

# Surselva Tourismus AG

Geschäftsbericht 1. Januar 2015 - 31. Dezember 2015

5. Geschäftsjahr



# Jahresbericht 2015 des Präsidenten

---



Marcus Caduff, Präsident Surselva Tourismus AG

## Jahresbericht 2015 des Präsidenten

Das Jahr 2015 war geprägt von der Einführung des neuen Tourismusfinanzierungsgesetzes sowie von der Erarbeitung der Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden. Im Bereich Marketing stand die Umsetzung der verabschiedeten Strategie im Vordergrund.

Die Anwendung des neuen Gesetzes durch die Gemeinden hatte auch Auswirkungen auf die Surselva Tourismus AG. Einerseits konnten die zu erwartenden Einnahmen durch den Systemwechsel lediglich geschätzt werden. Als Folge davon wurden die Ausgaben konservativ budgetiert. Mit dem neuen Gesetz wurden zudem die Schnittstellen zwischen den Gemeinden und der STAG neu definiert.

Es galt im Jahr 2015 diese Schnittstellen in der Praxis anzuwenden. Es liegt in der Natur der Sache, dass dies im Verlauf des Jahres auch immer wieder zu Diskussionen Anlass gab. Insgesamt darf jedoch festgehalten werden, dass die durch das Gesetz bedingten Erneuerungen ohne grössere Schwierigkeiten umgesetzt werden konnten.

Neben der Führung der Informationsbüros in Meierhof, Brigels, Vella und Ilanz besteht die Hauptaufgabe der STAG in der Vermarktung der Destination. Für die Kommunikation der Destination nach Aussen soll insbesondere im Sommer konsequent auf den Brand Surselva gesetzt werden.

Für den Winter wird ebenfalls mit dem Logo Surselva kommuniziert, im Zentrum stehen jedoch die Skigebiete Obersaxen und Brigels. Damit wird die vom VR verabschiedete Strategie, wonach im Winter Schneesportaktivitäten im Zentrum stehen, konsequent umgesetzt. Winter findet dort statt, wo sich auch ein Skigebiet befindet.

Das Sommerangebot der Surselva konzentriert sich auf Kultur und Natur. Die Surselva ist reich an Kultur, das Angebot ist vorhanden, muss nicht neu erfunden werden, es muss nur gebündelt und vermarktungsfähig gemacht werden. Die Fokussierung auf Natur und Kultur bedeutet nicht, dass andere Angebote vernachlässigt werden.

---

Um Aufmerksamkeit für die Destination zu erzielen, stellt sich die Frage, für welche Angebote kommt der Gast in die Surselva, welche Angebote werden sozusagen ins Schaufenster gestellt. Wenn der Gast in der Region ist, findet er jedoch noch weitere Angebote. Um bei der Bildsprache des Schaufensters zu bleiben, stellt sich somit die Frage welche Angebote findet der Gast in den Regalen im Laden, wenn das Angebot im Schaufenster ihn in den Laden geführt hat. Hierzu gehören sicherlich Familienangebote und unzählige andere Freizeitangebote. Wichtig ist, dass diese Angebote gemeinsam mit den Leistungserbringern in der Destination entwickelt werden.

Der nun in der Vermarktung der Surselva beschrittene Weg muss in den kommenden Jahren konsequent weiterverfolgt und umgesetzt, die Zusammenarbeit mit den Leistungserbringern vertieft und intensiviert werden. Im derzeitigen herausfordernden Umfeld eine nicht immer einfache Aufgabe.

Die permanente Kritik aus der Politik an die Adresse der Touristiker, ausgetragen über die Medien, zermüht und demoralisiert die engagierten Mitarbeiter an der touristischen Front. Es bleibt zu hoffen, dass das Miteinander zwischen Politik und Tourismus wieder gefunden wird. Das Gegeneinander schwächt uns noch mehr und hilft nur der Konkurrenz.

Ein Dank gebührt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Surselva Tourismus AG unter Führung von Roland Huber. Ebenfalls danken möchte ich den Kollegen des Verwaltungsrates für die guten und konstruktiven Diskussionen.

Marcus Caduff  
VR-Präsident, Surselva Tourismus AG

# Jahresbericht 2015 des Geschäftsführers

---



Roland Huber, Geschäftsführer, Surselva Tourismus AG

## Jahresbericht 2015 des Geschäftsführers

### Jahresberichte haben es in sich!

Sie sind Reflektion und Tatsachenberichte in einem. Sie sind Rückblicke aber teilweise auch bereits Ausblicke. Und es erstaunt sowohl Verfasser wie auch Leser immer wieder, wie viele Handlungen in 365 Tagen möglich sind. Das Geschäftsjahr 2015 war für die Surselva Tourismus AG sicherlich ein wichtiges, ja in einigen Bereichen sogar ein historisches Jahr. Mit der Einführung des „Neues Gesetzes über Gäste- und Tourismustaxen“ per 1.1.15, wurde das 2015 in vielen Bereichen und Prozessen auch zum Testjahr. Vieles war unbekannt, vieles neu und herausfordernd, vieles dann aber auch wieder touristischer Alltag.

In drei Sitzungen des Verwaltungsrates der Surselva Tourismus AG wurden folgende Schwerpunktthemen behandelt:

- 18.05.2015 Jahresrechnung 2013/14, Leistungsvereinbarungen Gemeinden
- 21.08.2015 Halbjahreszwischenbericht, Budget 2016 / erste Lesung, Studienreise
- 04.12.2015 Festlegen Kompetenzen Verwaltungsrat der Surselva Tourismus AG und Gemeindepräsidenten, Nachfolgeregelung Roland Huber, Ausblick Winter 2015/16

Das Team der Surselva Tourismus AG setzte konsequent das Modell OPTIMAL um, welches sich im touristischen Alltag gut bewährt hat. Der Dialog mit den verschiedenen Gemeinden war spannend und herausfordernd zugleich. In diesen Dialogprozessen wurde vor allem das Vertrauen zueinander aufgebaut. Eine gemeinsame Sprache gegenüber der Bevölkerung, den Partnern und den Gästen zu sprechen, waren denn auch relevante Erfolgserkenntnisse der letzten 365 Tage.

Der haushälterischen Handhabung der Budgetvorgaben wurde besonderes Augenmerk gewidmet. Mit der Vorgabe des Verwaltungsrates und der Gemeindepräsidenten, eher ein passives Ausgabeverhalten anzuwenden, wurden denn auch in verschiedensten Bereichen und Prozessen eher mit einer zurückhaltenden Grundhaltung Ausgaben getätigt. Vor allem im Mitarbeiterbereich wurden geplante Neuansstellungen zurückgestellt.



---

Aber auch langfristige Verträge mit Partnern wurden nach absoluter Dringlichkeit bewertet. Dies alles vor dem Hintergrund, dass niemand der Finanzverantwortlichen in den Gemeinden verbindliche Aussagen machen konnten, mit wievielen Mehreinnahmen aus den neuen Gesetzen im 2015 zu rechnen wäre.

Rückblickend hat sich diese Geschäftshaltung bewährt, sind die budgetierten Einnahmen in einigen Gemeinden nicht so eingetroffen, wie wir dies erhofft hatten. Trotz dieser zurückhaltenden Ausgabepolitik kann auf viele umgesetzte Projekte zurückgeblickt werden.

Mit den im Geschäftsjahr gemachten ersten Erfahrungen der neuen Gesetze kann nun mittelfristig die Zukunft der Surselva Tourismus AG geplant werden. Es gilt, wenn immer möglich mit einer Dreijahresperspektive die Massnahmenplanung anzugehen. Dementsprechend sind die Budget- und Finanzierungsgrundlagen in dieser Zeitachse zu planen.

### **Persönliche Bemerkung zum Schluss**

Mit Start im Juli 2012 durfte ich meine langjährigen Erfahrungen in die Aufbau- und Ablaufsarbeit der Surselva Tourismus AG einbringen. Vorausblickend auf meinen Austritt per Ende Juni 2016 aus der Surselva Tourismus AG möchte ich an dieser Stelle ein paar Projekte und Prozesse im Telegrammstil festhalten, welche in meiner Zeit als Geschäftsführer neu geplant und erfolgreich umgesetzt werden konnten:

Umsetzung Businessmodell Quattro • Adaption Modell Quattro in Aufbau- und Ablauforganisation  
Infostellen Brigels, Obersaxen, Vella und Ilanz • Aufbau- und Ablauforganisation Zentrales Marketing und Administration in Ilanz • Mitarbeiter Handbuch mit allen Prozessen • Lohnstrukturen mit Funktionsgruppen • jährliche strukturierte Mitarbeitergespräche • Infostellenleiter Sitzungen • VR Sitzungen mit Entscheidungsgrundlagen • FIBU Kontoplan und Controllinginstrumente • saisonale Kickoffveranstaltungen für Mitarbeiter in allen Destinationen • saisonale Infoveranstaltungen für Leistungsträger in den Destinationen • jährlicher Mitarbeiter Betriebsausflug • saisonale Sprechstunden in den Destinationen • Projektwochen der Internationalen Schule für Touristik • Produkt Rote Bänkli in Obersaxen • Entwicklung diverser buchbarer Angebote • Zusammenarbeit mit Railway • Auf- und Ausbau der Medienarbeit • Planung und Umsetzung des Destinationsmanagementmodells OPTIMAL • Planung und Umsetzung der Positionierungswshops in den 7 STAG Gemeinden • Planung und Eröffnung der neuen Infobüros in Vella, Brigels und Ilanz • Aufbau und Umsetzug des Markenkongzeptes SURSELVA • Planung und Umsetzung Drucksachenkongzept • Planung und Umsetzung des Marketingkongzeptes STAG 2030 • Zusammenarbeit Alpines Museum Bern • Genuss pur Aktion im loft five Zürich mit Spitzenköchen aus der Surselva • Auf- und Ausbau Projekt Lagerhäuser in Obersaxen • Sponsoring Carlo Janka • Skitage Oberstufe Wädenswil in Obersaxen • interner Newsletter an Partner • Masterplan Vella • Zusammenarbeit opera viva • Aufbau der Organisation Incenitve • Engagement openair Val Lumnezia • Planung und Umsetzung Roadshow Surselva mit Öffentlichkeitarbeit gegen innen • Planung und Umsetzung Leistungsvereinbarungen mit Trun und Safiental • Aufbau Rheinprojekt • Planung und Umsetzung antizyklischer Drucksachenproduktionen • Planung und Umsetzung Gästekarte 2016 • Web Relaunch • Aktion Radio Zürisee • Auf- und Ausbau Netzwerke zu Reiseveranstaltern • Aktion Winter ohne Schnee • Planungskommission Stadt Ilanz • Projekt Belebung Altstadt Ilanz • Ausarbeitung Gesetzesgrundlagen Gäste- und Tourismustaxen und Leistungsvereinbarungen • Auditgespräche mit Gemeinden • Coaching Programm Infostellenleiter • Betreuung diverser Diplomarbeiten Internationale Schule für Touristik mit Bezug auf die Surselva • Projekt parc adula • Produktion Sonderausgabe Hochparterre • Produktentwicklung und Einführung Natur und Kultur • 50plus Hotels Surselva • BRmedia Reise 2016 • Umsetzung aller Marketingaktivitäten gemäss jährlicher Planung • Schneeplausch Lumnezia

Roland Huber  
Geschäftsführer, Surselva Tourismus AG

# Jahresbericht 2015 Administration

---

## Finanzen

### Geschäftsjahr 2015

Nachdem am 1. Januar 2015 das neue Gesetz über die Gäste- und Tourismusaxe in Kraft trat, wurde ein neuer Kontoplan für die Tourismusrechnung (Gästetaxe) und ein Kontoplan für das Marketing (Tourismustaxe) erstellt. Ebenfalls wird die Buchhaltung neu nach Kostenträgern geführt. Die Konten wurden anhand der Budgets der Tourismusrechnung der Gemeinden angepasst, so dass eine effiziente Kontrolle einfach und speditiv möglich ist.

### Abschluss Jahresrechnung 2013/14 (verlängertes Geschäftsjahr)

Am 18. Mai 2015 wurde die Jahresrechnung des verlängerten Geschäftsjahres (1. Juli 2013 - 31. Dezember 2014) vom Verwaltungsrat verabschiedet. Das Budget konnte eingehalten werden.

### Budget 2015

Vor dem Hintergrund, dass das Geschäftsjahr 2015 als Testjahr bewertet wurde, gingen wir in der Budgetierung 2016 eher zurückhaltend vor. In verschiedenen Sitzungen erarbeiteten die Infostellenleiter zusammen mit der Geschäftsführung die Detailzahlen.

Antonia Tschuor  
Administration, Surselva Tourismus AG



# Jahresbericht 2015 Marketing

---

## Marketing

Im Testjahr 2015 wurde die Marketingstrategie der Surselva Tourismus AG, die Push-Strategie, bewusst angepackt und umgesetzt. Ziel der Strategie ist, den Bekanntheitsgrad der Feriendestination Surselva und des neuen Logos zu erhöhen. Vor allem aber um neue Gäste zu gewinnen.

## Surselva Sommer 2015

Der Sommer 2015 wurde, wie im Strategiepapier 2030 festgelegt, mit dem Slogan „Surselva Sommer Kultur und Natur hautnah erleben“ gebündelt vermarktet. Der Fokus hat sich von einer Vielzahl von Angeboten und Erlebnistipps auf die Einzigartigkeit gelegt. Es wurden einige auserwählte Angebote erstellt und in den Vordergrund gerückt.

- Sakralbautenwanderung Val Lumnezia
- Busrundtour zu den Sakralbauten der Val Lumnezia
- Greina-Pauschale
- Rheinschlucht Erlebnis
- Waltensburger Meister
- Altstadt Ilanz, die erste Stadt am Rhein

Diese buchbaren Angebote wurden gezielt über verschiedene Kanäle (offline und online) gestreut. Im Bereich des Gruppenreisensektors sind verschiedene Massnahmen getroffen worden.

- Holiday Consultant Travel – der Spezialist für Gruppenreisen
- Auf Reisen – das Magazin für Firmen / Vereine / Schulen
- BRMedia, Vorstellung der Ferienregio Surselva und erste Gruppenreise Herbst 2016

Diese gilt es nun weiter zu verfolgen und auszubauen.

Während dem Open Air Lumnezia hat die Surselva Tourismus erstmals einen eigenen viralen Erfolg feiern können. Die Foto-Aktion „mittmachen, liken, teilen und gewinnen“ brachte auf Facebook 5'195 Likes und erreichte 36'312 Personen.

## Surselva Winter 2015/2016

Der Winter wurde, entsprechend dem Strategiepapier 2030, unter dem Slogan „In Brigels und Obersaxen ist der Winter nur hart, wenn man nicht da ist.“ vermarktet. Mit dem neuen Layout der Schlüsselbilder wurde wiederum eine ENAVANT Kampagne mit den sympathischen Steinböcken Gian und Giachen realisiert. Die Kampagne startete mit der Lancierung des Graubünden Ferien Winters „Mehrwerte“ im Dezember 2015 und endete in der zweiten März Woche 2016. Es wurden in Zürich und der Agglomeration 54 Plakatstellen mit den Poster beliefert. Zudem wurde der Radiospot 76 mal auf Radio Zürichsee ausgespielt, gefolgt von einer Plakatwelle in den S-Bahnen von Zürich. Flankiert wurde die Winterkampagne mit weiteren Massnahmen.

- Schneebeilage vom Swiss-Ski Magazin SNOWACTIVE
- Angebote auf [www.Ausflugsziele.ch](http://www.Ausflugsziele.ch)
- Versand der Winterbroschüre und des Ferienbegleiters
- Event „Schneeplausch Lumnezia“

# Jahresbericht 2015

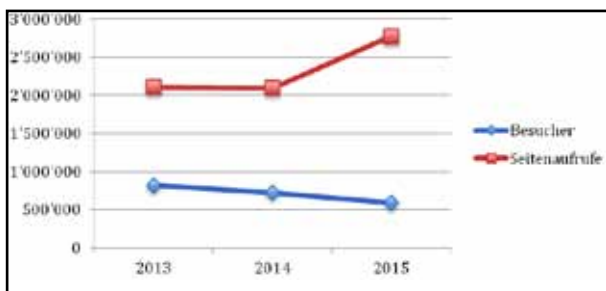
Der Winter-Eröffnungsevent von Graubünden Ferien im Rahmen der „Mehrwert-Kampagne“, am Zürcher Sechseläutenplatz im Dezember war eine geeignete Plattform für einen Partneranlass der STAG. Die Pflege der Partner ist zentral und gewinnt in dem schnell lebenden Markt zunehmend an Bedeutung.



## Basismarketing

Im Basismarketing gewinnen die elektronischen Kommunikationsmittel immer mehr an Bedeutung. Die STAG ist sich diesem Wandel bewusst und kommuniziert regelmässig mit Hilfe der Webseite, den sozialen Medien und elektronischen Newslettern. Im 2015 wurden 173'901 Newsletter versendet. Die Zustellung erfolgte im Schnitt an 12'000 Abonnenten.

Die Entwicklung der Besucherzahlen auf der Webseite [www.surselva.info](http://www.surselva.info) ist weiterhin rückläufig. Hingegen ist die Anzahl der besuchten Seiten während eines Aufenthaltes auf der Webseite steigend. Die Grafik zeigt deutlich das Informationsbedürfnis der Besucher mit einem plus von über 16% Seitenaufrufen pro Sitzung.



Im Jahre 2015 hat sich der Zugriff auf die Webseite deutlich verändert. Nur noch rund 50% werden von einem Desktop getätigt. Fast 27% der Zugriffe werden über ein Tablet generiert und über 18% von mobilen Endgeräten - Tendenz steigend.

Ein weiter Bestandteil des Basismarketings beinhaltet das Bildmaterial der STAG. Es wurde ein Fotokonzert über alle Regionen erarbeitet und mit Stefi Blochwitz von Nordlichtfotografie ein Jahresvertrag abgeschlossen. Nun gilt es die Fotodatei neu zu strukturieren. Dies beinhaltet eine ganze Reihe von Fleissarbeiten, die zum Ziel haben dass das Bildmaterial rechtlich abgesichert ist und mit betreffenden Beschriftungen ein besseres Ranking bei Google bekommt.

## Kooperationen

Die Kooperationen mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien wurden 2015 vertieft. Nach der Aufhebung des Mindestkurses im Januar 2015 hat Graubünden Ferien reagiert und mit einer „Mehrwert“ Kampagne den Schweizer Markt bearbeitet. Die STAG beteiligte sich an dieser Kampagne und den wertvollen Schweizer Markt mit zu bearbeiten.

Weiter wurde die Kooperation mit RailAway vertieft um im 2016 ein konkretes buchbares Angebot platzieren zu können.

Anja Beivi  
Marketingleiterin und Incentive  
Surselva Tourismus AG



# Jahresbericht 2015

---

## Medienarbeit

Im Geschäftsjahr 2015 wurden 17 Medieninformationen an passende Medien versendet. Die Themen waren sehr vielseitig, von verschiedenen Anlässen über neue Angebote. Weitere Medientexte wurden auf die neuen Gegebenheiten angepasst und im Internet aufgeschaltet.

Um die Medien gezielt bedienen zu können, ist es wichtig die Medienadressen aktuell zu halten. Im Schnitt kann die Surselva Tourismus auf ca. 180 Medienadressen hauptsächlich aus der Schweiz zurück greifen.

Gleichzeitig trafen über 30 Medienanfragen zu spezifischen Informationen und Bilder ein. Speziell zu erwähnen ist hier, eine Interview-Anfrage des Kulturradio Europa oder die Anfrage von 20 Minuten für das Winterspecial.

Verschiedene Medienbesuche in der Region konnten mit der Unterstützung der lokalen Partner umgesetzt werden:

- Winter Sensation Magazin, Antonio Indaco
- NHK BS Premium Japan, Japanese Information
- OP Pad Magazin NL, Roel van den Eijnde und Jan Mark Moquette
- Schleswig Holstein am Sonntag, Rhein-Neckar-Zeitung Claudia Diemar

## Auszug aus den Medienprojekten

### Carlo Janka Engagement für die Surselva

Im Januar 2015 wurde in Obersaxen der 2. Schneesporttag der Oberstufenschule Wädenswil durchgeführt. Der prächtige Wintertag wurde medial unterstützt. Journalisten wurden eingeladen und ein Bericht über den abwechslungsreichen Tag wurde anschliessend versendet.

Zum alljährlichen Seifenkistenrennen konnte in diesem Jahr Carlo Janka eingeladen werden, der das Rennen eröffnete. Auch Medienschaffende folgten der Einladung und ein spezieller Ablauf, insbesondere für Fotos und Interviews mit Carlo Janka, wurde eingeplant. Erfreulicher Weise konnte neben der Schweizer Illustrierten auch RTR (Radio Television Rumantsch) und verschiedene weitere Medienvertreter aus Graubünden begrüsst werden.



*Fototermin am Seifenkistenrennen*

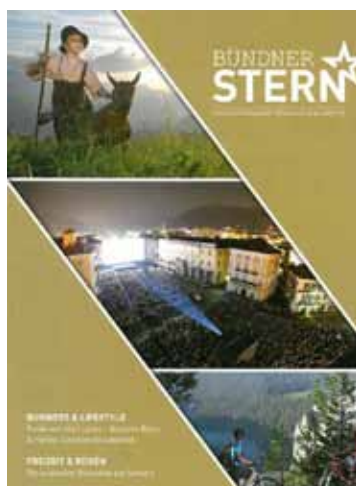
# Jahresbericht 2015

Als Winterauftakt wurde das Engagement mit Carlo Janka und der Oberstufenschule Wädenswil weitergeführt. Zur Trainingseinheit des Skisportlers mit den Schülern reisten auch verschiedene Medien an. So und durch die Medienmitteilungen wurden verschiedene Beiträge publiziert. Dazu ein Auszug:



Gleichzeitig entstand im Spot Magazin im Rahmen eines Berichtes um spezielle Pisten, die Skistars gewidmet sind, ein toller Beitrag über die Carlo Janka Piste in Obersaxen.

## Bündner Stern



In Zusammenarbeit mit dem neuen jährlichen Magazin „Bündner Stern“ konnte die Surselva Tourismus verschiedene Themen, entsprechend erarbeiteter Medieninformationen, platzieren.

Doppelseitige Berichte zu „Grand Canyon der Schweiz“, „Auf den Spuren von Alois Carigiet“, „Der Riesenkristall vom Péz Regina“, „Die Erfolgsgeschichte des Schnauser Pflugs“, „Waltensburger Meister“ und „Inszenierte Altstadtführungen in Ilanz“ erschienen genau zu Beginn des Sommers im Hochglanz-Magazin.

Weiter wurden verschiedene Projekte medial unterstützt wie z.B. die Medienpartnerschaft des Lady Days Angebots mit „Ladies Drive“ und dem Spot Magazin, dem Grand Prix Migros oder der Vorbereitung eines Medienspaziergangs zum Thema „Orte der Magie“ und den Angeboten der Sakrallandschaft in der Val Lumnezia. Aus organisatorischen Gründen konnte der Spaziergang in der Val Lumnezia nicht durchgeführt werden, jedoch wurde doch auch so die Aufmerksamkeit erreicht und verschiedene Berichte generiert.

Claudia Meyer  
Medien Surselva Tourismus AG

Das Infobüro in Brigels ist seit September an einem neuen Standort. Es befindet sich im Gemeindehaus direkt im Dorfzentrum von Brigels, gleich bei der Posthaltestelle neben dem Volg und den Banken. Am 29. Dezember 2015 wurde das Büro mit einem Tag der offenen Tür und einem kleinen Apéro eingeweiht.

### Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

4. Surselva Genuss Pur: Nachdem die sechs Köche im 2014 einen Ausflug nach Zürich machten, fand das 4. Surselva Genuss Pur wieder in der Surselva statt. Vom 12. - 25. Januar 2015 wurde täglich in einem der sechs Restaurants ein spezielles Menü gekocht, teilweise wurden die Abende mit musikalischer Unterhaltung begleitet.

1. Wanderfestival & Fly Gleitschirmtage: Das erste Wanderfestival in Brigels wurde in Kombination mit den Fly Gleitschirmtagen durchgeführt. Während vier Tagen haben die Gastgeber von Brigels-Waltensburg-Andiast zusammen mit der Surselva Tourismus abwechslungsreiche Besichtigungen, Führungen, Wanderungen und kulinarische Spezialitäten angeboten. Am Samstag und Sonntag konnten die Gleitschirmflieger am Himmel betrachtet werden. Das Highlight des Events, die Fiasta Sursilvana, fand am Samstagabend statt. Für die Gastronomie waren der Gasthof Surselva und das Familienhotel Alpina zuständig. Die Gäste und Einheimischen wurden mit Bündnerspezialitäten verwöhnt. Begleitet wurde der Abend mit Unterhaltung von Musikanten und Schauspielern aus der Region.

OhTavanasa – Ina story denter sulegl ed umbriva: Das Freilichtspektakel zum 1250 Jahr-Jubiläum von Danis-Tavanasa durfte am 03. Juli 2015 seine Premiere feiern. In einer einzigartigen Kombination von Ausstellung und Musiktheater im Freien konnten die Besucherinnen und Besucher in Geschichten und in die Vergangenheit der Ortschaft am jungen Rhein eintauchen und verborgene Schätze entdecken. Das Musiktheater wurde siebenmal aufgeführt und von zahlreichen Gästen besucht.

20. Chorwoche mit Paul Steiner: Über 100 Teilnehmer haben an der Jubiläumswoche teilgenommen. Begleitet wurden die Sänger/innen von Solisten und einem 20-köpfigen Orchester. Das Jubiläums-Abschlusskonzert wurde in der Klosterkirche in Disentis aufgeführt. Gäste aus nah und fern füllten die Klosterkirche. Anschliessend wurde Paul Steiner während eines Abendessens verabschiedet. Einen Nachfolger für die Chorwoche 2016 konnte durch die Hilfe von Armin Caduff und Paul Steiner gefunden werden. Der neue Chorleiter heisst Roger Widmer und kommt aus Wetzikon. Er ist in verschiedenen pädagogischen und künstlerischen Bereichen tätig und als Tenor ist er in der Sängerverformung „I Quattro“ zu hören.



Neues Informationsbüro Breil/Brigels



Chorwoche Breil/Brigels



Konzert Compagnia Rossini: Das Konzert zum Jahresabschluss der Compagnia Rossini wurde mit dem Chor – und Solistenensemble am 28. Dezember 2015 in der Pfarrkirche in Brigels aufgeführt. Zur Aufführung gelangen u. a. Werke von W.A. Mozart, J. Offenbach, G. Rossini, A. Caduff. Das Konzert war restlos ausverkauft.

Silvestermarkt: Am 29. Dezember 2015 fand der traditionelle Silvestermarkt in Brigels statt. Im geschützten Dorfkern trafen sich Gäste und Einheimische. Über 30 Aussteller der Region haben Lebensmittel, Kunsthandwerke, Schmuck, Schnaps, Glühwein, Duftessenzen usw. dargeboten. Für die musikalische Unterhaltung sorgte die Musikgesellschaft Brigels/Dardin auf dem Platz Cadruvi. Der Andrang war gross, insbesondere da die Wintersportmöglichkeiten eingeschränkt waren.

### Projekte

Schneelos: Da der Schnee über Weihnachten Neujahr fast ganz ausblieb, hat die Surselva Tourismus zusammen mit den Bergbahnen Brigels-Waltensburg-Andiast und der Schneesportschule Brigels-Waltensburg-Andiast ein Alternativprogramm zusammengestellt. Vom 28. Dezember 2015 bis 01. Januar 2016 wurde ein Kinder-Spass Programm angeboten, Kinder von 5-12 Jahren wurden jeden Nachmittag drei Stunden mit Schnitzeljagd, Olympiaden, Kinonachmittag u.s.w. betreut. Täglich hatten 12-25 Kindern teilgenommen. Das Highlight war der Mittwoch, mit einem Besuch auf zwei unterschiedlichen Bauernhöfen. Hier nahmen 40 Kinder teil.

### Netzwerk

Es wurden im Verlauf des Jahres zwei Kick-Off Veranstaltungen sowie zwei Information-und Gedankenaustausche für Partner und Leistungsträger durchgeführt. Gleichzeitig besuchten die Mitarbeiter der Surselva Tourismus verschiedene Veranstaltungen und Treffen.



Schneelosprogramm Breil/Brigels



Wanderfestival Lama Trekking Breil/Brigels

Tanja Sgier  
Infostellenleiterin Brigels



## Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Vorverkaufsstelle für die Vorstellungen des Theaterstücks „D Familie Metzger spielt verrückt“

Während der Wintersaison wurden wiederum Schneeschuhtouren mit anschliessendem Raclette Plausch im Tipi-Zelt durchgeführt. Die Gäste schätzten die gemütliche und familiäre Atmosphäre sehr. Ebenfalls grosser Beliebtheit erfreuten sich die Eisstockgäseturniere auf dem Eisfeld Rufalipark.

Im Rahmen eines Begegnungsanlasses waren wir mit einem Infostand beim Bezirksmusikfest im Festzelt in Meierhof präsent.

Beim 12. Seifenkisten-Derby, Miraniga – Misanenga, bewältigten 57 Kinder und Jugendliche die Strecke. Carlo Janka eröffnete mit der Startflagge das Rennen und stand während der Rangverkündigung für Autogramme und Fotos zur Verfügung. Unser Ziel ist nun das Austragungsrecht einer 2-tägigen Schweizermeisterschaft zu erhalten.

Den Saisonstart der Bergbahnen im Juli ergänzten wir mit einer Strassenastronomie in Meierhof.

Auf grossen Anklang ist der Ballonkünstler im Rahmen des Kinderprogramms im Rufalipark gestossen. Mit unserem Kinderprogramm konnte eine gute Basis für die zukünftige Entwicklung gelegt werden.

Diese Veranstaltungen gehören derweilen zum Obersaxer Sommer dazu: Erzbergwerkbesichtigungen, Wildbeobachtungen, Goldwaschen, Pilzexkursion und Trottinettfahrten. Zudem konnten das Angebot der GeoCaching GPS Schatzsuche ausgebaut sowie neue Führungen der mira!cultura in der St. Georgs Kapelle angeboten werden.

Unter fachkundiger Leitung eines Apothekers, zusammen mit dem lokalen Maler Rudolf Mirer, fand eine Kräuterwanderung auf dem Walsenweg statt.

Im Herbst konnte mit dem Besuch von Carlo Janka in Wädenswil ein weiteres Mal auf unsere Winterkompetenz hingewiesen werden.

Auch der Winterstart 2015/16 war von schwierigen Schneeverhältnissen geprägt. Die Tages-Aktuell Newsletter hatten sich daher bewährt. Insbesondere die Besenbeiz, welche wir für die Betreiber kommunizierten, begeisterte die Gäste. So durften wir das Jahr mit positiven Rückmeldungen abschliessen.



Carlo Janka eröffnet das 12. Seifenkistenderby in Obersaxen



Migros Grand Prix in Obersaxen

### Projekte

Die Schneesportschule Obersaxen hat kurzfristig ein attraktives Programm für die Kinder auf die Beine gestellt. Solche Angebote gilt es in Zukunft zu integrieren und entsprechend zu publizieren.

Schneesporttag der Oberstufenschule Wädenswil mit 180 teilnehmenden Kindern bei optimalen Pisten- und Wetterverhältnissen.

Die noch ausstehenden Abschlussarbeiten bei den Roten Bänkli konnten beendet werden. Insbesondere ist das „Sternenhimmelbänkli“ mit Übernachtungsmöglichkeit im Schlafsack auf [geschenkidee.ch](http://geschenkidee.ch) platziert.

Die Besucher des Kinderprogrammes erhalten einen Kinderpass. Nach fünf Teilnahmen an unseren Veranstaltungen können die Kinder ein kleines Geschenk im Infobüro abholen.

Der weitere Ausbau des GeoCaching Angebots, insbesondere unter Einbindung des Rufaliparks, ist in der Abschlussphase.

### Netzwerk

Besuch des ZüriLeu Rennen und Übergabe eines kleinen Geschenks.

Austausch und vermehrte Integration beim Ski- und Sportclub, insbesondere im Rahmen vom Migros Grand Prix sowie bei Eventvermarktungen beispielsweise dem Ski WM Public Viewing.

Der Austausch mit den Leistungsträgern wird zukünftig mit Hilfe eines Spaziergangs im Sommer statt finden. Bei der ersten Durchführung durften wir positive Rückmeldungen entgegen nehmen, die Zahl der Teilnehmer gilt es nun kontinuierlich zu steigern.

Bei der Durchführung der Kick Off Veranstaltungen wurden die Partner mit den wichtigsten Informationen versorgt. Insbesondere die Verteilung der Broschüren und Weihnachts-Guetzli zum Wintersaisonstart wurde von den Leistungsträgern geschätzt.

Dank der Unterzeichnung einer Vereinbarung mit dem Verein opera viva sind unsere Leistungen klar definiert. Sowohl für den Opersommer 2016, wie auch für die Festlichen Konzerte wird das Infobüro Meierhof die Vorverkaufsstelle betreiben.

Besuch von diversen Veranstaltungen, gastronomischen Angeboten und Gästeprogrammen.



Wetterrad beim Wolkenbänkli



Sternenhimmelbänkli

Pascal Reinle  
Infostellenleiter Obersaxen

## Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Am 12. Juli 2015 wurde das Kulturhaus Casa d'Angel in Lumbrein mit der Ausstellung „Val Lumnezia – aspects“ im ehemaligen Gemeinde-Gebäude eröffnet. In der „Gastspiel“-Reihe kuratierte das Bündner Kunstmuseum eine facettenreiche Ausstellung. Mit einer Auswahl aus der Sammlung Capauliana wurden Aspekte der Natur, Kultur und Geschichte des Tales gezeigt. An mehreren Sonderveranstaltungen traten Lugnezer Künstler durch verschiedene Interventionen in Dialog mit der Ausstellung und erweiterten sie so stetig.

Die Mira!cultura Ortsführungen Vella – Ein Blick ins Lugnez wurden neu im Gästeprogramm angeboten. Vom malerischen Dorfplatz aus wurde die Pestkapelle Sogn Roc mit ihren Malereien von Hans Ardüser und Alois Carigiet besucht. Ein kurzer Spaziergang führte zur Talkirche in Pleif und zum Abschluss warf man noch einen Blick ins Lugnez – von einem der schönsten Aussichtspunkte im Tal des Lichts. An den Führungen nahmen Gäste und auch Einheimische teil.

Das Open Air Val Lumnezia fand in diesem Jahr zum 30. Mal statt und war ausverkauft. Neu startete das Open Air bereits am Donnerstagabend mit Newcomer-Bands aus der Schweiz.

Im 2015 feierte der Bike Marathon Lumnezia Obersaxen sein 25-jähriges Jubiläum. Auch in diesem Jahr hatte der Anlass über 300 TeilnehmerInnen aus der ganzen Schweiz.

Bei sehr schönem Wetter konnten wir das Kinofestival Val Lumnezia beim Badensee Davos Munts durchführen. Die Aufführung von „Monsieur Claude und seine Töchter“ lockte über 200 Zuschauer an den Badensee und auch die weiteren Aufführungen waren gut besucht.

Der Marcau Daniev fand zum ersten Mal in Suraua/Uors statt. Bei wenig Schnee und super Wetter, erfreute sich der Markt an sehr vielen Besuchern.

## Projekte

Sakralbauten: Wir haben das Übernachtungs-Angebot „2-Tages-Wanderung Sakralbauten“ ausgearbeitet und auch umgesetzt. Die Gäste konnten 2 Nächte im Hotel mit Halbpension buchen inklusive 2 geführte Wanderungen zu den Kirchen und Kapellen in der Val Lumnezia.

Für die Gäste, die weniger Wandern mochten, boten wir jeden Samstag im August und September eine Busrundtour „Kirchen und Kapellen Val Lumnezia“ mit Kulturführer an.

## Netzwerk

Bei den beiden Kick-Off Veranstaltungen konnten die Gastgeber/Partner mit den wichtigsten Informationen der Region versorgt werden. Besonders geschätzt wurden die Besuche mit Prospekten und Weihnachts-Guetzli.



### Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Im 2015 wurde die Stadt Ilanz als Reformationsstadt Europas ausgezeichnet. Diese Ehrung bedeutet nicht nur das Logo, sondern auch Verpflichtungen und Chancen für die Zukunft von Ilanz/Glion. In der einberufenen Arbeitsgruppe nahm auch die Surselva Tourismus Einsitz. Verschiedene Highlights werden insbesondere für 2017-2019 geplant.

An einem strahlenden und heissen Sommertag fand das Ilanzer Städtlifest statt. Der Stand der Surselva Tourismus wurde sehr gut frequentiert, 291 Besucher nahmen am Wettbewerb teil und viele erfreuten sich an den speziellen kulturellen Preisen, die am Glücksrad gewonnen werden konnten.

Um der ganzen Gemeinde Ilanz/Glion gerecht zu werden, wurde im Herbst 2015 eine Logoänderung von „Ilanz“ auf „Ilanz/Glion“ vorgenommen und umgesetzt.

### Projekte

#### Info Ilanz/Glion

Zentral stellt sich die Frage nach der Zukunft der Infostelle Ilanz. Die Lage am Bahnhof soll nach eingehender Analyse beibehalten werden. Hier muss aber, auch im Bezug auf die verschiedenen Umbaupläne, eine Optimierung angestrebt werden. Mit der RhB (Rhätischen Bahn) wurden verschiedene Gespräche geführt und eine Bedürfnisanalyse erstellt. Optimierungen und eine weiterhin gute Zusammenarbeit sind das gemeinsame Ziel.

#### Altstadt Ilanz

Mit dem Ziel der Attraktionssteigerung und Belebung der Altstadt sowie der dazugehörigen Stärkung der Zentrumsfunktion, konnten verschiedene Projekte rund um die Altstadt und dessen Geschichte in Angriff genommen werden. Die inszenierten Führungen der Anna Catrina und die neuen mira!cultura Ortsführungen sind als Gästeprogramm in Ilanz aufgenommen worden. Verschiedene Kommunikationsmittel der Surselva Tourismus wurden rege genutzt, um das Angebot bekannt zu machen. Zusätzlich gestaltete die Surselva Tourismus buchbare Angebote mit den Führungen und Übernachtungen. So wurde eine intensive Bewerbung der Angebote möglich, wie z.B. in Zusammenarbeit mit Railway. Gleichzeitig wurden erste Schritte getätigt, um mit den verschiedenen Partner das Thema „(Wieder)Belebung Altstadt Ilanz“ in Angriff zu nehmen.



Altstadtführung Anna - Catrina



mira!cultura Ortsführung: Auf dem Weg ins Kloster



### Rheinschlucht

Die Rheinschlucht wurde mit einem buchbaren Angebot in Zusammenarbeit der RhB und einer Unterkunft auf unterschiedlichen Kanälen beworben, so z.B. auch mit Railway.

### Auszeit

Das Haus der Begegnung ist in Ilanz, eine Unterkunft mit vielen Betten. Um die Auslastung weiter zu optimieren soll das spezielle Angebot in Anlehnung an das Kloster weiter ausgebaut werden. In einer kleinen Arbeitsgruppe wurde ein erstes Grobkonzept für „Auszeit“ bzw. „Burn Out“ Gäste entwickelt.

### Netzwerk / Austausch

In Ilanz/Glion wurde im 2015 ein grosses Gewicht auf den Austausch mit Partnern gelegt. Sei dies mit der Gemeinde, den touristischen Partnern, dem Handel und Gewerbe und verschiedenen Organisationen insbesondere aus dem Bereich Kultur. So konnten auch verschiedene Grundlagen für den Ausbau der Informationen weiter vorangetrieben werden, die insbesondere für die Drucksachen und New Media wichtig sind. Ergänzend dazu war auch die Überprüfung der Angebote im Bezug auf den neuen Richtplan Langsamverkehr zentral.

Im Herbst fanden vier Orientierungsveranstaltungen der Gemeinde Ilanz/Glion in Sevgein, Ilanz, Ruschein und Rueun statt. Hier anerbote sich die Möglichkeit, kurz über die Surselva Tourismus, deren Aufgaben und den Voraussetzung der Info Ilanz zu berichten.

An verschiedenen Anlässen fand ein guter Austausch mit Meinungsträger statt. Speziell zu erwähnen ist hier die Vernissage der Ilanzer Stadtgeschichte und des Romans Anna Catrina, Besuche des Wochenmarktes, des Begegnungstags des Klosters, der Märchenstadt oder der verschiedenen Märkte. Ein spezielles Highlight war die Vorpremiere des Schellenursli-Films mit geladenen Gästen aus dem Bereich Partner speziell aus Ilanz und Trun im Cinema Sil Plaz und eine „Kaffe/Gipfeli“-Aktion u.a. am Bahnhof in Ilanz.



Roadshow: Kaffe/Gipfeli Aktion Bahnhof Ilanz



Neues Logo Ilanz/Glion

Claudia Meyer  
Infostellenleiterin Ilanz

# Jahresabschluss 2015

---

Surselva Tourismus AG

## Bilanz per 31.12.2015

---

	31.12.2015	%
<b>Aktiven</b>		
Flüssige Mittel	589'548.99	75.93
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	60'700.10	7.82
Übrige kurzfristige Forderungen	56'034.05	7.22
Aktive Rechnungsabgrenzung	27'164.10	3.50
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>733'447.24</b>	<b>94.46</b>
Mobile Sachanlagen	43'000.00	5.54
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>43'000.00</b>	<b>5.54</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>776'447.24</b>	<b>100.00</b>
<b>Passiven</b>		
Kurzfr. Verbindl. aus Lieferungen & Leistungen	277'248.45	35.71
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10'424.05	1.34
Passive Rechnungsabgrenzung	27'000.00	3.48
Kurzfristige Rückstellungen	225'000.00	28.98
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>539'672.50</b>	<b>69.51</b>
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	51'526.89	6.64
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>51'526.89</b>	<b>6.64</b>
<b>Aktienkapital</b>	<b>180'000.00</b>	<b>23.18</b>
Reserven	1'000.00	0.13
<b>Total Reserven</b>	<b>1'000.00</b>	<b>0.13</b>
Gewinnvortrag	4'247.85	0.55
Jahresergebnis	0.00	0.00
<b>Total Bilanzgewinn</b>	<b>4'247.85</b>	<b>0.55</b>
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>185'247.85</b>	<b>23.86</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>776'447.24</b>	<b>100.00</b>

# Jahresabschluss 2015

Surselva Tourismus AG

Erfolgsrechnung vom 01.01.2015 - 31.12.2015

	2015	%
<b>Betrieblicher Erfolg aus Gästetaxen</b>		
Beiträge aus Gästetaxen	1'611'000.00	61.86
Vorauszahlungen Destinationen	-104'747.44	-4.02
Dienstleistungsertrag	2'577.80	0.10
Betriebsertrag (Gästeprogramme)	39'942.20	1.53
Ertrag POS	22'499.12	0.86
Erlösminderungen	-8'841.22	-0.28
<b>Total Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen</b>	<b>1'564'430.46</b>	<b>60.07</b>
Dienstleistungsaufwand	-25'263.70	-0.97
Projektentw. lokal/Logierwirks. Events/Entw. Gästekarte	-229'733.70	-8.82
Betriebsaufwand (Gästeprogramme)	-74'009.01	-2.84
Übriger Aufwand	-166'051.65	-6.38
Aufwand POS	-18'288.67	-0.70
<b>Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen</b>	<b>-513'346.73</b>	<b>-19.71</b>
<b>Bruttoergebnis nach Material und Warenaufwand</b>	<b>1'051'083.73</b>	<b>40.36</b>
Personalaufwand	-705'430.60	-27.09
<b>Bruttoergebnis nach Personalaufwand</b>	<b>345'653.13</b>	<b>13.27</b>
Raumaufwand	-87'869.45	-3.37
URE mobile Sachanlagen	-11'814.20	-0.45
Sach- und Betriebsversicherungen	-3'202.05	-0.12
Energie- und Entsorgungsaufwand	-263.30	-0.01
Verwaltungskosten/Wartung & Lizenzen EDV	-174'663.37	-6.71
Werbeaufwand (Intern)	-170.50	-0.01
Übriger betrieblicher Aufwand	-504.55	-0.02
<b>Betriebsergebnis 1 (EBITDA)</b>	<b>67'165.71</b>	<b>2.58</b>
Abschreibungen	-55'962.35	-2.15
<b>Betriebsergebnis 2 (EBIT)</b>	<b>11'203.36</b>	<b>0.43</b>
Finanzerfolg	-595.86	-0.02
<b>Betriebliches Ergebnis vor Tourismustaxen und Steuern</b>	<b>10'607.50</b>	<b>0.41</b>

# Jahresabschluss 2015

Surselva Tourismus AG

Erfolgsrechnung vom 01.01.2015 - 31.12.2015

	2015	%
<b>Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>		
Beiträge aus Tourismustaxen	810'000.00	31.10
<i>Anteil Jahresergebnis TT STAG</i>	<i>53'220.55</i>	<i>2.04</i>
Mandate	35'000.00	1.34
Werbebeiträge	38'088.90	1.46
Dienstleistungsertrag	46'141.10	1.77
Vertrieb	56'059.85	2.15
Ertrag POS	1'325.95	0.05
<b>Total Betrieblicher Ertrag aus Tourismustaxen</b>	<b>1'039'836.35</b>	<b>39.93</b>
Promotion	-359'161.50	-13.79
Drucksachen Markt	-53'488.15	-2.05
Kooperationen	-42'483.50	-1.63
Medienarbeit	-15'460.65	-0.59
Vertrieb	-57'924.25	-2.22
Events/Präsenzen	-6'325.60	-0.24
Sponsoring	-34'400.00	-1.32
Projekt/Produkteaufwand	-104'002.45	-3.99
Webportale	-112'344.90	-4.31
Weitere Marketingaufwände	-66'755.90	-2.56
Lohnaufwand Marketing	-187'489.45	-7.20
<b>Betrieblicher Aufwand aus Tourismustaxen</b>	<b>-1'039'836.35</b>	<b>-39.93</b>
<b>Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Jahresergebnis vor Steuern</b>	<b>10'607.50</b>	<b>0.41</b>
Steuern	-10'607.50	-0.41
<b>Jahresergebnis</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

\* Mit Einführung des Gesetzes über die Tourismus- und Gästetaxen per 01.01.2015 und die Neugestaltung des Kontoplans wird auf ein Vorjahresvergleich verzichtet.



# Jahresabschluss 2015

---

**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 2015 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, 13. April 2016

**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  
Reto Schmed, VR-Mitglied bis 18. Mai 2015  
Richard Caduff, VR-Mitglied ab 19. Mai 2015  
Beat Zenklusen, VR-Mitglied

## **Revisionsstelle**

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella

## **Geschäftsführer**

Roland Huber, seit 1. Juli 2012

## **Mitarbeitende**

Claudia Meyer, Infostellenleiterin Ilanz, Eintritt: 1. Oktober 2012  
Pascal Reinle, Infostellenleiter Obersaxen, Eintritt: 15. Dezember 2014  
Tanja Sgier, Infostellenleiterin Brigels, Eintritt: 13. April 2015  
Erika Walder, Infostellenleiterin Val Lumnezia, Eintritt: 1. Juli 2013

Anja Beivi, Marketingleiterin, Eintritt: 1. März 2015  
Michael Alt (Praktikant), Eintritt: 10. August 2015

Marius Willimann (80%), Vertrieb, Eintritt: 1. September 2015

Antonia Tschuur, Administration/Fibu, Eintritt: 1. März 2010

Lydia Casanova (50%), Gästeservice, Eintritt: 1. März 2010  
Joelle Monn, Gästeservice, Eintritt: 16. Mai 2013  
Denise Gabriel (50%), Gästeservice, Eintritt: 1. Juli 2014  
Laura Panier, Gästeservice, Eintritt: 12. August 2015

## **Austritte**

*Stephan Meyer (100%), Infostellenleiter Val Lumnezia bis 30. April 2015*  
*Sarah Tateo (100%), bis 31. Mai 2015*  
*Cheyenne Ineichen (100%), bis 31. August 2015*  
*Gérard Carigiet (100%), Infostellenleiter Brigels, bis 31. Oktober 2015*  
*Martina Casaulta (Teilzeit), bis 30. November 2015*

## Informationsbüros vor Ort

### Surselva Tourismus Info Brigels

Casa Sentupada / Postfach 193  
7165 Brigels / Breils  
Tel. +41 (0)81 941 13 31  
Fax +41 (0)81 941 24 44  
brigels@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Obersaxen

Undertor 1 / Postfach 50  
7134 Obersaxen  
Tel. +41 (0)81 933 22 22  
Fax +41 (0)81 933 11 10  
obersaxen@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Val Lumnezia

Palius 32D / Postfach 37  
7144 Vella  
Tel. +41 (0)81 931 18 58  
Fax +41 (0)81 931 34 13  
vallumnezia@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Ilanz

Bahnhof RhB  
7130 Ilanz  
Tel. +41 (0)81 920 11 05  
Fax +41 (0)81 920 11 01  
ilanz@surselva.info



### Surselva Tourismus

Tel. +41 (0)81 920 11 00  
Fax +41 (0)81 920 11 01  
info@surselva.info  
www.surselva.info  
www.facebook.com/surselva  
www.twitter.com/surselvatourism

### Surselva Tourismus Geschäftsstelle Ilanz

Bahnhofstrasse 25  
7130 Ilanz  
Tel. +41 (0)81 920 11 05  
Fax +41 (0)81 920 11 01