



Rapport annual 2022

# Jahresbericht 2022

3	Das Jahr 2022 – Igl onn 2022	16	Logiernächte – Pernottaziuns
5	Surselva Tourismus AG – Surselva Turissem SA	18	Jahresabschluss 2022 – Quen annual
6	Zahlen und Fakten – Cefras e factas	20	Revisionsbericht – Rapport da revisiun
8	Marketingaktivitäten – Activitads da marketing	21	Ausblick – Prevista
10	Höhepunkte 2022 – Puncts culminonts 2022	22	Verwaltungsrat und Mitarbeitende – Cussegl d'administraziun e persunal
14	Finanzierung – Finanziaziun	24	Kontakte – contacts

## Jahresbericht Surselva Tourismus AG 2022

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

Das Jahr 2022 war ein Jahr der Hoffnung und des Aufbruchs. Nachdem die Covid-19-Pandemie ab dem März 2020 für zwei Jahre unser Leben einschränkte, konnte die Wintersaison 2021/2022 wieder mehr oder weniger normal vonstattengehen. Mehr noch, der Winter 2021/2022 bot das perfekte Skiwetter: Zur rechten Zeit genügend Schnee und schönes Wetter.

Aus touristischer Sicht darf das Jahr 2022 insgesamt als positiv betrachtet werden. Die Hotel-Logiernächte des ganzen Jahres erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,9 Prozent auf 115 857. Der Anstieg war insbesondere dem Winter 2021/2022 zu verdanken. In diesem stiegen die Hotel-Logiernächte um 15,3 Prozent auf 60 996.

Mit diesem Wert konnten die Logiernächte der sechs vorangehenden Winter übertroffen werden. Neben dem perfekten Skiwetter hat auch der Migros Grand Prix Final im März 2023 in Obersaxen zu diesem positiven Ergebnis beigetragen.

Mit 54 861 Hotel-Logiernächten konnte der Sommer 2022 nicht ganz an den vorangehenden Rekordsommer anknüpfen. Gegenüber dem Vorjahr musste ein Rückgang von 8,3 Prozent verzeichnet werden. Im Sommer 2022 war zu spüren, dass auch in den ausländischen Feriendestinationen die Pandemieeinschränkungen wieder gelockert worden sind und es die Gäste wieder in die Ferne zog. Dennoch darf festgestellt werden, dass sich die Logiernächte im Sommer 2022 weit höher als vor der Pandemie eingependelt haben, was uns für die Zukunft





der Tourismusdestination hoffnungsvoll stimmt. Sehr erfreulich war auch, dass neben unserem Gästeprogramm und eine grosse Anzahl Veranstaltungen auch das Open Air Lumnezia und die opera viva Obersaxen wieder erfolgreich durchgeführt werden konnten. Dadurch fanden viele Gäste den Weg in die Surselva.

Die STAG hat das Jahr 2022 genutzt, um in den strategische Projekten weiter voranzukommen. Die im Juli 2021 lancierte App «mia Surselva» konnte im Jahr 2022 weiter optimiert und ausgebaut werden. Wir dürfen mit Freude feststellen, dass das Gästekartensystem sowie das Mehrwertprogramm für Zweitheimische, welche über die App abgewickelt werden, mittlerweile sehr gut funktionieren. Per Ende 2022 hatten bereits über 34 000 Personen unsere App heruntergeladen und über 3100 Zweitheimische hatten sich für das Mehrwertprogramm registriert. Die Interaktionszahlen steigen kontinuierlich und «mia Surselva» wird immer mehr zum digitalen Ferienbegleiter unserer Gäste.

Im Jahr 2022 hat sich die STAG auch intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit befasst. An seiner Strategiesitzung im September hat der Verwaltungsrat, begleitet durch die ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung Wergenstein, eine breite Auslegeordnung zur Nachhaltigkeit in der Tourismusdestination Surselva vorgenommen. Die STAG hat entschieden, sich dem Nachhaltigkeitsprogramm «Swisstainable» vom Schweizer Tourismusverband STV anzuschliessen. Wir streben für die Tourismus-

destination Surselva die Anerkennung als «Swisstainable Destination» an. Um dies zu erreichen ist die STAG im 2023 gefordert, eine grosse Anzahl unserer Hotels und touristischer Leistungsträger für die Teilnahme an Swisstainable zu begeistern.

Das strategische Ziel, die Tourismusdestination Surselva zu einer Ganzjahres-Tourismusdestination zu entwickeln, wurde auch im 2022 intensiv verfolgt. Im Bikebereich wurden die im Bike-Entwicklungskonzept festgelegten Massnahmen gemeinsam mit den Gemeinden vorangetrieben. So ist es gelungen, dass ab 2023 fünf Parade-Bikerouten bei SchweizMobil aufgenommen und signalisiert werden können. Damit einher gehen Investitionen in den Wegausbau und -unterhalt. Zudem konnte das Netz der E-Bike-Ladestationen durch acht weitere Ladepunkte ergänzt werden, womit unser Tourismusdestination im Alpenraum vermutlich über eines der dichtesten Netze verfügt. Für 2023 und 2024 sind weitere Bikeprojekte in Vorbereitung, welche die Biker begeistern werden.

Die STAG zieht eine positive Bilanz für das Jahr 2022. Wir haben dieses genutzt, um die wichtigen strategischen Projekte entscheidend voranzutreiben. Wir sind nun alle gefordert, auf dem eingeschlagenen Pfad weiter voranzuschreiten und die Chancen zu nutzen, welche sich der Tourismusdestination Surselva bieten.

**Kevin Brunold, CEO**

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 und der Bergbahnen Breil/Waltensburg/Andiast. Unter der Leitung des CEO Kevin Brunold setzen sich derzeit 21 Mitarbeitende bei 16,8 Vollzeitäquivalente dafür ein, dass das touristische Angebot der Tourismusdestination 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 (Brigels), Ilanz/Glion (RhB-Schalter Ilanz), 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), Richard Caduff, Dr. Cornelia Maissen (bis 31. Oktober 2022), Ernst Sax, Daniel Solèr 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 der 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"> <li>• Vermarktung</li> <li>• Sales</li> </ul>
	Querschnittsaufgaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IT, Administration</li> <li>• Finanzen, Personal etc.</li> </ul>
	Gästedienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gästeinformation</li> <li>• Gästeprogramm</li> </ul>
	Produktentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung neuer touristischer Produkte</li> <li>• Unterstützung tour, Standortentwicklung</li> </ul>
	Leistungsträger & Leistungspartner	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betreuung und Beratung</li> <li>• Einbindung in Produktentwicklung</li> </ul>
	Veranstaltungen (Events)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation eigener Events</li> <li>• Unterstützung Organisatoren</li> </ul>
	Gästekarte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrieb eines Gästekartensystems</li> </ul>
Zweitwohneigentümer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortung für Beziehungspflege</li> </ul>	
Gemeinden	Touristische Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bau, Unterhalt und Betrieb</li> <li>• Finanzierung</li> </ul>
	Standortentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionierung, Entwicklungsstrategie, Umsetzung, Finanzierung</li> </ul>
	Finanzen und Gesetze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherstellung gesetzliche Grundlagen</li> <li>• Finanzierung Surselva Tourismus AG</li> </ul>

# Zahlen und Fakten



# Marketingaktivitäten

Das Marketingjahr 2022 stand wieder ganz im Zeichen der Digitalisierung. Nach der Festigung und Stärkung der ausgebauten Marketingmassnahmen konnten verschiedene Kampagnen und Tools miteinander verknüpft und somit die geschaffenen Plattformen optimal genutzt werden.

### Social Media

Durch klare Abläufe konnten die Social-Media-Kanäle Facebook, Instagram, LinkedIn und Twitter gezielt bespielt werden. Dadurch realisierten wir eine breite Reichweite. Die Follower-Zahlen auf allen Kanälen stiegen kontinuierlich, wodurch wir eine aktive, interagierende Community aufbauen konnten.

### Webseite

Die Seite surselva.info wurde im Jahr 2022 über 2,8 Millionen Mal aufgerufen. Überdurchschnittlich viele Besuche wurden erneut beim Navigationspunkt Webcams erreicht. 63 Prozent der Nutzer griffen über ein mobiles Gerät (Smartphone) auf die Webseite zu. Auf Platz zwei folgt der Zugriff über Desktop (33 Prozent), auf Platz drei schliesslich das Tablet (vier Prozent). Durch den Einsatz eines neuen Mitarbeitenden konnte die Website detailliert analysiert und entsprechend optimiert werden.

Suchmaschinenoptimierungen (SEO) wurden laufend bei den relevantesten Seiten vorgenommen und etabliert. Diese Massnahme hat sich ausgezahlt und zu einer Steigerung der organischen Suche geführt.

### «mia Surselva»-App

Mit der Lancierung der «mia Surselva»-App im Juli 2021 wurde eine digitale Gästplattform geschaffen, die das Gäste-Erlebnis ins Zentrum stellt und die Beziehung zum Gast im digitalen Zeitalter neu denkt.

Seit der Einführung wurde die App insgesamt bereits über eine halbe Million Mal geöffnet. Im Jahr 2022 hat sich der digitale Begleiter für Gäste der Surselva erfolgreich weiterentwickelt und verzeichnete mehr als 15 000 neue App Downloads. Regelmässiger und personalisierter Content führte zu einem hohen Engagement, wie die Monthly Active User Rate von rund 15 Prozent zeigt. Durch die frühe Integration der involvierten Leistungsträger und gezielte Kommunikation wurden im Jahr 2022 zudem über 18 700 digitale Gästekarten aktiviert. Auch für Zweitwohnungsbesitzer ist «mia Surselva» zu einer zentralen Plattform geworden. Mehr als 3100 Zweitwohnungseigentümerinnen und -eigentümer haben sich seit 2021 für das Mehrwertprogramm in der App registriert und von exklusiven Angeboten profitiert.

### Newsletter

Im Herbst 2022 wurde das Newsletter-System umgestellt. Das neue System ist direkt mit der «mia Surselva»-App gekoppelt. Dies ermöglicht eine zielgerichtete und interessensgesteuerte Ausspielung von Inhalten an die User. Durch einen Datenabgleich zwischen Newsletter und App-Usern können auch künftig gezielte und personalisierte Kampagnen realisiert werden.

### Drucksachen

Das Gästemagazin «mia Surselva» Winter und Sommer mit spannenden Geschichten über unsere Ferienregion wurde mit neuen Geschichten publiziert. Die beiden Gästemagazine wurden in je einer Auflage von 33 000 Exemplaren produziert. Eine starke Präsenz im Raum Rapperswil-Jona wurde mit einer Streuung über die Obersee Nachrichten (23 500 Exemplare), einer E-Paper Promotion sowie über unsere Ka-

näle (Webseite, Newsletter, Soziale Medien) erzielt. Zudem lagen 4500 Exemplare in der Region bei den Leistungsträgern auf und das Magazin wurde in alle Haushalte der Surselva mittels Promopost versandt. Im Frühjahr 2022 wurde die Wanderbroschüre überarbeitet und im neuen Layout herausgegeben.

### Rückblick Sommer 2022

#### Kampagnen in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien:

##### Familienkampagne

In der Familien-Allianz wurde die Kinderwelt-Online-Plattform weiter beworben, um Familien für Graubünden zu inspirieren. Basis waren die Themenwege und Spielplätze. Durch die Aufnahme dieser Themen im Gästemagazin konnte eine optimale Cross-Media-Umsetzung realisiert werden.

##### Mein Bergdorf Kampagne

Innerhalb der «Mein Bergdorf» Kampagne wurde im Frühling 2022 der weltweit erste «Bergluft Sommelier» durch Graubünden Ferien engagiert. Auch die Surselva ist Teil dieser Kampagne und zusammen mit dem Bergluft Sommelier Patrick Stebler wurden verschiedene Duftprofile kreiert. Im Herbst 2022 durften wir ein Bergluft-Tasting in Luven durchführen. Die Kampagne wird im Sommer 2023 weitergeführt.

##### Outdooractive Kampagne mit Graubünden Ferien

In Zusammenarbeit mit Outdooractive waren wir Teil der Winter- sowie Sommerkampagne 2022. Durch die breite Reichweite von Outdooractive konnten wir viele Gäste aus verschiedenen Regionen ansprechen. Die Kampagnen umfassten Ausflusstipps, Wanderungen (Sommer, Winter) sowie verschiedene abwechs-

lungsreiche Attraktions-Empfehlungen.

##### Medienspiegel

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

- HCT (Gruppenreisen)
- Ride Magazin
- Best of Wandern
- Südostschweiz Medien
- «Auf Reisen» Magazin

##### Raus in den Markt

Verschiedene Veranstaltungen wurden durchgeführt. Neben den vielen kleinen Events war die Surselva Tourismus AG an folgenden Anlässen präsent, um neue Gäste zu gewinnen und bestehende Gäste zu pflegen:

- Openair Kino Lumnezia
- Open Air Lumnezia
- Surselva Bike Day in Ilanz
- Zweithemischen-Schnee-Tage
- Expo in Fehraltorf
- Bike Marathon Lumnezia
- OLMA 2022 (mit Werbevideo)

### Rückblick Winter 2022

Die Kampagne «Weniger ist mehr» wurde selbständig weitergeführt und ausgebaut. Mit ansprechenden Bildern und Aussagen wurde unsere Region beworben und den Gästen die Surselva – fernab von Massentourismus und Alltagshektik – schmackhaft gemacht. Erneut wurde eine Onlinekampagne im deutschsprachigen Raum geschaltet, APG-Plakate und ePanels gebucht und alle Social-Media-Kanäle bespielt. Durch die enge Zusammenarbeit mit der Agentur AdForce konnten Onlineanzeigen optimal positioniert und beworben werden.

**Larissa Albin,**  
Leiterin Marketing a. i.

## Höhepunkte 2022

### Breil/Brigels

Die Wintersaison 2021/2022 konnte dank dem Abflachen der Pandemie wieder «normal» stattfinden. Trotz wenigem Schneefall, doch dieser im richtigen Moment, konnte die ganze Winter-Infrastruktur für die Gäste bereitgestellt werden. Auffällig war, dass in der Gemeinde Breil/Brigels die Frequenzen bei den Winterwanderwegen wie auch auf den Loipen zugenommen haben. Dies durften wir beim steigenden Verkauf der Langlaufpässe wie auch bei den vermehrten Gästerückfragen betreffend Wanderungen feststellen.

Im Frühling wurde der Standortwechsel des Informationsbüros Surselva Tourismus Brigels vorgenommen. Die neuen Büroräumlichkeiten befinden sich in den alten Posträumlichkeiten der «Casa Communala». Durch den neuen Standort konnte die STAG ihre Präsenz erhöhen. Zudem können an diesem Standort die Gäste, welche mit ÖV anreisen, besser abgefangen werden. Zusammen mit dem Standortwechsel wurden die Öffnungszeiten angepasst. Das Büro ist nun in der Sommer Hochsaison durchgehend täglich geöffnet, das heisst neu auch am Sonntag. Die Auslastung der Ferienwohnungen nahm im Ver-

gleich zum Vorjahr leicht ab, war jedoch immer noch über dem Durchschnitt des Sommers 2019 (vor der Pandemie). Die Buchungen bei den Familien- und Kinderprogrammen der STAG haben jedoch nochmals zugenommen. Dieser positive Trend hält bereits seit vier Jahren an. Auf der anderen Seite nahm jedoch die Auslastung bei den Kulturprogrammen ab. Dafür ist die «Volkskultur» hoch im Kurs. Der Alpabzug hatte so viele Gäste wie seit 2017 nicht mehr und konnte neu auch mit einem Abendprogramm brillieren. Der 1. August, welcher erstmals von der STAG organisiert wurde, konnte an die sehr guten Besucherzahlen vor der Pandemie anknüpfen. Auch neue Angebote wie zum Beispiel das Open-Air Kino, welches beim Badensee stattfand, konnten erfolgreich durchgeführt werden.

Unter dem Strich fand im Winter der Schritt zurück in die «Normalität» statt und der positive Trend konnte mit einem erfolgreichen Sommer weitergeführt werden.

**Silvan Gabriel,**  
Leiter Geschäftsstelle Brigels



### Obersaxen Mundaun

Die schneereiche Wintersaison 2021/2022 lockte wiederum viele Gäste an, zumal das Wetter mitspielte und das Bedürfnis vorhanden war, die Winterferien in den Bergen zu verbringen. Nebst den Schneesportaktivitäten auf den Skipisten, Loipen, Schlittelbahnen und Wanderwegen durften sich unsere Gäste an einem vielfältigen Gästeprogramm erfreuen.

Die traditionellen Bauernmärkte in Surselva sind nach wie vor bei Gästen, Zweit- und Einheimischen sehr beliebt. Mit Tipps und Tricks vom Profi konnte der eine oder andere Feinschliff an der Langlauftechnik gefeilt werden. Nach der Absage im Vorjahr trat die einheimische Gesangsgruppe Acabellos im März in Flond auf.

Highlight der Wintersaison war das Skirennen Finale des Grand Prix Migros Ende März. Teilgenommen haben rund 800 Kinder und Jugendliche aus der ganzen Schweiz. Dieses Skirennen zählt zu den grössten seiner Art in Europa.

Während den Sommer- und Herbstmonaten konnte wiederum eine gute Auslastung der Unterkünfte verzeichnet werden. An den Gästeprogrammen im Sommer und Herbst nahmen 1012 Personen teil, gegenüber 850 im Vorjahr.

Der Opernsommer in Obersaxen mit der Aufführung «Semiramide» war ein weiteres Highlight. Trotz etwas kleinerem Besucheraufkommen als in den vergangenen Jahren, kann diese Austragung als voller Erfolg bewertet werden. Die opera viva ist eine der wichtigsten Veranstaltungen in der Ferienregion Obersaxen Mundaun sowie der Tourismusdestination Surselva und ist kaum wegzudenken.

Die Waldweihnachten in Flond und die beiden Konzerte zum Jahresausklang in Meierhof bildeten den Abschluss eines ergebnisreichen Jahres.

**Antonia Tschuor,**  
Leiterin Geschäftsstelle Obersaxen

## Höhepunkte 2022

### Lumnezia

Nach zweijähriger Zwangspause konnte der Marcau Daniev Lumnezia dieses Jahr wieder durchgeführt werden. Das Interesse sowohl von Seiten der Besucher wie auch von den Ausstellern war sehr gross. Trotz eingeschränkter Platzverhältnisse in Morissen, konnte die Gemeinde Lumnezia allen Interessierten eine Teilnahme am Markt ermöglichen. Die vielen positiven Rückmeldungen von Einheimischen und Feriengästen haben gezeigt, dass dieser Anlass in den letzten zwei Jahren vermisst wurde.

Dank den guten Schneeverhältnissen wurde das Langlaufangebot in Degen überdurchschnittlich gut genutzt. Auch die Vielzahl an gut präparierten Winterwanderwegen wurde oft gelobt.

Das grösste Highlight im Sommer 2022 war natürlich das Open Air Lumnezia, welches in den letzten beiden Jahren auch eine Zwangspause einlegen musste.

Unser Gästeangebot Sommer/Herbst wurde mässig bis gut besucht. Man hat gemerkt, dass nicht mehr ganz so viele Gäste wie in den beiden Corona-Sommern in der Lumnezia weilten. Im Juli nahmen wir zum ersten Mal an der Schweizer Wandernacht teil. Dank Wetterglück war der Anlass ein voller Erfolg und ermutigt uns die Wandernacht auch im nächsten Jahr wieder durchzuführen.

Das Open Air Kino Lumnezia war auch dieses Jahr ein grosser Erfolg und lockte zahlreiche Besucher nach Davos Munts. Die Wetterbedingungen waren gut, so dass alle Filme termingerecht gezeigt werden konnten.

**Lydia Casanova,**  
Leiterin Geschäftsstelle Lumnezia



### Ilanz/Glion

Das Jahr 2022 war für die Geschäftsstelle Ilanz eines mit vielen Höhepunkten. Die erfolgreichen Eröffnungen des Erlebnisses Minas da Gulatsch in Rueun und der Ausstellung Schichtwechsel – La Surselva, welche bei schönstem Wetter viele Interessierte anlockten, sind besonders zu erwähnen.

Aber auch die Chorwoche, welche im Sommer 2022 im Haus der Begegnung in Ilanz durchgeführt werden konnte und der Surselva Bike Day gehören dazu. Letzterer konnte in den vergangenen Jahren so ausgebaut und etabliert werden, dass dieser im Jahr 2023 neu an zwei Tagen stattfinden wird.

Die Attraktivität des Angebots im Winter konnte, nach der Umsetzung der Winterwanderwege im Jahr 2021, mit zwei neuen Schneeschuh Trails in den Fraktionen Siat und Ladir weiter gesteigert werden. Erfolgreich war, dass in diesem Jahr die Ilanzer Märchenstadt und das Adventsfenster-Programm wieder durchgeführt werden konnten und eine positive Bilanz zu verbuchen haben.

Der durchgeführte Optimierungsprozess der Angebote und POI's (point of interest), wie zum Beispiel das neu erstellte Foto-konzept mit qualitativ hochwertigen Bildern für die gesamte Gemeinde Ilanz/Glion, stellt für die Vermarktung und Kommunikation einen grossen Mehrwert dar.

Des Weiteren fiel auch der Startschuss vom Projekt Panotour, ein virtueller, interaktiver Rundgang durch die gesamte Gemeinde Ilanz/Glion. Somit ist es in Zukunft möglich Ilanz und die 12 Fraktionen virtuell zu entdecken.

Auch in den Projekten Zentrumsentwicklung und Via Glion konnten wichtige Meilensteine erreicht werden, zum Beispiel in den Teilprojekten Signaletik, agrotouristische Angebotsentwicklung, Produktmanagement sowie die Beschilderung der gesamten Etappenwanderung Via Glion.

**Gil Vaucher,**  
Leiterin Geschäftsstelle Ilanz

# Finanziazium

## 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 Destinationsperimeter erheben. Die Mittel aus der Gäste- und Tourismustaxen werden gemäss Leistungsvereinbarungen sowie gesetzlicher Vorgaben verwendet.

### Gästetaxen

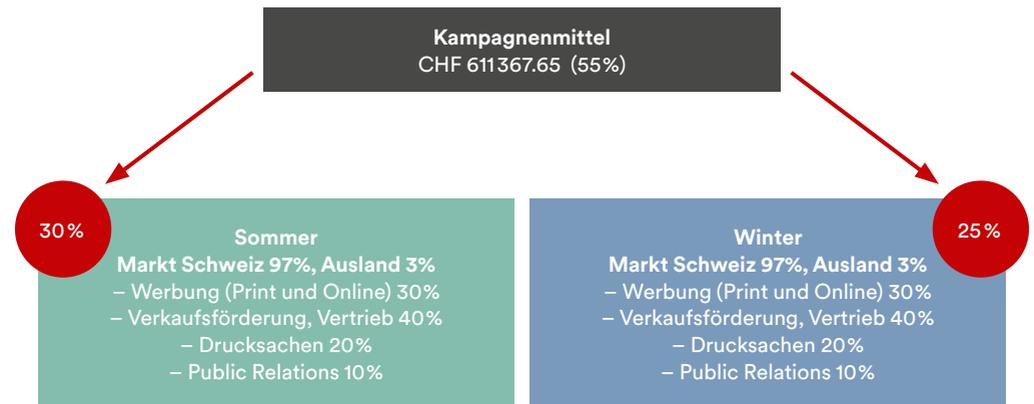
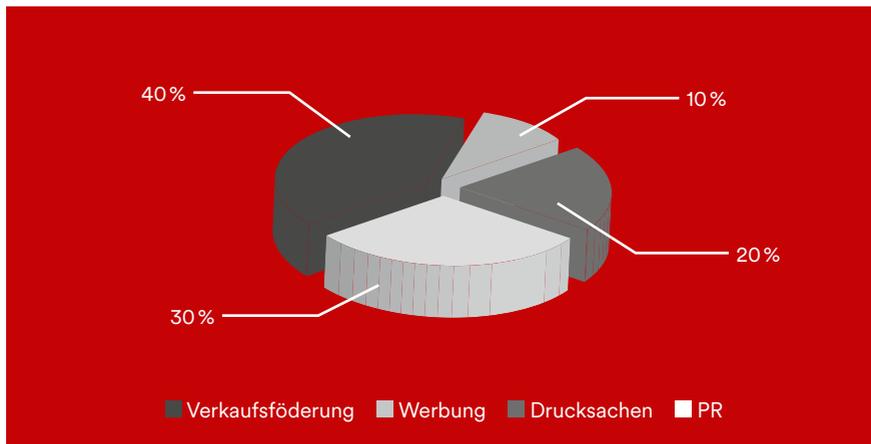
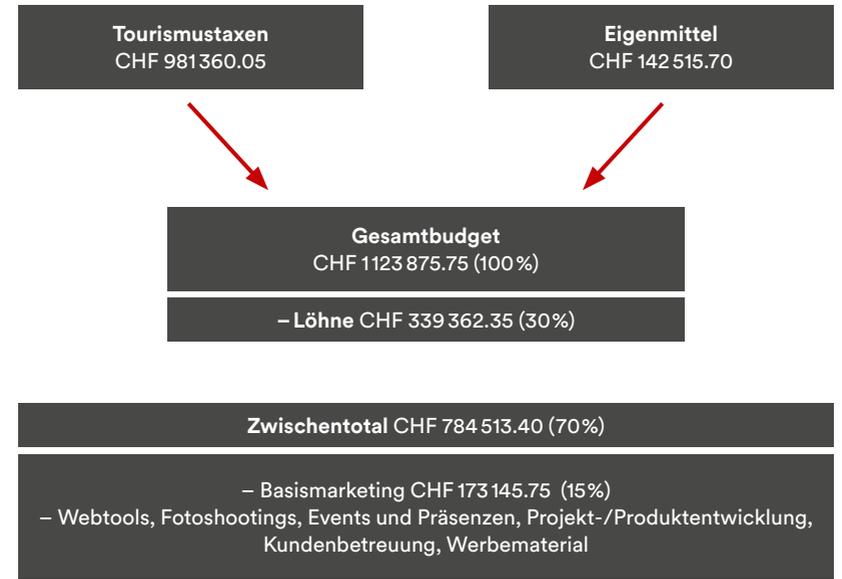
Die Mittel der Gästetaxen aller Gemeinden sind für die touristische Infrastruktur, für Veranstaltungen sowie für die Gäste vor Ort einzusetzen. Hier folgen einige Beispiele zur Verwendung der Einnahmen der Gästetaxen (nicht abschliessend):

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

### Tourismustaxen

Die Tourismustaxen sind für die Marktbearbeitung, also für die Vermarktung der Destination, einzusetzen. Im Detail ergibt sich das Budget für die Vermarktung der Surselva wie folgt:

### Mittelverwendung Tourismustaxen



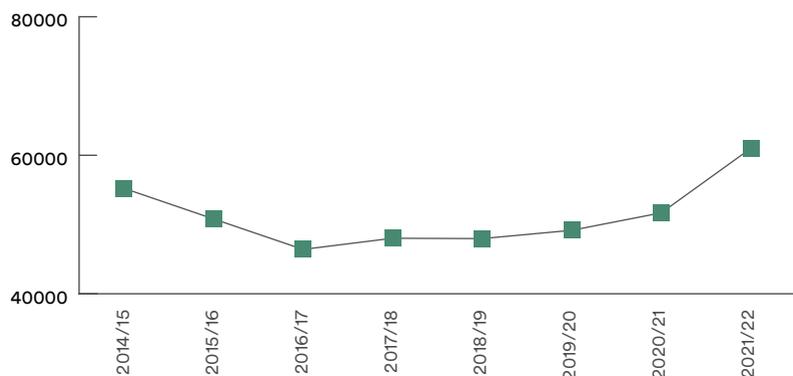
# Pernottaziuns

## Logiernächte

### Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

#### Winter 2021/2022

Total 60 996 Logiernächte im Winter 2021/2022, Differenz zum Vorjahr: +15,3%



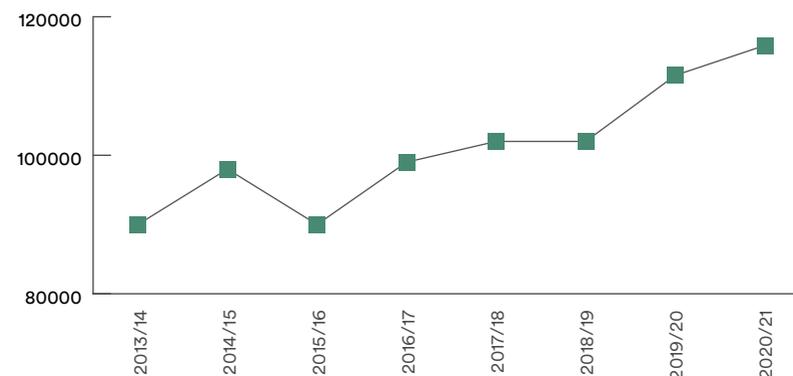
Zeitraum: 01.12.2021 – 30.04.2022

Quelle: Bundesamt für Statistik (HESTA)

### Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

#### Winter 2021/2022 und Sommer 2022

Total 115 857 Logiernächte im 2021/2022, Differenz zum Vorjahr: +3,9%



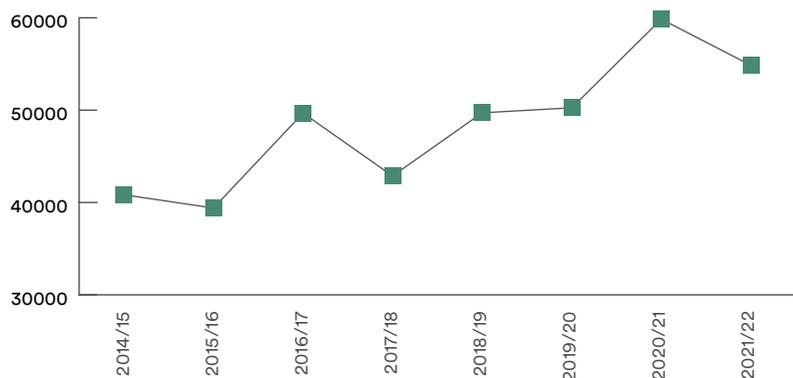
Zeitraum: 01.12.2021 – 30.11.2022

Quelle: Bundesamt für Statistik (HESTA)

### Hotel-Logiernächte Entwicklung Surselva Tourismus

#### Sommer 2022

Total 54 861 Logiernächte im Sommer 2022, Differenz zum Vorjahr: –8,3%



Zeitraum: 01.05.2022 – 30.11.2022

Quelle: Bundesamt für Statistik (HESTA)

### Anzahl Erst- und Zweitwohnungen Stand Mai 2023

Gemeinde	Erstwohnungen	Zweitwohnungen	Total
Breil/Brigels	770	1422	2192
Ilanz/Glion	2282	1217	3499
Lumnezia	944	1602	2546
Obersaxen Mundaun	520	2247	2767
Safiental	396	403	799
Sumvitg	488	554	1042
Trun	527	302	829
<b>Total Mai 2023</b>	<b>5927</b>	<b>7747</b>	<b>13674</b>
<b>Total Mai 2022</b>	<b>5813</b>	<b>7486</b>	<b>13299</b>
<b>Zunahme Wohnungen</b>	<b>+114</b>	<b>+261</b>	<b>+375</b>
<b>Zunahme Wohnungen %</b>	<b>+2,0</b>	<b>+3,5</b>	<b>+2,8</b>

Quelle: Bundesamt für Raumentwicklung ARE

# Jahresabschluss 2022

## Erfolgsrechnung 1. Januar bis 31. Dezember 2022 (in Schweizer Franken)

	2022	2021
Betrieblicher Ertrag aus Gästetaxen	2 089 005.23	2 073 196.59
Betrieblicher Aufwand aus Gästetaxen	- 889 580.40	- 929 276.40
<b>Bruttoergebnis I</b>	<b>1 199 424.83</b>	<b>1 143 920.19</b>
Personalaufwand	- 1 016 945.00	- 943 577.25
<b>Bruttoergebnis II</b>	<b>182 479.83</b>	<b>200 907.94</b>
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	- 117 190.05	- 121 720.70
URE Mobilien Sachanlagen	- 16 979.30	- 13 412.15
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	- 3 056.45	- 3 065.95
Energie, Entsorgung und Betriebsmaterial	- 1 609.60	- 627.65
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 106 437.65	- 84 804.15
Sonstiger betrieblicher Aufwand	- 1 857.95	0.00
<b>Total übriger betrieblicher Aufwand</b>	<b>- 247 131.00</b>	<b>- 223 630.60</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>- 64 651.17</b>	<b>- 22 722.66</b>
Abschreibungen Sachanlagen	- 6 063.40	- 3 900.00
<b>Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)</b>	<b>- 70 714.57</b>	<b>- 26 622.66</b>
Finanzaufwand	- 665.50	- 651.49
Betriebsergebnis vor Tourismustaxen und Steuern	- 71 380.07	- 27 247.15
<b>Betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>		
Betrieblicher Ertrag Tourismustaxen	1 123 875.75	1 088 057.05
Betrieblicher Aufwand Tourismustaxen	- 1 105 652.75	- 1 018 309.62
<b>Total betrieblicher Erfolg aus Tourismustaxen</b>	<b>18 223.00</b>	<b>69 747.43</b>
<b>Unternehmensergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>- 53 653.72</b>	<b>42 473.28</b>
Direkte Steuern	8 320.05	- 13 926.00
<b>Jahresergebnis (EAT)</b>	<b>- 45 333.67</b>	<b>28 547.28</b>

## Informationen zu Eigenkapital und Rückstellungen per 31. Dezember 2022

Position	Total	Vorgesehene Verwendung
Aktienkapital	180 000.00	gesetzlich gesperrt
Gesetzliche Reserven	90 000.00	gesetzlich gesperrt
Vortrag Jahresergebnisse	202 370.51	Relaunch Webseite <a href="http://www.surselva.info">www.surselva.info</a> , Umsetzung neue digitale Dienstleistungen, Umsetzung neue Gästeangebote etc.
Rückstellungen	250 000.00	Umsetzung neue digitale Dienstleistungen, Analyse und Umsetzung gewünschte Dienstleistungen Zweitheimische und Hotelgäste, Veranstaltungen Zweitheimische, Neue Events resp. Wachstum bei bestehenden Events



# Rapport da revisiun Revisionsbericht

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 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der **Surselva Tourismus AG** für das am 31. Dezember 2022 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 dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

TNC Treuhand Norbert Cavegn AG

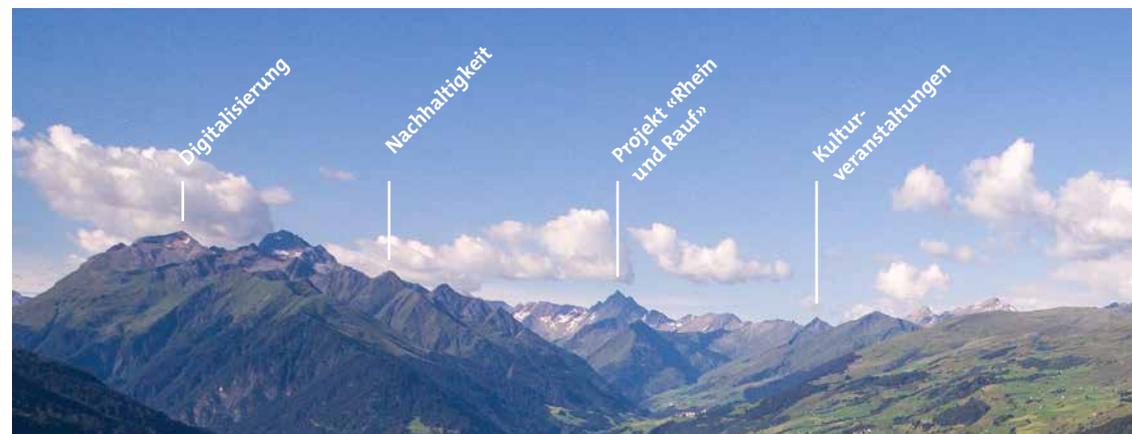
  
Norbert Cavegn  
eidg. dipl. Treuhandexperte  
zugelassener Revisionsexperte

Vella, 31. Mai 2023

#### Beilagen:

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

# Prevista Ausblick



## Digitalisierung

Die STAG hat im Sommer 2021 die App «mia Surselva» lanciert, welche auf einem IT-basierten Datenbanksystem aufbaut. In die App «mia Surselva» wurden auch die Gästekarte und das Mehrwertprogramm für Zweithemische integriert, welche dank den neuen digitalen Möglichkeiten kontinuierlich ausgebaut werden. Als nächsten Digitalisierungsschritt ist die Integration des Shops-Systems «Cariboo» der Firma SPOT Werbung geplant, dank welcher ab dem Winter 2022/2023 der Verkauf von Online-Skitickets der Bergbahnen Brigels integriert werden kann. Ein weiterer Ausbau ist mit diesem Shop-System möglich. Zudem ist Erneuerung der Webseite [www.surselva.info](http://www.surselva.info) vorgesehen. Dabei sollen die Synergien der verschiedenen Kanäle optimal genutzt werden.

## Nachhaltigkeit

Die STAG setzt sich seit 2022 intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Es konnten in der Tourismusdestination bereits über 50 touristische Betriebe gewonnen werden, welche beim Nachhaltigkeitsprogramm «Swisstainable» mitmachen. Als nächster Schritt strebt die STAG für die ganze Tourismusdestination die Anerkennung als «Swisstainable Destination an». Die STAG wird bei der Umsetzung durch

die ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung Wergenstein begleitet.

## Projekt «Rhein und Rauf»

Seit 2019 laufen bei der STAG die Vorabklärung für eine direkte Bergbahnerschliessung von Ilanz auf den Piz Mundaun. Ende 2021 konnte die IG «Rhein & Rauf» gegründet werden. Unter Vorsitz der Gemeinden Ilanz/Glion und Obersaxen Mundaun engagieren sich in der IG auch die Gemeinde Lumnezia, die STAG, die Regionalentwicklung, die Bergbahnen Obersaxen Mundaun und die IG Zweitwohnungsbesitzer Surselva. Die IG hat eine erfahrene externe Projektleitung engagiert, mit der das Projekt vorangetrieben wird.

## Kulturevents

In der Tourismusdestination stehen in den kommenden Sommer grosse Kulturveranstaltungen an. Neben dem alljährlich stattfindenden Open Air Lumnezia sind dies die nachfolgenden Veranstaltungen.

**2023:** 150-Jahre-Jubiläum des Sommertourismus in Brigels «FAUSTA pioniera».  
**2024:** 600-Jahr-Jubiläum des Grauen Bunds, 500 Jahre Graubünden.

# Verwaltungsrat und Mitarbeitende

## Verwaltungsrat

**Dr. Simon Osterwalder**, Präsident und VR-Mitglied  
**Josef Brunner**, Vizepräsident und VR-Mitglied  
**Dr. Carmelia Maissen**, VR-Mitglied (bis 31. Oktober 2022)  
**Ernst Sax**, VR-Mitglied  
**Richard Caduff**, VR-Mitglied  
**Daniel Solèr**, VR-Mitglied  
**Beat Zenklusen**, VR-Mitglied  
TNC Treuhand Norbert Cavegn AG, Vella, Revisionsstelle

Stand Juni 2023

## Geschäftsführer

## Mitarbeitende Ilanz



**Kevin Brunold**  
CEO 100%



**Karsten Friedrich**  
Marketingleiter  
90%



**Gil Vaucher**  
Kulturentwicklerin  
und Leiterin  
Geschäftsstelle  
Ilanz 100%



**Larissa Albin**  
Mitarbeiterin  
Marketing und  
Produktmanagerin  
Wandern 100%



**Nora Beeli**  
Mitarbeiterin  
Marketing und  
Geschäftsstelle  
Ilanz 100%



**Alessio Tamagni**  
Projektleiter  
Digital / IT /  
Telefonie 100%



**Katja Klee**  
Events und  
Kommunikation  
50%



**Markus Isenmann**  
Produktmanager  
Bike 50%



**Adrian Keller**  
Mitarbeiter  
Marketing / Ver.  
Nachhaltigkeit 80%

## Mitarbeitende Lumnezia



**Lydia Casanova**  
Leiterin Geschäfts-  
stelle Lumnezia  
70%



**Cornelia Andreoli**  
Gästeberaterin  
und Reservations-  
managerin  
Lumnezia 80%



**Ramona Aiello**  
Gästeberaterin  
Lumnezia 50%

## Mitarbeitende Brigels



**Silvan Gabriel**  
Leiter Geschäfts-  
stelle Brigels 100%



**Denise Gabriel**  
Gästeberaterin  
Brigels 50%



**Martina Steger**  
Gästeberaterin und  
Kinderprogramm  
Betreuerin Brigels  
50%



**Patric Tuor**  
Gästeberater  
Brigels 100%



**Mauro Cavegn**  
Gästeberater  
Brigels 100%

## Mitarbeitende Obersaxen



**Antonia Tschuor**  
Finanzen/Personal  
Leiterin Geschäfts-  
stelle Obersaxen  
80%



**Renata Chistell**  
Gästeberaterin  
Obersaxen 80%



**Marco Camartin**  
Gästeberater  
Obersaxen 100%



**Vanessa Casanova**  
Gästeberaterin  
Obersaxen 50%

## Contacts

# Kontakte

### **Infobüro Brigels**

Via Principala 32  
7165 Breil/Brigels  
Tel. 0041 81 941 13 31  
brigels@surselva.info

### **Infobüro Ilanz**

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

### **Infobüro Obersaxen (Meierhof)**

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

### **Infobüro Lumnezia**

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

### **Infobüro 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](http://www.surselva.info)**