

# Geschäftsbericht 2009/10

Lenzerheide Marketing und Support AG





# Zum Inhalt



Bericht Präsident und Geschäftsführer	4
Bericht aus den Bereichen	6
Medienarbeit und Gästekontakte	7
Entwicklung der Logiernächte Hotellerie Winter und Sommer	8
Auslastung Hotellerie Winter und Sommer	9
Entwicklung der Logiernächte Jahresvergleich Tourismusjahr Nov. 2008 - Okt. 2009	10
Bilanz per 31. Mai 2010 (OR-Abschluss)	11
Erfolgsrechnung 2009/10 (OR-Abschluss)	12
Gewinnverwendung 2009/10 Anhang 2009/10	13
Bericht der Kotrollstelle	14
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter LMS (VR, GL, Mitarbeiter)	15

# Bericht Präsident und Geschäftsführer



## Rückblick

Am 19. August 2009 wurde die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS) durch die beiden Gründungsmitglieder und Aktionäre Lenzerheide Tourismus und Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB) ins Leben gerufen. Am 1. November ist die LMS als sehr innovatives und schweizweit fast einmaliges Geschäftsmodell operativ gestartet.

Dieses neue Modell bringt Herausforderungen mit sich, die bei der Neugründung von Unternehmen immer anstehen. So ist eine neue Idee zwar bald skizziert - die Umsetzung dauert dann aber jeweils wesentlich länger. Erfahrungen aus anderen Destinationen zeigen, dass für diese Veränderungen mindestens ein Jahr mit anschliessenden Anpassungen einzurechnen ist.

Demgegenüber stehen die Leistungsträger aus der Region, die bereits nach wenigen Monaten konkrete Resultate erwarten. Nach der Gründung der LMS erledigten vorerst die gleiche Anzahl Personen mit gleichem Budget die gleichen Aufgaben wie zuvor. Es ging darum, den laufenden Betrieb in Form einer neuen Organisation sicher zu stellen und gleichzeitig der LMS eine neue, eigene Struktur und Kultur zu geben. Nicht zuletzt waren Anstellungsverhältnisse, finanzielle Richtlinien, IT-Standards, Partnerverträge und vieles mehr neu und einheitlich zu regeln sowie Leistungsstandards nach unternehmerischen Gesichtspunkten zu definieren. Dabei wurden wir auch von Überraschungen im personellen Bereich nicht verschont.

## Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat hat im 1. Geschäftsjahr in 11 Verwaltungsratssitzungen sowie mehreren Arbeitssitzungen folgende Geschäfte besprochen:

- Verabschiedung des Budgets
- Investitionsentscheide
- Reportingsystem
- Personelles und Reglemente
- Organisationsstruktur und Leitbild
- Evaluation Direktor
- Destinationsstrategie
- Evaluation von Sport- und Kultur-Events
- Bikestrategie Lenzerheide
- Kommunikation / Promotion Sommer 2010
- Gästekarte Lenzerheide
- Golf-Turnier
- e-Plattform Graubünden und Deskline
- Destinationskonferenz
- Vereinbarungen mit und Support für den Verein Weltcup
- Biathlon-Zentrum in Lantsch/Lenz
- Agentur-Policy der LMS
- Leistungsvereinbarungen mit Gemeinden und LBB
- Neue Mietverträge Backoffice und Infobüro Lenzerheide
- Kantonale Tourismusabgabe KTA
- Erarbeitung des Positionspapiers

## Integration und Fokus

Zu den prioritären Aufgaben im ersten Jahr gehörte auch die Integration der ganzen Destination. Weil die neue Gemeinde Churwalden erst im Januar 2010 formell verhandlungsfähig war, sind diese Gespräche erst im zweiten Quartal 2010 in die Entscheidungsphase gekommen. Aufgrund der grossen Anzahl an Leistungsgebern (4 Destinationsgemeinden und LBB) ziehen sich die Verhandlungen über einen längeren Zeitraum hinweg und binden ein hohes Mass an Personalressourcen auf der Führungsebene. Die Vertragsverhandlungen und administrativen Abklärungen mit allen Leistungspartnern waren aufwändig, können jedoch voraussichtlich im Herbst 2010 erfolgreich abgeschlossen werden.



Im Juni 2010 hat der Verwaltungsrat die Destinationsstrategie für die LMS in einem Positionspapier verabschiedet. Die wichtigsten Vorgaben daraus sind die Konzentration auf weniger Themen und die Schärfung der Positionierung der Ferienregion Lenzerheide. Die strategischen Geschäftsfelder wurden deshalb reduziert und beinhalten „Alpiner Schneesport“, „Bike“ sowie „Kultur & Lifestyle“. Die Geschäftsleitung wird diese Vorgaben nun in einem Marketingplan umsetzen.

Die LMS wird 2011 ihr Backoffice in die neue Talstation der LBB nach Canols verlegen und ihr Frontoffice in die neuen Räumlichkeiten im Corona/Pöstli zügeln. Das eine führt die wichtigsten Akteure im touristischen Marketing der Destination auch örtlich nahe zusammen und das andere erlaubt, dass die Gäste im neuen Informationsbüro Bergbahntickets, Skischulangebote und weitere Dienstleistungen zukünftig praktisch aus einer Hand und am selben Ort erhalten. Wir kommen damit der Idee von einem Haus des Gastes näher.

Die LMS hat am 1. November 2009 ihren operativen Betrieb aufgenommen und war – wie erwartet – in den ersten 7 Monaten stark mit internen Herausforderungen beschäftigt. Dennoch konnten der grosse Dienstleistungsumfang sowie die hohe Qualität in den Angeboten, Produkten und Events über den Winter gehalten und ausgebaut werden. Bereits sind Synergien sichtbar und es zeigen sich erste Erfolge des aktiven persönlichen Verkaufs auf den Zielmärkten.

### Personelles

Unmittelbar vor Beginn der operativen Betriebsaufnahme hat sich der Verwaltungsrat vom designierten Direktor Roger Fischer getrennt. Mit Marc Tischhauser als Direktor ad interim und Marco Michel als sein Stellvertreter standen glücklicherweise zwei erfahrene Fachleute bereit, die die operative Führung der jungen LMS spontan übernommen haben. Sie und die weiteren Kadermitarbeitenden haben einen reibungslosen Betrieb gewährleistet. Damit war es möglich, die Evaluation des neuen Geschäftsführers sorgfältig und ohne Hast an die Hand zu nehmen. Der Verwaltungsrat ist überzeugt, dass mit der Wahl von Manfred Fiegl, der in Savognin aufgewachsen ist und wertvolle Erfahrungen in anderen gleich gelagerten Destinationen gesammelt

hat, ein kompetenter und bestens geeigneter Touristiker für die Ferienregion Lenzerheide gewonnen werden konnte. Manfred Fiegl wird seine Tätigkeit im August 2010 aufnehmen.

### Ausblick

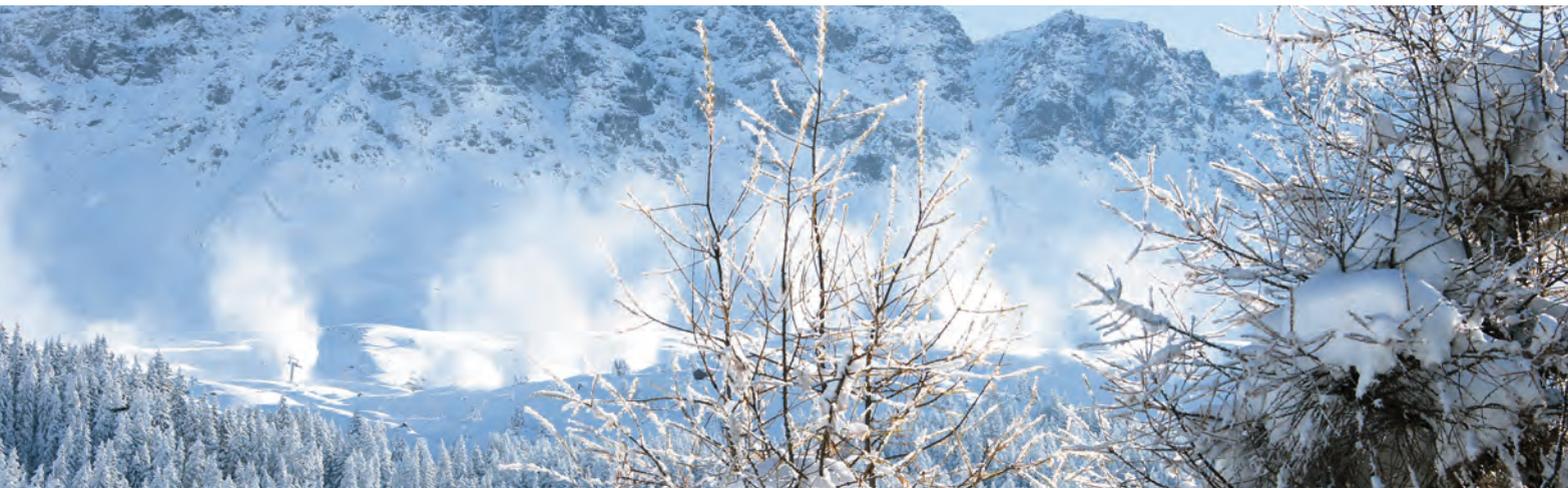
Die Leistungsgeber und Leistungsträger der Region wollen die Ferienregion Lenzerheide zu einer der Top-Destinationen im Alpenraum entwickeln. Dieses Ziel ist erstrebenswert. Mit Zielsetzungen alleine ist es aber nicht getan. Es braucht dazu auch den Mut der einzelnen Partner, das zukunftssträchtige Modell weiterzuführen und zu entwickeln, es braucht Geduld und Zeit, bis die junge Organisation Früchte tragen kann. Zudem müssen auch die finanziellen Mittel gesprochen werden, um im Benchmark mit anderen Destinationen konkurrenzieren zu können. Gleichlange Spiesse z.B. bei den Marketingmitteln sind unerlässlich.

### Dank

An dieser Stelle bedanken wir uns ganz herzlich bei allen Partnern der LMS, insbesondere bei den Gemeinden der Destination und ihren Behörden für die kooperative Grundhaltung sowie bei den Aktionären, der LBB und Lenzerheide Tourismus, für das entgegengebrachte Vertrauen. Ein besonderer Dank gilt unseren Mitarbeitenden. Sie haben die LMS von Beginn an unterstützt und sich mit grossem Engagement für die Ferienregion Lenzerheide und die Gäste eingesetzt. Der Dank geht aber auch an alle Leistungsträger, welche der LMS als Partner zur Seite stehen und konstruktiv zu ihrer Entwicklung beitragen.

Dr. Roland Zegg  
Verwaltungsratspräsident

Marc Tischhauser  
Geschäftsführer a.i.



## Produktmanagement

Die Schwerpunkte im Produktmanagement lagen im Winter auf dem Winterstart Package, den Nordic-Angeboten und dem neuen Produkt EarlyBird.

Das Winterstart Package hat in seiner zweiten Durchführung mit plus 1'223 Logiernächten stark zugelegt. Mit drei neuen Hotelpartnern war das Package in 12 Häusern buchbar und generierte total 3'022 Logiernächte.

Die Angebote Langlauf- und Wellnesstage sowie das Women's Langlauf Festival waren erneut ausgebucht und brachten den Partnern insgesamt 1'150 Logiernächte, wenig mehr als im Vorjahr.

Der sympathische „Güggel“, unser EarlyBird, war im letzten Winter in der Region fast omnipräsent. 1'025 Schneesportler setzten ihre Spuren auf die morgendlich unberührte Piste und waren restlos begeistert. Nicht zuletzt auch dank dem ausgiebigen Frühstücksbuffet der Extraklasse im Bergrestaurant Alp Stätz.

## Sales

Die Abteilung Sales ist neu mit Personalressourcen für den aktiven persönlichen Verkauf in den Märkten besetzt worden. In ihrem ersten Jahr galt es insbesondere, das Volumengeschäft (Bergbahntickets) zu aktivieren und das Crossmarketing erfolgreich auszubauen. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass eine aktive Akquisition auch Mehrumsatz garantiert. Die definitive Struktur dieser noch neuen Abteilung wird in den nächsten Monaten noch erarbeitet und implementiert werden.

## Kommunikation

Wie immer im Winter standen in der Kommunikationsabteilung von November bis Mai insbesondere die Organisation und Durchführung von Medienreisen sowie die Betreuung der Journalisten im Zentrum. Im vergangenen Winter wurden 21 Medienreisen mit 59 Journalisten aus 11 Ländern durchgeführt. Das sind 5 Medienreisen resp. 13 Journalisten mehr als im Vorjahr.

Der Anzeigenäquivalenzwert lag vor allem im Februar und März wesentlich über dem Vorjahr, obwohl die Anzahl der Medienberichte leicht gesunken ist. Dies zeigt, dass die Artikel in auflagestarken Medien abgedruckt wurden.

Im Rahmen der Kommunikation für die LBB darf die Versteigerung der alten Rothorn-Gondeln hervorgehoben werden. Das Interesse war sehr gross, die emotionale Bindung an «ihr Bähnli» bei vielen Bietern entsprechend. Der Ertrag belief sich auf über CHF 62'000, die Hälfte davon wurde dem Projekt «Yo quiero ser...», einem Hilfsprojekt für Strassenkinder in Honduras, das von einer jungen Churerin geleitet wird, überwiesen.

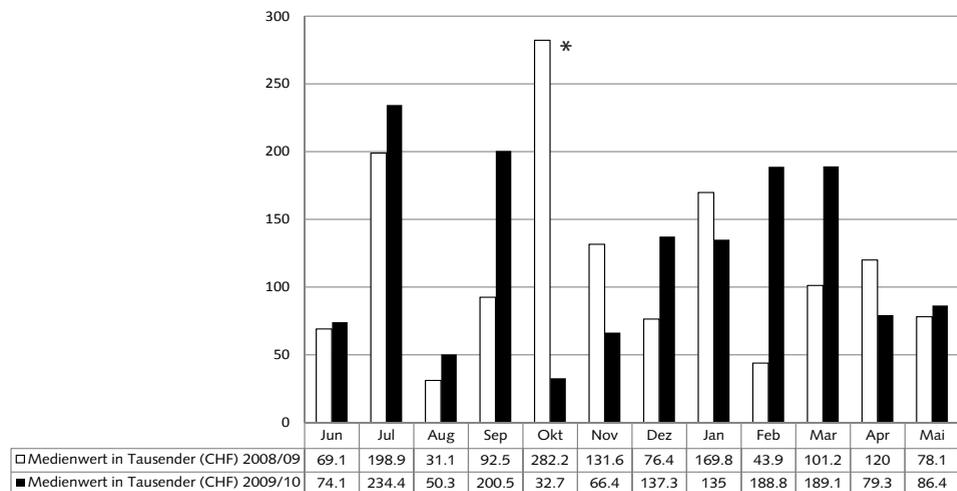
## Tourist Services

Die Mitarbeitenden in den Informationsbüros haben die Umstellung hin zur LMS ebenfalls mit Bravour gemeistert. Ihre Aufmerksamkeit gehört in erster Linie dem Gast, und den interessieren allfällige Umstellungen interner Strukturen nicht, er möchte nur eines: zuvorkommend und zufriedenstellend bedient werden. Diesem Anspruch konnte vollumfänglich nachgekommen werden.

Von November 09 bis Mai 10 sanken die Gästekontakte im Vergleich zum Vorjahr um ca. 2% auf 29'171.

# Medienarbeit und Gästekontakte

## Medienarbeit - Medienwert

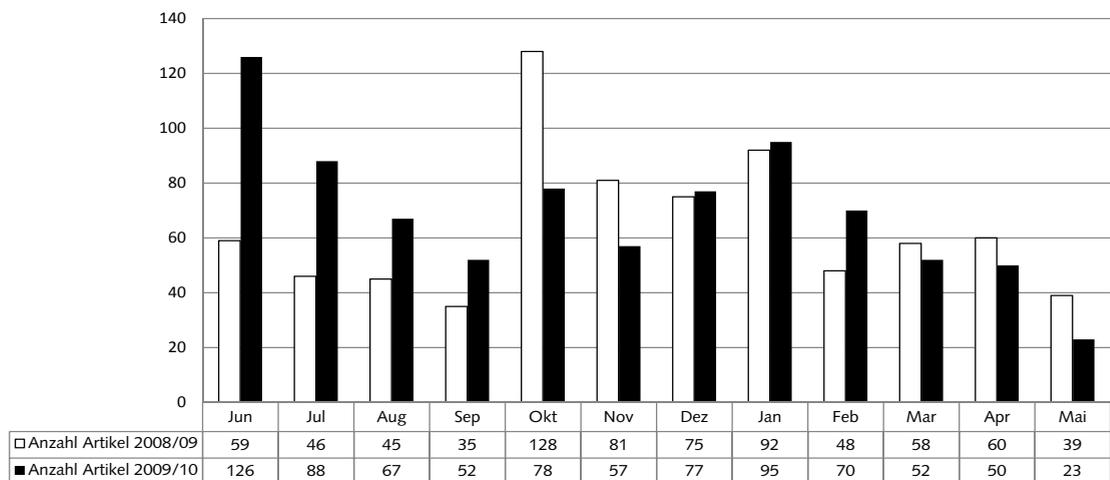


Der Anzeigenäquivalenzwert oder auch Medienwert genannt, kennzeichnet den Wert eines Ausschnitts bzw. Artikels in Schweizer Franken.

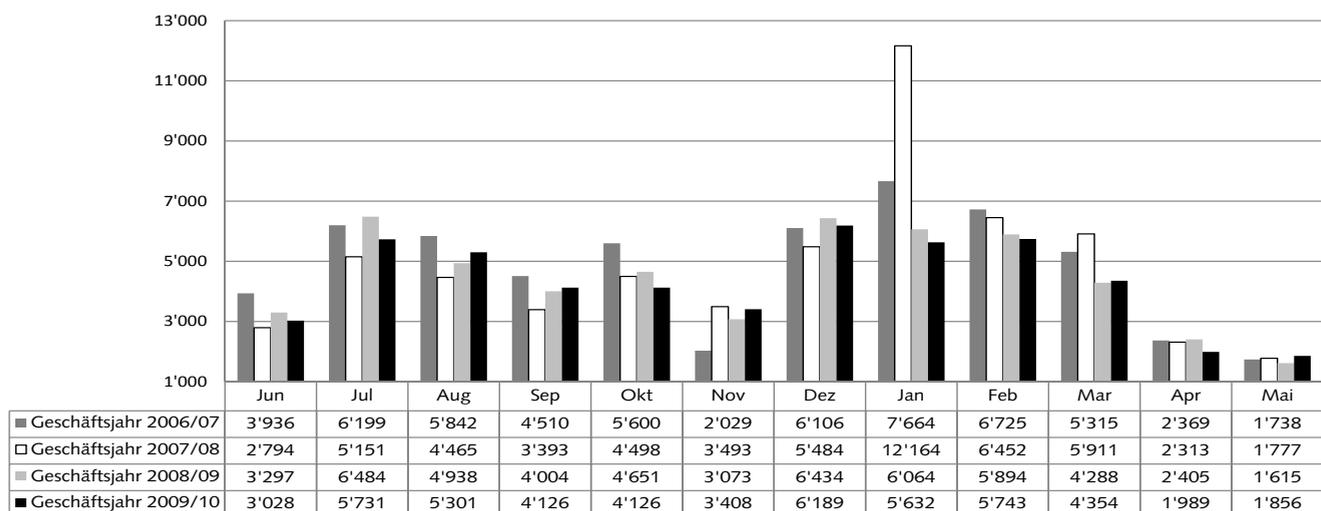
Der Frankenwert wird anhand der Kosten für ein flächenmässig gleich grosses Inserat im betreffenden Medientitel berechnet.

\*Im Oktober 2008 sind zwei Berichte im Migros-Magazin erschienen.

## Medienarbeit - Artikel

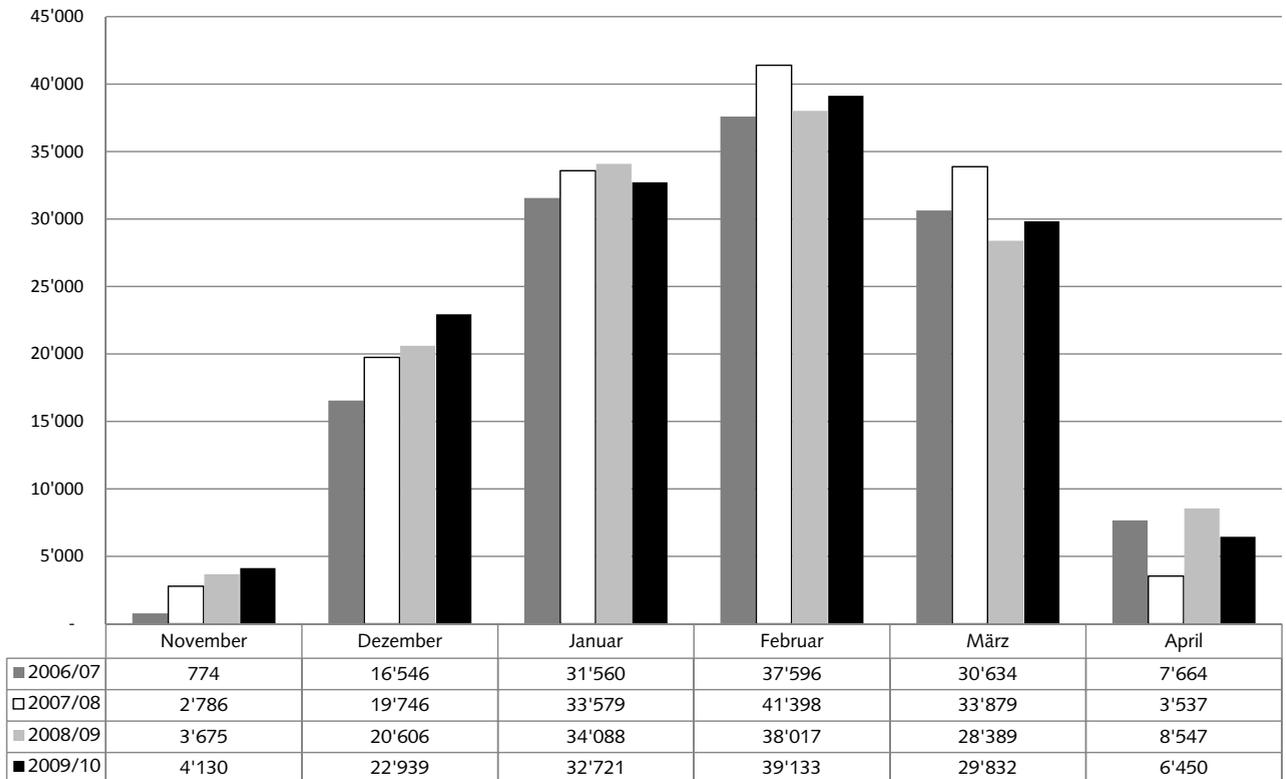


## Gästekontakte Tourist Services Lenzerheide

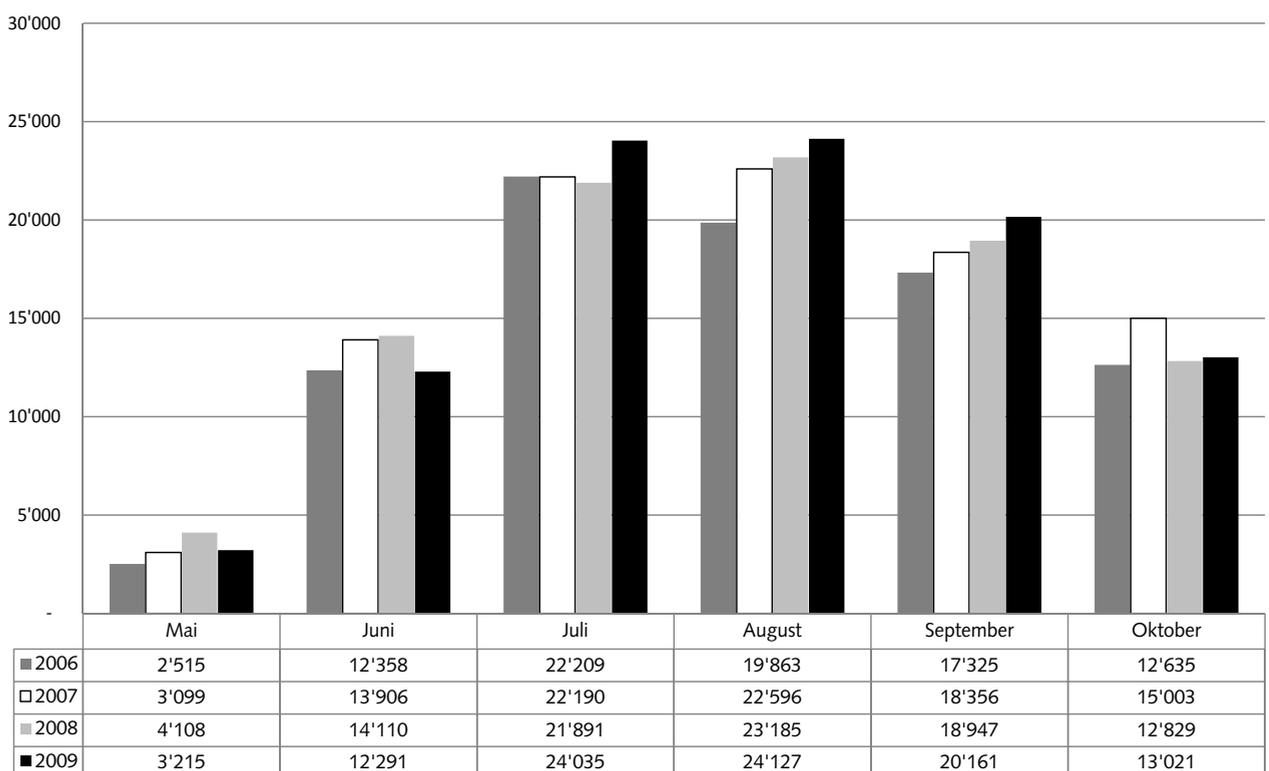


# Entwicklung der Logiernächte Hotellerie Winter und Sommer

## Logiernächte Hotellerie - Winter

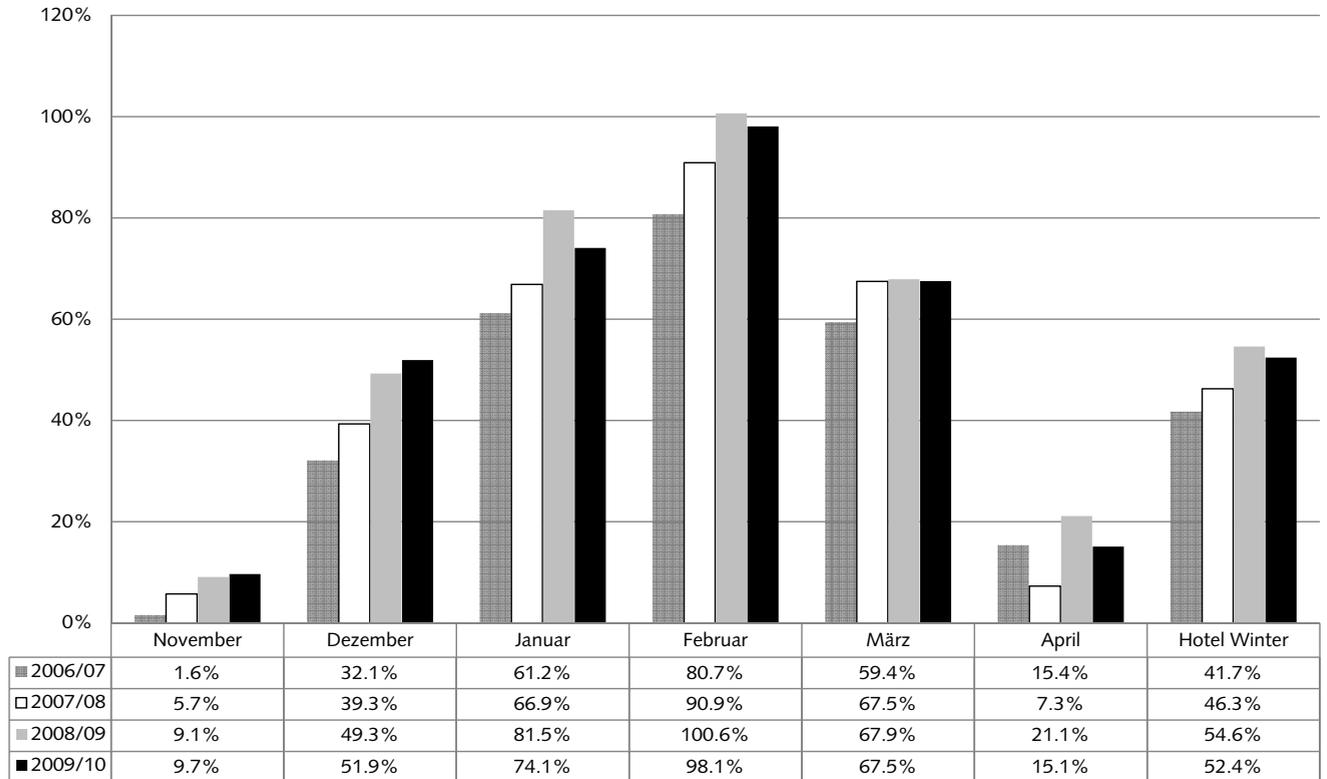


## Logiernächte Hotellerie - Sommer

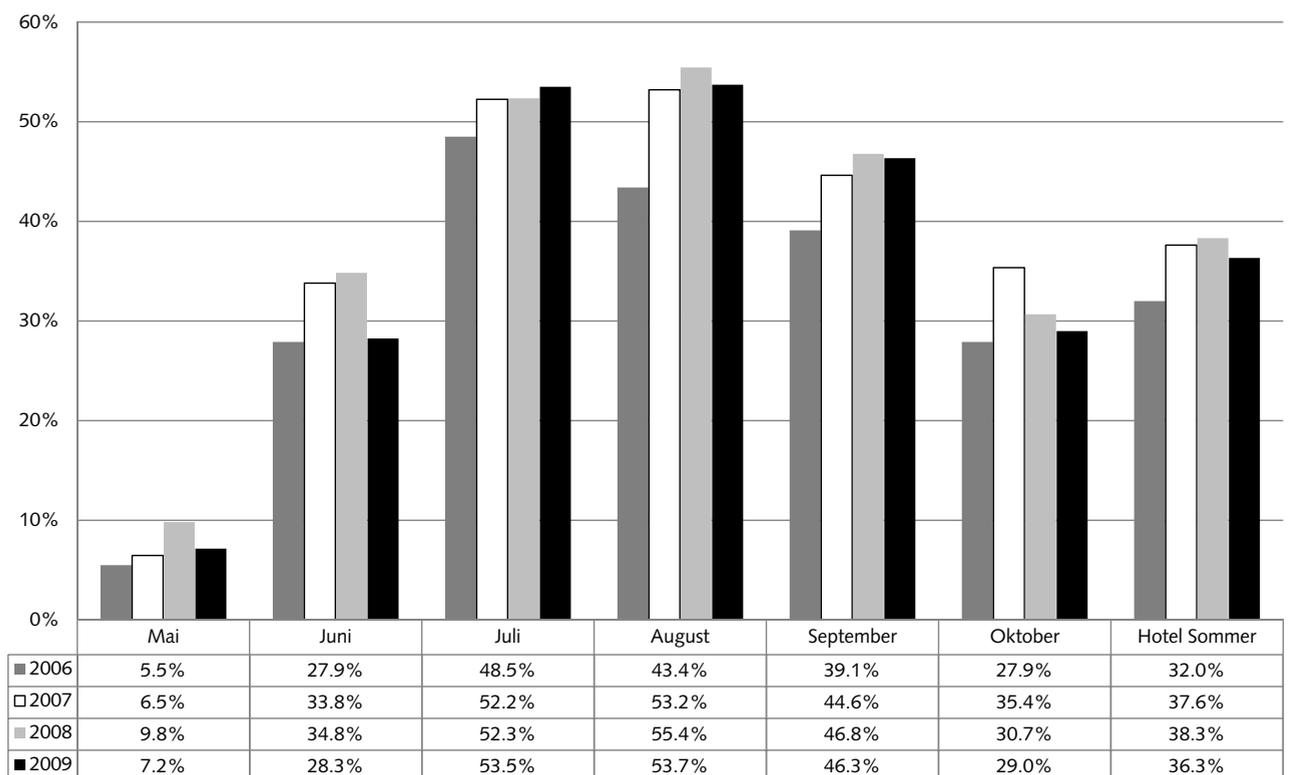


# Auslastung Hotellerie Winter und Sommer

## Auslastung Hotellerie - Winter



## Auslastung Hotellerie - Sommer



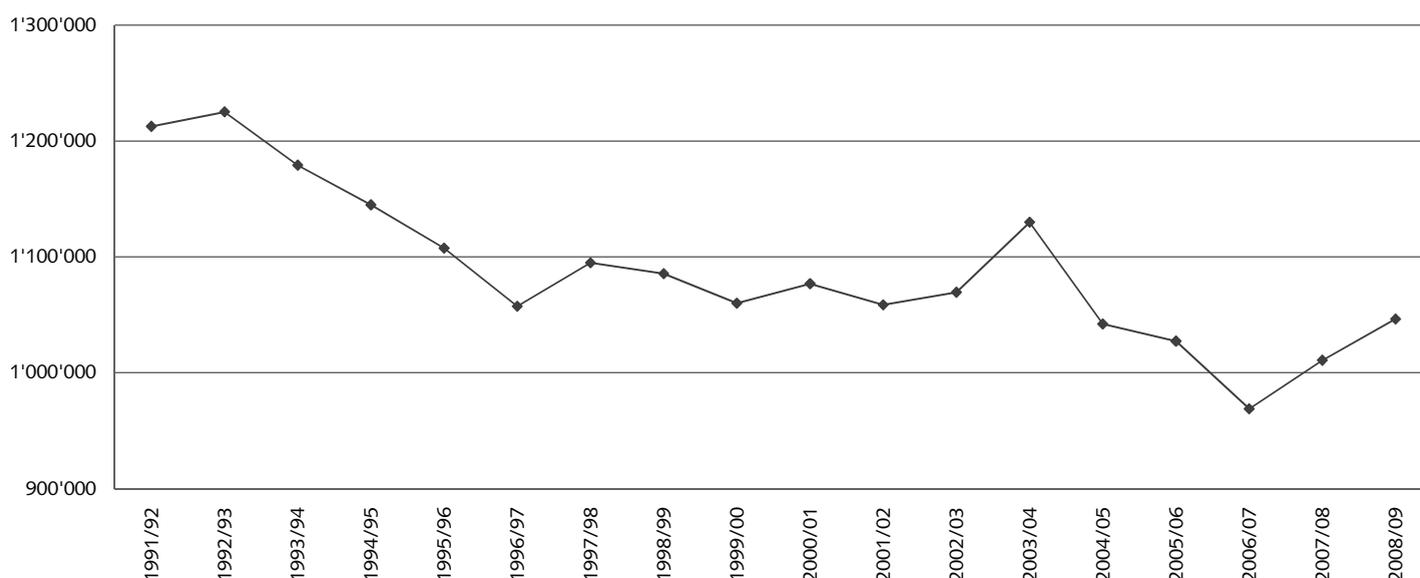
# Entwicklung der Logiernächte Jahresvergleich (Tourismusjahr Nov. 2008 - Okt. 2009)

Geschäftsjahr	Hotel	%*	Fewo vermietet	%*	Gruppenunterkünfte	%*	Fewo nicht vermietet	%*	Camping	%*	Club Méd	%*	Total	%*
1991/92	237'913		376'010		96'932		399'409		21'722		80'596		1'212'582	
1992/93	243'852	2.5	397'685	5.8	97'841	0.9	412'259	3.2	19'384	-10.8	54'093	-32.9	1'225'114	1.0
1993/94	256'001	5.0	324'978	-18.3	103'221	5.5	403'227	-2.2	21'181	9.3	70'507	30.3	1'179'115	-3.8
1994/95	243'211	-5.0	294'404	-9.4	110'057	6.6	404'135	0.2	21'131	-0.2	71'913	2.0	1'144'851	-2.9
1995/96	218'175	-10.3	281'739	-4.3	107'590	-2.2	410'100	1.5	19'615	-7.2	70'243	-2.3	1'107'462	-3.3
1996/97	216'976	-0.5	257'129	-8.7	97'926	-9.0	400'300	-2.4	18'402	-6.2	66'610	-5.2	1'057'343	-4.5
1997/98	222'657	2.6	278'616	8.4	91'404	-6.7	413'100	3.2	19'709	7.1	69'344	4.1	1'094'830	3.5
1998/99	224'897	1.0	257'358	-7.6	91'735	0.4	433'036	4.8	19'398	-1.6	59'001	-14.9	1'085'425	-0.9
1999/00	226'388	0.7	234'710	-8.8	91'453	-0.3	451'733	4.3	18'301	-5.7	37'376	-36.7	1'059'961	-2.3
2000/01	233'109	3.0	230'856	-1.6	95'524	4.5	451'363	-0.1	19'381	5.9	46'592	24.7	1'076'825	1.6
2001/02	221'048	-5.2	214'478	-7.1	99'808	4.5	454'786	0.8	18'400	-5.1	50'033	7.4	1'058'553	-1.7
2002/03	232'778	5.3	221'893	3.5	93'193	-6.6	463'373	1.9	20'060	9.0	38'146	-23.8	1'069'443	1.0
2003/04	213'550	-8.3	223'692	0.8	97'702	4.8	575'814	24.3	19'089	-4.8	-	-	1'129'847	5.6
2004/05	215'708	1.0	208'617	-6.7	97'713	0.0	500'194	-13.1	19'836	3.9	-	-	1'042'068	-7.8
2005/06	215'390	-0.1	192'659	-7.6	111'718	14.3	480'296	-4.0	27'118	36.7	-	-	1'027'181	-1.4
2006/07	219'924	2.1	191'312	-0.7	107'597	-3.7	430'196	-10.4	19'805	-27.0	-	-	968'834	-5.7
2007/08	229'995	4.6	197'724	3.4	111'057	3.2	450'584	4.7	21'381	8.0	-	-	1'010'741	4.3
2008/09	230'172	0.1	206'627	4.5	119'884	7.9	466'665	3.6	22'967	7.4	-	-	1'046'315	3.5

\* Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahr

2006/07	2007/08	Logiernächte Malix bis Brienz	2008/09	%*
28'116	27'661	Brienz	31'849	15.1
53'701	52'107	Churwalden	56'304	8.1
109'433	115'394	Lantsch/Lenz	111'895	-3.0
107'411	108'757	Parpan	94'141	-13.4
<u>1'267'495</u>	<u>1'314'660</u>	Total Logiernächte der Ferienregion	<u>1'340'504</u>	2.0

## Entwicklung der Logiernächte



# Bilanz per 31. Mai 2010 (OR-Abschluss)

## Aktiven

	31.05.2010		31.05.2009		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Anlagevermögen</b>						
Sachanlagen	97'681		-		97'681	
Nicht betriebsnotwendige Sachanlagen	-		-		-	
Finanzanlagen	-		-		-	
<i>Beteiligungen Konzerngesellschaften</i>	-		-		-	
<i>Andere Finanzanlagen</i>	-		-		-	
Immaterielle Anlagen	3'759		-		3'759	
Aktivierete Fusionskosten	-		-		-	
	<b>101'440</b>	<b>7.0</b>	<b>-</b>		<b>101'440</b>	
<b>Umlaufvermögen</b>						
Flüssige Mittel	655'941		-		655'941	
Eigene Aktien	-	1.6	-		-	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	135'257		-		135'257	
<i>gegenüber Dritten</i>	134'957		-		134'957	
<i>gegenüber Aktionären</i>	300		-		300	
Andere Forderungen	483'883		-		483'883	
<i>gegenüber Dritten</i>	152'394		-		152'394	
<i>gegenüber Konzerngesellschaften</i>	331'489		-		331'489	
Vorräte	21'566		-		21'566	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	42'548		-		42'548	
	<b>1'339'195</b>	<b>93.0</b>	<b>-</b>		<b>1'339'195</b>	
<b>Total Aktiven</b>	<b>1'440'635</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>		<b>1'440'635</b>	

## Passiven

	31.05.2010		31.05.2009		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>Eigenkapital</b>						
Aktienkapital	300'000		-		300'000	
Bilanzgewinn	23'797		-		23'797	
	<b>323'797</b>	<b>22.5</b>	<b>-</b>		<b>323'797</b>	
<b>Fremdkapital</b>						
<i>Kurzfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	250'000		-		250'000	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	111'245		-		111'245	
<i>gegenüber Dritten</i>	111'245		-		111'245	
Andere Verbindlichkeiten	15'809		-		15'809	
<i>gegenüber Dritten</i>	15'809		-		15'809	
Rückstellungen	-		-		-	
Passive Rechnungsabgrenzungen	739'784		-		739'784	
	<b>1'116'838</b>		<b>-</b>		<b>1'116'838</b>	
<i>Langfristiges Fremdkapital</i>						
Finanzverbindlichkeiten	-		-		-	
Rückstellungen	-		-		-	
	<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>	
	<b>1'116'838</b>	<b>77.5</b>	<b>-</b>		<b>1'116'838</b>	
<b>Total Passiven</b>	<b>1'440'635</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>		<b>1'440'635</b>	

# Erfolgsrechnung 2009/10 (OR-Abschluss)

vom 1. November 2009 bis 31. Mai 2010

	2009/10		2008/09	Veränderung
	CHF	%	CHF	CHF %
Ertrag aus Leistungsverträgen	2'882'840		-	2'882'840
Übriger Ertrag	124'663		-	124'663
Erlösminderungen	-6'247		-	-6'247
<b>Betriebsertrag</b>	<b>3'001'256</b>	<b>100.0</b>	-	<b>3'001'256</b>
Warenaufwand	-7'060		-	-7'060
Personalaufwand	-995'142		-	-995'142
Sachaufwand	-1'930'450		-	-1'930'450
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>-2'932'652</b>	<b>97.7</b>	-	<b>-2'932'652</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern</b>	<b>68'604</b>	<b>2.3</b>	-	<b>68'604</b>
Abschreibungen	-40'081		-	-40'081
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>28'523</b>	<b>1.0</b>	-	<b>28'523</b>
Finanzertrag	375		-	375
Finanzaufwand	-101		-	-101
Gewinn aus Veräusserung von Anlagevermögen	-		-	-
<b>Betriebsergebnis vor Steuern</b>	<b>28'797</b>	<b>1.0</b>	-	<b>28'797</b>
Nicht betriebsnotwendiger Aufwand	-		-	-
<b>Jahresergebnis vor Steuern</b>	<b>28'797</b>	<b>-1.5</b>	-	<b>28'797</b>
Steuern	-5'000		-	-5'000
<b>Jahresgewinn</b>	<b>23'797</b>	<b>0.8</b>	-	<b>23'797</b>

# Gewinnverwendung 2009/10

## Anhang 2009/10

### Gewinnverwendung 2009/10

#### Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

	2009/10 Antrag des Verwaltungsrates CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	-
Jahresgewinn	23'797
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>23'797</b>
Vortrag auf neue Rechnung	23'797
<b>Total</b>	<b>23'797</b>

### Anhang zur Jahresrechnung per 31. Mai 2010 (OR-Abschluss)

#### Angaben gemäss Art. 663b OR

##### 1. Belastung von Aktiven zur Sicherung eigener Verpflichtungen

	2009/10 CHF	2008/09 CHF
Pfand- und Verrechnungsrecht der Banken gemäss den allgemeinen Geschäftsbedingungen	649'225	-

##### 2. Brandversicherungswerte der Sachanlagen (inkl. nichtbetriebsnotwendiger Sachanlagen)

	2009/10 CHF	2008/09 CHF
Mobilien und Einrichtungen	-	-

Die Mobilien und Einrichtungen sind in den Versicherungen der Lenzerheide Bergbahnen AG (Muttergesellschaft) eingeschlossen.

##### 3. Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

	2009/10 CHF	2008/09 CHF
<i>Kurzfristig:</i>		
Swiss Life, Zürich	-	-
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<i>Langfristig:</i>		
Swiss Life, Zürich	-	-
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



PricewaterhouseCoopers AG  
Gartenstrasse 3  
Postfach  
7001 Chur  
Telefon +41 58 792 66 00  
Fax +41 58 792 66 10  
www.pwc.ch

Bericht der Revisionsstelle  
zur eingeschränkten Revision  
an die Generalversammlung der  
Lenzerheide Marketing und Support AG  
Vaz/Obervez

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das den Zeitraum vom 1. November 2009 bis 31. Mai 2010 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

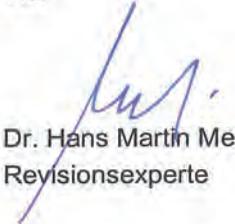
Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

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.

PricewaterhouseCoopers AG

  
Bruno Räss  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

  
Dr. Hans Martin Meuli  
Revisionsexperte

Chur, 24. September 2010

Beilagen:

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

# Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter LMS (VR, GL, Mitarbeiter)

## Vorstand

Zegg Roland	Präsident	19.08.2009
Heinrich Carmen	Vizepräsidentin	19.08.2009
Flaig Rainer		19.08.2009
Häusermann Urs		19.08.2009
Kolleger Ralf		19.08.2009
Pallioppi Giancarlo		19.08.2009
Pesko Nico		19.08.2009

## Eintritt

## Kontrollstelle

PricewaterhouseCoopers, Chur

## Geschäftsstelle

Marc Tischhauser	Direktor a.i. (100%)	01.11.2009
Jörger Susanne	Leiterin Kommunikation (100%)	01.11.2009
Michel Marco	Leiter Produktmanagement a.i. (100%)	01.11.2009
Bergamin Roman	Bereichsleiter Sales (90%)	01.11.2009
Stamm Nadia	Bereichsleiterin Tourist Services (100%)	01.11.2009
Absenger Daniela	Tourist Services Lenzerheide (100%)	01.05.2010
Baselgia-Camichel Anja	Produktmanagement (20%)	01.11.2009
Baselgia Silvio	Produktmanagement (100%)	01.11.2009
Bergamin Marco	Tourist Services Lenzerheide (90%)	01.02.2010
Berther-Bergamin Alexandra	Tourist Services Lenzerheide (40%)	01.11.2009
Bossert Cathrin	Assistentin Produktmanagement (80%)	01.11.2009
Brandt Monika	Tourist Services Churwalden (50%)	01.11.2009
Brasser Claudia	Tourist Services Churwalden (40%)	01.11.2009
Cadosch Letizia	Tourist Services Lantsch/Lenz (5%)	01.11.2009
Chudoba Renate	Tourist Services Valbella (50%)	01.11.2009
Dössegger Sandra	Gästeabgaben (40%)	01.11.2009
Geissmann Andrea	Tourist Services Lenzerheide (100%)	01.11.2009
Hemmi-Kolleger Ines	Kommunikation (Prospekt-Verteilung) (Stundenlohn)	01.11.2009
Iten Corinne	Produktmanagement (100%)	01.11.2009
Ludescher Sigi	Grafik (100%)	01.11.2009
Pargmann Urs	Reservationssystem/Gästeprogramme (90%)	01.11.2009
Parpan Brigitte	Tourist Services Valbella (40%)	01.11.2009
Reber Franziska	Tourist Services Lenzerheide / Ass. Sales (100%)	01.11.2009
Reisser Franziska	Kommunikation (100%)	01.11.2009
Roffler Daniela	Tourist Services Churwalden (40%)	01.11.2009
Rossi Nicole	Tourist Services Lenzerheide (50%)	01.11.2009
Schafknecht-Hörler Susanne	Raumpflege (Stundenlohn)	01.11.2009
Schumacher Gabriele	Tourist Services Parpan (35%)	01.11.2009
Schweizer Nico	Webspezialist (100%)	01.11.2009
Simeon Anne-Rose	Tourist Services Lantsch/Lenz (50%)	01.11.2009
Taiana-Erni Andrea	Raumpflege (Stundenlohn)	01.11.2009
Princigalli Alessio	Lehrling (60%)	01.11.2009
Hunziker Dominic	Lehrling (60%)	01.11.2009
Total	Stellenprozente 2130	

## Eintritt

## Austritt

Della-Santa Mirjam	Tourist Services Lenzerheide (50%)	01.11.2009	31.03.2010
Netzer Linda	Assistentin Sales (40%)	01.11.2009	31.01.2010



Ferienregion Lenzerheide  
Lenzerheide Marketing und Support AG  
Postfach  
CH-7078 Lenzerheide

Tel. +41 (0)81 385 11 20  
Fax +41 (0)81 385 11 21  
info@lenzerheide.com  
www.lenzerheide.com