

Rapport annual 2019

Jahresbericht 2019





03	Igl onn 2019 Das Jahr 2019	16	Pernottaziuns Logiernächte
04	Surselva Turissem SA Surselva Tourismus AG	18	Quen annual 2019 Jahresabschluss 2019
06	Cefras e factas Zahlen und Fakten	20	Rapport da revisiun Revisionsbericht
08	Acitivitads da marketing Marketingaktivitäten	21	Prevista Ausblick
10	Puncts culminonts 2019 Höhepunkte 2019	22	Cussegl d'administraziun e personal Verwaltungsrat und Mitarbeitende
14	Finanziaziun Finanzierung	24	Contacts Kontakte

Jahresbericht Surselva Tourismus AG 2019

Liebe Gäste, Zweitheimische und Einheimische – caras Sursilvanas e cars Sursilvans

Die Surselva Tourismus AG (STAG) darf auf ein ereignis- und erfolgreiches Jahr 2019 zurückschauen. In diesem Jahr wurden Schlüsselstellen im Betrieb neu besetzt, unter anderem auf den Posten der Geschäftsführung, des Leiters und der Assistenz Marketing, des Produktmanagers Bike/Infostellenleiter Lumnezia und der Kulturentwicklerin/Infostellenleiterin Ilanz. Das neue Team ging tatkräftig ans Werk, setzte neue Projekte um und intensivierte Kooperationen wie mit dem Open Air Lumnezia, mit Carlo Janka und Renzo Blumenthal sowie mit mira!cultura. Ebenso wurde der Austausch mit den Zweitheimischenvereinen gestärkt. Mit dem Verwaltungsrat wurde die neue Strategie der STAG festgelegt und das Digitalisierungsprojekt gestartet. Gemeinsam mit unseren touristischen Leistungsträgern haben die Mitarbeitenden der STAG alles dafür getan, dass die Surselva als Ganzjahres-Tourismusdestination positioniert werden kann.

Touristisch war das Jahr 2019 sehr zufriedenstellend. Der hier vorliegende Jahresbericht wurde jedoch zu einem Zeitpunkt erstellt, in welchem das Coronavirus unser aller Leben auf den Kopf gestellt hat. Bis Anfang März 2020 zeichnete sich in der Surselva eine rekordverdächtige Wintersaison 2019/2020 ab. Der Lockdown hatte jedoch die vorzeitige Schliessung der Skigebiete, Absagen von Veranstaltungen, Schliessungen von Gastronomie- und Hotelleriebetrieben usw. zur Folge. Erfreulicherweise sanken die Infektionszahlen im Verlauf des Frühlings rasch, was vor Beginn der Sommersaison zur Aufhebung des Lockdowns führte, sodass die Leistungsträger

ihr Alltagsgeschäft wieder aufnehmen konnten. Wir blicken mit Zuversicht auf die Sommer- und Herbstsaison 2020 und sind voller Hoffnung, dass der Winter 2020/2021 auf dem Erfolgspfad weitergeht, auf welchem die letzte Saison so abrupt beendet wurde. Der nun vorliegende Geschäftsbericht vermittelt Ihnen einen Überblick des Jahres 2019 sowie ein Ausblick in die Zukunft. Wir wünsche Ihnen eine interessante Lektüre und weiterhin viele unvergessliche Momente in unserer schönen Surselva. Nus giavischein a Vus ina interessanta lectura e vinavon biars muments nunemblideivels en nossa biala Surselva.



Kevin Brunold
Geschäftsführer
Surselva Tourismus AG

Surselva Turissem SA

Surselva Tourismus AG

Die Surselva Tourismus AG (STAG) wurde 2010 gegründet und ist ein Zusammenschluss der ehemaligen Verkehrsvereine der heutigen Gemeinden Breil/Brigels, Ilanz/Glion, Lumnezia und Obersaxen Mundaun sowie der Bergbahnen Obersaxen Mundaun und der Bergbahnen Brigels/Waltensburg/Andiast. Unter der Leitung von Geschäftsführer Kevin Brunold setzen sich derzeit 20 Mitarbeitende bei 16,5 Vollzeitäquivalenten dafür ein, dass das touristische Angebot der Surselva gebündelt, weiterentwickelt sowie optimal in den jeweiligen Segmenten positioniert und vermarktet wird. Derzeit bestehen zudem drei separate touristische Leistungsvereinbarungen in Form von Marketingkooperationen mit den Gemeinden Safiental, Trun und Sumvitg. Die STAG betreibt Gästeinformationsbüros in Breil/Brigels, Ilanz/Glion (RhB-Schalter), Lumnezia (Vella) sowie in Obersaxen Mundaun (Meierhof) und ist Ansprechpartnerin für alle touristischen Anspruchsgruppen in der Tourismusdestination Surselva. Der Verwaltungsrat der STAG wird durch Dr. Simon Osterwalder präsiert und besteht aus den Mitgliedern Josef Brunner (Vizepräsident), Dr. Duri Blumenthal, Richard Caduff, Dr. Carmelia Maissen, Ernst Sax und Beat Zenklusen.

Aufgabenteilung zwischen Gemeinden und STAG im Tourismus

Die Gemeinden Breil/Brigels, Ilanz/Glion, Lumnezia und Obersaxen Mundaun verfügen über ein systematisch gleich aufgebautes Tourismusgesetz. Dieses bildet die Basis für die Tätigkeit im Tourismusbereich. Die STAG ist die touristische Dachorganisation für diese vier Gemeinden. Mittels einer Leistungsvereinbarung ist die Aufgabenteilung zwischen den vier Gemeinden und der Surselva Tourismus AG geregelt.

Aufgaben der STAG

Die Surselva Tourismus AG erbringt für die Gemeinden folgende Leistungen:

Marketing

- Vermarktung der touristischen Angebote

Gästeservice

- Betreiben der Gästeinformationsbüros in den vier Orten Ilanz, Brigels, Vella und Meierhof
- Entwicklung und Umsetzung eines attraktiven Gästeprogramms

Produktentwicklung

- Entwickeln von logiernächte- und umsatzwirksamen neuen touristischen Angeboten
- Beratende Funktion/Mitwirkung bei der Standortentwicklung

Leistungspartner / Events

- Entwickeln neuer Produkte in Eigenregie oder gemeinsam mit Leistungserbringern
- Entwickeln und unterstützen von logiernächte-wirksamen Events

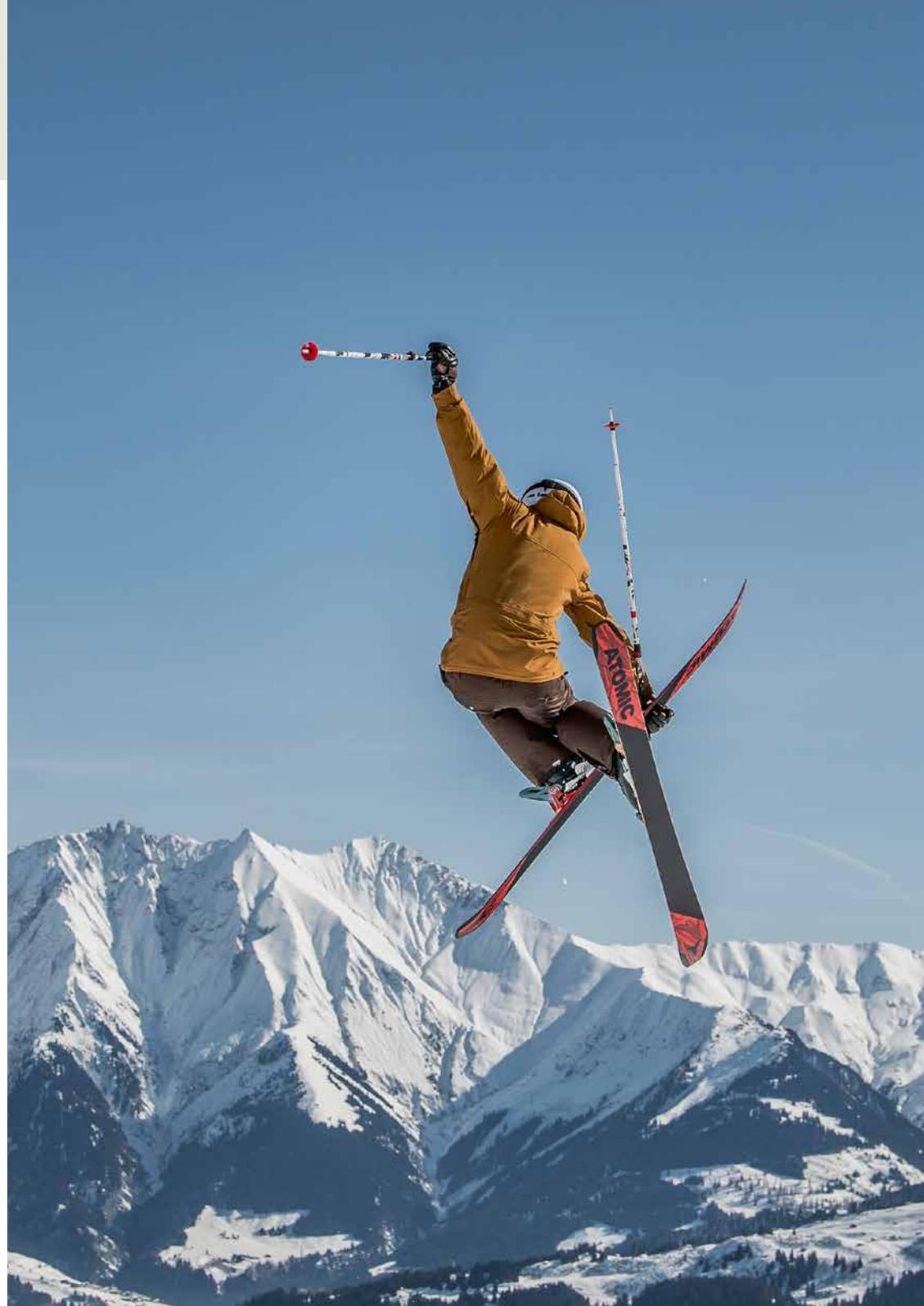
Querschnittsaufgaben

- Administration, EDV, Finanzen, Personal

Aufgaben der Gemeinden

Den Gemeinden fallen folgende Aufgaben im Zusammenhang mit dem Tourismus zu:

- Entwicklung sowie Umsetzung der Strategie für touristische Infrastruktur
- Finanzierung des Tourismus
- Finanzierung, Unterhalt und Betrieb der touristischen Infrastrukturen



Cefras e factas

Zahlen und Fakten



160 km
Skipisten



26
Sesselbahnen
und Skilifte



1200 km
Wanderwege



4
SAC-Hütten



5416
Zweitwohnungs-
eigentümer



40
Hotels, Pensionen
und Berggasthäuser



57
Biketouren



5
Freibäder
und Badeseen



136
Restaurants
(1× Michelin Stern,
7× Gilde,
6× Gault Millau)



1
Resort



15
Langlaufloipen



1651
Veranstaltungen

Acitivitads da marketing

Marketingaktivitäten

Das Marketingjahr 2019 stand ganz im Zeichen der Kontinuität. Nach dem erfolgreichen Auf- und Ausbau der Marketingaktivitäten in den letzten Jahren konnten die verschiedenen Massnahmen gefestigt und gestärkt werden.

Soziale Medien

Facebook und Instagram wurden im vergangenen Jahr gezielt mit verschiedenen Kampagnen bespielt. Dadurch konnten Reichweite und Follower-Zahlen deutlich erhöht werden. Interessant und erfreulich waren zudem die zahlreichen Interaktionen der Nutzer, insbesondere in Zusammenhang mit dem Imagefilm der Winterkampagne und dem neuen Video über die Greina-Ebene.

Webseite

Auf www.surselva.info wurden zum ersten Mal 2 Millionen Seitenaufrufe überschritten. Überdurchschnittlich viele Besuche wurden beim Navigationspunkt Wetter/Webcams erzielt. Hier wird deutlich, wie wichtig das Wetter als Marketinginstrument ist. Der Trend «mobile first» bewahrheitet sich auch bei uns. 51% der Nutzer griffen über ein mobiles Gerät (Smartphone) auf die Webseite zu. Auf Platz 2 folgt Desktop (37%), auf Platz 3 schliesslich Tablet (12%).

Newsletter

Über das Jahr verteilt wurden 14 Newsletter an 12 057 Empfänger versendet. Die wöchentliche Agenda wurde 50 Mal an 1258 Empfänger zugestellt.

Drucksachen

Der Ferienbegleiter Winter wurde gemäss den Richtlinien der Marke Graubünden (Corporate Design) neu eingekleidet, die Inhalte

aktualisiert und die Bildwelt gemäss Foto-konzept angepasst.

Rückblick Sommer 2019

Kampagnen in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien

Innerhalb der Kooperation «Familien» wurde das neue Hörbuch und die neue virtuelle Plattform Gian & Giachen realisiert. Diese Plattform ermöglicht es der ganzen Familie direkt mit den beiden Steinböcken zu interagieren. Zudem wurde im Rahmen der Kooperation «Mein Bergdorf» ein Film zum Thema Kulinarik mit Claudio Zuccolini in Vrin gedreht. Der berühmte Komiker hat ausserdem im Rahmen dieser Kampagne ein Pop-up Restaurant in Wollishofen mit Bündner Spezialitäten errichtet. Neu wurde eine Kooperation im aufkommenden Segment «Gravel & Road» eingegangen. Dabei wurden Touren in der Region verfilmt und durch Influencer begleitet.

#bikelumnezia19

Um die Destination auch im Segment Biken nachhaltig zu verankern, wurde in enger Zusammenarbeit mit dem VC Surselva, den Top-Fahrern Ursin Spescha und Vital Albin sowie den örtlichen Sportgeschäften, die Kampagne *#bikelumnezia19 – mein erster Bike Marathon* umgesetzt. Dabei wurden durch diese Kampagne über 55 Anmeldungen für den Bike Marathon generiert.

Medienspiegel

Folgende Printmedien konnten mit Berichten über buchbare Angebote und erlebbare Aktivitäten beliefert werden:

- HCT (Gruppenreisen)
- Graubünden Exclusiv
- Bergwelten
- Bündner Stern

Von Mensch zu Mensch, raus in den Markt

An folgenden Veranstaltungen war die STAG präsent, um Neukunden zu gewinnen, bestehende Gäste zu pflegen und den Bekanntheitsgrad der Region zu steigern:

- Open Air Lumnezia
- Ilanzer Städtlifesch
- Surselva Bike Day in Ilanz

Die Surselva zu Gast an der ZOM in Wetzikon

Die Charme Offensive ging in die nächste Runde! In Wetzikon konnte die Surselva mit mehreren Marktständen, einem tollen Rahmenprogramm sowie Kulinarik und musikalischer Unterhaltung punkten. Die Offensive erlangte grosse mediale Aufmerksamkeit.

Rückblick Winter 2019

Pünktlich zu Beginn der Sommerferien wurde die neue Winterbroschüre 2019/2020 mit mehreren buchbaren Pauschalangeboten in allen Hotels und Gästeinformationsbüros aufgelegt. Im November startete die STAG in Zusammenarbeit mit der Marke Graubünden die «Enavant»-Kampagne «Weniger ist mehr». In unseren Wintersportgebieten müssen unsere Gäste nicht lange anstehen, und es ist auch nicht notwendig, mit der Anzahl Pistenkilometer zu prahlen. Wir haben andere Qualitäten. In dieser Kampagne wurde deshalb damit geworben, was die Surselva, im Vergleich mit den grossen Destinationen, alles NICHT hat wie beispielsweise keine überfüllten Pisten, keine Pistenraser etc. Die «Weniger ist mehr» Kampagne wurde über den neuen Surselva-Werbespot mit Gian und Giachen für die beiden Wintersportgebiete Brigels/Waltensburg/Andiast und Wintersportgebiet Obersaxen Mundaun Val Lumnezia auf FM1 und Radio Zürisee ausgestrahlt. Parallel zur Radiowerbung wurde

eine Onlinekampagne im deutschsprachigen Raum geschaltet. In folgenden Printmedien wurden über die Pauschalen und Erlebnisangebote der Wintersportgebiete berichtet:

- Snowactive
- Graubünden Exclusive
- Bündner Stern, Zürcher Stern, Luzerner Stern
- Auf Reisen (Gruppenreisen)
- Fernweh

Breil/Brigels

Im Sommer 2019 konnte mit dem Kinderprogramm «Plai a mi» wieder eine Steigerung der Auslastung erzielt werden. Manche Angebote konnten sogar doppelt geführt werden, da sich die Nachfrage – vor allem während der Hochsaison – sehr erfreulich entwickelte. Ein weiteres Highlight war die Chorwoche anfangs Juli, welche auch in diesem Jahr frühzeitig ausgebucht war. Aufgrund der grossen Nachfrage hat die STAG die Sing- und Wandertage ins Leben gerufen, welche jeweils an Pfingsten guten Anklang finden.

Die Integration der Poststelle Brigels in das Gästeinformationsbüro der STAG hat den Betrieb grundlegend verändert. Durch die viel höheren Besucherfrequenzen mussten wir uns auch personell verstärken. Das Gästeinformationsbüro hat sich zu einem wichtigen Anlaufposten für Gäste und Einheimische entwickelt.

Es fanden verschiedene grössere und kleinere Events statt, wobei der 3. Surselva Schneetag, welcher im Januar durchgeführt wurde sowie der Kinderevent «Alles fährt Schii» sicherlich besondere Erwähnung verdienen. Auch der Zirkus Lollypop, welcher im Rahmen des Kin-

derprogramms durchgeführt wird, zählte zu den erfolgreichen Angeboten und war ausgebucht.



Peter Cadonau, Gründer Cadventure

«Die Surselva Tourismus AG verfolgt das Ziel, das nachhaltige touristische Angebot in unserer faszinierenden und abwechslungsreichen Bergregion zu erweitern und zu steigern. Das Start-up Cadventure kann hier eine wichtige Angebotslücke füllen. Für uns ist es jetzt der richtige Zeitpunkt, den Aufbau einer Plattform mit dem Angebot von sportlicher Betätigung, in Form von geführten Mountainbike- und Wander-Touren, voranzutreiben. Wir freuen uns auf eine gute Kooperation in der Tourismusdestination Surselva.»

Jörg Hertig, Präsident IGZWB Surselva

«Die Surselva Tourismus AG war auch 2019 ein verlässlicher Partner für uns Zweitheimische. Zusammen konnten wir bestehende Angebote verbessern und neue erarbeiten. Eine sehr wichtige Verbesserung war dabei der Ausbau der Betriebszeiten der Bergbahnen. Zusammen mit der Geschäftsleitung der Surselva Tourismus AG sind wir uns einig, dass die Zweitheimischen ein grosses Potenzial für die Entwicklung der Tourismus Destination Surselva darstellen. Gemeinsam wollen wir dieses Potential nutzen, um die Destination weiter zu bringen und noch attraktiver zu machen.»

Obersaxen Mundaun

Im Jahr 2019 standen im Gästeinformationsbüro Meierhof die Vorbereitungsarbeiten für die opera viva 2020 sowie das Grand Prix Migros Finale im Fokus. Bei beiden Grossanlässen übernehmen die Mitarbeiter der STAG zentrale und arbeitsintensive Aufgaben in der Organisation. Aufgrund von COVID-19 mussten beide Anlässe auf das Jahr 2021 verschoben werden. So werden diese beiden Anlässe die STAG auch in den Jahren 2020 und 2021 stark beschäftigen.

Die Tourismusstrukturen in der Gemeinde Obersaxen Mundaun waren im Jahr 2019 bis in das Jahr 2020 hinein ein Thema. Die geplante Rekrutierung einer Nachfolge für die Infostellenleitung verlief leider nicht erfolgreich, da keine passenden Bewerbungen eingereicht wurden. Dankenswerterweise hat die derzeitige Infostellenleiterin sich bereit erklärt, in Doppelfunktion die Infostellenleitung weiterzuführen, bis eine Nachfolgelösung gefunden wird. Im Jahr 2020 hat die Gemeinde Obersaxen Mundaun entschieden, das Post-/ Gästeinformationsbüro Surcuolm aufzuheben. Der Mitarbeiter konnte als Gästeberater im Gästeinformationsbüro Meierhof integriert werden.



Die verschiedenen Angebote des Gästeprogramms fanden viel Anklang. Im Eventbereich war wieder einiges los: Vom Kindermusical über den «Puramarkt» mit Eisstockturnier bis hin zum bekannten Seifenkistenrennen mit Schweizer Meisterschaften, dem Alpfest auf dem Piz Mundaun sowie dem Alpbazug. Unterschiedliche Zielgruppen konnten damit angesprochen und für die Destination Obersaxen Mundaun begeistert werden.

Lumnezia

Im Jahr 2019 wurde wieder ein umfangreiches Gästeprogramm angeboten. Im Eventbereich wurde die Kooperation mit dem Openair Lumnezia vertieft. Die STAG hatte mit der neuen «Casa Surselva» erstmals einen unübersehbaren Auftritt am Openair, welches über 18000 Besucher verzeichnete. Ebenfalls war die STAG Partner beim Bikemarathon Lumnezia-Obersaxen, welcher unter dem Namen #bikelumnezia19 ein zentraler Bestandteil der Bike-Kampagne 2019 war. Ein voller Erfolg war ebenfalls das durch die STAG organisierte Raiffeisen Kinofestival Val Lumnezia. Der Produktmanager Bike/Infostellenleiter Lumnezia war im Jahr 2019 in Zusammenarbeit mit der Gemeinde intensiv an der Entwicklung des Bikeangebots beteiligt. Im Rahmen des regionalen Richtplans Langsamverkehr unterstützte er zudem die Destinationsgemeinden bei der Entwicklung eines aus touristischer Sicht optimalen Bikenetzes. Wichtiges Thema ist auch der stetig wachsende E-Bike-Markt. Die intensiven Bemühungen der STAG im Bike-Bereich werden im Jahr

2020 bereits die ersten Früchte tragen, die Arbeit geht jedoch weiter.



Claudio Pfister, Präsident opera viva Obersaxen

«opera viva Obersaxen ist gegenüber seinem Partner der Surselva Tourismus AG dankbar, die Absatzkanäle und die Mithilfe für den Gross Event nutzen zu dürfen. Es ist von grosser Wichtigkeit die vielfältigen und kulturellen Anlässe gebündelt und koordiniert zu vermarkten, damit es möglich sein kann ein ganzjähriges und nachhaltiges Angebot an Anlässen zu entwickeln. Gleichzeitig sind die bestehenden Angebote zu integrieren und weiter zu fördern, damit diese längerfristig bestehen können sowie die entsprechende Wertschöpfung generiert werden kann. Surselva Tourismus AG sollte in der Vermarktung, Gestaltung und Mithilfe kultureller Anlässe noch spürbarer werden und in der Region eine Vorbildfunktion einnehmen und versuchen eine Win-Win Situation für alle zu schaffen.»

Katarina Kohlman, Leiterin Haus der Begegnung, Kloster Ilanz

«In erster Linie ist es für die Region Surselva wichtig, dass es eine Institution gibt, die über verschiedene Marketingmassnahmen Gäste motiviert, diese wunderschöne Region kennen zu lernen und zu besuchen. Ohne die Surselva Tourismus wäre es den unterschiedlichen touristischen Akteuren nicht möglich gebündelt und konzentriert die Surselva zu positionieren und nach aussen sichtbar zu machen. Dank der Massnahmen von Surselva Tourismus profitiert nicht nur der anvisierte Gast, sondern auch die gesamte Hotellerie, die Gastronomen und das Gewerbe, kurzum die Wirtschaft der Region Surselva.»

Ilanz/Glion

Das Jahr 2019 wird für die Infostelle Ilanz/Glion als Jahr des Neustarts der touristischen Entwicklung in die Geschichte eingehen. Unter der Federführung der neuen Infostellenleiterin Ilanz, welche gleichzeitig die Kulturentwicklerin für die ganze Destination ist, wurden einige wichtige Projekte vorangetrieben. So wurden die verschiedenen voneinander unabhängigen Veranstaltungen im Advent von der STAG kommunikativ unter ein Dach gepackt und gemeinsam vermarktet. Die STAG wirkt auch intensiv beim Projekt Zentrumsentwicklung Ilanz mit, bei welchem sie gemeinsam mit dem Handels- und Gewerbeverein sowie der Gemeinde die Projektträgerschaft innehat. Intensiv gearbeitet wurde auch an der Integration der mit der Stadt Ilanz fusionierten Fraktionen in das Angebot und die Kommunikationsmittel der STAG. Beim Projekt «Minas da Gulatsch» in Rueun arbeitet die STAG ebenfalls in der Projektgruppe mit. Weitere Arbeitsfelder waren: mira!cultura-Führungen, Reunion-Fest, Transruinalta, Badifest, Positionierung von Ilanz als Ausgangspunkt für in die Ruinalta, tou-

ristische Entwicklung neues Bahnhofsareal Ilanz, Nutzung touristisches Potenzial Rhein, Entwicklung Rheinfest, etc. Für die Entwicklung des Sommertourismus wird Ilanz in den nächsten Jahren eine wichtige Bedeutung haben.



Finanziazion

Finanzierung

Die finanziellen Mittel, welche der STAG für ihre Aktivitäten als Tourismusregion zur Verfügung stehen, sind die Erträge aus den Gästetaxen sowie aus den Tourismustaxen, welche die Gemeinden im Surselva Tourismus AG Perimeter erheben. Die Mittel aus der Gäste- und Tourismustaxe werden gemäss Leistungsvereinbarung sowie gemäss gesetzlicher Vorgabe verwendet.

Gästetaxen

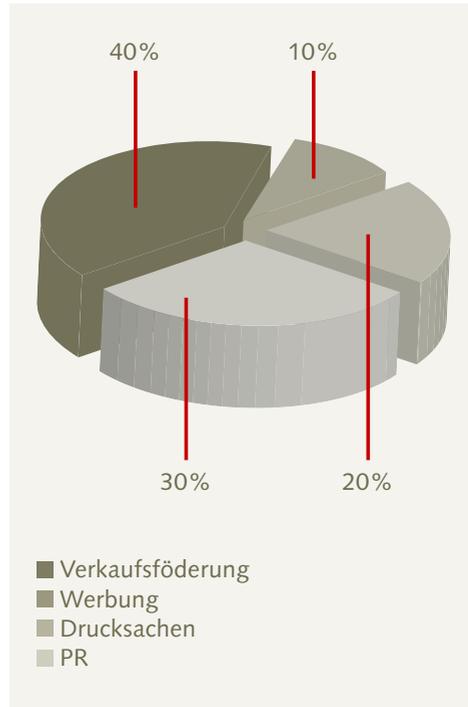
Die Mittelverwendung der Gästetaxen aller Gemeinden ist für die touristische Infrastruktur, für Veranstaltungen sowie für die Gäste vor Ort einzusetzen. Hier folgen einige Beispiele zur Verwendung der Einnahmen der Gästetaxen (Liste ist nicht abschliessend):

- Touristische Infrastruktur
- Gästeservice und Info vor Ort (Betrieb Gästeinformationsbüros, Drucksachen, etc.)
- Gästeprogramme
- Veranstaltungen/Events
- Projekt- und Produktentwicklung vor Ort

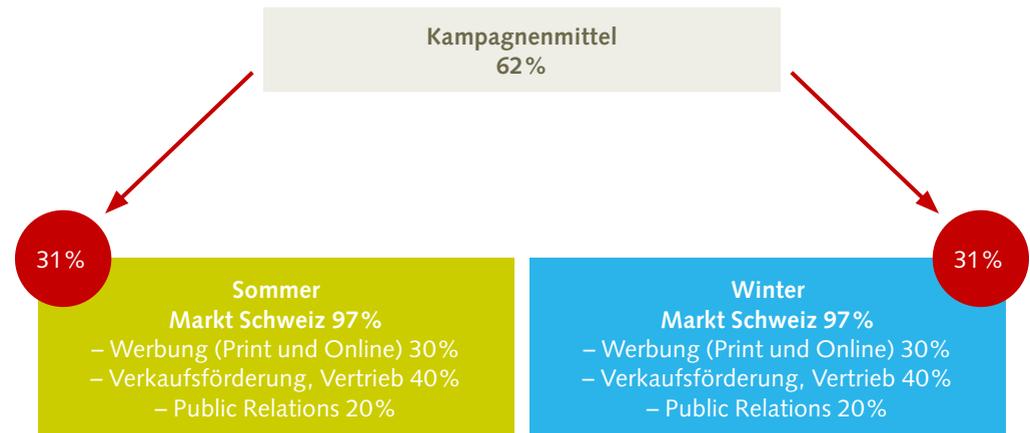
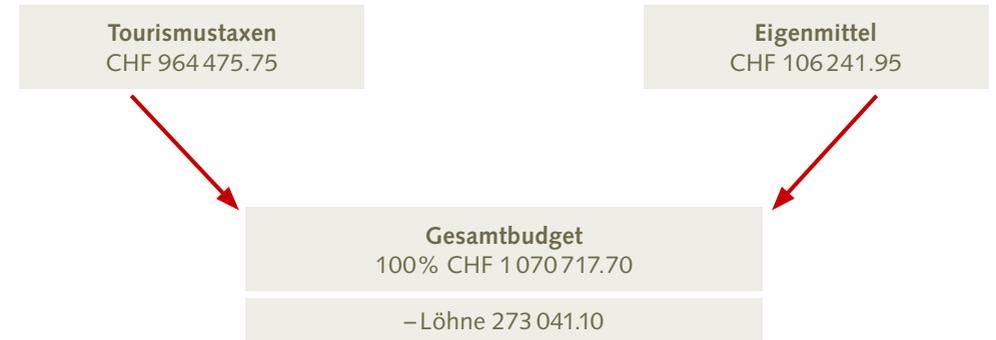
Die Mittelverwendung der einzelnen Gemeinden können auf www.stag-info.ch im Detail eingesehen werden.

Tourismustaxen

Die Tourismustaxen müssen hingegen für die Marktbearbeitung, also für die Vermarktung der Destination, eingesetzt werden. Im Detail ergibt sich das Budget für die Vermarktung der Surselva:



Mittelverwendung Tourismustaxen



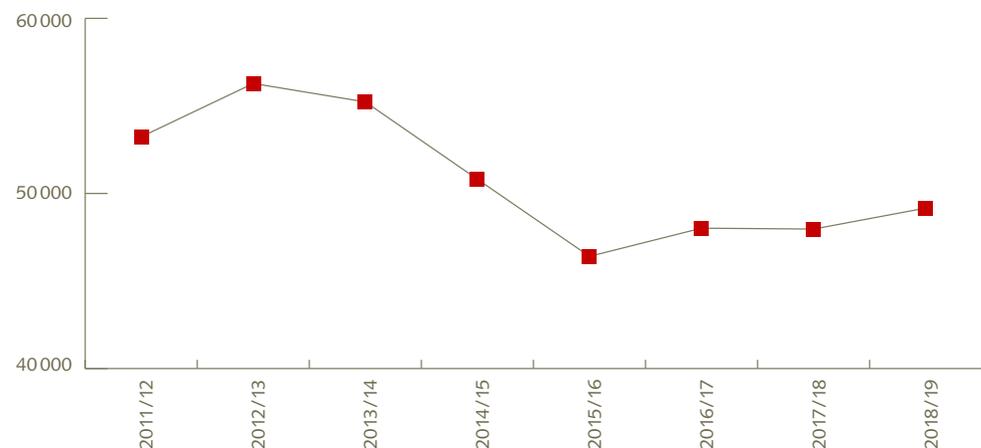
Pernottaziuns

Logiernächte

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Winter 2018/2019

Total 49 164 Logiernächte im Winter 2018/2019, Differenz zum Vorjahr: 2,5%



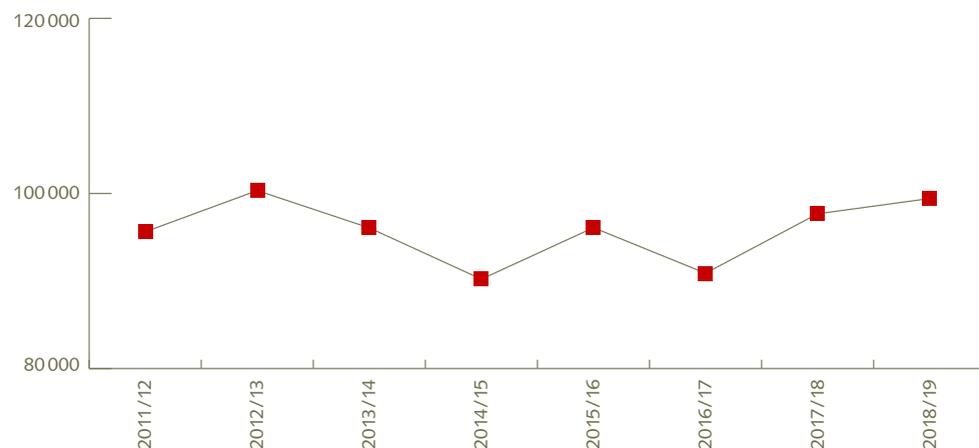
Zeitraum: 1.12.2018–30.4.2019

Quelle: eigene Erhebung

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Winter 2018/19 und Sommer 2019

Total 99 420 Logiernächte im Sommer 2019, Differenz zum Vorjahr: 1,78%



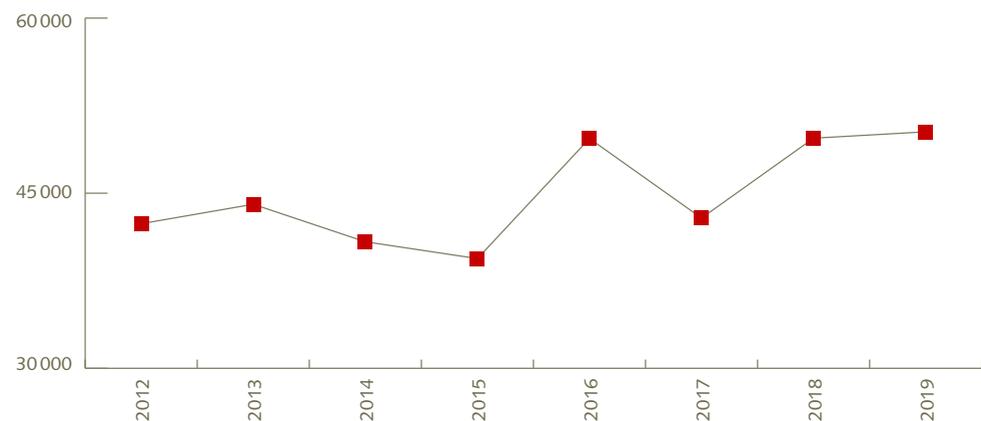
Zeitraum: 1.12.2018–30.11.2019

Quelle: eigene Erhebung

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Sommer 2019

Total 50 256 Logiernächte im Sommer 2019, Differenz zum Vorjahr: 1,1%



Zeitraum: 1.5.2019 – 30.11.2019

Quelle: eigene Erhebung

**Anzahl Zweitwohnungseigentümer
per 31.12.2019: 5416**

Quen annual

Jahresabschluss 2019

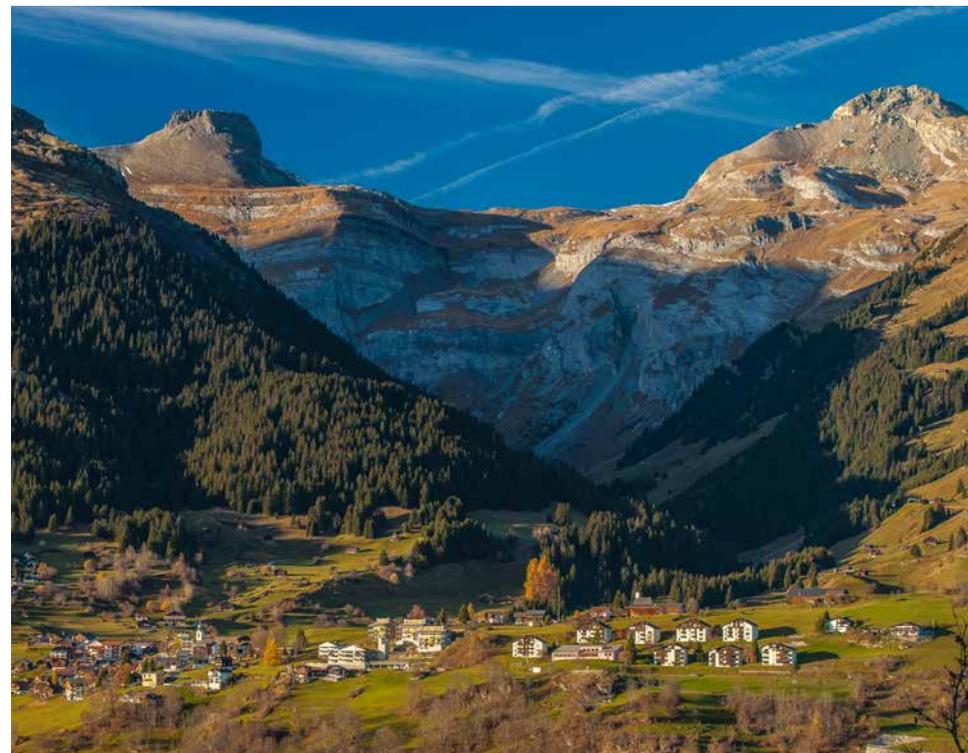
Erfolgsrechnung

Erfolgsrechnung für das am 31. Dezember abgeschlossene Geschäftsjahr
(in Schweizer Franken)

	2019	2018
Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen	2 134 824.42	1 725 377.19
Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen	– 1 054 791.63	– 580 067.95
Bruttoergebnis I	1 080 032.79	1 145 309.24
Personalaufwand	– 824 523.35	– 785 092.90
Bruttoergebnis II	255 509.44	360 216.34
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	– 103 866.25	– 113 023.20
URE Mobilien Sachanlagen	– 13 137.45	– 14 432.00
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	– 3 065.35	– 3 877.95
Energie, Entsorgung und Betriebsmaterial	– 119.00	– 109.90
Verwaltungs- und Informatikaufwand	– 117 108.70	– 107 204.70
Sonstiger betrieblicher Aufwand	– 562.70	– 158.60
Total übriger betrieblicher Aufwand	– 237 859.45	– 238 806.35
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	17'649.99	121 409.99
Abschreibungen Sachanlagen	– 33 442.85	– 20 538.35
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)	– 15 792.86	100 871.64
Finanzaufwand	– 860.95	– 619.87
Betriebsergebnis vor Tourismustaxen und Steuern	– 16 653.81	100 251.77
Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen		
Betrieblicher Ertrag Tourismustaxen	1 070 717.70	1 013 823.65
Betrieblicher Aufwand Tourismustaxen	– 1 030 933.55	– 974 674.76
Total betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen	39'784.15	39 148.89
Ausserordentlicher Aufwand	0.00	– 40 861.98
Unternehmensergebnis vor Steuern (EBT)	23 130.34	98 538.68
Direkte Steuern	– 20 618.00	– 34 289.50
Jahresgewinn (EAT)	2 512.34	64 249.19

Informationen zu Eigenkapital und Rückstellungen per 31. Dezember 2019

Position	Total	Vorgesehene Verwendung
Aktienkapital	180 000.00	gesetzlich gesperrt
Gesetzliche Reserven	90 000.00	gesetzlich gesperrt
Vortrag Jahres- ergebnisse	115 641.06	Relaunch Webseite www.surselva.info , Umsetzung neue digitale Dienstleistung, Umsetzung neue Gästeangebote etc.
Rückstellungen	300 000.00	Projekt «digitaler Gast», Analyse und Umsetzung gewünschte Dienstleistungen Zweitheimische und Hotelgäste, Veranstaltungen Zweitheimische, neue Events resp. Wachstum bei bestehenden Events



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 2019 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 Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

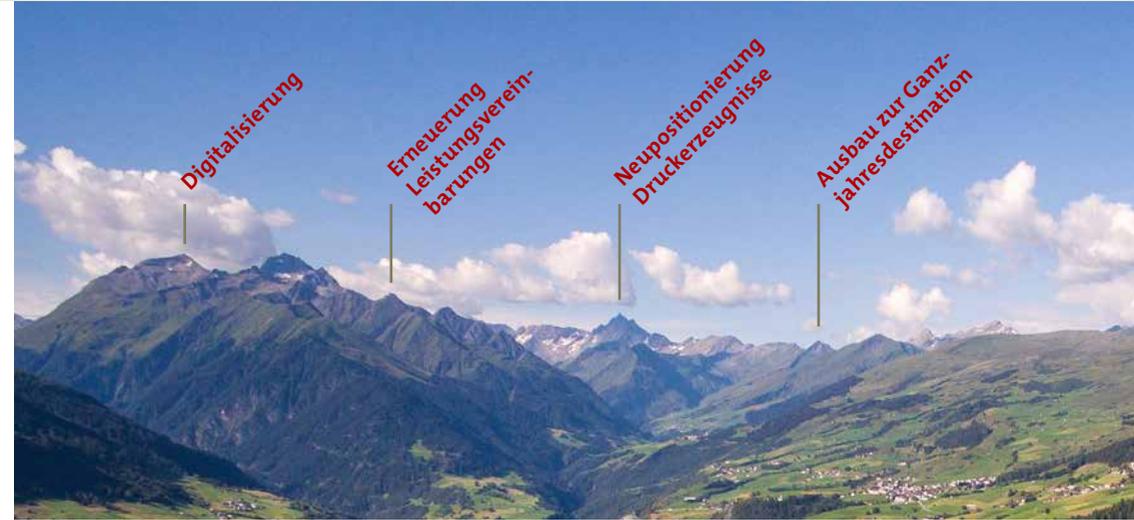
TNC Treuhand Norbert Cavegn AG


Norbert Cavegn
zugelassener Revisionsexperte
eidg. dipl. Treuhandexperte

Vella, 24. Juni 2020

Beilagen:

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



Digitalisierung

In naher Zukunft möchte die STAG ein neues IT-basiertes Datenbanksystem in Betrieb nehmen. Dieses soll dazu dienen, die Werbung zu personalisieren sowie die Effizienz und Effektivität im Verkauf zu erhöhen. Weiter soll dieses neue System der STAG auch ermöglichen, im Bereich der Gästekarte das Nutzungsverhalten und die Bedürfnisse besser ermitteln zu können und die Angebote weiter zu optimieren.

Erneuerung Leistungsvereinbarungen

Die Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden Breil/Brigels, Lumnezia, Ilanz/Glion und Obersaxen Mundaun sollen im Jahr 2020 erneuert werden. Als Basis dafür hat der Verwaltungsrat die Ziele sowie die Strategie für die nächsten Jahre definiert. Die neuen Leistungsvereinbarungen definieren den Auftrag der Gemeinden an die STAG und regeln deren Finanzierung.

Neupositionierung Druckerzeugnisse

Die Druckerzeugnisse sollen schlanker werden und sich auf Inspiration und Information konzentrieren. Wir streben das optimale Mass zwischen Papier und Internet an. Für die Inspiration möchten wir neue Gefässe schaffen. Neben den elektronischen Mitteln wie Webseite und soziale Medien streben wir auch ein eigenes Printmagazin an. Die Coronakrise hat zudem bei der STAG zu einem weiteren Digitalisierungsschub geführt.

Ausbau zur Ganzjahresdestination

Die Surselva soll als führende Ganzjahres-Tourismusdestination der östlichen Alpen positioniert werden. Die STAG fokussiert sich derzeit auf den Auf- und Ausbau des Sommertourismus. Aktuelle Themen und Projekte: Positionierung als Kultur-, Bike- und Wanderdestination, Inwertsetzung Rhein und Ruinaulta, Beispielung neuer Bahnhof Ilanz, Einstieg im Touringmarkt (Alpine Circle), Zukunftsvisionen Transport etc.

Cussegl d'administraziun e persunal

Verwaltungsrat und Mitarbeitende

Verwaltungsrat

Dr. Simon Osterwalder, Präsident und VR-Mitglied
 Josef Brunner, Vizepräsident & VR-Mitglied
 Dr. Carmelia Maissen, VR-Mitglied
 Ernst Sax, VR-Mitglied
 Richard Caduff, VR-Mitglied
 Dr. Duri Blumenthal, VR-Mitglied
 Beat Zenklusen, VR-Mitglied
 TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella, Revisionsstelle

Stand April 2020

Mitarbeitende Lumnezia



Simon Coray
 Produktmanager Bike
 und Infostellenleiter
 Lumnezia 90%



Lydia Casanova
 Gästeberaterin
 Lumnezia 50%



Cornelia Andreoli
 Gästeberaterin und
 Reservationsmanage-
 rin Lumnezia 80%



Ramona Aiello
 Gästeberaterin
 Lumnezia 50%

Geschäftsführer

Mitarbeitende Ilanz/Glion



Kevin Brunold
 Geschäftsführer 80%



Joel De Buren
 Marketingleiter 100%



Sabrina Hauri
 Assistentin Marketing
 und Produktmanagerin
 Wandern 100%



Gil Vaucher
 Praktikantin Marketing
 100%

Mitarbeitende Breil/Brigels



Silvan Gabriel
 Infostellenleiter Breil/
 Brigels 100%



Larissa Albin
 Gästeberaterin Breil/
 Brigels 100%



Denise Gabriel
 Gästeberaterin Breil/
 Brigels 60%



Martina Steger
 Gästeberaterin und
 Kinderprogramm
 Betreuerin Breil/
 Brigels 60%



Patric Tuor
 Gästeberater
 Breil/Brigels 100%



Alessio Tamagni
 Projektleiter Digital /
 IT / Telefonie 100%



Katja Klee
 Eventmanagerin 50%



Céline Meury
 Kulturentwicklerin und
 Infostellenleiterin Ilanz
 100%



Team RhB Ilanz
 Gästeberatung

Mitarbeitende Obersaxen Mundaun



Antonia Tschuor
 Administration/
 Finanzen/Personal
 Infostellenleiterin
 Obersaxen 100%



Carmen Capaul
 Gästeberaterin,
 Obersaxen Mundaun
 80%



Maria-Luisia Darms
 Gästeberaterin
 Obersaxen Mundaun
 50%



Marco Camartin
 Gästeberater
 Obersaxen Mundaun
 100%



Catrina Caminada
 Gästeberaterin
 Obersaxen Mundaun
 100%

Contacts / Kontakte**Infostelle Breil/Brigels**

Via Principala 34
7165 Breil/Brigels
Tel. 0041 81 941 13 31
brigels@surselva.info

Infostelle Ilanz/Glion

Bahnhofstrasse 25
7130 Ilanz
Tel. 0041 81 920 11 05
ilanz@surselva.info
Die Infostelle in Ilanz wird von der Rhätischen Bahn geführt.

Infostelle Obersaxen Mundaun (Meierhof)

Undertor 1
7134 Obersaxen
Tel. 0041 81 933 22 22
obersaxen@surselva.info

Infostelle Lumnezia

Palius 32D
7144 Vella
Tel. 0041 81 931 18 58
vallumnezia@surselva.info

Infostelle Safiental

Hauptstrasse 35
7104 Versam
Tel. 0041 81 630 60 16
info@safiental.ch

Trun Turissem

Postfach 137
7166 Trun
Tel. 0041 81 943 31 49
turissem@trun.ch
In Trun können Sie sich auf der Gemeindekanzlei informieren.

Sumvitg Turissem

Via Quadras Su 10
7175 Sumvitg
Tel. 0041 81 920 25 05
info@sumvitg-turissem.ch
In Sumvitg können Sie sich auf der Gemeindekanzlei informieren.

Surselva Tourismus AG

Bahnhofstrasse 25
7130 Ilanz
Tel. 0041 81 920 11 05
marketing@surselva.info

www.surselva.info