

# Surselva Tourismus AG

Geschäftsbericht 1. Januar 2016 - 31. Dezember 2016

5. Geschäftsjahr



# Jahresbericht 2016 des Präsidenten

---

## Jahresbericht des Präsidenten

Seit der Gründung der Surselva Tourismus AG im Jahre 2010 beschäftigten uns immer wieder Strukturfragen. Dadurch wurden ein Teil der Ressourcen für solche Fragen gebunden, diese Ressourcen fehlten für unsere eigentliche Kernaufgabe. Anders präsentierte sich die Situation im Jahr 2016. Die Strukturfragen sind vorderhand geklärt und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Surselva Tourismus konnten sich voll und ganz auf die Kernaufgabe fokussieren.

Im Fokus des vergangenen Jahres stand der Relaunch der Webseite [www.surselva.info](http://www.surselva.info), die Erhöhung der bewirtschafteten Wohnungen in unserer Destination, die Steigerung der Bekanntheit der Destination Surselva um dadurch mehr Logiernächte zu generieren, die Fokussierung unserer Aktivitäten und damit die Fokussierung auf unsere Neigungsgruppen.

Die aus dem Jahr 2010 stammende Webseite war unübersichtlich, nicht responsive (keine Darstellung für Tablets und Mobile Phones) und entsprach nicht den heutigen Bedürfnissen. Der Relaunch dieser Seite stellte eine grosse Herausforderung dar und beanspruchte die Mitarbeiter/innen der STAG sehr intensiv über einige Monate. Kurz vor dem Jahreswechsel konnte die neue Webseite live geschaltet werden. Insgesamt darf der Relaunch als gelungen betrachtet werden, wenn es auch am Anfang noch einige Fehler auszubessern gab.

Dank intensiven Bemühungen konnte die Anzahl über das Reservationssystem angebotene Wohnungen im Jahr 2016 erhöht werden. Für die Destination nicht unwesentlich, können damit den Gästen mehr verfügbare Betten angeboten werden.

Das Ziel, der im Jahr 2016 lancierten Charme-Offensive, ist die Bekanntheit der Destination Surselva zu erhöhen. Der erste Event mit der Einladung von Passanten der Bahnhofstrasse in Zürich auf das Schiff war ein voller Erfolg. Als Fortsetzung wurden die Gäste im Herbst zu einem Ausflug in die Surselva geladen um die Region kennenzulernen. Im Gegensatz zur kantonalen Logiernächtestatistik durften wir für die Destination der Surselva eine Zunahme der Logiernächte verzeichnen. Besonders in den Sommermonaten war der Zuwachs markant. Dies deutet darauf hin, dass wir mit unseren Aktivitäten auf dem richtigen Weg sind.

Die Fokussierung auf einige definierte Gästesegmente wurde insbesondere in Brigels forciert und mit dem Familienprogramm „Plai a mi“ umgesetzt. Dabei wurde das Angebot für Kinder und Familien markant ausgebaut und von den Gästen sehr rege gebucht.

Insgesamt darf festgestellt werden, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Dennoch warten noch einige Herausforderungen auf den Tourismus in der Surselva. Diese werden Schritt für Schritt in den kommenden Jahren angegangen. Wir werden auch in Zukunft bemüht sein, unseren Gästen ein attraktives Angebot bieten zu können und unsere Leistungsträger möglichst optimal unterstützen zu können.

Marcus Caduff  
Präsident Surselva Tourismus AG

# Jahresbericht 2016 Administration

---

## Mitarbeiterworkshop

Am 30. November 2016 trafen sich die Mitarbeiter der Surselva Tourismus AG im Rathaussaal in Ilanz zum Mitarbeiterworkshop. Der Tag wurde durch Martin Schuppli (Autor, Texter, Schreiber und leidenschaftlicher Blogger) geleitet und stand unter dem Motto „Gähnen oder brüllen?“, „Besser-schreiben-Workshop“. Nach einer kurzweiligen Vorstellungsrunde, in der jeder Mitarbeiter kurz eine Geschichte über sich erzählte, wurden verschiedene Themen vorgestellt. Als Vorbereitung für den Workshop, hatte jeder Mitarbeiter die Aufgabe erhalten, einen kurzen Werbetext zur Region zu schreiben. Diese Texte wurden gemeinsam angeschaut und besprochen. Im Anschluss wurden Gruppen gebildet, welche in der Region nach einer guten Geschichte suchen und diese der Gruppe später vorstellen mussten. Es entstanden interessante, humorvolle, emotionale und spannende Geschichten.

## Mitarbeiteressen

Am 13. Januar 2016 fand das alljährliche Mitarbeiteressen der Surselva Tourismus AG im Hotel Péz Regina in Lumbrin statt. Nach einem delikaten Fondue Chinoise wurde der Abend mit einem Ratespiel abgerundet. Jeder Mitarbeiter hatte die Chance einen schönen Preis zu gewinnen. Als Abschluss gab es gute Gespräche, einen feinen Kaffee und einen Dessert.

## Personalwesen

### Info

Während dem Mutterschaftsurlaub (1. Januar bis Ende Mai 2016) unserer Mitarbeiterin Denise Gabriel, übernahm Corina Cavegn ihre Stelle als Gästebetreuerin in Breil/Brigels.

### Neueintritte

- Cornelia Andreoli aus Vignogn, arbeitet seit dem 14. März 2016 als Gästebetreuerin im Infobüro Val Lumnezia.
- Florian Bänninger ist seit 18. April 2016 Projektentwickler und Kinderanimateur für das Kinderprogramm „Plai a mi“ in Breil/Brigels.
- Mirjam Thurnheer hat am 1. Juli 2016 die Aufgabe als Marketingassistentin bei der Surselva Tourismus AG in Ilanz übernommen.
- Seit dem 10. August 2016 arbeitet Claudio Stalder aus Biel als Praktikant Marketing Support bei der Surselva Tourismus AG in Ilanz.

### Austritte

- Von Juli 2012 bis zu seiner Pensionierung im Juni 2016 durfte Roland Huber seine langjährige Erfahrung in die Aufbau- und Ablauforganisation der Surselva Tourismus AG einbringen.
- Per Ende Juli 2016 beendete Michael Alt aus Birchwil sein einjähriges Praktikum bei der Surselva Tourismus AG.

Antonia Tschuor  
Administration, Surselva Tourismus AG

# Jahresbericht 2016 Marketing

---

## Marketing

Im Jahr 2016 wurden im Marketing zwei Schwerpunkte gelegt, die unterschiedlicher nicht sein könnten und doch zu einer einheitlichen Kommunikation geworden sind.

Der Internetauftritt von [www.surselva.info](http://www.surselva.info) wurde grundlegend überarbeitet, bedienerfreundlicher gestaltet und technisch auf den neuesten Stand gebracht.

Im Zeitalter der Digitalisierung setzt die Surselva Tourismus AG auf die Formel M2M = Mensch zu Mensch. Diese Formel wurde im Sommer mit einer Charme Offensive gestartet und erfolgreich weitergeführt.

## Basismarketing

Der Relaunch der Webseite konnte mit der Firma touristika GmbH auf die Wintersaison 2016/2017 realisiert werden. Die grössten Herausforderungen im Layout waren die Regionen und die Bergbahnen gut sichtbar darzustellen, den Sommer und Winter mit wenigen Klicks erreichbar zu machen sowie die Buchungstrecke bedienerfreundlich und umsatzorientiert einzubinden.

Auf der technischen Seite waren die Ziele nicht weniger ambitiös. Die neue Seite musste in erster Linie responsive sein. Die Einbindungen diverser Elemente wie den Veranstaltungskalender, die Webcams, das Wetter, den Wintersportbericht und die Point of Interest mussten in die Seite integriert werden. Das Corporate Design wurde gemäss Markenvertrag von Graubünden Ferien übernommen.

Der Content der Seite wurde voll umfänglich von den Mitarbeitern der Surselva Tourismus generiert. Der „rote Faden“ der Seite liegt auf den Geschichten, die in unserer Ferienregion erlebt werden können. Die Seite soll die User persönlich ansprechen, so dass sie sich mit uns identifizieren können. Um dies zu erreichen, wurde auf ausdrucksstarke Bilder, persönliche Tipps und das Menschliche in den Vordergrund gesetzt.



# Jahresbericht 2016

---

Neben der Webseite wurde über die sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram, Google+) und per Newsletter digital kommuniziert.

Es wurden während dem Jahr 71 Newsletter versendet:

	Anzahl	Abonnenten	Öffnungsrate	Klickrate
Agenda	11	633	9.1%	32.0%
Schneelos	12	633	51.1%	56.7%
Newsletter	18	11'266	26.5%	16.6%

Am 29. Juni 2016 startete die Surselva Tourismus mit einer einmaligen Aktion die Charme Offensive. Wir fuhren mit 100 Gastgebern nach Zürich. Auf dem Weg, die Bahnhofstrasse entlang bis zum Bürkliplatz, hatte jeder Gastgeber das Ziel einen Passanten zum Mittagessen auf die MS Helvetia einzuladen. Wir konnten 124 spontane Gäste überzeugen eine Stunde ihrer Zeit mit uns Sursilvaner zu verbringen. Am Ende der Schifffahrt bekam jeder Gast einen kleinen roten Surselva Rucksack mit Köstlichkeiten aus der Surselva und einer Einladung zum Alpabzug in Brigels. Ziel der Aktion war mediale Aufmerksamkeit zu erregen und Folgebuchungen zu generieren.

Am 10. September 2016 konnten wir 37 Gäste in Brigels begrüßen. Um ihnen die ganze Region zu zeigen, organisierten wir nach dem Alpabzug eine kleine Surselva Rundfahrt von Brigels nach Vella (mira!cultura Ortsführung), Obersaxen (Carlo Janka und Ernst Sax im Rufalipark) und Ilanz (Begrüssung Aurelio Casanova und Apéro im Museum Regional Surselva).

## Facts Alpabzug

- 59 generierte Adressen durch den Postkartenversand davon waren 25 Gäste am Schneetag
- 25 generierte Übernachtungen am Alpabzug



# Jahresbericht 2016

---

## Surselva Sommer 2016

Graubünden Ferien hat die Wichtigkeit des Marktes Schweiz wiedererkannt und im Sommer mit einer grossen Wanderkampagne in der deutschsprachigen Schweiz geworben. Die Surselva hat sich an dieser Kampagne als Goldpartner beteiligt.

Kernstück der Kampagne war die Wanderbock-App. Wir konnten buchbare Angebote und Wandertipps in die App integrieren. Ebenso waren verschiedene Preise aus unserem Perimeter am Wettbewerb beteiligt und wurden in der App ausgespielt. Die Kampagne wurde durch flankierende Massnahmen begleitet:

- TV-Spot Wanderbock (Gian und Giachen) – Integration vierer Logo Surselva Tourismus
- Plakatkampagne – Integration vierer Logo Surselva Tourismus
- Ambientaktion Zürich – Surselva Tourismus vor Ort präsent
- Social Media Kampagne – Surselva Tourismus mit Angeboten integriert

Die buchbaren Angebote und Erlebnistipps wurden auf verschiedenen Kanälen on- und offline gestreut

- Sonntagszeitung, 29. Mai 2016
- Graubünden Exklusiv, 1. Juni 2016
- Globe TV, 6. – 12. Juni 2016
- Auslage Wanderbroschüren Zürich Bahnhofstrasse 8'000 Stück Juni 2016
- Versand Sommerbroschüre an bestehende Adressen 5'000 Stück
- [www.ausflugsziele.ch](http://www.ausflugsziele.ch)
- RailAway Tipps und Kombiangebote

## Surselva Winter 2016

Im Winter wurde der Fokus vermehrt auf die Radio-Kommunikation gelegt. Der Surselva Winterspot (mit Gian und Giachen für die Wintersportgebiete Brigels und Obersaxen) wurde in zwei Wellen auf vier Sendern 120 Mal ausgestrahlt. In den Wochen zwei bis fünf waren in den S-Bahnen der Stadt Zürich zudem 200 Steinbock-Winterplakate im Einsatz.

Der erste Renzo's Schneeplausch vom 23. Januar 2016 war ein medialer Erfolg. Die Ausstrahlung im Glanz & Gloria sowie Beiträge im Blick, 20 Minuten und weitere zeigten die Surselva von der schönsten Seite, fand der Anlass doch bei strahlendem Sonnenschein statt.

In der Adventszeit war die Surselva in zwei Ausgaben der Zürisee Zeitung à vier Seiten redaktionell eingebunden. Am Wettbewerb nahmen rund 6'000 Personen teil.

Weitere Kommunikationsmassnahmen:

- Auf Reisen
- SnowActive
- Graubünden Exklusiv

Graubünden Ferien setzte die Bearbeitung des Marktes Schweiz mit einer Winter-Familienkampagne um. Kernstück der Kampagne war das Kinderbuch von Gian und Giachen und dem furchtlosen Schneehasen Vincenz. Die Surselva Tourismus beteiligte sich an dieser Kampagne und konnte damit die Reichweite der gestreuten Angebote deutlich vergrössern.

Anja Beivi  
Marketingleiterin, Surselva Tourismus AG

# Jahresbericht 2016 Medien

## Medienarbeit

Im Geschäftsjahr 2016 wurden 21 Medieninformationen an entsprechende Medien versendet. Die Themen waren sehr vielseitig, von verschiedenen Anlässen über neue Angebote und z.B. auch unsere neue Webseite. Um die Medien gezielt bedienen zu können, ist es wichtig die Medienadressen aktuell zu halten. Im Schnitt kann die Surselva Tourismus auf 200 Medienadressen, hauptsächlich aus der Schweiz zurück greifen.

Verschiedene Anlässe wurden medial begleitet. Hier ein Auszug:

### Renzo's Schneeplausch, 23. Januar 2016

Die wichtige Zielsetzung, Renzo's Schneeplausch medial zu nutzen, ist sehr gut umgesetzt worden. Der Gegenwert der Berichte beläuft sich auf CHF 280'000.-.

Beiträge wurden in folgenden Medien publiziert: SRF Glanz & Gloria, SRF Online, Blick Print und Online, Blick am Abend, Schweizer Illustrierte Print und Online, Schweizer Bauer, BauernZeitung, Bündner Nachrichten, Südostschweiz Print, Online Radio und TV, RTR Radio und Online, La Quotidiana, Bündner Tagblatt, Bündner Woche, Zentralplus.ch, fm1today.ch, Radio Zürisee, maxim-magazin.ch, Twitter, google.ch, AutoBild Schweiz, Oberaargauer, Thuner Amtsanzeiger, events24.ch und weitere Kanäle wie myschweizland.ch oder grabünden.ch.



## Charme Offensive

Aktion Zürich, 29. Juni 2016

Medienpräsenz: Bündner Tagblatt, Südostschweiz, La Quotidiana, abouttravel.ch, Htr Hotel Revue, Ruinaulta sowie unterschiedliche online Portale.



# Jahresbericht 2016

Die Folgeaktion am 10. September 2016: „Zu Besuch bei Freunden – viseta tier amitgs“ erwirkte eine Medienpräsenz in der Südostschweiz, Bündner Tagblatt, La Quotidiana, Ruinaulta und weiteren online Portals.

## Weitere Medienarbeit:

Mit den Verantwortlichen des Wädenswiler Anzeigers konnte wiederum das „Sommerpecial Surselva“ (Beitrag 9 Seiten) verwirklicht werden mit den Hauptthemen „Kultur und Natur hautnah erleben“ und der „opera viva“.

Weiter wurden im letzten Jahr sehr interessante Artikel in verschiedenen namhaften Medien generiert. Hier ein Auszug der Berichte:

- **Schleswig Holstein am Sonntag**, 10.01.2016, Thema: Gerstensuppe im Tal des Lichts (Medienreise 2015, Claudia Diemar)
- **Blick Reisen**, 20.01.2016, Thema: Kulinarische Wanderung Val Lumnezia, Medienbesuch Anfang Januar 2016
- **NZZ**, 11.03.2016, Beitrag durch Schweiz Tourismus, Thema; Ostern im Schnee
- **20 Minuten Friday Magazine**, 25.11.-01.12.2016, Thema: Kraft tanken in der Val Lumnezia
- **Schweizer Landliebe**, 01.12.2016, Thema: Alter Brauchtum, Spiel mit dem Feuer; Trer Schibettas, 10 Seiten. Medienbesuch, März 2016
- **Outdoorguide**, Dezember 2016, Thema: Abseits der Spur, Safiental, Val Lumnezia, Greina



Claudia-Martina Meyer  
Medien, Surselva Tourismus AG



### Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

2. Wanderfestival & Fly Gleitschirmtage: Das zweite Wanderfestival in Brigels wurde in Kombination mit den Fly Gleitschirmtagen durchgeführt. Während vier Tagen wurden abwechslungsreiche Besichtigungen, Führungen, Wanderungen und kulinarische Spezialitäten angeboten. Das Highlight des Events, die Fiasta Sursilvana, wurde von ca. 200 Gästen, Zweitwohnungsbesitzern und Einheimischen besucht. Dieser Abend wurde durch musikalische Einlagen und einem Bündner Büffet umrahmt.

21. Chorwoche Brigels: Roger Widmer hat die Nachfolge von Paul Steiner übernommen und die 100 Sängerinnen und Sänger durch eine intensive Singwoche unter dem Motto „Mond und Nacht“ geführt. Am Sonntag, 24. Juli 2016 wurde in der Kirche in Brigels das einstudierte Programm vor zahlreichen Zuschauerinnen und Zuschauern aufgeführt. Ein spezielles Erlebnis war die Vollmondwanderung mit einem kleinen Picknick und Gesang zum passenden Thema - Vollmond.

Scargada-Alpabzug: Beim Alpabzug am 10. September 2016 in Brigels haben über 1000 Gäste, Zweitwohnungsbesitzer und Einheimische die geschmückten Tiere bestaunt. An diesem Tag zogen rund 600 Tiere von den fünf Brigelser Alpen ins Tal. Die Alpengenossenschaft hat eine Festwirtschaft mit Strohhub und Streichelzoo organisiert. Ebenfalls wurde die Charme-Offensive „Zu Besuch bei Freunden“ an diesem Event durchgeführt.

Silvestermarkt: Am 29. Dezember 2016 fand der traditionelle Silvestermarkt im geschützten Dorfkern von Brigels statt. Neben den 38 Ausstellern der Region hat die Musikgesellschaft Brigels/Dardin für die musikalische Unterhaltung gesorgt. Der Andrang war sehr gross.

### Projekte

Ei, Ei, Ei – Über Ostern läuft was!: Ein abwechslungsreiches Programm für Kinder wurde an Ostern angeboten. Vom Märchenerzählen, Eier bemalen, Osternester bauen bis hin zum Highlight am Sonntag – dem Wettbewerb „ruclar ovs“. An jeder Veranstaltung haben rund 15 Kinder teilgenommen.

Plai a mi Familien- und Kinderprogramm: Im Sommer wurde das neue Projekt „Plai a mi“ lanciert. Ein erweitertes Programm für Kinder und Familien. Bastelstunden, Kinderolympiade, Indianervormittage und noch vieles mehr. Während der Sommersaison haben 460 und im Winter 350 Teilnehmer am Programm teilgenommen. Die beliebtesten Programme waren, die Besuche auf dem Bauernhof und die Kinoabende.

fern & näher- Waltensburger Hörspielereien: Die Lese- und Literaturtage in Waltensburg haben am 01. und 02. Oktober 2016 stattgefunden. An diesem Event haben die Autoren Arno Camenisch und Anita Siegfried ihre Werke präsentiert und vorgelesen. Für die Hörspielereien hat das Stimmorchester für Abwechslung gesorgt. Die Teilnehmer waren von den Waltensburger Hörspielereien begeistert.

Kulinarische Rundwanderungen: In Zusammenarbeit mit den Hotels und Restaurants aus der Region wurden zwei Rundwanderungen mit kulinarischen Köstlichkeiten angeboten. Bei der Gourmetwanderung wurden das Hotel Gilde Restaurant Postigliun, das Casa Fausta Capaul und das Hotel La Val besucht. Bei der Drei-Dörferwanderung das Biohotel Ucliva, das Bergrestaurant Burleun und das Hotel Vincenz. Die Rückmeldungen der Gäste waren positiv.

### Netzwerk

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

Tanja Sgier  
Infostellenleiterin Brigels

## Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

In der Wintersaison 15/16 fanden wiederum zahlreiche Gästeprogramme statt. Erstmals im Angebot standen mira!cultura Führungen im Februar. An den Schneeschuhtouren nahmen 13 Personen teil. Dies entspricht einem Rückgang, welchem wir mit einem angepassten Angebot in der Saison 16/17 entgegen wirken möchten. Eine zusätzliche Attraktion wurde mit Kinderschminken und Ballonkünstler im Rufalipark geboten.

Bei der letzten Durchführung des Schneesporttages Wädenswil genossen 170 Kinder die optimalen Schnee- und Pistenverhältnisse. Die Saison wurde mit den hervorragenden Veranstaltungen, Europacup und Schweizermeisterschaft Paralympic Ski Alpin Rennen sowie Season End Party mit Carlo Janka abgeschlossen.

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

Am 13. Seifenkisten-Derby bezwangen 55 Teilnehmende die Strecke von Miraniga nach Misanenga. Des Weiteren fand am 1. August, in Zusammenarbeit mit den Turnvereinen Obersaxen und dem Rufalipark, eine erfolgreiche Familienolympiade statt. Zudem erstellten wir ein GeoCaching (GPS Schnitzeljagd) Angebot für den Rufalipark und organisierten einen kleinen Slackline Event.

Am Kinderprogramm nahmen während den Sommer- und Herbstferien 79 Kinder teil. Insbesondere das neue Angebot Ponyreiten stiess auf grosses Interesse. Auch die weiteren Gästeprogramme erzielten im Vorjahresvergleich erfreuliche Besucherzahlen: Wildbeobachtung 135 Gäste (+23), Erzbergwerkbesichtigung 117 Gäste (+27), Goldwaschen 51 Gäste (-1).

Der Sommer 2016 war geprägt von der opera viva. Für die Opernaufführungen Guglielmo Tell, wie auch für die festlichen Konzerte, stellte das Infobüro Meierhof den Vorverkauf sicher und unterstützte den Verein opera viva in diversen Bereichen.

## Projekte

In Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern wurde das Projekte Disabled Ski WM 2019 mit dem Besuch in Nottwil lanciert. Während der Erstellung des Bewerbungsdossiers standen wir unterstützend zur Seite und führten die Moderation der öffentlichen Podiumsdiskussion.

Intern wurden die Integration und Abstimmung mit dem Infobüro in Surcuolm gestartet sowie Abläufe angepasst. Zudem sind nun alle Gästeprogramme online über surselva.info buchbar. Bei Sommerangeboten wird zukünftig ein CO2 Beitrag an myclimate gespendet. Diese Massnahmen sind Teil der Erneuerung des Qualitätssiegels Q1.

In den Sommermonaten gingen die ersten Buchungen für das Sternenhimmelbänkli ein. Mit der Platzierung bei Graubünden Ferien sowie einer intensiven Zusammenarbeit mit dem neu gegründeten „Verein zur Förderung der Schweizer Bankkultur“ wird das Projekt weiterentwickelt.

Ebenfalls konnte dank der Zusammenarbeit mit Vertical Ventures aus Zürich ein Konzept eines Virtuellen Kinoangebotes erstellt werden. Weitere Planungen und Abklärungen betreffend der Erweiterung des GeoCaching Angebotes unter der Einbindung von diversen Leistungsträgern sind im Gange.

## Netzwerk

Der Sommer Kick off fand dieses Mal in Surcuolm statt. Beim Winter Kick off in der Aula Meierhof nahmen rund 35 Personen teil. Anschliessend wurden kurz vor Weihnachten die Winterbroschüren zusammen mit einem Surselva Kalender persönlich an die Leistungsträger verteilt.

Bei diversen Austauschen und Projektbesprechungen mit den Bergbahnen sowie dem Rufalipark konnten wichtige Themen diskutiert werden. Mit der Erstellung von Produktblättern und der Klärung von Abläufen mit der Gemeinde wurde eine weitere Ablaufoptimierung erzielt.

## Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Am 23. Januar 2016 fand zum ersten Mal der Event „Renzo's Schneeplausch“ statt. Die 16 prominenten Teilnehmer des Renzos Schneeplauschs erlebten einen unvergesslichen Tag bei schönstem Wetter in Vella. Die Disziplinen Parallelsalom, Hornschlitten-Rennen und die Renault-Challenge kamen nicht nur bei den Promis gut an, auch die Zuschauer hatten ihren Spass. Ein gelungener Event.

Ausserordentlich früh (19. Juni) fand der Bike Marathon Lumnezia Obersaxen statt. Rund 200 Teilnehmer nahmen bei nebligem Wetter den Trail in Angriff.

Das Openair Val Lumnezia hat wieder zahlreiche Festivalbesucher auf das Gelände von Degen gelockt. Für tolle Stimmung am Donnerstag sorgten unter anderem Lircas Anas und am Samstag die Routiniers von Scooter.

Ein tolles Programm und schönstes Wetter, haben das 10. Raiffeisen Kinofestival Val Lumnezia zu einem tollen Event gemacht. Es wurden folgende Filme gezeigt: Vacation – Wir sind die Griswolds, Die Pinguine aus Madagascar, Fünf Freunde 4, Oops! Die Arche ist weg, Paris um jeden Preis und Schellen-Ursli. Mit dem letzten Film konnte ein Zuschauerrekord (über 250 Personen) verzeichnet werden.

Am 6. August waren die Südostschweiz Wandertage in der Val Lumnezia. Die Wanderung startete in Vignogn und führte nach Vrin. Beim Zwischenstopp in Lumbrein konnte der Riesenkristall und die Casa d'Angel besichtigt werden und in Vrin wurde den Teilnehmern die Möglichkeit geboten, die Mazlaria Vrin zu besichtigen.

In Zusammenarbeit mit der Gemeinde Lumnezia fand der traditionelle Marcau Daniev am 28. Dezember 2016 in Vella statt. Der Lebensmittel-, Kunsthandwerk- und Kleidermarkt war in jeder Hinsicht speziell: Auf den festlich geschmückten Marktständen wurden Esswaren, Heilmittel, Kristalle, Möbel und Alltagsgegenstände zum Verkauf angeboten, die im Tal selbst gekocht, gebacken, luftgetrocknet, genäht, gestrickt, gezimmert, gebastelt aber auch in professionell geführten Backstuben, Metzgereien, Molkereien und Werkstätten erzeugt wurden. Der Marcau Daniev war und ist ein beliebter Treffpunkt für Einheimische und Gäste.

Im Gästeprogramm der Val Lumnezia wurden wieder die Kristallbesichtigungen, die Orte der Magie- und die Energiestrategie 1919- Führungen angeboten. Weiter im Angebot fand man die mira!cultura Ortsführungen Vella und neu auch in Lumbrein.

## Projekte

Sakralbauten: Die Surselva Tourismus AG bot im Sommer 2016 wieder eine Busrundtour an. Das Angebot fand an 7 Samstagen statt. Teilnehmerzahl: 18 Personen. Die Teilnehmer waren sehr begeistert von diesem Angebot.

Bus alpin – Greina: Während der Hauptsaison fuhr in der Val Lumnezia ein früherer Kurs ab Valgronda. Einen Streckenunterbruch gab es im Tessin wegen Steinschlag: Strecke Ghirone – Diga di Luzzzone wurde aus Sicherheitsgründen nicht mit dem Bus alpin befahren. Der Wanderweg war nicht betroffen.

Signalisation Orte der Magie: Die Start- und Detailinfotafeln wurden installiert, sowie auch die Routenkleber angebracht.

## 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 dem Surselva-Kalender 2017. Guter Austausch mit den Leistungsträgern der Val Lumnezia, bezüglich des Rückblicks Gästekarte und dem Ausbau des Gästeprogramms.

Erika Walder  
Infostellenleiterin Vella

## Allgemeiner Jahresrückblick mit Highlights

Das Jahr 2016 in Ilanz/Glion zeichnete sich vor allem mit verschiedenen Anlässen aus, an denen die Surselva Tourismus mit der Infostelle Ilanz/Glion vertreten war. Begonnen hat dies mit der Agrischa. Am Auftritt mit dem Surselva Zelt auf der Piazza Cumin wurden 370 Wettbewerbskarten ausgefüllt. Das Fotobooth wurde anlässlich des Kinderparcours von über 300 Besuchern genutzt. Am Ilanzer Städtlifest wurde direkt neben dem Museum das Surselva Spiel für Klein und Gross eingesetzt. Die Faszination und Konzentration der ca. 200 Spielenden war ansteckend. Am Wettbewerb nahmen stolze 236 Teilnehmer teil. Als letzter und längster Einsatz folgte dann der Auftritt an der ILHGA wiederum mit einem speziellen Fotobooth und einem Wettbewerb. Es wurden 438 Wettbewerbskarten ausgefüllt und 357 Spassfotos gemacht. Das Wichtigste an allen Präsenzen war der rege Austausch mit Gästen, Zweitwohnungsbesitzern, Partnern und Einheimischen.

## Gästeprogramm Ilanz/Glion

Das Gästeprogramm in Ilanz/Glion konnte im 2016 weiter gestärkt werden. An 6 inszenierten Altstadtführungen nahmen 163 Personen teil und genossen die Altstadt auf eine spezielle Weise. Die mira!cultura Ortsführungen in Ilanz mit drei verschiedenen Führungen wurden von 36 Personen besucht. Um die Angebote weiter bekannt zu machen, wurde von der Surselva Tourismus Info Ilanz/Glion mit den verschiedenen Partnern weitere Kommunikationskanäle genutzt, wie ein spezieller Flyer zu den Führungen aber auch die Webseiten, Social Media, eine Medienmitteilung und weiteres.

## Projekte

### refo500

Die Arbeitsgruppe der refo500 arbeitete intensiv an verschiedenen Höhepunkten für die Jahre 2017-2019 wie z.B. dem Theater und an Kommunikationsmitteln wie Flyer, Prospekte, Haustafeln.

## Weihnachtszeit in Ilanz

Die Advents- und Weihnachtszeit ist für den Handel und das Gewerbe in Ilanz von zentraler Bedeutung. Die Surselva Tourismus Info Ilanz/Glion engagierte sich hier mit verschiedenen Massnahmen. Auf der einen Seite stand die Koordination der Ilanzer Märchenstadt mit dem ersten Sonntagsverkauf im Mittelpunkt. Um auch den zweiten Sonntagsverkauf zu unterstützen fand um 17.00 Uhr ein Adventsapéro in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Ilanz/Glion statt.

Ein Flyer „Weihnachtszeit in Ilanz“ mit den weiteren Höhepunkten wie Adventsmarkt, Schnapsmarkt und Konzerten wurde erstellt und ein Postwurf von Tamins bis nach Sedrun sowie ein Mailing an Zweitwohnungsbesitzer getätigt. Für ein erstmaliges Engagement in diesem Bereich kann ein gutes Fazit gezogen werden, die Ilanzer Märchenstadt verzeichnete einen Teilnehmerrekord, am Adventsapéro nahmen ca. 80 Zweitwohnungsbesitzer und Einheimische teil, der Adventsmarkt und auch der Schnapsmarkt wurden rege besucht.

In verschiedenen Projekten der Surselva Tourismus war die Info Ilanz/Glion stark eingebunden, sei dies bei der Charme Offensive mit dem Besuch in Zürich oder dem Alpabzug mit der Rundtour, die im Museum Regional Surselva in Ilanz endete. Weiter waren die eingeführte Surselva Gästekarte Sommer und die neue Webseite wichtig. Der Content und das Erzählen von Geschichten stehen im Mittelpunkt.

## Netzwerk / Austausch

In einem internen Workshop der Surselva Tourismus wurde die neue Ausrichtung der Info Ilanz/Glion aufgearbeitet und der Gemeinde Ilanz/Glion d.h. der Geschäftsleitung, dem Vorstand und dem Parlament vorgestellt.

Der Austausch mit den Partnern vor Ort war ein zentrales Thema, einige Beispiele dazu: Neujahrsapéro mira!cultura Ortsführungen, Versammlung Vorstand Cinema Sil Platz, Ilanzer Erlebnislauf, IG Altstadt, GV HGVI, Beachvolleyballturnier, Historische Werkstätte Schnaus mit Waldlehrpfad, Eröffnung Lia Rumantscha Ilanz und die zwei Mal im Jahr durchgeführten Besuche der touristischen Partnern in den Fraktionen.

Claudia-Martina Meyer  
Infostellenleiterin Ilanz/Glion

# Jahresabschluss 2016

Surselva Tourismus AG

## Erfolgsrechnung vom 01.01.2016 - 31.12.2016

	2016	%	2015	%
<b>Betrieblicher Erfolg aus Gästetaxen</b>				
Beiträge aus Gästetaxen	2'110'545.00	64.54	1'611'000.00	61.86
<i>Vorauszahlungen Destinationen</i>	<b>0.00</b>	0.00	<b>-104'747.44</b>	-4.02
Dienstleistungsertrag	5'519.00	0.17	2'577.80	0.10
Betriebsertrag (Gästeprogramme)	35'995.20	1.10	39'942.20	1.53
Ertrag POS	11'088.50	0.34	22'499.12	0.86
Erlösminderungen	1'451.50	0.04	-6'841.22	-0.26
<b>Total Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen</b>	<b>2'164'599.20</b>	66.19	<b>1'564'430.46</b>	60.07
Dienstleistungsaufwand	0.00	0.00	-25'263.70	-0.97
Projektentw. lokal/Logierwirks. Events/Gruppenreisen	-126'963.10	-3.88	-129'733.70	-4.98
Entwicklung Gästekarte	-264'565.05	-8.09	-100'000.00	-3.84
Entwicklung Eventmanagement	-200'000.00	-6.12	0.00	0.00
Kosten Verant. Zweitwohnungsbesitzer	-200'000.00	-6.12	0.00	0.00
Betriebsaufwand (Gästeprogramme)	-158'496.90	-4.85	-74'009.01	-2.84
Übriger Aufwand	-136'249.15	-4.17	-166'051.65	-6.38
Aufwand POS	-18'952.35	-0.58	-18'288.67	-0.70
<b>Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen</b>	<b>-1'105'226.55</b>	-33.80	<b>-513'346.73</b>	-19.71
<b>Bruttoergebnis nach Material und Warenaufwand</b>	<b>1'059'372.65</b>	32.40	<b>1'051'083.73</b>	40.36
Personalaufwand	-762'570.19	-23.32	-705'430.60	-27.09
<b>Bruttoergebnis nach Personalaufwand</b>	<b>296'802.46</b>	9.08	<b>345'653.13</b>	13.27
Raumaufwand	-118'131.10	-3.61	-87'869.45	-3.37
URE mobile Sachanlagen	-11'626.75	-0.36	-11'814.20	-0.45
Sach- und Betriebsversicherungen	-3'319.20	-0.10	-3'202.05	-0.12
Energie- und Entsorgungsaufwand	-18.55	0.00	-263.30	-0.01
Verwaltungskosten/Wartung & Lizenzen EDV	-141'311.59	-4.32	-174'663.37	-6.71
Werbeaufwand (Intern)	-136.80	0.00	-170.50	-0.01
Sonstiger betrieblicher Aufwand	-386.20	-0.01	-504.55	-0.02
<b>Betriebsergebnis 1 (EBITDA)</b>	<b>21'872.27</b>	0.67	<b>67'165.71</b>	2.58
Abschreibungen	-17'500.00	-0.54	-55'962.35	-2.15
<b>Betriebsergebnis 2 (EBIT)</b>	<b>4'372.27</b>	0.13	<b>11'203.36</b>	0.43
Finanzerfolg	-1'612.40	-0.05	-595.86	-0.02
<b>Betriebliches Ergebnis vor Tourismustaxen und Steuern</b>	<b>2'759.87</b>	0.08	<b>10'607.50</b>	0.41

# Jahresabschluss 2016

Surselva Tourismus AG

## Erfolgsrechnung vom 01.01.2016 - 31.12.2016

	2016	%	2015	%
<b>Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>				
Beiträge aus Tourismustaxen	943'550.00	28.85	810'000.00	31.10
<b>Anteil Jahresergebnis TT STAG</b>	<b>0.00</b>	0.00	<b>53'220.55</b>	2.04
Mandate	40'564.80	1.24	35'000.00	1.34
Werbebeiträge	39'854.30	1.22	38'088.90	1.46
Dienstleistungsertrag	-2'493.00	-0.08	46'141.10	1.77
Vertrieb	84'090.50	2.57	56'059.85	2.15
Ertrag POS	0.00	0.00	1'325.95	0.05
<b>Total Betrieblicher Ertrag aus Tourismustaxen</b>	<b>1'105'566.60</b>	33.81	<b>1'039'836.35</b>	39.93
Promotion	-301'174.71	-9.21	-359'161.50	-13.79
Drucksachen Markt	-40'188.20	-1.23	-53'488.15	-2.05
Kooperationen	-22'561.50	-0.69	-42'483.50	-1.63
Medienarbeit	-67'301.91	-2.06	-15'460.65	-0.59
Vertrieb	-104'303.60	-3.19	-57'924.25	-2.22
Events/Präsenzen	-15'053.35	-0.46	-6'325.60	-0.24
Sponsoring	-34'400.00	-1.05	-34'400.00	-1.32
Projekt/Produktaufwand	-137'165.45	-4.19	-104'002.45	-3.99
Webportale	-58'748.40	-1.80	-112'344.90	-4.31
Weitere Marketingaufwände	-90'182.55	-2.76	-66'755.90	-2.56
Verwaltungsaufwand Marketing	-206'850.75	-6.33	-187'489.45	-7.20
<b>Betrieblicher Aufwand aus Tourismustaxen</b>	<b>-1'077'930.42</b>	-32.96	<b>-1'039'836.35</b>	-39.93
<b>Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>	<b>27'636.18</b>	0.85	<b>0.00</b>	0.00
<b>Jahresergebnis vor Steuern</b>	<b>30'396.05</b>	0.93	<b>10'607.50</b>	0.41
Steuern	5'107.70	0.16	-10'607.50	-0.41
<b>Jahresergebnis</b>	<b>35'503.75</b>	1.09	<b>0.00</b>	0.00

T N C T R E U H A N D N O R B E R T C A V E G N A G

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 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG

  
Norbert Cavegn  
zugelassener Revisionsexperte  
eidg. dipl. Treuhandexperte

Vella, 7. Juni 2017

Beilagen

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

# Organe / Mitarbeiter

---

## **Verwaltungsrat**

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

## **Revisionsstelle**

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella

## **Geschäftsführer**

Roland Huber, bis 30. Juni 2016

## **Mitarbeitende**

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

Anja Beivi, Marketingleiterin, Eintritt: 1. März 2015  
Mirjam Thurnheer, Marketingassisstent, Eintritt: 1. Juli 2016  
Claudio Stalder (Praktikant), Eintritt: 10. August 2016

Marius Willimann, Vertrieb, Eintritt: 1. September 2015

Antonia Tschuor (70%), Administration/Fibu/Mitarbeiter, Eintritt: 1. März 2010

Lydia Casanova (50%), Gästeservice Val Lumnezia, Eintritt: 1. März 2010  
Joelle Monn, Gästeservice Obersaxen, Eintritt: 16. Mai 2013  
Denise Gabriel (50%), Gästeservice Breil/Brigels, Eintritt: 1. Juli 2014  
Laura Panier, Gästeservice Breil/Brigels, Eintritt: 12. August 2015  
Cornelia Andreoli, Gästeservice Val Lumnezia, Eintritt: 14. März 2016  
Florian Bänninger, 18. April 2016, Projektentwickler und Kinderanimateur „Plai a mi“ in Breil/Brigels  
Marco Camartin, Gästeservice Mundaun, Eintritt: 1. Januar 2016

## **Austritte**

Roland Huber (Geschäftsführer), bis 30. Juni 2016  
Michael Alt (Praktikant), bis 31. Juli 2016



## Informationsbüros vor Ort

### Surselva Tourismus Info Breil/Brigels

Casa Sentupada / Postfach 193  
7165 Brigels / Breils  
Tel. 0041 81 941 13 31  
Fax 0041 81 941 24 44  
brigels@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Obersaxen

Undertor 1 / Postfach 50  
7134 Obersaxen  
Tel. 0041 81 933 22 22  
Fax 0041 81 933 11 10  
obersaxen@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Val Lumnezia

Palius 32D / Postfach 37  
7144 Vella  
Tel. 0041 81 931 18 58  
Fax 0041 81 931 34 13  
vallumnezia@surselva.info

### Surselva Tourismus Info Ilanz/Glion

Bahnhof RhB  
7130 Ilanz  
Tel. 0041 81 920 11 05  
Fax 0041 81 920 11 01  
ilanz@surselva.info



### Surselva Tourismus

Tel. 0041 81 920 11 00  
Fax 0041 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. 0041 81 920 11 05  
Fax 0041 81 920 11 01