

Engadin Scuol Samnaun

Geschäftsbericht 2011

Rapport da gestiun 2011



Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Turissem Engiadina Scuol Samignun Val Müstair SA (TESSVM)



Val Sinestra mit Piz Tschütta, Muttler, Piz Arina, Landschaft des Jahres 2011



Engadin Bad Scuol

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Präsidenten / Il pled dal president	3 - 4
Die TESSVM und die Destination Engadin Scuol Samnaun	5 - 6
Die Ergebnisse	7 - 13
Logiernächtestatistik	14 - 15
Bilanz per 31. Dezember 2011	16
Erfolgsrechnung 01.01. – 31.12.2011	17
Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2011	17
Finanzbericht	18
Revisionsbericht	19

Impressum

Herausgeber

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Traducziun

Marianna Sempert

Layout / Satz

Luis Deco, Scuol

Druck

Gammeter Druck AG, Scuol/St.Moritz

Titelbild

Val Sinestra mit Piz Tschütta, Muttler, Piz Arina, Landschaft des Jahres 2011

Fotos

© Andrea Badrutt, Chur

Auflage

700

Botschaft des Präsidenten

Il pled dal president



Internationale Silvretta Ski-Arena Samnaun/Ischgl: Bereit für einen genialen Skitag

Es wurde und wird uns immer wieder gesagt, dass wir in wenigen Jahren mit Produkten, Technologien, Dienstleistungen, Anwendungen etc. konfrontiert sein werden, von denen wir zum heutigen Zeitpunkt noch keine Vorstellungen haben. Wahrlich, was für uns heute bereits eine Selbstverständlichkeit ist und zu unserem Alltag gehört, war uns vor wenigen Jahren noch fremd. Und in wenigen Jahren werden wir Neues erleben, was wir uns heute noch nicht erdenken können.

Diese atemberaubenden und sich immer in kürzeren Zyklen bewegendenden Veränderungen begleiten uns täglich in der Arbeit, in der Freizeit und in unserem gesellschaftlichen Umfeld. Davon sind alle Gesellschaftsschichten und alle Branchen der Wirtschaft betroffen, auch der Tourismus.

Nebst dem Verhalten und den Erwartungen unserer Kunden sind wir als Feriendestination aber auch mit dem globalen Angebot und mit den Märkten konfrontiert. Können wir uns überhaupt noch behaupten und bemerkbar machen? Haben wir das Angebot, die Produkte und die Mittel, um uns im Markt zu zeigen und zu etablieren? Die Antwort ist ein „JA“. Die Feriendestination Engadin Scuol Samnaun

bietet viel. Stehen wir zu unseren Angeboten. Seien wir stolz auf unsere Kultur. Überzeugen wir mit unserer Diversität und Qualität. Leben wir dem Gast auf eine ehrliche, echte Art vor, wie und wer wir sind und was wir bieten können. Pflegen wir einen vom gegenseitigen Respekt geprägten Umgang mit unseren Gästen, mit unseren Mitarbeitern und unseren Mitbewohnern. Wenn uns dies gelingt, wird sich auch der „Neue Gast“ bei uns wohlfühlen. Gerade im Zeitalter der Schnelligkeit, der Hektik und der Informationsüberflutung sucht der Reisende, nebst Angebotsvielfalt und Qualität, das Echte, das Persönliche und das Beruhigende.

Die TESSVM hat das erste Jahr hinter sich. Das Ziel, «Die DMO funktioniert», haben wir erreicht. Die Herausforderungen für die Zukunft sind gross. Unsere Organisation ist aufgestellt, um diesen zu begegnen.

Ich bedanke mich bei unseren Aktionären für das Vertrauen, das sie uns entgegengebracht haben. Danken möchte ich auch meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat für die konstruktive und angenehme Zusammenarbeit. Ein Dank gebührt ebenfalls unseren Leistungspartnern, die täglich an der

Front sind, für die gute und fruchtbare Zusammenarbeit. Ich bedanke mich auch bei unseren Keypartnern, wie Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien. Ebenfalls bedanke ich mich bei der Regierung des Kantons Graubünden und dem AWT für die finanzielle und ideelle Unterstützung. Zum Schluss ist es mir noch ein grosses Bedürfnis, all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für den täglichen und nicht immer leichten Einsatz im Dienste unserer Organisation und im Interesse des gesamten Tourismus in der Region ein herzliches Dankeschön auszusprechen.

Theo Zegg, Samnaun
Verwaltungsratspräsident seit dem 1. Januar 2011



Theo Zegg,
Samnaun
Verwaltungsrats-
präsident seit dem
1. Januar 2011

Botschaft des Präsidenten

Il pled dal president



UNESCO-Welterbe, Kloster St. Johann, Müstair



Theo Zegg,
Samignun
President dal cus-
sagl administrativ
daspö ils 1. schner
2011

Id es gnü dit e'ns vain dit adüna inavant cha no saran confruntats in pacs ons cun prodots, tecnologias, servezzans, applicaziuns etc. cha no nu'ns savain hoz amo gnanca imaginar. Pelvaira, quai chi s'inclegia hozindi da sai per no e chi tocca fingià pro nos minchadi, ans gniva avant amo ester avant pacs ons. E da las novitats cha no vezzaran in pacs ons nu vaina hoz amo ingün'idea.

Quists müdamaints chi capitan cun üna sveltezza chi'ns piglia il flà ed in sequenzas adüna plü cuortas ans occupan di per di in nossa lavur, in nos temp liber ed in nos ambiant social. Pertocs sun tuot las classas socialas e tuot ils secturs economics, eir il turissem.

No nun eschan però confruntats be cul cumportamaint e cullas aspettativas da noss cliaints. Sco destinaziun da vacanzas eschna confruntats eir culla sporta globala e culs marchats. Eschna insomma amo buns da defender nossa posiziun e da'ns far valair? Vaina la sporta, ils prodots e'ls mezs per ans muossar ed etabliar sül marchà? La resposta es „SCHI”. La destinaziun da vacanzas Engiadina Scuol Samignun spordscha bler. No vain motivs avuonda per star davuossas

sportas, dad esser superbis da nossa cultura, da persvader cun nossa diversità e qualità. No stoin muossar al giast da maniera sincera e s-chetta chi cha no eschan e che cha no vain da spordscher. E schi'ns grataja dad ir intuorn cun noss giasts, noss collavuratuors e noss conabitants cun respet vicendaivel schi's sainta bain pro no eir il „nouvi giast”. Impustüt hoz, in nos temp caracterisà da sveltezza, da hectica e d'infuormaziuns sainza fin tschercha il giast, sper buna qualità ed üna sporta variada, quai chi'd es s-chet, quai chi'd es persunal e quai chi quieta.

Il prüm on da gestiun da la TESS-VM es passà. Il böt „la DMO funcziuna” vaina raggiunt. Las sfidas per l'avegnir sun grondas. Noss'organisaziun es pronta da far frunt a quistas sfidas.

Eu ingrazch a noss acziunaris per lur fiduzcha invers no. Ingrazchar lessa eir a mias/meis collegas dal cussagl administrativ per la collavuraziun constructiva ed agreabla. Eir noss partenaris da prestaziun chi lavuran minchadi a la „front” meritan ün ingrazchamaint per la buna collavuraziun früttaivla. Eu ingrazch eir a noss partenaris-clav sco Svizra Turissem e Grischun Vacanzas. Medemmamaing ingrazcha a la Re-

genza dal chantun Grischun ed a l'uffizi per economia e turissem pel sustegn finanziel ed ideal. Per finir am staja a cour da dir ün cordial „grazcha fich” a tuot nossas collavuraturas e noss collavuratuors per lur ingaschamaint quotidian – chi nun es adüna simpel – a favur da nossa organisaziun ed a bön da tuot il turissem in nossa regiun.

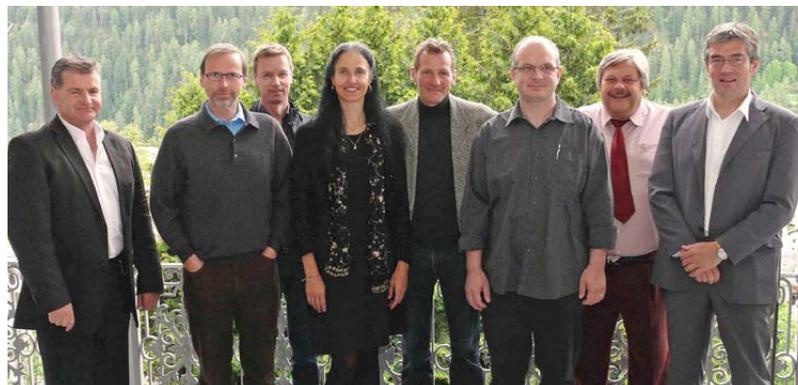
Theo Zegg, Samignun
President dal cussagl administrativ
daspö ils 1. schner 2011

Die TESSVM und die Destination Engadin Scuol Samnaun



Skigebiet Motta Naluns Scuol-Ftan-Sent in der Ferienregion Engadin Scuol: Früh übt sich...

Begriffe: Die Destination heisst **Engadin Scuol Samnaun** und hat die drei Ferienregionen **Engadin Samnaun, Engadin Scuol** und **Engadin Val Müstair**. Die **DMO TESSVM** ist die verantwortliche Unternehmung. DMO heisst **Destinationsmanagement-Organisation** und **TESSVM Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG**.



Der erste Verwaltungsrat der TESSVM (von links): Hans Kleinstein, Philipp Gunzinger, Mario Jenal, Andrea Könz, Theo Zegg, Simon Rohner, Christian Rainer, Jon Domenic Parolini

Aufgaben delegiert

Die Aktionäre der Destinationsmanagement-Organisation (DMO) Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), welche seit dem 1. Januar 2011 operativ tätig ist, sind die Engadin Scuol Tourismus AG (ESTAG) mit 49 % Anteil am Aktienkapital, Samnaun Tourismus (41 %) und die Gemeinde Val Müstair (10 %). Die drei Aktionäre haben ihre Aufträge in Bezug auf Angebotsentwicklung, Marketing, Gäste-Info und Unternehmensführung im Rahmen des Destinations-Vertrages vollständig an die TESSVM delegiert.

Die Verantwortlichen

Der Verwaltungsrat der TESSVM:

Samnaun Tourismus
 Theo Zegg, Präsident
 Mario Jenal
 Hans Kleinstein

Engadin Scuol

Christian Rainer, Vize-Präsident
 Philipp Gunzinger
 Jon Domenic Parolini
 Simon Rohner

Gemeinde Val Müstair

Andrea Könz

Am 1.1.11 war es so weit
 Am 13. Dezember 2010 hat der Verwaltungsrat den DMO-Vertrag für die Jahre 2011 – 2014

unterschreiben, nachdem die Firma TESSVM am 17. August 2010 gegründet wurde. Auf dieser Basis konnten die rund 35 Mitarbeitenden ihre neuen Arbeitsverträge ebenfalls unterzeichnen. Ende Januar 2011 haben alle Angestellten ihre ersten Löhne von der neuen Firma ausbezahlt erhalten. Bereits im November wurde die erste gemeinsame Winterkampagne mit einer Fernsehwerbung lanciert.



Der erste gemeinsame TV-Sport der Destination Engadin Scuol Samnaun zur Bewerbung des Winters 2010/11 (siehe youtube)



Unterwegs im Schweizerischen Nationalpark, Val Mingèr-Sur il Foss

Gemeinsam in die Zukunft

Am 1.1.2011 begann ein neues Zeitalter im Tourismus der Nationalparkregion. Die TESSVM arbeitet seit dem 1.1.2011 mit einer Strategie, einer Struktur und einem Budget. Die Angebote, Dienstleistungen, Produkte und Events können gemeinsam weiterentwickelt werden. Management und Marketing aus einer Hand führen zu einer Bündelung der Mittel; dadurch wird mehr Wirkung im Markt erwartet. Dies soll sich in mehr Umsatz und Erfolg bei den Leistungsträgern des Tourismus und bei den weiteren Nutzniessern auswirken.

Die eigenen Stärken als Basis

Die internationale **Skiarena Samnaun/Ischgl**, das einzige **zollfreie Einkaufserlebnis** der Schweiz, eine **Landschaft** in „Nationalparkqualität“, der einzige **Schweizerische Nationalpark** selber, Mineralwasserquellen und das **Engadin Bad Scuol**, eine reiche **romantische Kultur**, das UNESCO Welterbe **Kloster St. Johann** in Müstair, die UNESCO Biosphäre **Val Müstair-Schweizerischer Nationalpark** und vieles mehr. Dies sind ausgewählte Höhepunkte der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun und die Basis für ein erfolgreiches Marketing.

MILESTONE 2011, Tourismuspreis Schweiz «Modellregion für Nachhaltigkeit»

Laudatio von Dr. Eric Scheidegger, SECO, anlässlich der Preisverleihung am 15. November 2011 in Bern

Meine Damen und Herren

Die idyllische alpine Schweiz war einst in Europa der Inbegriff des Traums vom Paradies. Es kamen Abenteurer, Könige, Stars und schliesslich auch normal Sterbliche, um es zu sehen. Es gelang, die Schweizer Reise und den Aufenthalt als einmaliges Erlebnis, als Traum, in den Köpfen festzusetzen. Alte Plakate zeugen von dieser Botschaft.

Das Unterengadin setzt diese Tradition fort. Es hat den Nationalpark, zwei UNESCO-Labels und authentische Bergdörfer. Das ist ein Angebot, welches Gäste zum Träumen bringen kann. Der auf Kultur und Nachhaltigkeit setzende Unterengadiner Tourismus schlägt die Brücke vom Traum zur Wirklichkeit.

Unterengadiner Kultur hat zwei Seiten. Zunächst umfasst sie gelebte Traditionen, Kulturlandschaften, allen voran die UNESCO Biosphäre und neben dem UNESCO Kloster St. Johann viele andere Kulturbauten. Zudem bietet die Region Kultur im Sinne von hoher Qualität bei den lokalen Produkten und bei den Dienstleistungen. Diese Qualität hat ihren Preis, der auch - gerne - gezahlt wird. Unsere Zeit hat dem alten Traum eine neue Dimension hinzugefügt: Die Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Es braucht die Gemeinden, es braucht die Hotels und Restaurants, es braucht die Bergbahnen und die Bevölkerung, welche die Kunden mit dem «Allegra in Svizra» zu Gästen macht. Den öffentlichen Verkehr möchte ich unter der Nachhaltigkeit ganz besonders hervorheben. Die rote Bahn und die gelbe Post machen «Ferien ohne Auto» zum neu entdeckten Erlebnis. Sie bieten viel, z.B. Wanderpauschalen oder Gepäcktransporte. Diese Nachhaltigkeit hat einen Koordinator, der alles zusammen hält: Urs Wohler - der Unterengadiner Traumdirektor.

Herr Wohler, ich gratuliere Ihnen zum ehrenvollen Milestone im Bereich Umwelt.



Die Sieger der Milestones 2011 (siehe www.htr-milestone.ch)

Die Ergebnisse



Bequeme Anreise ins Unterengadin mit der Rhätischen Bahn

Der Verwaltungsrat hat am 13. Dezember 2010 die Ziele 2011 sowie die Balanced Scorecard 2011 gutgeheissen und verabschiedet. Auf dieser Basis haben wir im Jahr 2011 konsequent gearbeitet.

Die Ergebnisse des ersten Geschäftsjahres der TESSVM im Überblick:

Erste Bilanz

Seit einem Jahr ist die Destinationsmanagement-Organisation (DMO) in Betrieb. Die drei Partner Samnaun Tourismus, Engadin Scuol Tourismus und Cumün da Val Müstair haben sie aufgebaut, weil eine einzige Tourismusorganisation eher die Chance hat, vor Ort die nötigen Voraussetzungen mitgestalten zu können, damit wir als Feriendestination mit unseren Angeboten und Leistungen im immer härter werdenden Markt Erfolg haben. Wir arbeiten

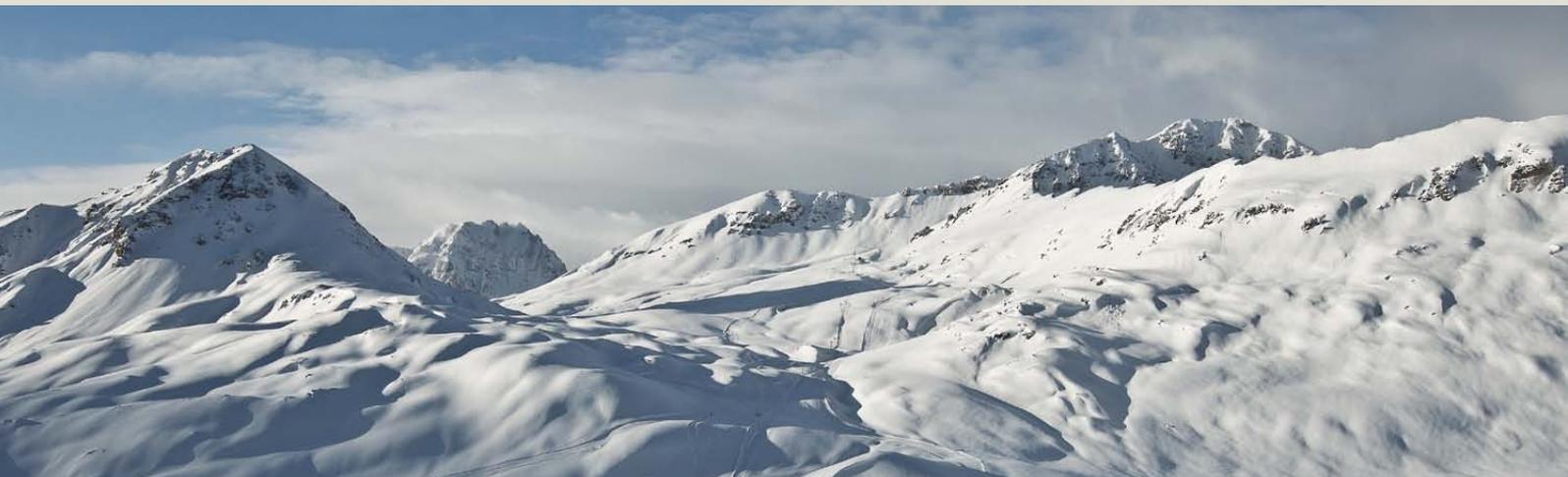
mit einem Vierjahresplan 2011 – 2014. Somit ziehen wir nun eine Zwischenbilanz über das erste Viertel der Wegstrecke.

Ziele mehrheitlich erreicht

Wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben uns zusammen mit dem Verwaltungsrat 22 ehrgeizige Ziele gesetzt. Wir können heute feststellen: Für das erste Jahr haben wir die Ziele mehrheitlich erreicht: Bei 11 Zielen steht die Ampel auf «grün», bei 9 Zielen auf

“Strategische Ziele für BSC ESS 2011 - 2014“ – Auswertung 2011

VISION: „Engadin Scuol Samnaun ist die Natur- und Kulturferienregion – im Sommer und Winter – mit dem attraktivsten Mehrgenerationen-Angebot“						
Ergebnisse Gäste Marketing / Kommunikation Prozesse / Innovation DMO Mitarbeiter/-innen	① Perspektive „Finanzen / Ergebnisse“	Die direkt beeinflussten Logiernächte sind nachgewiesen 1.1	Das Marketingbudget ist konsolidiert 1.2	Der Eigenfinanzierungsgrad der DMO ist gesteigert 1.3	In der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun fühlt sich der Gast wirklich als Gast 1.4	Die Einwohner der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun fühlen sich als Gastgeber 1.5
	② Perspektive „Gäste / Kunden“	Marketing aus einer Hand ist konsolidiert 2.1	Positionierung auf der Basis der Produktlinien ist geschärft 2.2	Gemeinsamer Internet-Auftritt ist realisiert 2.3		
	③ Perspektive „Marketing / Kommunikation“	Der Marketingplan wird konsequent umgesetzt 3.1	Die E-Commerce- Kanäle sind aufgebaut 3.2	Die Eventstrategie liegt vor und ist verabschiedet 3.3	Gästeinformation und Gästebetreuung vor Ort ist intensiviert 3.4	Das Markensystem Engadin Scuol Samnaun ist geschärft 3.5
	④ Perspektive „Prozesse / Innovation“	Kooperationsmodell Regionalentwicklung ist verabschiedet und eingespielt 4.1	Die Angebote laufend optimieren und weiterentwickeln 4.2	Die Prozesse fokussiert, effizient und mit hohem Q-Anspruch organisieren 4.3		
	⑤ Perspektive „DMO“	Die DMO Engadin Scuol Samnaun funktioniert 5.1	Führungsprozess mit allen Anspruchsgruppen realisiert 5.2	Erste Erwartungen der Subregionen sind erfüllt 5.3		
	⑥ Perspektive „Mitarbeiter/-innen“	Die Mitarbeitenden fühlen sich als ein Team 6.1	Die Mitarbeitenden kennen die Produkte ihrer DMO 6.2	Die Mitarbeitenden bilden sich ständig und Aufgabenorientiert weiter 6.3		



Das kleine und feine Skigebiet Minschuns im Val Müstair: Bergstation Vallatscha, 2'700 m ü M.

«orange», bei zwei Zielen auf «rot». **Grün:** Unsere Erfolge können wir quantitativ und qualitativ ausweisen, das Marketingbudget ist wie geplant gestiegen, die Kommunikationsmassnahmen haben wir konsequent umgesetzt, viele Prozesse wurden gemeinsam organisiert (und damit viele Kosten gespart!), das Mitarbeiterteam von Samnaun bis Val Müstair wächst zusammen, etc. **Orange** (auf Kurs): Mit der Positionierung der Region machten wir kleine Fortschritte, der neue Internet-

Auftritt kam im April.**Rot:** Es werden zwar erfolgreich zahlreiche Events organisiert, aber die langfristige Strategie fehlt noch. Auch die regionale Zusammenarbeit ist noch nicht verbindlich festgelegt. Wir haben aber noch 3 Jahre Zeit dafür.

Ziel 2012: Die DMO ist etabliert
Nach einem Jahr können wir sagen: «Die DMO funktioniert». Das Ziel für das Jahr zwei der DMO heisst nun entsprechend: «Die DMO ist etabliert». Das heisst: Die Zusammenarbeit mit den Partnern muss so intensiviert

und ausgestaltet werden, dass wir unmissverständlich in eine Richtung arbeiten, dass wir Grössenvorteile effektiv nutzen können und dass sich der Erfolg im Markt – trotz schwierigen Rahmenbedingungen – einstellt. Ohne DMO hätten wir es garantiert viel schwieriger, mit der DMO hingegen steigen die Anforderungen an eine enge, gute und systematische Zusammenarbeit. Sie ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, aber anspruchsvoll zu erreichen.

1. Perspektive “Finanzen / Ergebnisse“

Ziel 1.1: Die direkt beeinflussten Logiernächte sind nachgewiesen

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Nationalpark Bike-Tour Logiernächte: 1'704 (- 22% gegenüber dem Vorjahr, -16 % im 5-Jahres-Schnitt) Umsatz: CHF 239'967.-	Teilerfolg. Die effektiven Zahlen liegen für eine Pauschale weit über dem Schnitt.	Auswertung erfolgt, Weiterentwicklung
Nationalpark Wander-Tour Logiernächte: 1'704 (-7,7 % gegenüber dem Vorjahr) Umsatz: CHF 97'393.- Zum ersten Mal wurden nun auch Auswertungssitzungen abgehalten.	Teilerfolg. Die effektiven Zahlen liegen für eine Pauschale weit über dem Schnitt.	Auswertung erfolgt, Weiterentwicklung
Via Engiadina Logiernächte: 1'688 (+ 22% gegenüber dem Vorjahr) Umsatz: CHF 263'616.-	Erreicht	Weiter so
Wellness Inklusive Kostenlose Schaltung einer ½-Seite ist am 8.11.2011 erschienen. Im Winter mind. 1'000 Logiernächte über das Leserangebot erreicht. Genaue Auswertung der Wirkungen nicht möglich, da die Hotels die angeforderten Zahlen nicht liefern (können).	Erfolgreichste Kooperation Basis für Ganzjahresauslastung	Weiterentwicklung
Engadin Scuol Mobil Neueintritte: Hotel Conrad und Hotel Traube, Scuol Austritt: Hotel Muntanella, Ardez	Erreicht	Weiterentwicklung



Schloss Tarasp

STC 9'676 Logiernächte 3165 Buchungen CHF 967'222 Umsatz (STC 2010/ESTAG Umsatz CHF 1'198'145.00 Logiernächte 11'943)	Erreicht	Weiterentwicklung
e-domizil 39'142 Logiernächte 1595 Buchungen CHF 1'604'911 Umsatz, davon CHF 714'572 über unsere eigenen Kanäle und CHF 890'340 über die Kanäle von e-domizil (e-domizil 2010/ESTAG Umsatz CHF 1'334'517.00 Logiernächte Total 33'792)	Erreicht	Weiterentwicklung
Gästeprogramm Winter 10/11 Engadin Scuol: 4'464 Teilnehmer (80 %) Engadin Samnaun: 983 Teilnehmer (18 %) Engadin Val Müstair: 151 Teilnehmer (2 %) TOTAL: 5'598	Erreicht	Weiterentwicklung
Gästeprogramm Sommer 2011 Engadin Scuol: 4'179 Teilnehmer (80.5 %) Engadin Samnaun: 605 Teilnehmer (11.5 %) Engadin Val Müstair: 407 Teilnehmer (8 %) TOTAL: 5'191	Erreicht	Weiterentwicklung
Tourismusreport über die ganze DMO eingeführt. Aufenthaltsdauer, Herkunftsländer fehlen noch.	Teilerfolg, um Ressourcen zu sparen	Neue Lösung mit dem BfS wird gesucht. Aufwand aktuell viel zu gross.
Gästeprogramm und Klosterzahlen liegen vor. Bergbahnen liefern teilweise Angaben. BES liefert Wochenstatistik.	Teilerfolg	Im Zusammenhang mit den Keypartnern wird 2012 auch das Reporting eingeführt.

Ziel 1.2: Das Marketingbudget ist konsolidiert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Vertraglich zugesichert 2011: 2'109'472 (42 %) 2012: 2'677'343 (45 %)	Teilerfolg, Minimalangaben des Kantons noch längst nicht erfüllt (> 4 Mio.)	Neue Tourismusfinanzierung

Ziel 1.3: Der Eigenfinanzierungsgrad der DMO ist gesteigert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
2011: 13 % 2012: 26 %	Erfüllt	Weiterentwicklung
Neue Mandate und Kooperationen: <ul style="list-style-type: none"> • ALLEGRA • Tour de Ski • Swiss Snow Happening • Gäste-Info Sent/Post • etc. 	Erfüllt	Umsetzung und Weiterentwicklung



Auf dem Märchenweg «Murmina und Murmin» mit Geschichtenerzählerin Sandra

Ziel 1.4: In der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun fühlt sich der Gast wirklich als Gast

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen															
Nicht einheitliches System, aber einheitlicher Prozess	Teilerfolg (einheitlicher, auswertbarer Prozess fehlt noch)	Abschliessend zusammen führen															
Jede Reklamation wird beantwortet und ausgewertet	Teilerfolg (einheitlicher, auswertbarer Prozess fehlt noch)	Saisonale Auswertungen, Schlussfolgerungen und Konsequenzen															
Wir stehen im Dialog, primär mit unseren Gästen!	Telefonstatistik Engadin Scuol																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Zentrale Dienste</th> <th>Marketing</th> <th>Gäste-Infosstellen</th> <th>Jahrestotal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010</td> <td>1825</td> <td>5830</td> <td>13567</td> <td>19377</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>1679</td> <td>4484</td> <td>13214</td> <td>21222</td> </tr> </tbody> </table>		Zentrale Dienste	Marketing	Gäste-Infosstellen	Jahrestotal	2010	1825	5830	13567	19377	2011	1679	4484	13214	21222
	Zentrale Dienste	Marketing	Gäste-Infosstellen	Jahrestotal													
2010	1825	5830	13567	19377													
2011	1679	4484	13214	21222													

Ziel 1.5: Die Einwohner der Ferienregion Engadin Scuol Samnaun fühlen sich als Gastgeber

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Diplomarbeit abgeschlossen	Teilerfolg (Messkriterien unklar)	Umsetzung im 2012 offen, evtl. in Zusammenhang mit der Hotel-Offensive

2. Perspektive “Gäste / Kunden“

Ziel 2.1: Marketing aus einer Hand ist konsolidiert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Markante Fortschritte (Kampagnen, Gäste-Info Samnaun, Kleber, Broschüren, etc.)	Erreicht	Rollende weitere Einführung

Ziel 2.2: Positionierung auf der Basis der Produktlinien ist geschärft

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Zollfrei-Kampagne Integrierte Winterkampagne	Erreicht	Weiterentwicklung
- 26 Medienmitteilungen versandt (ca. 80 generierte Publikationen) - 48 Medienreisen organisiert, dabei 90 Personen betreut und rund 100 Berichte generiert (nicht mit eingerechnet sind betreute Journalisten auf Events wie ClauWau, FSF etc.)	Erreicht	Detailauswertung folgt

Ziel 2.3: Gemeinsamer Internet-Auftritt ist realisiert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Neuer Auftritt geht am 16.4.12 live. NBM am 20.1.12	Teilerfolg, gemessen an der Komplexität	Lancierung, konsequente Integration der Leistungspartner Weiterentwicklung



Auf der Loipe bei Sur En da Sent

3. Perspektive "Marketing / Kommunikation"

Ziel 3.1: Der Marketingplan wird konsequent umgesetzt

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Konsequent bis sehr konsequent umgesetzt, von Sommer bis Winter und Events. Konzepte und Massnahmenpläne systematisiert	Erreicht	Weiterentwicklung

Ziel 3.2: Die E-Commerce-Kanäle sind aufgebaut

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
STC und e-domizil unter stark erschwerten Bedingungen und unter selbst auferlegtem Zeitdruck eingeführt.	Teilerfolg, gemessen an der Komplexität	Fertige Implementierung Korrekturen und Weiterentwicklung

Ziel 3.3: Die Eventstrategie liegt vor und ist verabschiedet

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Auslegeordnung gemacht	Nicht erreicht	Priorität reduziert, Strategie folgt 2012

Ziel 3.4: Gästeinformation und Gästebetreuung vor Ort ist intensiviert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Konzept besteht, Einführung erfolgt schrittweise mit jedem Imprimat/mit jeder elektronischen Plattform	Erreicht	Weitere Implementierung

Ziel 3.5: Das Markensystem Engadin Scuol Samnaun ist geschärft

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Zweifelsfreie Anwendung in den Kampagnen und z. B. auch im Erlebnis-Inszenierungsprojekt	Erreicht	Weitere Implementierung

4. Perspektive „Prozesse / Innovation“

Ziel 4.1: Kooperationsmodell Regionalentwicklung ist verabschiedet und eingespielt

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Mündlicher Austausch erfolgt unregelmässig	Nicht erreicht	Kontakt intensivieren

Ziel 4.2: Die Angebote laufend optimieren und weiterentwickeln

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Blick Sport-Erlebnis / Skihit Engadin Scuol	Erreicht	Weiterentwicklung
Nationalpark Wandertour: Finden jetzt systematisch Auswertungssitzungen statt. Noch kein Erfolg bei den Pauschalen im Val Müstair, resp. weiterhin Doppelspurigkeiten.	Erreicht	Zusammenarbeitsmodell im Val Müstair muss 2012 geklärt werden.
Q-Kurse absolviert für alle Subregionen / Q-System in Einführung	Teilerfolg	Umsetzung erste Hälfte 2012



Zollfreies Einkaufserlebnis in Samnaun

Ziel 4.3: Die Prozesse fokussiert, effizient und mit hohem Q-Anspruch organisieren

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Mitarbeiteranstellung, Jahresgespräche, E-Mailbearbeitung, Mailinghouse, Broschürenversand e-domizil Offerten/Buchungen/Annullationen STC Offerten/Buchungen/Annullationen Wetteraushänge Erstellung/Versand LP-Newsletter Content Öffnungszeiten einholen für Zwischensaisons	Erreicht	Weiterentwicklung nach Prioritäten
Inventar „Projektliste“ liegt vor, wird 1 x jährlich aktualisiert. Einführung, resp. Verantwortung ist zugeteilt	realisiert, Schulungen teilweise, die neuen Prozesse sind alle eingeführt und geschult.	Weiterentwicklung nach Prioritäten

5. Perspektive „DMO“

Ziel 5.1: Die DMO Engadin Scuol Samnaun funktioniert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Partnerumfrage gemacht, Resultat zu wenig aussagekräftig (wenig Rückmeldungen)	offen	Jährlich wiederholen

Ziel 5.2: Führungsprozess mit allen Anspruchsgruppen realisiert

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Führungsprozess 2011 abgeschlossen, Führungsprozess 2012 geplant	Erreicht	Intensivieren! Für den Erfolg der DMO entscheidend.

Ziel 5.3: Erste Erwartungen der Subregionen sind erfüllt

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Engadin Scuol Auslastung: BAK-Studie: Top-Ergebnis Kommunikation individualisieren: Zahlreiche Berichterstattung auch für die Dörfer erreicht	Erreicht	Die weiteren Erwartungen schärfen und im Auge behalten
Engadin Samnaun: Kooperation Ischgl weiterführen: 2 Treffen fanden statt. Führungsprozess intensivieren: Austausch hat mit den Leistungspartnern mehrmals stattgefunden.	Erreicht	dito
Engadin Val Müstair: • EDV ersetzt • DIRES eingeführt	Erreicht	dito

6. Perspektive „Mitarbeiter/-innen“

Ziel 6.1: Die Mitarbeitenden fühlen sich als ein Team

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
15 Kadersitzungen fanden statt. Team-Sitzungen fanden regelmässig dezentral statt	Erreicht	Lancierung, konsequente Integration der Leistungspartner, Weiterentwicklung



Ftan

Im Rahmen der Mitarbeitergespräche	Erreicht	Fortsetzen, Ziele übers Jahr im Auge behalten
Wechsel: <ul style="list-style-type: none"> Engadin Samnaun: Knechtle Engadin Scuol: Alini, Bissig, Ritz Praktikanten 1 neue Lehrtochter 	Erreicht	Im Auge behalten. Lohnsituation (punktuell) sowie externer Druck wirkt sich negativ aus.
Januar, August (ARVE)	Erreicht	Fortsetzen

Ziel 6.2: Die Mitarbeitenden kennen die Produkte ihrer DMO

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Im Rahmen der Teamsitzungen fand der Austausch statt, ebenso durch kundige Mitarbeiter	Teilerfolg	Intensivieren im Zusammenhang mit dem neuen Internet-Auftritt

Ziel 6.3: Die Mitarbeitenden bilden sich ständig und aufgabenorientiert weiter

Ergebnis	Wertung	Bemerkungen/ Massnahmen
Corinne Crameri, Martina Hänzi, Hans-Peter Engelhart, Dominik Täuber bildeten sich weiter. Individuelle Bedürfnisse werden erfüllt.	Erreicht	Fortsetzen
2 Praktikanten (HFT) 2 Lernende (Scuol), ab August 2012 wiederum 2. Lehrstellen in Samnaun und Val Müstair konnten nicht besetzt werden.	Erreicht	Engagement fortsetzen. Problem Nachwuchsförderung in der Region ist ungelöst.

Die **Balanced Scorecard** (Abkürzung **BSC**). Balanced Scorecard geht auf Arbeiten von Robert S. Kaplan und David P. Norton Anfang der 1990er Jahre an der Harvard-Universität zurück. Die BSC dient als Führungsinstrument zur Ausrichtung der Organisation an strategischen Zielen. Im Gegensatz zu Unternehmensleitbildern und anderen unscharfen Formulierungen versucht die BSC die Erreichung von strategischen Zielen messbar und über die Ableitung von Massnahmen umsetzbar zu machen.

Die Parahotellerie stärken
 Das Projekt Parahotellerie-Offensive besteht aus 29 Teilprojekten und hat zum Ziel, die Auslastung der Ferienwohnungen in der Nationalparkregion – inkl. Zernez - zu steigern. Dies aufgrund der markanten Rückgänge in den letzten Jahren. Das Projekt läuft vom 1.1.2010 bis 31.12.2013 und wird durch das Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden, das Wirtschaftsforum der Nationalparkregion sowie die Gemeinden finanziert. Bei der DMO Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG ist Martina Frei für die Umsetzung des Projekts zuständig. Das zweite Projektjahr 2011 war geprägt durch den Start der neuen DMO. Der Fokus lag auf diesen Teilprojekten: TP 8 Aktuelle Datensätze aus allen Gemeinden, TP 13 Neue Angebote in Kooperation erstellen, TP 15 Fotoservice, TP 20 Reservationslösung und TP 25 Unterstützung im Verkauf. Als Ergebnis können wir unseren Vermietern in der ganzen DMO eine Reservationsplattform mit Vorzugsmodell, einen Fotoservice, sowie eine persönliche und massgeschneiderte Beratung anbieten. Auch nicht zu vergessen der Railhit, welchen wir letzten Winter in Zusammenarbeit mit der RhB und e-domizil anbieten konnten.

Weitere Auskünfte:
 Martina Frei, Projektleiterin, m.frei@engadin.com

Logiernächtestatistik



Im Postauto unterwegs nach Tschlin

Tourismusreport Engadin Scuol Samnaun

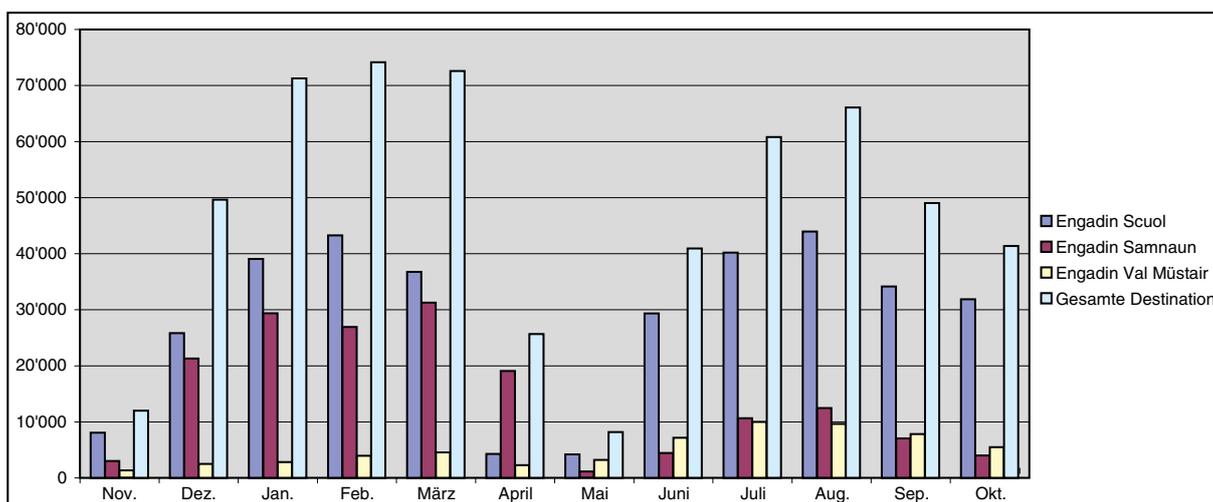
Hotelllogiernächte Engadin Scuol	2010/11	2009/10	Vergleich in %	Winter 2010/11	Winter 2009/10	Vergleich in %	Sommer 2010/11	Sommer 2009/10	Vergleich in %
Susch	1'668	1'987	-16.05	164	422	-61.14	1'504	1'565	-3.90
Lavin	7'661	7'974	-3.93	2'691	2'768	-2.78	4'970	5'206	-4.53
Guarda	16'841	18'933	-11.05	5'499	5'943	-7.47	11'342	12'990	-12.69
Ardez	11'609	11'522	0.76	4'686	4'325	8.35	6'923	7'197	-3.81
Ftan	16'948	17'480	-3.04	9'096	8'881	2.42	7'852	8'599	-8.69
Scuol	177'732	201'008	-11.58	85'632	97'446	-12.12	92'100	103'562	-11.07
Tarasp-Vulpera	77'084	84'330	-8.59	40'015	41'275	-3.05	37'069	43'055	-13.90
Sent	24'286	29'646	-18.08	7'413	10'574	-29.89	16'873	19'072	-11.53
Ramosch-Vnà	7'408	10'091	-26.59	2'973	3'732	-20.34	4'435	6'359	-30.26
Tschlin	606	674	-10.09	163	0		443	674	-34.27
Total	341'843	383'645	-10.90	158'332	175'366	-9.71	183'511	208'279	-11.89

Hotelllogiernächte Engadin Samnaun	2010/11	2009/10	Vergleich in %	Winter 2010/11	Winter 2009/10	Vergleich in %	Sommer 2010/11	Sommer 2009/10	Vergleich in %
Samnaun	170'824	189'815	-10.01	131'034	143'531	-8.71	39'790	46'284	-14.03
Total	170'824	189'815	-10.01	131'034	143'531	-8.71	39'790	46'284	-14.03

Hotelllogiernächte Engadin Val Müstair	2010/11	2009/10	Vergleich in %	Winter 2010/11	Winter 2009/10	Vergleich in %	Sommer 2010/11	Sommer 2009/10	Vergleich in %
Val Müstair	60'336	59'244	1.84	17'046	16'061	6.13	43'290	43'183	0.25
Total	60'336	59'244	1.84	17'046	16'061	6.13	43'290	43'183	0.25

Total Hotelllogiernächte Engadin Scuol Samnaun	573'003	632'704	-9.44	306'412	334'958	-8.52	266'591	297'746	-10.46
---	----------------	----------------	--------------	----------------	----------------	--------------	----------------	----------------	---------------

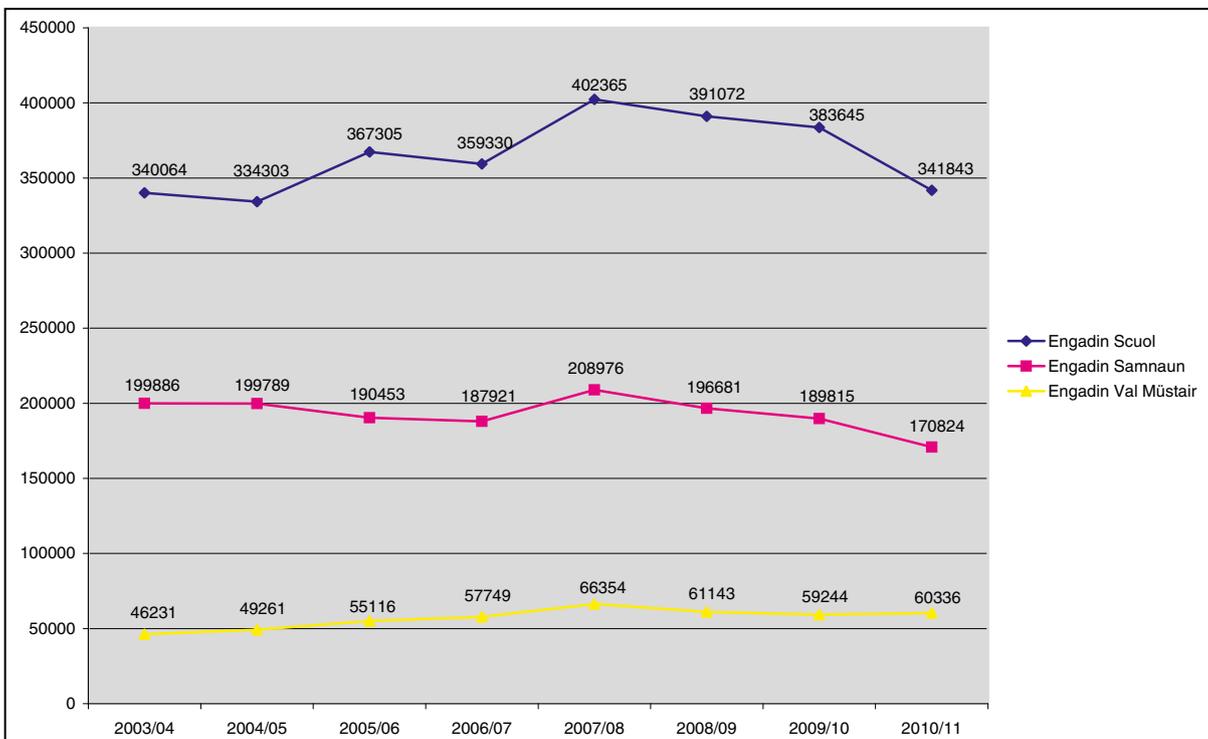
Logiernächte Hotellerie 2011 Destination Engadin Scuol Samnaun



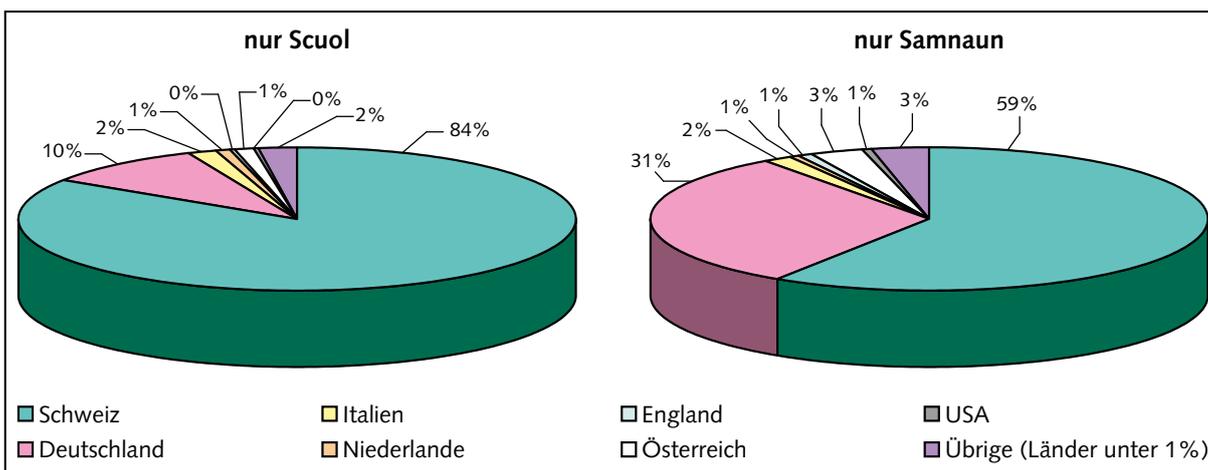


Biker unterwegs im Val Mora

Logiernächte-Entwicklung 2003 - 2011 Hotellerie Destination Engadin Scuol Samnaun



Herkunft Hotellerie 2011



Bilanz per 31. Dezember 2011

(mit Vorjahresvergleich)

Aktiven	31. Dezember 2011	31. Dezember 2010
Umlaufvermögen		
Kassen	20'018.59	-
Postcheck	48'306.01	-
Graubündner Kantonalbank, CHF	114'828.70	-
Graubündner Kantonalbank, EURO	41'497.77	-
Forderungen	248'438.54	-
Kontokorrent BVG	5'262.00	-
Verrechnungssteuerguthaben	141.29	-
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	445'623.58	-
Total Umlaufvermögen	924'116.48	-
Anlagevermögen		
EDV-Anlage	18'800.00	138'274.00
Total Anlagevermögen	18'800.00	9'702.00
Total Aktiven	942'916.48	-
Passiven		
Fremdkapital		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen	781'192.54	-
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	60'235.95	-
Total kurzfristige Verbindlichkeiten	841'428.49	-
Mittel- und langfristige Verbindlichkeiten		
keine	-	-
Total mittel- und langfristige Verbindlichkeiten	-	-
Total Fremdkapital	841'428.49	-
Eigenkapital		
Aktienkapital	100'000.00	-
Jahresergebnis	1'487.99	1'420.48
Total Eigenkapital	101'487.99	1'420.48
Total Passiven	942'916.48	1'420.48

Erfolgsrechnung 01.01.2011 - 31.12.2011

(mit Budgetvergleich)

Betriebsertrag	TESSVM	Budget	ESS	ESc	ESa	EVa
Ertrag nach Destinationsvertrag	5'070'491.13	4'529'208.60		2'214'084.50	1'979'584.50	335'539.60
Übriger Ertrag	2'125.56	593'931.00	250'000.00	386'871.53	2125.56	7'902.47
Ertragsminderungen	-3'401.69	-1'000.00	-3'401.69		-103'491.47	
Total Betriebsertrag	5'069'215.00	5'122'139.60	246'598.31	2'600'956.03	1'878'218.59	343'442.07

Aufwand	TESSVM	Budget	ESS	ESc	ESa	EVa
Besoldungen Verwaltungsrat inkl. Sozialleistungen	58'000.00	58'000.00	58'000.00			
Besoldungen	1'631'125.90	1'693'126.89		811'152.55	577'866.90	242'106.45
Sozialleistungen	234'630.10	286'134.13		116'485.94	82'172.86	35'971.30
Übriger Personalaufwand	60'859.14	52'600.00		28'851.50	23'787.17	8'220.47
Total Personalaufwand	1'984'615.14	2'089'861.02	58'000.00	956'489.99	683'826.93	286'298.22

Betriebsergebnis I	3'084'599.86	3'032'278.58	188'598.31	1'644'466.04	1'194'391.66	57'143.85
---------------------------	---------------------	---------------------	-------------------	---------------------	---------------------	------------------

Direkter Aufwand	342'790.04	332'000.00	0.00	96'404.76	243'846.83	2'538.45
Marketingaufwand	1'939'438.38	1'797'471.70	505'409.70	577'887.06	775'980.40	80'161.22
Raumaufwand	140'324.80	165'876.40	0.00	72'993.08	53'171.72	14'160.00
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	1'816.53	9'500.00	0.00	1'350.56	312.40	153.57
Fahrzeug- und Transportaufwand	24'129.82	24'000.00	0.00	12'546.54	7'004.58	4'578.70
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	13'189.32	23'700.00	0.00	5'325.85	6'820.92	1'042.55
Energie- und Entsorgungsaufwand	16'385.59	8'000.00	0.00	4'607.23	11'234.01	544.35
Verwaltungsaufwand	186'960.67	298'100.00	39'075.65	81'405.54	45'499.84	20'979.64
Informatikaufwand	114'114.10	143'000.00	39'544.59	17'783.47	55'239.00	1'547.04
Übriger Betriebsaufwand	303'962.62	229'210.00	138'836.83	64'747.97	87'364.00	13'013.82
Total Betriebsaufwand	3'083'111.87	3'030'858.10	722'866.77	935'052.06	1'286'473.70	138'719.34

JAHRESERGEBNIS	1'487.99	1'420.48	-534'268.46	709'413.98	-92'082.04	-81'575.49
-----------------------	-----------------	-----------------	--------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2011 (mit Vorjahresvergleich)

31. Dezember 2011

31. Dezember 2010

Brandversicherungswerte der Sachanlagen		
Mobiliar, Einrichtungen, Maschinen, Apparate	1'093'000.00	-
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten	26'704.00	-

Risikobeurteilung

Der Verwaltungsrat hat periodisch ausreichende Risikobeurteilungen vorgenommen und allenfalls notwendige Massnahmen eingeleitet, um zu gewährleisten, dass das Risiko einer wesentlichen Fehlaussage in der Rechnungslegung als klein erscheint.

Es bestehen keine weiteren nach Art. 663b OR ausweispflichtigen Sachverhalte.

Verwendung des Jahresergebnisses per 31. Dezember 2011 (Antrag des Verwaltungsrates)

31. Dezember 2011

31. Dezember 2010

Bilanzgewinn am 01.01.	-	-
Jahresergebnis	1'487.99	1'420.48
Bilanzgewinn am 31.12.	1'487.99	1'420.48

Dividendenausschüttung	-	-
Zuweisung in gesetzliche Reserven	100.00	-
Vortrag auf neue Rechnung	1'387.99	-
Total wie oben	1'487.99	-



Muttler

Einleitende Bemerkung

Mit Freude können wir Ihnen mitteilen, dass die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG ihr erstes Geschäftsjahr mit einem Gewinn von Fr. 1'487.99 abschliesst. Budgetiert war ein Gewinn von Fr. 1'420.48.

Erträge

Gesamthaft wurde ein Umsatz von Fr. 5'069'215.00 erzielt. Der Anteil an Beiträgen der beteiligten Gemeinden, der Bergbahnen Samnaun sowie von Samnaun Tourismus beläuft sich auf Fr. 4'343'155.40.

In den Infostellen wurden gesamthaft Fr. 181'964.40 an Umsätzen generiert. Die restlichen Umsätze von Total Fr. 544'095.20 wurden mit verschiedenen Zusammenarbeiten, Anlässen, Warenverkäufen, Vermittlungskommissionen und Verkäufen von Arrangements erzielt.

Der budgetierte Umsatz von Fr. 5'122'139.60 wurde um Fr. 52'924.60 knapp nicht erreicht.

Aufwendungen

Bei den Aufwendungen haben wir einerseits Mehrkosten beim direkten Aufwand und Marketing von Total Fr. 152'756.72. Jedoch konnten erfreulicherweise die übrigen Aufwandsposten tiefer gehalten werden als budgetiert. Die Personalkosten um Fr. 105'245.88, und die Verwaltungskosten um Fr. 111'139.33. Leider belasten Altlasten von Samnaun Tourismus und der ESTAG die Jahresrechnung 2011, so dass nicht mit einem höheren Gewinn abgeschlossen werden kann. Verschiedene Investitionen in die Informatik wurden aktiviert und wie die restlichen Sachanlagen mit den steuerlichen höchstzulässigen Abschreibungssätzen abgeschrieben.

Bilanz

Wie oben angedeutet wurden verschiedene Investitionen in die EDV-Anlage aktiviert. Sämtliche aktivierten Sachanlagen wurden ordentlich abgeschrieben. Auf der Aktivseite haben wir ein Umlaufvermögen von Fr. 924'116.48. Dem stehen kurzfristige Verbindlichkeiten von Fr. 841'428.49 gegenüber. Das erklärte Hauptziel im ersten Geschäftsjahr war, immer über genügend Liquidität zu verfügen. Dieses Ziel konnte, wie man sieht, erreicht werden.

Gäuggelistrasse 4
CH-7002 Chur

Telefon +41 81 257 10 40
Telefax +41 81 257 10 49
chur@gredig-partner.ch
www.gredig-partner.ch

Geschäftsleitung:
Arnold Gredig, dipl. Steuerexperte
Karin Iseppi, dipl. Treuhandexpertin
Curdin Mayer, dipl. Treuhandexperte

Gredig + Partner AG
Treuhand Steuern Revision



Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision

an die Generalversammlung der

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), 7550 Scuol

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM) für das am **31. Dezember 2011** abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

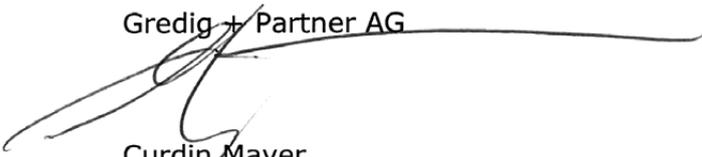
Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

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

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

Chur, 29. Mai 2012

Gredig + Partner AG



Curdin Mayer
zugelassener
Revisionsexperte

- Jahresrechnung 2011

Die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM) ist die touristische Marketing-Organisation für das Unterengadin, Samnaun und Val Müstair. Im Auftrag der Aktionäre fördert die TESSVM primär national sowie international die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Leistungen. Vor Ort ist die TESSVM zusammen mit allen Akteuren für die Angebotsentwicklung und Gästebetreuung zuständig. Die Organisation mit Hauptsitz in Scuol lanciert und koordiniert gemeinsame Projekte mit regionalen Partnern und Leistungsträgern und stellt die Abstimmung mit Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus sicher. Das Unternehmen mit einem Budget von rund 5.5 Mio. Franken beschäftigt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit. Die Ferienregion Engadin Scuol Samnaun steuert mit rund 1,2 Mio. Logiernächten 10 % zum Bündner Logiernächtetotal bei.

Weitere Informationen

Finden sie auf unserer Website: www.engadin.com

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG
(TESSVM)
Stradun
CH-7550 Scuol

Tel. +41 (0)81 861 24 24
Fax +41 (0)81 861 24 25

E-Mail: info@engadin.com
Internet: www.engadin.com

Newsletter-Abo für regelmässige Informationen unter
www.engadin.com

Weitere Informationen:
„Our da funtana sgüra – infuorma-ziuns da la TESSVM“
im ALLEGRA und unter www.tessvm.ch/inside

