlicher Umsatz pro Objekt: CHF 2923.40). Hier ergab sich ein Zuwachs von 20%. Gegenüber dem letzten Jahr. Der Anteil von booking.com gewinnt weiterhin und ist von 28% im letzten Jahr auf 31% gestiegen. Erfreulich ist der sehr starke Zuwachs an direkt Buchungen bei unseren Leistungsträgern +12% (Surselva T-booking). Dieses grosse Plus bezieht sich darauf, dass viele Leistungsträger neu, den Shop von TOMAS auf ihren eigenen Plattformen benützen. Die Kanäle der STAG verlieren wie bereits im letzten Jahr an Anteilen. Die Kanäle STC (bei den Hotels) und E-Domizil (bei Ferienwohnungen) haben stark zugelegt.

2017 wurde rund 24% aller Buchungen über die STAG Kanäle realisiert.

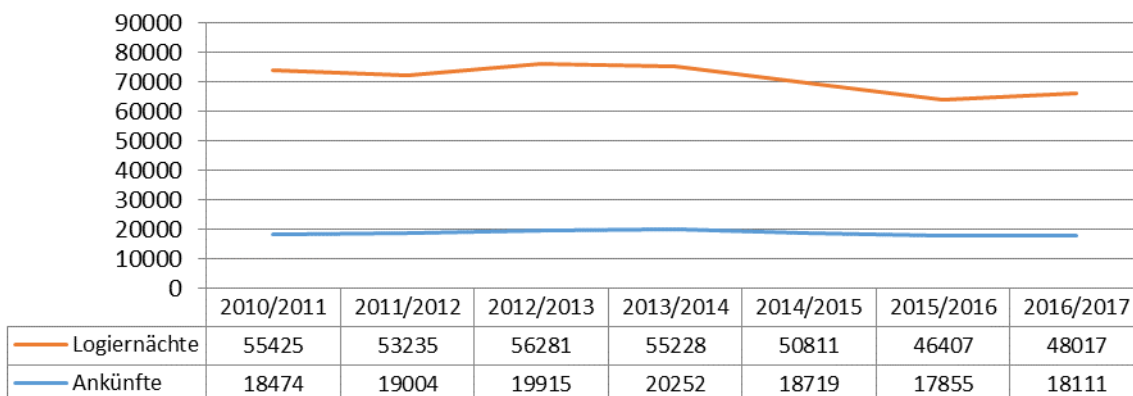


Bundesamt für Statistik: Hotellerie

Im Winter 2016/2017 konnten die Hotels im Perimeter der Surselva Tourismus AG ein Logiernächte Zuwachs von 3.5% verzeichnet werden. Der Zuwachs der Ankünfte 1.4%. Somit ist die Aufenthaltsdauer gegenüber dem Vorjahr unverändert bei 2.6 Nächte pro Aufenthalt.

Winter(Nov.-April) Logiernächte und Ankünfte Hotellerie

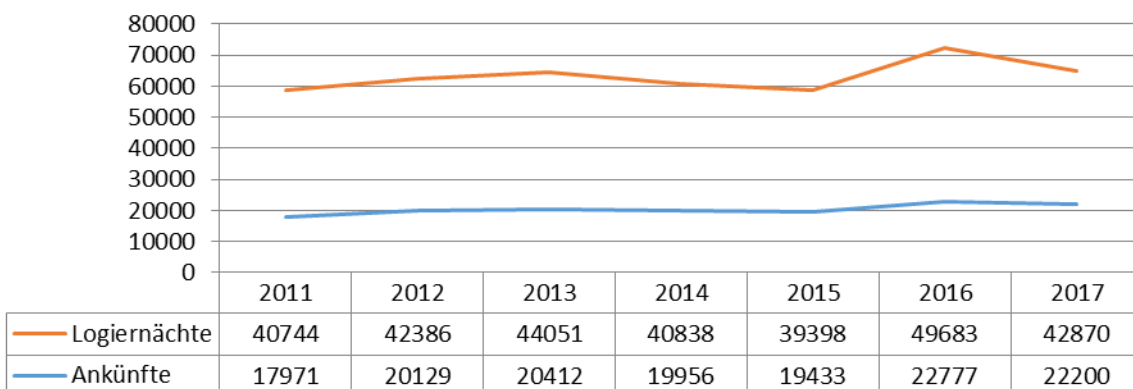
Quelle: Bundesamt für Statistik



Im Sommer 2017 verzeichneten die Hotels im Perimeter der Surselva Tourismus AG ein Rückgang von 13% bei den Logiernächten und ein Rückgang von 3.5%. Somit ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2.2 auf 1.9 Nächte gesunken.

Sommer(Mai-Okt.): Logiernächte und Ankünfte Hotellerie

Quelle: Bundesamt für Statistik



Marius Willimann
Vertrieb, Surselva Tourismus AG

Surselva ensemen

Berichterstattungen in der Südostschweiz, dem Bündner Tagblatt, La Quotidiana, der Ruinaulta und weiteren regionalen Kanälen.

«Surselva ensemen» – fin d'jamna festivala

Venditori e conduttori della Saseba Turisim SA ad un sentapadi d'acila a Glire



«Surselva ensemen» steht

kurz vor der Premiere

Am nächsten Freitag und Samstag wird in Ilanz erstmals der Event «Sunseto erwachen» durchgeführt. Das heisst Kaffeebar, Kookik und Musik gemeinsam genossen.

[illegible][illegible]

oder gleichsam nur zufällig
mehrmals bekannt, das ist
schon eine Reihe, die bei einem
Zusammenbau von Dutzenden
Büchern nicht über die eigene
Lebenszeit hinaus reicht. Die
Werkzeuge sind also keine
Werkzeuge, sondern nur
Werkzeuge.

Kletchibären aus der Region
Am Samstagabend ab 18 Uhr wird zeit-
lich das zukünftige Erlebnis im Vor-

Erstes «Surselva ensem» in Ilanz

ILANZ Ersetzen (synetisches) gelesenes, Transparenzform, Ersetzen 1016. Unter diesem Motto von

am 17. März 1958. Inzwischen ist das Alter des Fossils (das am 17. März 1958) auf 13 bis 14 Millionen Jahre datiert worden. Das Alter des Fossils ist auf 13 bis 14 Millionen Jahre datiert worden. Das Alter des Fossils ist auf 13 bis 14 Millionen Jahre datiert worden.

Zwischen den Gängen wird der Bündler Komiker Rolf Schindl mit seinem aktuellen Programm «XXL» die Lachmuskeln reizen. Musicalsäch geht es am Samstag mit einem Konzert der Spatzen 2000 -

den Verlust der Stimmritze – wies. Das musikalische Experimente erstreckte sich von volkstümlicher Schlägermusik, Astropop, Stimmritze bis hin zur aktuellen Hip-Hop. Deswegen folgt ein weiterer Höhepunkt mit Cornelia Bause und ihrer Helene-Fischer-Duo-Show. Ihre Karriere als Instrumentalistin führte sie bis nach London.

»Suroveda« zuzumischen soll laut Suroveda Touristmas ein fester Bestandteil im Veranstaltungskalender der wunden und Innere wird an einem anderen Ort stattfinden. »Aus Gärten und Einzelheimchen der Suroveda werden noch vorerst Freunde sein.

Farne sind noch häufiger wird das Gernströckchen gefeiert, kauft es weiter. (17)

■ **Israeliti.** Due nuovi passi ad estinguer la terza intifada, i leader dicono: «grazie per il vostro aiuto». Il ministro della Difesa **Avigdor Lieberman** ha detto: «Grazie a questo aiuto, l'operazione **Cast Lead** ha permesso di liberare la nostra gente e di fermare la guerra». Il ministro della Giustizia **Yaakov Golan** ha detto: «Grazie al vostro aiuto, la nostra gente è libera e la guerra è finita».



Altre notizie e informazioni su questo sito sono disponibili sul sito www.italiannews.it.
 1001. Alle news e informazioni su Italia e mondo, visitate il sito www.italiannews.it.

Discesa alle radici della crisi. Un'indagine di **Elisabetta Cusi** e **Paolo de Vito**, che si svolge nel 2009, 10 anni dopo la morte violenta di un giovane di 25 anni, il cui corpo è stato ritrovato in un bosco di montagna. L'indagine si svolge in un'atmosfera di mistero e di suspense, con il lettore che viene portato a scoprire le cause della tragedia e le responsabilità dei protagonisti. La storia è ambientata in un paesino di montagna, dove la comunità è divisa in due fazioni: i "bianchi" e i "neri".

La Surselva amiez – ensemen

Susulya Turincom ha. *delectatu* 120 hoaps a Gilor

[illegible]

Black and white
The new color scheme for the 1995 model is available in black and white. The black and white color scheme is available in black and white. The black and white color scheme is available in black and white.

It is possible that the apparent lack of association between the two variables is due to the small number of cases in the study. The authors suggest that a larger study would be needed to confirm these findings.



Weitere interessante Medienberichte

Weitere Medieninformationen z.B. zu den E-Bike Ladestationen und der Surselva App, fanden nebst den regionalen Medien bzw. der Samedia Gruppe auch Interesse bei RTR oder der htr Hotel Revue.

Auszug verschiedener Berichte

- **Blick**, «Fasnachtsbräuche der Schweiz», Trer Schibettas
- **Spot Magazin**, «Trer Schibettas»
- **sonntagszeitung.ch**, «Es geht um die Wurst, Pradas Resort», Brigels
- **Freundin**, «Die kleinen Nachbarn der grossen Skiorte», Obersaxen
- **NZZ**, «Schneeschuhwandern in der Surselva. Abseits ausgetretener Pfade»
- **Watson**, «10 Ausflugstipp für deinen Aufenthalt in der Surselva»
- **Die Alpen**, «Hinter dem Kistenstöckli»
- **Schweizer Familie**, «Hier regiert die Natur – Waldreservat Scatlè»
- **blick.ch**, «Wo Bündner Mineure nach Eisen hämmern – Erzbergwerk Platenga»
- **Der Landbote**, «Die Urwald-Fichten von Scatlè»
- **Transhelvetica**, «Ab die Post», Greina
- **Fensterplatz**, «Die schönsten Wanderungen in Graubünden»
- **Bergwelten Schweiz**, «Die Weite der Surselva»
- **20 Minuten**, «Alphütten-Charme mitten in der Stadt»
- **TV Land&Lüt**, «Im Tal des Lichts»
- **Tele Südostschweiz**, «Schnapsmarkt in Ilanz»

Medienreisen

Wir durften verschiedene Medienreisende und Besuche in der Surselva begrüßen. Speziell die Medienreisen von Schweiz Tourismus bzw. Graubünden Ferien:

- Thema: Skifahren in Obersaxen, Frederik Jötten, NZZ am Sonntag
- Thema: Winterwandern / Schneeschuhlaufen in Obersaxen, Willy Arthur Ost, www.kampertoerist.be
- Thema: Maiensäss in Brigels, Stefan Kern, Rhein-Neckar Zeitung
- Thema: Greina und Rheinschlucht, Carolin Steig und Martin Merten, www.wetraveltheworld.de, Reiseblogg
- Thema: Wasserperlen der Schweiz, Martin Arnold, Verlag eines Buches

Claudia-Martina Meyer
Medien, Surselva Tourismus

Digitale Strategie

Die Surselva Tourismus AG setzte sich intensiv mit dem Thema Digitalisierung auseinander. Wir integrierten uns dabei aktiv bei Projekten und tauschten uns mit diversen Partnern und Anbietern über die zukünftigen Trends aus. Wichtig ist der Surselva Tourismus AG dabei die harmonische Entwicklung mit der M2M (Von Mensch zu Mensch) Strategie. Dennoch möchten wir bei Abläufen und Angeboten dank neuen Technologien Mehrwerte schaffen sowie Daten optimal und zum Vorteil der Gäste nutzen. Das Ziel bildet eine konsequente digitale, dynamische Reisekette von der Inspiration bis zur Nachbearbeitung.

Surselva App

Ein besonderes Highlight war die Veröffentlichung der Surselva Mobile App für iOS und Android Geräte kurz vor Weihnachten 2017. Die neue Surselva App bietet den Gästen, Zweitwohnungs-besitzern sowie Einheimischen hilfreiche Tools. Sie ist ein digitaler Ferienbegleiter während dem Aufenthalt in der Region. Im Fokus stehen die Information, Navigation und Kommunikation. Mit der ersten Version schaffte die Surselva Tourismus AG ein Basisangebot. Die App soll der ideale Ferienbegleiter für den Aufenthalt in der Region darstellen und dabei die wichtigsten Informationen für die kommenden 48 Stunden ausspielen. Ein Bestandteil der App war eine Winter Umfrage in Zusammenarbeit mit Mountain Management. Durch die Erkenntnisse der App Nutzungen sowie Auswertungen der integrierten Umfrage kann das Angebot und das Erlebnis vor Ort laufend optimiert werden. Mit diesen Massnahmen will Surselva Tourismus die App weiter personalisieren und Mehrwerte für den Nutzer generieren. Im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungs-prozesses werden wir die App laufend anpassen und interessante Neuerungen hinzufügen.

Gästekarte

Das Gästekartensystem 4tix wurde in dem zweiten Testsommer weiter analysiert und ausgewertet. Insgesamt erstellten die Gastgeber 12'131 Karten (+ 1'622 gegenüber Vorjahr). Das Potential wurde aber noch zu wenig ausgenutzt. Die meisten Karten setzten die Gäste für die Leistungen der beiden Bergbahnen ein. Auch diese Plattform stellt ein Basisangebot dar. Die technische Weiterentwicklung und Ablaufoptimierung findet in enger Zusammenarbeit mit dem Anbieter statt. Durch die Harmonisierung und Verbindungen von den verschiedenen Plattformen und Angeboten werden die Kommunikationswege vereinfacht und Synergien genutzt.

Projekt Wetter

Das Wetter soll vermehrt als Marketinginstrument eingesetzt und genutzt werden. Wir konnten in der Projektgruppe „Wetter“ bei Graubünden Ferien Einsitz nehmen und die Sicht und Wünsche der Destination einfließen lassen.

Interne Projekte

Die Empfehlungen einer IT Analyse durch einen externen Experten setzte die Surselva Tourismus AG konsequent um. Intern konnten zahlreiche Bereinigungen der EDV und Telefonie erreicht werden. Die Internetanschlüsse und das Telefonie-System wurden an die neuen Standards angepasst und optimiert. Diese Arbeiten wirkten sich auch positiv auf die Kosten aus. Die Surselva Tourismus AG aktualisierte und ergänzte in diesem Zusammenhang zahlreiche Grundlagedokumente und Abläufe. Die Arbeitsstruktur auf dem Server sowie des sehr wichtigen CRM (Customer-Relationship-Management) Systems erfuhren ebenso eine zwingend nötige Anpassung, wie auch Optimierung.

Pascal Reinle
IT Digital, Surselva Tourismus

Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Das Geschäftsjahr 2017 war durch die vielen Sonnentage mit warmen Temperaturen geprägt.

Dadurch wurden die Gäste animiert in die Natur zu gehen und an zahlreichen Aktivitäten teilzunehmen.

Gästeprogramm

Das Gästeprogramm in Breil/Brigels wurde durch unsere zahlreichen Partner gestärkt und präsentierte sich im lokalen Perimeter als grossartiger Erfolg, so dass viele Gäste eine grössere Distanz auf sich nahmen, um bei den Aktivitäten dabei sein zu können.

Kinderprogramm

Das Sommer Kinderprogramm «Plai a mi» wies wieder eine hervorragende Konstanz auf. Das Programm hat sich mittlerweile gut etabliert und auch bei unseren Partnern und Leistungsträgern wird es mehr und mehr an die Gäste weitergegeben und dafür geworben. Das Plai a mi kann nur so stark auftreten, da wir sehr zuverlässige Partner haben, welche jedes Jahr spannende Programme und Aktivitäten bereiten haben. Im Winter war das Kinderprogramm ebenfalls sehr erfolgreich, auch wenn im Winter weniger Partner involviert sind als im Sommer.

Wanderfestival

Während drei Tagen haben die Gastgeber von Breil/Brigels zusammen mit der Surselva Tourismus abwechslungsreiche Besichtigungen, Führungen, Wanderungen und kulinarische Spezialitäten angeboten. Das Highlight des Events, die Fiasta Sursilvana, fand am Samstagabend statt. Für die Gastronomie war das Familienhotel Alpina zuständig. Die Gäste und Einheimischen wurden mit Bündner Spezialitäten verwöhnt. Begleitet wurde der Abend mit Unterhaltung von Musikanten und Schauspielern aus der Region.

Chorwoche

Die Chorwoche mit Roger Widmer fand vom 15. bis 22. Juli 2017 statt und war komplett ausgebucht, sodass eine Warteliste geführt werden musste. Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren begeistert von der Organisation und der Leitung durch Roger Widmer und der Surselva Tourismus. 2018 wird versucht eine Zusatzwoche zu organisieren, da die Nachfrage im 2017 dermassen gross war.

Neue Projekte

Im Sommer 2017 starteten wir die Zusammenarbeit mit dem Kinderzirkus Lollypop. Zusammen mit den Leitern des Zirkus' hatten die Kinder die Gelegenheit, während knapp viereinhalb Tagen eine Vorstellung zu kreieren. Mit 40 Anmeldungen von Kindern im Alter von 5 bis 11 Jahren waren wir zufrieden. Die Aufführung am Abschlusstag war bis auf den aller letzten Platz voll und die gesamte Woche war ein grosser Erfolg. Wir werden 2018 wieder mit dem Kinderzirkus eine Woche organisieren.

Netzwerk / Austausch

Aufgrund der verschiedenen Projekte, Auftritte und Festivitäten fand 2017 ein reger Austausch mit Partnern statt. Wiederum wurden auch die Partner in den Fraktionen zweimal besucht und mit den aktuellen Informationsunterlagen wie dem Ferienbegleiter usw. versorgt. Speziell zu erwähnen ist das grosse Engagement der Partner aus Breil/Brigels bei der Charme Offensive in Horgen. Viele verschiedene Akteure begleiteten die Aktionen treu und sehr motiviert und konnten viel Werbung in eigener Sache machen und gleichzeitig die Surselva präsentieren.

Florian Bänninger
Infostellenleiter Brigels

Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

In der Wintersaison 2016/17 fanden wiederum zahlreiche Gästeprogramme statt. Dieses Jahr wurde die Schneeschuhtour nicht mehr mit Raclette-Plausch sondern neu mit einem Znüni-Stopp angeboten. Die Tour fand jeden Dienstag statt. Zum zweiten Mal wurden die Ortsführungen miral!cultura während vier Tagen angeboten. Zu einem Highlight wurde das virtuelle Kinoerlebnis welches an zwei Abenden pro Woche im Rufalipark stattfand. Dieses Angebot wurde hauptsächlich von Gruppen gebucht. Schneeskulpturenbauen war für drei Nachmittage geplant. Dieses Angebot konnte wegen fehlender Anmeldungen nicht durchgeführt werden.

An den wiederkehrenden Veranstaltungen in der Sommersaison 2017 mit Führung Erzbergwerk, Wildbeobachtung, Goldwaschen, Führung Walserstall nahmen auch in diesem Jahr wieder xxx Gäste teil.

Das Infobüro in Meierhof betrieb erneut die Vorverkaufsstelle für die Theateraufführungen.

Im April 2017 fand die Übernahme des Sekretariats opera viva statt. Der Vorverkauf für die Opernaufführungen CARMEN, wie auch für die festlichen Konzerte wird somit weiterhin über das Infobüro abgewickelt. Neu übernimmt das Infobüro alle Sekretariatsaufgaben der opera viva.

Am 14. Juni 2017 fand zum 14. Mal das Seifenkisten-Derby auf der Strecke von Miraniga nach Misanenga statt. Es nahmen rund 60 Kinder an den Rennen teil.

Die Südostschweiz-Wandertage (23.07. – 06.08.17) führten am 1. August 2017 erstmals durch die Region Obersaxen (Meierhof – Affeier, mit Besichtigung des Walserstalls in Zarzana).

In Zusammenarbeit mit dem Rufalipark stellten wir ein buntes Kinderprogramm zusammen: Besuch vom Ballonkünstler, basteln, backen, spielen, Müeslischalen dekorieren und Ponyreiten auf dem Pferdehof in Tusa. Vor allem das Ponyreiten und das Backen fanden grossen Anklang, während die anderen Angebote nur von wenigen Kindern besucht wurden.

Projekte

Für den Witzweg in Surcuolm haben wir 64 neue Witztafeln produziert, die von Zeit zu Zeit ausgetauscht werden.

Gemeinsam mit Christoph Stadelmann von der MyCityHighlight AG konnten wir einen Detektiv-Trail realisieren. Der Detektiv-Trail ist eine Schatzsuche mit interessanten und lehrreichen Fragen zur Natur, Kultur und zur Umgebung von Obersaxen Mundaun. Die Schatzsuche kann mit einer App oder der gedruckten Schatzkarte gemacht werden. Es gibt einen Winter- und einen Sommer-Trail.

Netzwerk

Kurz vor Weihnachten wurden die Leistungsträger persönlich besucht und die Winterbroschüren zusammen mit einem kleinen Präsent abgegeben. Die Leiter der Schneesportschulen wurden vor Wintersaisonbeginn zu einem Apéro und Austausch im Infobüro Meierhof eingeladen. Weitere Austausche fanden im Verlauf vom Jahr mit der Gemeinde und den Bergbahnen statt.

Antonia Tschuor
Infostellenleiterin Obersaxen

Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Das Open Air Lumnezia hat wieder zahlreiche Festivalbesucher auf das Gelände von Degen gelockt. Für tolle Stimmung sorgten unter anderem Sportfreunde Stiller, Lo & Leduc und der DJ Alle Farben.

Am 30. Juli 2017 fand bereits zum 27. Mal der Bike Marathon Lumnezia Obersaxen statt. Die Rund 300 Teilnehmer nahmen den Trail bei schönstem Wetter in Angriff.

Ein abwechslungsreiches Programm und schönsten Wetter, haben das 11. Raiffeisen Kinofestival Val Lumnezia zu einem tollen Event gemacht. Insgesamt besuchten 676 Personen das Kino.

Im Detail: Sing (65 Personen), Plötzlich Papa! (136 Personen), Die Unfassbaren 2 (91 Personen), Ice-Age-Kollision voraus! (86 Personen), Heidi (189 Personen) und Captain Fantastic-Einmal Wildnis und zurück (109 Personen).

In Zusammenarbeit mit der Gemeinde Lumnezia fand der traditionelle Marcau Daniev am 30. Dezember 2017 in Vignogn statt. Der Lebensmittel-, Kunsthandwerk- und Kleidermarkt war in jeder Hinsicht speziell: Auf den festlich geschmückten Marktständen wurden Esswaren, Heilmittel, Kristalle, Möbel und Alltagsgegenstände zum Verkauf angeboten, die im Tal selbst gekocht, gebacken, luftgetrocknet, genäht, gestrickt, gezimmert, gebastelt aber auch in professionell geführten Backstuben, Metzgereien, Molkereien und Werkstätten erzeugt wurden. Der Marcau Daniev war und ist ein beliebter Treffpunkt für Einheimische und Gäste.

Das Winter-Gästeprogramm wurde mit den beiden Stallvisiten in Morissen und in Degen erweitert, sowie mit der Kinder-Eisdisco. Diese Angebote kamen bei den Gästen und Einheimischen sehr gut an. Die Vollmondwanderungen konnten aus Mangel an Teilnehmern oder schlechtem Wetter nicht durchgeführt werden.

Im Sommer-Gästeprogramm der Val Lumnezia wurden wieder die Kristallbesichtigungen, die Orte der Magie- und die Energiestrategie 1919- Führungen angeboten. Weiter im Angebot fand man die mira!cultura Ortsführungen Vella, Lumbrein und Vrin. Als neues Angebot fanden zum ersten Mal Wildbeobachtungen in der Val Lumnezia statt.

Projekte

Sakralbauten: Im Sommer 2017 wurden in Zusammenarbeit mit den Kulturführern zwei verschiedene Busrundtouren in der Val Lumnezia angeboten. Einmal die Tour «Orglas» mit der Organistin Franziska Staehelin und Kulturführer Tobias Heinisch und die Tour «Survesta» mit Kulturführer Marco Curti. Die Busrundtouren wurden an je drei Samstagen durchgeführt mit insgesamt 30 Teilnehmern.

Die beiden Wanderungen «7-Kapellen» und «Genastga» wurden ebenfalls in Zusammenarbeit mit den Kulturführen angeboten. Diese wurden an jeweils zwei Freitagen durchgeführt.

Netzwerk

Die Gastgeber und Gastgeberinnen der Val Lumnezia wurden im November und Dezember alle einzeln besucht und mit den aktuellen Prospekten und Informationen ausgerüstet.

Erika Walder
Infostellenleiterin Vella

Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Das Geschäftsjahr 2017 in Ilanz/Glion zeichnete sich vor allem durch die Feierlichkeiten rund um die Auszeichnung von Ilanz als Reformationsstadt Europas aus. Zusätzlich zu erwähnen ist z.B. das Ilanzer Städtlifest, bei dem die Surselva Tourismus AG wiederum mit einem Stand, einem Wettbewerb sowie dem Surselva Spiel vertreten war. Die spannenden Austausche mit Gästen, Zweitheimischen, Partnern und Einheimischen sind immer zentral.

Gästeprogramm

Das Gästeprogramm in Ilanz konnte mit neuen mira!cultura Führungen vor allem im Rahmen der Reformation weiter entwickelt werden. 52 Teilnehmer nahmen an den mira!cultura Ortsführungen im Gästeprogramm teil. Bei fünf inszenierten Führungen der Anna Catrina erlebten die 69 Besucher spannende Momente im Städtli. Abermals wurde für die Führungen zu den lokalen Kulturschätzen des ganzen Perimeters ein Flyer mit dem Namen «Tor zu Vergangenheit» gestaltet. Dieser wurde von Tamins bis nach Sedrun in alle Haushalte verteilt und erfreut sich grosser Beliebtheit.

Refo500

Das Jahr 2017 war geprägt durch die Festivitäten rund um die Auszeichnung von Ilanz zur Reformationsstadt Europas. Die Surselva Tourismus AG war neben der Mitarbeit bei der Kommunikation und Planung auch bei verschiedenen Aktivitäten präsent. Begonnen hat das 2017 mit einer Reformationspredigt zu Pfingsten in der Kirche St. Margarethen. Es fand ein dreisprachiger Gottesdienst mit Abendmahl und Gesängen aus der Reformationszeit statt. Sehr interessant und bekanntheitsfördernd war deren Fernsehübertragung (RSI) mit Ausstrahlungen auf SRF und RTS. Im Juni eröffnete die Sonderausstellung «Kreuz oder Hahn – Da messa ni da priedi» im Museum Regional Surselva. Zur selben Zeit fand die Evangelisch-rätische Synode in der Kirche St. Margarethen statt. Zu Beginn des Septembers wurden an einem internationalen wissenschaftlichen Kongress die «Ilanzer Artikelbriefe» beleuchtet. Der Abschluss machte im November die Tagung der Evangelischen Vereinigung Gruob und Umgebung.

Das grösste Engagement der Surselva Tourismus AG fand im Rahmen des Theaters «Comander – eine historische Kriminalkomödie» statt. Hier kümmerte sich die Info Ilanz/Glion um das gesamte Marketing, die Medien (ausführliche Berichterstattungen in den Zeitungen Südostschweiz, Bündner Tagblatt, La Quotidiana im Radio und TV der Südostschweiz sowie RTR insbesondere als Medienpartner) und um das Ticketing. Das OK, die Schauspieler und engagierte Helfer durften vom 18. August bis am 10. September 2017 auf neun ausverkaufte, begeisternde und abwechslungsreiche Theaterabende zurückschauen und danken den über 1'300 Zuschauern.

Weihnachtszeit in Ilanz

Das Engagement der Surselva Tourismus Info Ilanz/Glion in Bezug auf die für den Handel und das Gewerbe wichtige Advents- und Weihnachtszeit wurde im zweiten Jahr weitergeführt. Ein weiteres Mal wurde auf die verschiedenen Veranstaltungen wie den Adventsmarkt, die Märchenstadt, die Sonntagsverkäufe und den Schnapsmarkt in einem speziellen Flyer hingewiesen. Dieser wurde in einem Versand an Zweitheimische sowie in einem Postwurf von Tamins bis Sedrun beigelegt.

Netzwerke / Austausche

Aufgrund der verschiedenen Projekte, Auftritte und Festivitäten fand 2017 ein reger Austausch mit Partnern statt. Wiederum wurden auch die Partner in den Fraktionen zweimal besucht und mit den aktuellen Informationsunterlagen wie dem Ferienbegleiter usw. versorgt. Speziell zu erwähnen ist das grosse Engagement der Partner aus Ilanz/Glion bei der Charme Offensive. Viele verschiedene Akteure begleiteten die Aktionen treu und sehr motiviert.

Claudia-Martina Meyer
Infostellenleiterin Ilanz/Glion

Jahresabschluss 2017

Surselva Tourismus AG

Erfolgsrechnung vom 01.01.2017 - 31.12.2017

	2017	%	2016	%
Betrieblicher Erfolg aus Gästetaxen				
Beiträge aus Gästetaxen	2'016'845.00	74.05	2'110'545.00	64.54
<i>Gutschrift GJ/Vorauszahlungen Destinationen FJ</i>	-403'369.00	-14.81	0.00	0.00
Dienstleistungsertrag	5'218.20	0.19	5'519.00	0.17
Betriebsertrag (Gästeprogramme)	45'906.25	1.69	35'995.20	1.10
Übriger Ertrag	41'764.40	1.53	0.00	0.00
Ertrag POS	9'406.25	0.35	11'088.50	0.34
Erlösminderungen	-32'969.75	-1.21	1'451.50	0.04
Total Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen	1'682'801.35	61.79	2'164'599.20	66.19
Projektentw. lokal/Logierwirks. Events/Gruppenreisen	-55'722.55	-2.05	-126'963.10	-3.88
Entwicklung Gästekarte	-237'353.35	-8.72	-264'565.05	-8.09
Entwicklung Eventmanagement	-19'225.20	-0.71	-200'000.00	-6.12
Kosten Verantst. Zweitwohnungsbesitzer	-69'030.25	-2.53	-200'000.00	-6.12
Kosten Auftrag Markenstrategie	-100'000.00	-3.67	0.00	0.00
Betriebsaufwand (Gästeprogramme)	-130'316.37	-4.78	-158'496.90	-4.85
Übriger Aufwand	-55'056.33	-2.02	-136'249.15	-4.17
Aufwand POS	-6'989.25	-0.26	-18'952.35	-0.58
Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen	-673'693.30	-24.74	-1'105'226.55	-33.80
Bruttoergebnis nach Material und Warenaufwand	1'009'108.05	37.05	1'059'372.65	32.40
Personalaufwand	-790'184.70	-29.01	-762'570.19	-23.32
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	218'923.35	8.04	296'802.46	9.08
Raumaufwand	-116'491.55	-4.28	-118'131.10	-3.61
URE mobile Sachanlagen	-13'189.65	-0.48	-11'626.75	-0.36
Sach- und Betriebsversicherungen	-3'371.35	-0.12	-3'319.20	-0.10
Energie- und Entsorgungsaufwand	-334.95	-0.01	-18.55	0.00
Verwaltungskosten/Wartung & Lizenzen EDV	-107'476.60	-3.95	-141'311.59	-4.32
Werbeaufwand (Intern)	0.00	0.00	-136.80	0.00
Sonstiger betrieblicher Aufwand	0.00	0.00	-386.20	-0.01
Betriebsergebnis 1 (EBITDA)	-21'940.75	-0.81	21'872.27	0.67
Abschreibungen	-22'124.95	-0.81	-17'500.00	-0.54
Betriebsergebnis 2 (EBIT)	-44'065.70	-1.62	4'372.27	0.13
Finanzerfolg	-612.56	-0.02	-1'612.40	-0.05
Betriebliches Ergebnis vor Tourismustaxen und Steuern	-44'678.26	-1.64	2'759.87	0.08

Jahresabschluss 2017

Surselva Tourismus AG

Erfolgsrechnung vom 01.01.2017 - 31.12.2017

	2017	%	2016	%
Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen				
Beiträge aus Tourismustaxen	919'850.30	33.78	943'550.00	28.85
Mandate	40'564.80	1.49	40'564.80	1.24
Werbebeiträge	0.00	0.00	39'854.30	1.22
Dienstleistungsertrag	0.00	0.00	-2'493.00	-0.08
Vertrieb	80'190.90	2.94	84'090.50	2.57
Ertrag POS	57.25	0.00	0.00	0.00
Total Betrieblicher Ertrag aus Tourismustaxen	1'040'663.25	38.21	1'105'566.60	33.81
Promotion	-209'554.20	-7.69	-301'174.71	-9.21
Drucksachen Markt	-37'606.55	-1.38	-40'188.20	-1.23
Kooperationen	-131'953.80	-4.85	-22'561.50	-0.69
Medienarbeit	-60'502.25	-2.22	-67'301.91	-2.06
Reservationssystem	-40'194.15	-1.48	0.00	0.00
Vertrieb	-31'351.80	-1.15	-104'303.60	-3.19
Events/Präsenzen	-13'892.55	-0.51	-15'053.35	-0.46
Sponsoring	-34'355.00	-1.26	-34'400.00	-1.05
Projekt/Produkteaufwand	92'173.60	3.38	-137'165.45	-4.19
Webportale	-37'870.90	-1.39	-58'748.40	-1.80
Weitere Marketingaufwände	-76'443.30	-2.81	-90'182.55	-2.76
Verwaltungsaufwand Marketing	-231'278.00	-8.49	-206'850.75	-6.33
Ausserordentlicher Aufwand TT	-22'324.30	-0.82	0.00	0.00
Betrieblicher Aufwand aus Tourismustaxen	-835'153.20	-30.67	-1'077'930.42	-32.96
Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen	205'510.05	7.55	27'636.18	0.85
Jahresergebnis vor Steuern	160'831.79	5.91	30'396.05	0.93
Ausserordentlicher Erfolg	-40'531.00	-1.49	0.00	0.00
Jahresergebnis vor Steuern	120'300.79	4.42	30'396.05	0.93
Steuern	-22'172.85	-0.81	5'107.70	0.16
Jahresergebnis	98'127.94	3.60	35'503.75	1.09

Jahresabschluss 2017

T N C TREUHAND NORBERT CAVEGN AG

TREUHANDKANZLEI

MÜLLER & CAVEGN

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung
Surselva Tourismus AG, Ilanz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der **Surselva Tourismus AG** für das am 31. Dezember 2017 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.

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG


Norbert Cavegn
zugelassener Revisionsexperte
eidg. dipl. Treuhandexperte

Vella, 22. August 2018

Beilagen:

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

Organe / Mitarbeiter

Verwaltungsrat

Marcus Caduff, Präsident & VR-Mitglied
Josef Brunner, Vizepräsident & VR-Mitglied
Aurelio Casanova, VR-Mitglied
Ernst Sax, VR-Mitglied
Richard Caduff, VR-Mitglied
Beat Zenklusen, VR-Mitglied

Revisionsstelle

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella

Geschäftsführer

Anja Beivi (50%) und Marcus Caduff (20%)

Mitarbeitende

Ilanz/Glion

Claudia-Martina Meyer, Infostellenleiterin Ilanz/Glion
Joel De Buren, Praktikant Marketing Support

Anja Beivi, Marketingleiterin
Mirjam Thurnheer, Marketingassistentin
Marius Willimann, Vertrieb

Eintritt

01. Oktober 2012
24. Juli 2017

01. März 2015
01. Juli 2016
01. September 2015

Val Lumnezia

Erika Walder, Infostellenleiterin Val Lumnezia
Lydia Casanova (50%), Gästeservice Val Lumnezia
Cornelia Andreoli (50%), Gästeservice Val Lumnezia

01. Juli 2013
01. März 2010
14. März 2016

Obersaxen

Pascal Reinle, bis 30.04.2017 Infostellenleiter Obersaxen
ab 01.05.2017 Projektleiter IT Digital Telefonie
Antonia Tschuor (30%), Administration/Fibu/Personal
(50%,)Infostellenleitung Obersaxen
Joelle Monn, Gästeservice Obersaxen
Marco Camartin, Gästeservice Mundaun

01. Dezember 2015

01. März 2010

16. Mai 2013
01. Januar 2016

Breil/Brigels

Tanja Sgier, Infostellenleiterin Brigels
Denise Gabriel (50%), Gästeservice Breil/Brigels
Laura Panier, Gästeservice Breil/Brigels
Florian Bänninger, Projektentwickler und Kinderanimateur in Breil/Brigels

13. April 2015
01. Juli 2014
12. August 2015
18. April 2016

Eintritte 2017

Martin Henny (60%), Projektentwickler/Projektmitarbeiter
Maria-Luisa Darms (50%), Gästeservice Obersaxen
Gioia Baruffol (30%), Gästeservice Breil/Brigels

15. Mai 2017
01. Juli 2017
15. August 2017

Austritte 2017

Martin Henny, Projektentwickler/Projektmitarbeiter
Claudio Stalder, Praktikant (befristet)
Tanja Sgier, Infostellenleiterin Brigels

30. September 2017
31. Juli 2017
31. Dezember 2017