

Rapport annual 2020

Jahresbericht 2020





03	Igl onn 2020 Das Jahr 2020	16	Pernottaziuns Logiernächte
05	Surselva Turissem SA Surselva Tourismus AG	18	Quen annual 2020 Jahresabschluss 2020
06	Cefras e factas Zahlen und Fakten	20	Rapport da revisiun Revisionsbericht
08	Acitivitads da marketing Marketingaktivitäten	21	Prevista Ausblick
10	Puncts culminonts 2020 Höhepunkte 2020	22	Cussegl d'administraziun e personal Verwaltungsrat und Mitarbeitende
14	Finanziaziun Finanzierung	24	Contacts Kontakte

Jahresbericht Surselva Tourismus AG 2020

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

Das Jahr 2020 war aufgrund der COVID-19-Pandemie für uns alle eine Herausforderung. Die vom Bundesrat auserufene ausserordentliche Lage, welche auf den 17. März 2020 in Kraft getreten ist, hat unser aller Leben auf den Kopf gestellt. Dieser sogenannte Lockdown bedeute für die Tourismusdestination Surselva, dass die Skigebiete und alle Tourismusbetriebe von einem Tag auf den anderen schliessen und die Wintersaison 2019/20 vorzeitig beenden mussten. Die ausserordentliche Lage wurde vom Bundesrat erst am 27. Mai 2020 wieder aufgehoben.

Aus touristischer Sicht schloss der Winter aufgrund des vorzeitigen Saisonschlusses mit einem Rückgang der Logiernächte im Umfang von 7,6%.

Im Verlauf des Frühlings war aufgrund der grossen Nachfrage nach Miet-Ferienwohnungen und Campingstellplätzen (die Campingplätze waren noch geschlossen) zu spüren, dass ein ausserordentlicher Sommer bevorstand. Die Sommersaison 2020 wurde dann mit den weitgehenden Öffnungsschritten im Bundesratsbeschluss vom 27. Mai 2020 richtig lanciert. Aufgrund der unsicheren Lage im Ausland entschieden sich viele Schweizer, ihre Sommerferien im eigenen



Land zu verbringen. Auch bei den Wochenendausflügen war eine starke Zunahme zu spüren. Die hohe Nachfrage von Schweizer Gästen, auch aus der Romandie, in Kombination mit dem schönen Wetter bescherte der Tourismusdestination Surselva einen hervorragenden Sommer. Das Gästeangebot der Surselva Tourismus AG (STAG) war sehr gefragt. Die Hotel-Logiernächte lagen im Sommer 2020 um 8,5% höher als im Vorjahr. Darin nicht eingerechnet sind die Logiernächte auf Campingplätzen und in Mietwohnungen, wo das Wachstum vermutlich noch höher ausgefallen ist.

Die Wintersaison 2020/21 bedeutete für die gesamte Tourismusdestination eine grosse Herausforderung, da die behördlichen Vorgaben sehr umfangreich waren. Um gewährleisten zu können, dass die Skigebiete Brigels und Obersaxen eine Betriebsbewilligung erhielten, gründeten die Gemeinden Breil/Brigels, Ilanz/Glion, Lumnezia und Obersaxen Mundaun gemeinsam mit der STAG die COVID-19 Taskforce Surselva. Diese war zuständig für die Schutzkonzepte sowie alle Sicherheitsvorkehrungen in den vier Gemeinden. Seit der Gründung am 2. Dezember 2020 ist die Taskforce bis zum heutigen Tag in Betrieb. Neben der Gewährleistung der Sicherheit setzt sich die Taskforce auch immer wie-

der für die Interessen der touristischen Leistungsträger ein (Terrassen-Öffnungen, Take-away-Lösungen, Ferienlager, etc.).

Die STAG hat das Jahr 2020 genutzt, um die wichtigen strategischen Projekte entscheidend voranzutreiben. Mit den Gemeinden wurden die Leistungsvereinbarungen für die Jahre 2021 bis 2025 abgeschlossen. Die Technologiepartnerschaft mit der Inside Labs AG und die Einführung der digitalen Plattform im Sommer 2021 wird zu einem Digitalisierungsschub führen. Das Angebot in den Bereichen Bike, Kultur, Wandern und Wintersport wurde weiter marketingtechnisch verdichtet und mit neuen Produkten erweitert. Mit dem Alpine Circle werden neu auch Touringgäste gezielt beworben. Die Tourismusdestination Surselva befindet sich auf einem guten Weg und schreitet mit viel Elan in die Zukunft.



Kevin Brunold
Geschäftsführer
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 16,2 Vollzeitäquivalente 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 (bis 31. Dezember 2020), 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 je 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 Leistungsvereinbarungen ist die Aufgabenteilung zwischen den vier Gemeinden und die Surselva Tourismus AG geregelt. Die Leistungsvereinbarungen wurden im 2020 erneuert. Für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis am 31. Dezember 2025 sind die touristischen Aufgaben und Leistungen folgendermassen zwischen der STAG und den vier Gemeinden aufgeteilt.

Surselva Tourismus AG	
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Vermarktung • Sales
Querschnittaufgaben	<ul style="list-style-type: none"> • IT, Administration • Finanzen, Personal etc.
Gästedienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Gästeinformation • Gästeprogramm
Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung neuer touristischer Produkte • Unterstützung Tour, Standortentwicklung
Leistungsträger & Leistungspartner	<ul style="list-style-type: none"> • Betreuung und Beratung • Einbindung in Produktentwicklung
Veranstaltungen (Events)	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation eigener Events • Unterstützung Organisatoren
Gästekarte	<ul style="list-style-type: none"> • Betrieb eines Gästekartensystems
Zweitwohneigentümer	<ul style="list-style-type: none"> • Verantwortung für Beziehungspflege
Gemeinden	
Touristische Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Bau, Unterhalt und Betrieb • Finanzierung
Standortentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Positionierung, Entwicklungsstrategie, Umsetzung, Finanzierung
Finanzen und Gesetze	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherstellung gesetzliche Grundlagen • Finanzierung Surselva Tourismus AG

Cefras e factas

Zahlen und Fakten



160 km
Skipisten



26
Sesselbahnen
und Skilifte



1200 km
Wanderwege



4
SAC-Hütten



5462
Zweitwohnungs-
eigentümer



43
Hotels, Pensionen
und Berggasthäuser



62
Biketouren



5
Freibäder
und Badeseen



135
Restaurants
(7 × Gilde,
5 × Gault Millau)



1
Resort



18
Langlaufloipen



10
Camping-, Stell-
und Zeltplätze

Acitivitads da marketing

Marketingaktivitäten

Das Marketingjahr 2020 stand ganz im Zeichen des Online Marketings. 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 erneut deutlich erhöht werden. Neben der zielgerichteten Bespielung der Bike-Community haben wir uns zudem entschieden, auf Instagram und Facebook mit separaten Surselva Bike Kanälen präsent zu sein. Ebenfalls neu sind wir auf dem Business Netzwerk LinkedIn präsent. Die Bespielung auf Twitter wurde zudem intensiviert.

Videos

Es wurden verschiedenste kurze und lange Videos in den Segmenten Bike (z. B. E-Mountainbike, Bike Reparatur-Tipps), Wandern (Val Frisal, Panoramawanderung Piz Mundan, Rheinschlucht und Greina) und Kultur (Kultur-Highlights der Region – neuer Slogan pura. cultura. alpina.) produziert. Des Weiteren wurde bestehendes Filmmaterial für die «Weniger ist mehr» Kampagne Winter wiederverwendet.

Webseite

Auf www.surselva.info wurden zum ersten Mal 3 Millionen Seitenaufrufe überschritten. Überdurchschnittlich viele Besuche wurden beim Navigationspunkt Wetter/Webcams erzielt. 58% der Nutzer griffen über ein mobiles Gerät (Smartphone) auf die Webseite zu. Auf Platz 2 folgt Desktop (36%), auf Platz 3 schliesslich Tablet (6%). Erwähnenswert ist die Nutzung auf dem Smartphone, welche

um +7% zugenommen hat. Suchmaschinenoptimierungen (SEO) wurden gezielt bei den relevantesten Seiten vorgenommen und etabliert. Mitarbeitende wurden geschult, sodass sie wissen, welche Seitenoptimierungen beachtet werden sollen. Anfangs 2020 wurde der Guuru-Chat eingeführt. Gäste und Touristen, welche sich über die Surselva informieren möchten, erhalten die Gelegenheit, sich mit Surselva Guurus (Einheimischen, Zweitheimische, etc.) in Echtzeit auszutauschen.

Newsletter

Über das Jahr verteilt wurden 9 Newsletter an 12 581 Empfänger versendet. Die wöchentliche Agenda wurde an 1695 Empfänger zugestellt.

Drucksachen

Das neue Gästemagazin Winter mit spannenden Geschichten über unsere Ferienregion wurde herausgegeben. Die Winteredition des Gästemagazins hatte eine Auflage von 32 000 Exemplaren. Eine grosse Präsenz im Raum St. Gallen wurde mit einer Streuung über das St. Galler Tagblatt (23 500 Exemplare), einer E-Paper Promotion über die FM1-Today Internetseite sowie über unsere Kanäle (Webseite, Newsletter, Soziale Medien) erzielt. Zudem lagen 8500 Exemplare in der Region bei den Leistungsträgern auf. Ausserdem wurden die Broschüren Wandern und Bike neu aufgesetzt. Durch die fortschreitende Digitalisierung und die Corona-Situation wurde der Ferienbegleiter nur noch online aufgeschaltet.

Rückblick Sommer 2020

Kampagnen in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien

Mit der Patgific Kampagne wurden Sonnen Gäste (z.B. Ex Malediven Touristen) nach Graubünden gelockt. Wir konnten einige unserer Angebote platzieren wie zum Beispiel «Grossvater kocht in Brigels».

In der Familien Allianz wurde nebst der Illustrationswelt von Gian & Giachen eine Kinderwelt Online Plattform erstellt, um Familien für Graubünden zu inspirieren. Basis sind Geschichten und Schauplätze der Kinderbücher und Hörspiele.

Bei der Kooperation im Segment «Gravel & Road» wurde ein «Menu for Cyclists» durch Andreas Caminada entwickelt. Dabei wurden Tourenvorschläge aus der Surselva als «Menu» serviert. Zusammen mit Bike Profis wurde Content mit einem Video als Herzstück produziert.

Graubünden Ferien startete im Jahr 2020 mit dem Projekt Alpine Circle. In den nächsten drei Jahren wird der Bereich Touring entwickelt und aufgebaut. Dazu werden die 4 spektakulärsten Sehenswürdigkeiten von Graubünden zu spannenden alpinen Rundreisen verbunden und angereichert mit lohnenswerten, zielgruppenspezifischen Sehenswürdigkeiten und Erlebnissen. Surselva Tourismus, als Gold Partner mit der Rheinschlucht, sollte von nun an auf der Bucket List eines jeden Touring-Gastes in den Alpen stehen.

Medienspiegel

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

- HCT (Gruppenreisen)
- Schweizer Illustrierte
- Ride Magazin

Raus in den Markt

Aufgrund der Corona Pandemie konnten viele Events im Jahr 2020 nicht stattfinden. Folgende Veranstaltungen konnten trotzdem durchgeführt werden und die STAG war präsent, um neue Gäste zu gewinnen, bestehende Gäste zu pflegen sowie den Bekanntheitsgrad der Region zu steigern:

- Kinofestival Lumnezia
- Autokino Ilanz
- Surselva Bike Day in Ilanz
- Zweitheimischen-Gäste-Tag: Guder ensemen
- Gondel Gärtli in Zürich

Rückblick Winter 2020

Die Kampagne «Weniger ist mehr» wurde selbständig weitergeführt und ausgebaut. Mit ansprechenden Bildern und Sprüchen wurden die Gäste auf unsere Region fernab von Massentourismus und Alltagshektik aufmerksam gemacht. Die «Weniger ist mehr» Kampagne wurde mit dem Gian & Giachen Surselva Werbespot für die beiden Wintersportgebiete Brigels und Obersaxen Mundan auf FM1 untermauert. Parallel zur Radiowerbung wurde eine Onlinekampagne im deutschsprachigen Raum geschaltet, APG Plakate und ePanels gebucht und unsere Social Media Kanäle bespielt.

Joel de Buren, Leiter Marketing

Breil/Brigels

Die Wintersaison 2019/20 wurde am 13. Mai von einem Tag auf den anderen beendet. Erstaunlich früh und intensiv begann dann die Sommersaison, welche bereits an Auffahrt wie auch Pfingsten hohe Gästezahlen mit sich brachte. Der Camping-Stellplatz rund um den See war mit teilweise über 60 Wohnwagen ausserordentlich gut besucht.

So ging es im Sommer nahtlos weiter. Das rund 30% höhere Gästeaufkommen als im Sommer zuvor hielt die Infrastruktur und die Gastgeber auf Trab, mussten doch gleichzeitig die Schutzvorkehrungen betreffend Pandemie organisiert und umgesetzt werden. Kinder- und Familienprogramme wie auch Kulturführungen waren über den ganzen Sommer sehr gut gebucht und zeigten auf, dass Frau und Herr Schweizer die Ferien in der Heimat verbrachten. An Events war leider nicht zu denken, da die Vorschriften diese verhinderten. Dafür waren populäre Wanderwege stark frequentiert und an gewissen Feuerstellen warteten die Gäste geduldig auf ein freies Plätzchen.

Der Winter startete im Vergleich eher verhalten. Auflagen änderten sich im Wochentakt

und für Gastronomen wie auch Gastgeber wurde die Pandemie zum Spiessroutenlauf. Dennoch können wir eine positive Bilanz ziehen und, trotz erschwerten Bedingungen, auf ein erfolgreiches Jahr 2020 zurückblicken. Ein Jahr, das in die Geschichte eingehen wird.

Silvan Gabriel, Leiter Infostelle Brigels



Clau Schlosser, Gemeindepräsident Breil/Brigels

«Die Gemeinde Breil/Brigels schätzt die Zusammenarbeit mit der STAG sehr. Sie übernimmt eine wichtige Scharnierfunktion zwischen den touristischen Leistungsträgern und der politischen Gemeinde. Die STAG leistet mit ihrem Kinderprogramm «Plai a mi» einen wichtigen Beitrag, damit sich die Gemeinde Breil/Brigels als attraktiver Ferienort für Familien positionieren kann. Wir schätzen die stets neuen Angebote, welche sie entwickelt. Und dank der STAG konnte die Gemeinde eine Lösung für den Postschalter finden, welche sowohl den Gästen wie auch den Einheimischen zugutekommt.»

Ernst Sax, Gemeindepräsident Obersaxen Mundaun

«Die Surselva Tourismus AG ist ein Zusammenschluss der vier Gemeinden Obersaxen Mundaun, Breil/Brigels, Ilanz/Glion und Lumnezia sowie den zwei Bergbahngesellschaften Obersaxen Mundaun und Brigels. Die Gemeinde Obersaxen Mundaun schätzt die STAG als Auftragnehmerin für die zuverlässliche Ausführung der ihr übertragenen Aufgaben, jedoch auch als Sparringpartnerin im Bereich Tourismus. Durch die gemeindeübergreifende Aufstellung ist sie zu einer zentralen Koordinatorin im Tourismus geworden. Diese Stärke konnte die STAG im Winter 2020/21 unter Beweis stellen, wo sie gemeinsam mit den vier Gemeinden die COVID-19 Taskforce Surselva bildete.»

Obersaxen Mundaun

In der Wintersaison 2019/20 fanden wiederum zahlreiche Gästeprogramme statt. Das neue Angebot Langlauf mit Tipps und Tricks vom Profi auf der beleuchteten Nachtloipe in Flond stiess auf grosses Interesse. Das «mach mit – bleib fit» Angebot wurde von Gross und Klein rege besucht. Die traditionellen Bauernmärkte in Surcuolm erfreuten wiederum viele Gäste und Einheimische und sind aus dem Kalender nicht mehr wegzudenken. Nebst dem vielfältigen Angebot an einheimischen Produkten, kommt die Geselligkeit und Unterhaltung nicht zu kurz. Ein Highlight für die ganze Familie bot das Musical «Rotkäppli» Die passende Musik und farbenfrohe Bühnenausstattung erfreute Ohr und Auge jedes Besuchers.

Freitag, der 13. März 2020 war der Beginn einer grossen Herausforderung für uns alle. Die Situation rund um COVID-19 erforderte von uns viel Flexibilität und Improvisationstalent. Die Absage des Grand Prix Migros und die Umbuchungen und Stornierungen der geplanten Oper Semiramide waren mit viel Arbeit verbunden.



Während der ganzen Sommer- und Herbstsaison hielten sich überdurchschnittlich viele Gäste bei uns auf. Aufgrund der Corona Auflagen haben wir individuell durchführbare Angebote und mehr Gästeprogramme für kleine Gruppen organisiert, diese schätzten und nutzten unsere Gäste sehr. Parallel dazu nutzten wir die Ressourcen, um neue Produkte zu entwickeln. Die Gamschi Challenge im Skigebiet konnte bereits erfolgreich umgesetzt werden. Die letzten Vorbereitungen für den Hörspielweg Hilarius in Surcuolm laufen auf Hochtouren. Wir freuen uns auf die Eröffnung im Sommer 2021.

Antonia Tschuor, Leiterin Infostelle Obersaxen

Puncts culminants 2020

Höhepunkte 2020

Lumnezia

Trotz Corona konnte im Jahr 2020 ein vielfältiges Gästeprogramm angeboten werden, welches bei den Gästen auf grosses Interesse stiess. Auch das Open Air Kino in Davos Munts war wieder ein voller Erfolg. Ein Highlight war unter anderem der exklusive Abend für Zweitheimische mit einem Film des Zweitheimischen Martin Skalsky sowie einem köstlichen Apéritif.

Die grossen Events Open Air Val Lumnezia, Bike Marathon Lumnezia Obersaxen und der Marcau Daniev Val Lumnezia konnten aufgrund der Pandemie leider nicht durchgeführt werden. Die auf Winterbeginn geplante erstmalige Durchführung der Lumnezia Challenge, welche die STAG gemeinsam mit Renzo Blumenthal, dem Open Air Lumnezia, den Bergbahnen Obersaxen Mundaun und dem Hotel Pellas organisiert, musste um ein Jahr verschoben werden. Dafür konnte im Herbst ein neuer Cross-Country Parcours in Cumbel eröffnet werden. Die Bike- und Wanderrouten wie auch die Greina war im Sommer 2020 stark frequentiert.

Am 1. Juli 2021 wird Janine Westenberger die Leitung der Infostelle Val Lumnezia übernehmen.

men. Eines der ersten Aufgaben wird sein, das touristische Entwicklungskonzept gemeinsam mit der Gemeinde Lumnezia zu finalisieren sowie die Umsetzung der definierten Massnahmen voranzutreiben. Dazu gehören unter anderem neue Themenwege.

Lydia Casanova, Leiterin a.i. Infostelle Val Lumnezia



Daniel Solèr, Gemeindepräsident Lumnezia

«Die Val Lumnezia, als grösstes Seitental der Surselva, kann mit ihrer lieblichen Landschaft viel zum reichhaltigen Tourismusangebot in der Region beitragen. Wir freuen uns, dass wir mit der Surselva Tourismus AG eine kompetente Organisation haben, welche unsere Bestrebungen nach nachhaltigen Angeboten gezielt unterstützt und fördert. Denn einerseits sichert ein attraktives Freizeitangebot Arbeitsplätze. Und andererseits begünstigt dies auch die Attraktivität der Gemeinden in der Surselva als Wohn- und Lebensraum.»

Dr. Carmelia Maissen, Gemeindepräsidentin Ilanz/Glion

«Als Gemeinde sind wir für zahlreiche touristische Infrastrukturen zuständig. So pflegen wir Wanderwege, betreiben ein Freibad, platzieren Spiel- und Grillplätze und unterstützen ein Museum und ein Kino. Oder entwickeln neue Infrastrukturen. Ohne die enge Zusammenarbeit mit Surselva Tourismus bleiben diese Arbeiten aber nur halb wirksam. Zusammen sorgen wir für ein regional optimal abgestimmtes Angebot. Dank der Nähe der Touristiker an der Front zu unseren Gästen können wir unsere Angebote noch besser zum Wohl der Gäste entwickeln. Und nur dank des professionellen Marketings von Surselva Tourismus sind die unzähligen Perlen der Gemeinde Ilanz/Glion auf unzähligen Kanälen sicht- und erlebbar.»

Ilanz/Glion

Das Jahr 2020 hat grosse Herausforderungen an uns herangetragen: Veranstaltungen, Angebote und Projekte konnten nicht wie gewohnt resp. wie geplant umgesetzt und durchgeführt werden. Es ist uns aber gelungen, neue Formen zu erarbeiten und Möglichkeiten zu finden, sodass die Infostelle Ilanz auf ein erfolgreiches Jahr zurückblickt. In Zusammenarbeit mit dem Verein Graubeamer fand im Sommer in Ilanz das erste Autokino der Surselva statt. In der Adventszeit hat der online Adventsrundgang für Familien in der Altstadt und die Adventsfensteraktion die Vor- und Weihnachtszeit belebt. Das Kinderprogramm «Werkelzwerge», welches in Zusammenarbeit mit dem Museum Regional Surselva, im Sommer und Herbst zum ersten Mal durchgeführt wurde, war ein grosser Erfolg und wird deshalb auch im Jahr 2021 weitergeführt. Das Projekt Minas da Gulatsch in Rueun wurde bewilligt, die Finanzierung gesichert und es befindet sich nun in der Umsetzungsphase für die Eröffnung im Frühling 2022. Die STAG ist bei den beiden Projekten «Via Glion» und im Verein «Schicht-

wechsel – La Surselva» jeweils in der Koordinationsgruppe resp. im Vorstand tätig und arbeitet bei der Planung und Umsetzung mit. Innerhalb des Projektes «Zentrumsentwicklung» wurde der Zentrumsstammtisch eingeführt- und mehrmals abgehalten, ebenfalls konnte u.a. die Verbesserung der Signalisation für den Einstieg Wanderweg Rheinschlucht umgesetzt werden.

Im Jahr 2020 wurden weitere wichtige Grundlagen für den Aufbau von Ilanz als Bike Destination gelegt. Dazu gehört der Surselva Bike Day, welcher im 2020 mit grossem Erfolg durchgeführt werden konnte. Auch im Bereich Winteraktivitäten (Langlauf, Winterwandern und Schlitteln) konnten die Voraussetzungen für die Vermarktung des bestehenden attraktiven Angebotes geschaffen und neue Projekte lanciert werden. Auch Dank des gelungenen Umzugs in die neuen Büroräumlichkeiten der Region Surselva, sind wir mit vollem Elan ins 2021 gestartet.

Céline Meury, Leiterin Infostelle Ilanz

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.

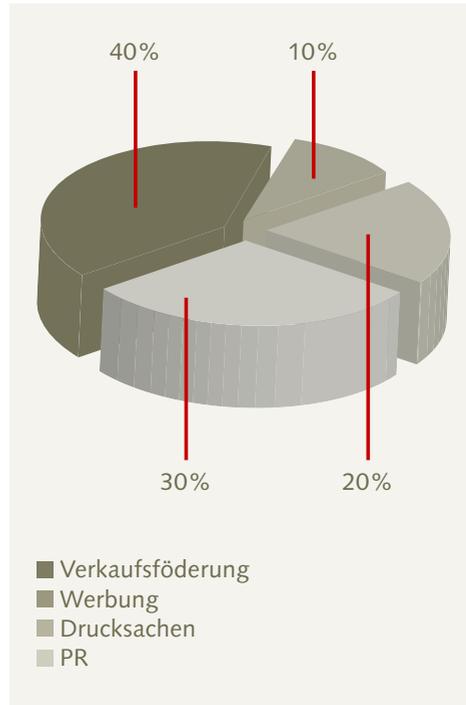
Gästetaxen

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):

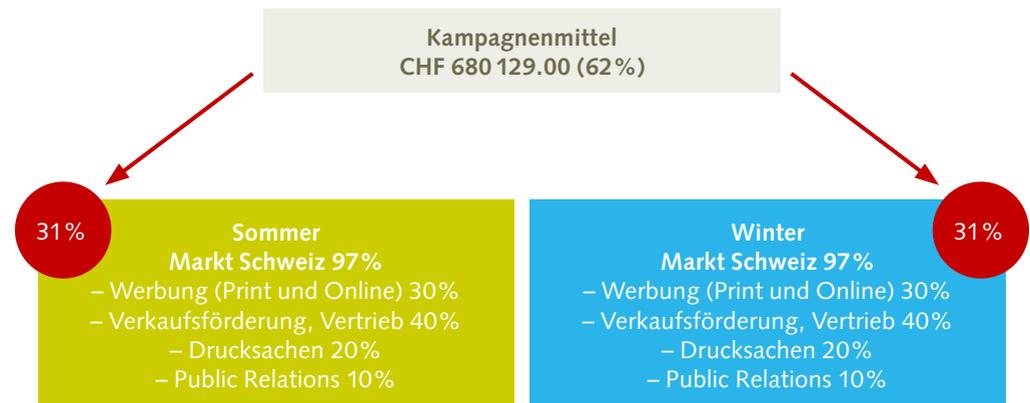
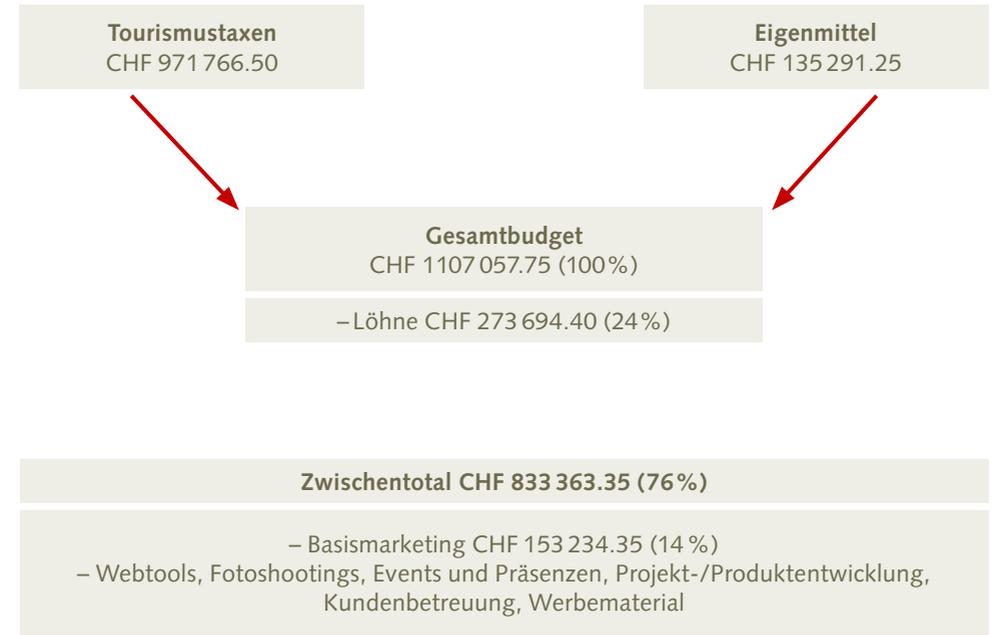
- Touristische Infrastruktur
- Gästeservice und Info vor Ort (Betrieb Gästeinformationsbüros, Drucksachen, etc.)
- Gästeprogramme
- Veranstaltungen/Events
- Projekt- und Produktentwicklung vor Ort

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



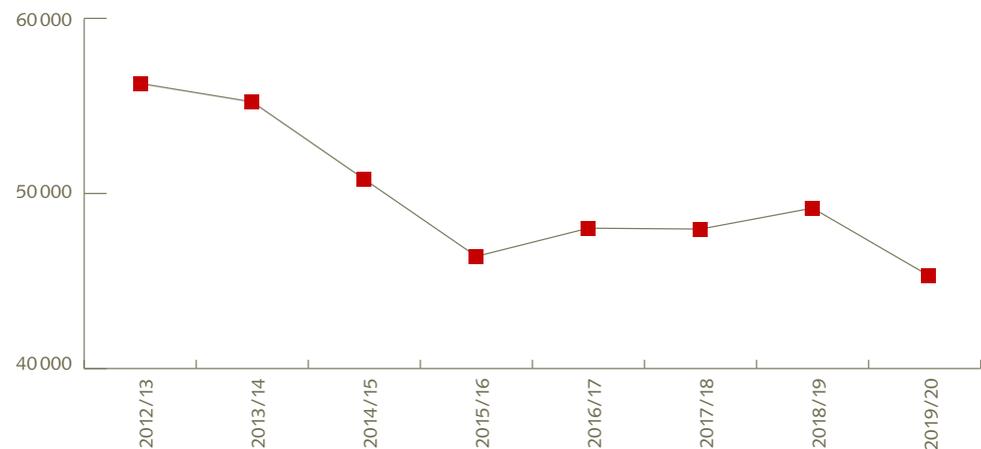
Pernottaziuns

Logiernächte

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Winter 2019/2020

Total 45 408 Logiernächte im Winter 2019/2020, Differenz zum Vorjahr: -7,6%



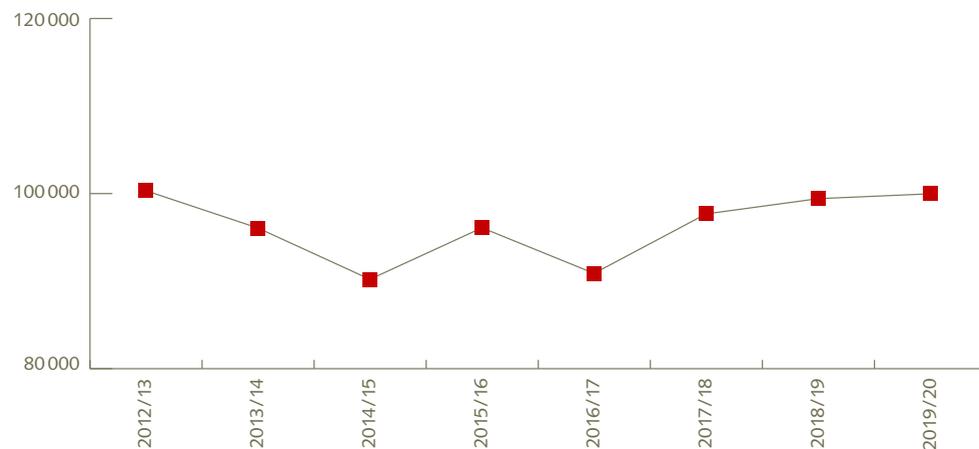
Zeitraum: 1.12.2019 – 30.4.2020

Quelle: eigene Erhebung

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Winter 2019/20 und Sommer 2020

Total 99 971 Logiernächte im 2019/20, Differenz zum Vorjahr: 1,84%



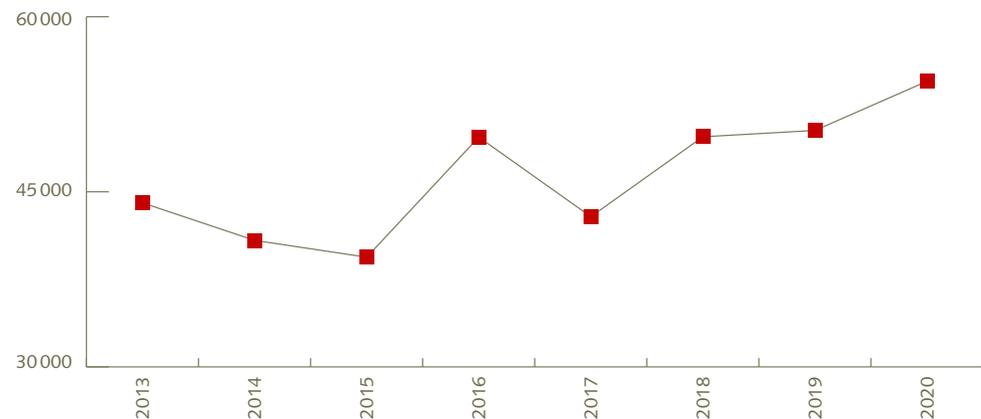
Zeitraum: 1.12.2019 – 30.11.2020

Quelle: eigene Erhebung

Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

Sommer 2020

Total 54 563 Logiernächte im Sommer 2020, Differenz zum Vorjahr: 8,5%



Zeitraum: 1.5.2020 – 30.11.2020

Quelle: eigene Erhebung

**Anzahl Zweitwohneigentümer
per 31.12.2020: 5462**

Quen annual

Jahresabschluss 2020

Erfolgsrechnung

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

	2020	2019
Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen	2 199 469.41	2 134 824.42
Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen	- 914 474.50	- 1 054 791.63
Bruttoergebnis I	1 284 994.91	1 080 032.79
Personalaufwand	- 943 577.25	- 824 523.35
Bruttoergebnis II	341 417.66	255 509.44
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	- 111 721.20	- 103 866.25
URE Mobilien Sachanlagen	- 49 799.60	- 13 137.45
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	- 3 186.95	- 3 065.35
Energie, Entsorgung und Betriebsmaterial	- 278.90	- 119.00
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 111 467.60	- 117 108.70
Sonstiger betrieblicher Aufwand	- 107.75	- 562.70
Total übriger betrieblicher Aufwand	- 276 562.00	- 237 859.45
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	64 855.66	17 649.99
Abschreibungen Sachanlagen	- 44 151.95	- 33 442.85
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)	20 703.71	- 15 792.86
Finanzaufwand	- 726.56	- 860.95
Betriebsergebnis vor Tourismustaxen und Steuern	19 977.15	- 16 653.81
Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen		
Betrieblicher Ertrag Tourismustaxen	1 107 057.75	1 070 717.70
Betrieblicher Aufwand Tourismustaxen	- 978 643.51	- 1 030 933.55
Total betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen	128 414.24	39 784.15
Unternehmensergebnis vor Steuern (EBT)	148 391.39	23 130.34
Direkte Steuern	- 44 875.55	- 20 618.00
Jahresgewinn (EAT)	103 515.84	2 512.34

Informationen zu Eigenkapital und Rückstellungen per 31. Dezember 2020

Position	Total	Vorgesehene Verwendung
Aktienkapital	180 000.00	gesetzlich gesperrt
Gesetzliche Reserven	90 000.00	gesetzlich gesperrt
Vortrag Jahres- ergebnisse	219 156.90	Relaunch Webseite www.surselva.info , Umsetzung neue digitale Dienstleistungen, 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



TNC TREUHAND NORBERT CAVEGN AG

TREUHANDKANZLEI
MÜLLER & CAVEGN

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

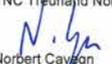
Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Surselva Tourismus AG für das am 31. Dezember 2020 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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, 9. Juni 2021

Beilagen:

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



Digitalisierung

Die STAG lanciert am 1. Juli 2021 ein neues, IT-basiertes Datenbanksystem. 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.

Alpine Circle

Surselva Tourismus ist in Kooperation mit Flims-Laax-Falera und dem Naturpark Beverin einer der vier Hauptpartner im Alpine Circle. Surselva Tourismus leitet die Koordination für die Rheinschlucht. Diese sollte von nun an auf der Bucket List eines jeden Touring-Gastes in den Alpen stehen. Dank diesem Verbundprojekt unter dem Dach von Graubünden Ferien bietet sich Surselva Tourismus die Gelegenheit, im spannenden Touringmarkt Fuss zu fassen. Neben der verstärkten destinationsübergreifenden Zusammenarbeit wird der Alpine Circle insbesondere auch zu einem Digitalisierungsschub im Bereich Erlebnisse führen.

Neupositionierung Druckerzeugnisse

Die Neupositionierung der Druckerzeugnisse ist weit fortgeschritten. Es wurde ein neues Drucksachenkonzept erarbeitet, das Gästemagazin für Sommer und Winter wurde erfolgreich eingeführt, der Ferienbegleiter wurde gestrichen und dafür wurden segmentspezifische Broschüren entwickelt. Dieses Projekt kann im Jahr 2021 abgeschlossen werden. Damit ist die STAG für die kommenden Jahre im Printbereich gut aufgestellt.

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, Bespielung neuer Bahnhof Ilanz, Einstieg im Touringmarkt, 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 (bis 31. Dezember 2020)
 Beat Zenklusen, VR-Mitglied
 TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella, Revisionsstelle

Stand Juli 2021

Mitarbeitende Lumnezia



Janine Westenberger
 Infostellenleiterin Val
 Lumnezia 100%



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
 Assistentin 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%



Céline Meury
 Kulturentwicklerin
 und Infostellenleite-
 rin Ilanz 100%



Alessio Tamagni
 Projektleiter Digital/
 IT/Telefonie 100%



Katja Klee
 Events und Kommu-
 nikation 50%



Markus Isenmann
 Produktmanager
 Bike 50%



Team RhB Ilanz
 Gästeberatung

Mitarbeitende Obersaxen Mundaun



Antonia Tschuor
 Administration/
 Finanzen/Personal
 Infostellenleiterin
 Obersaxen 100%



Maria-Luisia Darms
 Gästeberaterin
 Obersaxen Mundaun
 50%



Marco Camartin
 Gästeberater
 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

Glennerstrasse 22a
7130 Ilanz
Tel. 0041 81 920 11 05
marketing@surselva.info

www.surselva.info