

Engadin Scuol Samnaun

Geschäftsbericht 2012

Rapport da gestiun 2012



Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Turissem Engiadina Scuol Samignun Val Müstair SA (TESSVM)





PostAuto und Rhätische Bahn: Der Öffentliche Verkehr als Schlüssel zu den Erlebnissen

Inhaltsverzeichnis

Botschaft des Präsidenten / Il pled dal president	3
Die TESSVM im schwierigen zweiten Jahr	4
Balanced Scorecard: Ausgewählte Ergebnisse	5-6
Die Ergebnisse des zweiten Geschäftsjahres	7-15
Logiernächtestatistik	16
Unternehmung	18
Bilanz per 31. Dezember 2012	20
Erfolgsrechnung 01.01. – 31.12.2012	21
Finanzbericht	22
Revisionsbericht	23

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

Ferienregion Engadin Samnaun, Aktionär der DMO TESSVM

Fotos

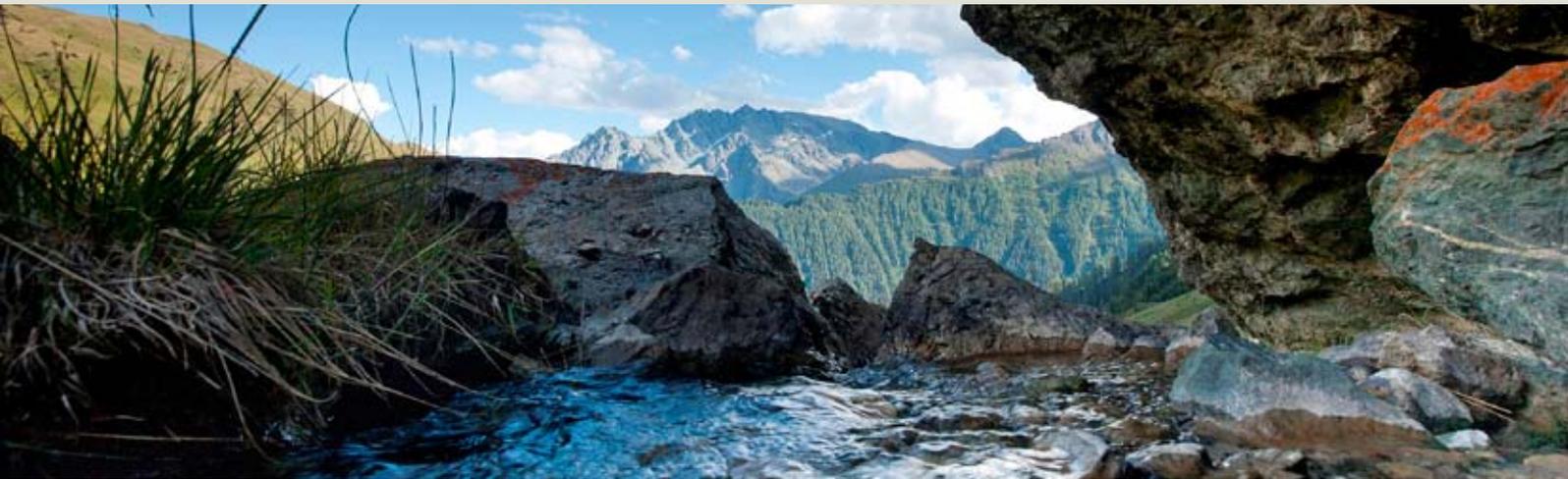
© Andrea Badrutt, Chur

Auflage

800

Botschaft des Präsidenten

Il pled dal president



Beim Milbach neben dem „Grossen Stein“ mit Blick auf den Piz Mundin

So wie die touristische Entwicklung in unserem Destinationsgebiet unterschiedlich verlief, so ist auch die Vielfalt im Angebot, in der Landschaft, in der Tradition, der Kultur und Sprache ein wesentliches Merkmal unserer Destination. Entsprechend haben wir die Positionierung der unterschiedlichen Angebote und Produkte für unseren Marktauftritt festgelegt.

Die ersten beiden Jahre der TESSVM liegen hinter uns. Der Start der Destination Engadin Scuol Samnaun erfolgte in einer nachfrageschwachen Zeit. Von Seiten der Leistungspartner kam uns teils heftiger Gegenwind und Unzufriedenheit entgegen. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat haben sich mehrfach mit Beanstandungen beschäftigt und die Bedenken ernst genommen. Andererseits soll ein Vierjahres-Businessplan nicht ständig korrigiert und angepasst werden.

Im Hinblick auf die Vertragsverlängerung nach 2014 müssen wir unsere Arbeit und die Notwendigkeit der Organisation nach innen transparent aufzeigen und die Leistungspartner davon überzeugen. Aber auch die externe Sicht der kantonalen Stellen, der Key-Partner und der Mitbewerber ist wichtig. Aus ihren Antworten können wir für die Zukunft wichtige Erkenntnisse ziehen.

Mein Dank geht an erster Stelle an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Organisation, die täglich mit viel Herzblut und Engagement einen hervorragenden Job verrichten. Ich bedanke mich auch bei unseren Aktionären für das Vertrauen in unsere Arbeit und bei meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat für die stets faire und konstruktive Zusammenarbeit. Danken möchte ich auch unseren Leistungspartnern für deren täglichen Einsatz im Dienste des Tourismus und für die angenehme Zusammenarbeit, wie auch den kantonalen Amtsstellen für die wichtige Unterstützung.

Ushé different sco chi'd es stat il svilup turistic in nosa destinaziun, usché variada e caratteristica es la cuntrada, la tradiziun, la cultura, la lingua e la sporta actuala illa regiun. Corresponentamaing vaina posiziunà las differentas sportas e'ls differentes prodots per nosa preschentscha sül marchà.

Ilis prüms duos ons da la TESSVM sun passats. Las cundiziuns externas d'eiran güsta pro'l cumainzamaint da la destinaziun Engiadina Scuol Samignun negativas. Per consequenza ans es gnüda incunter per part ferma opposiziun e malcuntantezza davart ils partenaris da prestaziun. La direcziun e'l cussagl administrativ s'han occupats plüssas jadas da las reclamaziuns ed han tut serius las resalvas. Da tschella vart lavuraina tenor ün plan da gestiun concipi pels prüms quatter ons chi nu po gnir adattà e corret adüna inavant.

In vista a l'avegnir ed ün'ulteriura fasa da contrat davo il 2014 esa important da preschantar nosa lavur vers inaint e da persvader a tuot ils partenaris da prestaziun cha nosa organisaziun fetscha dabsögn. Id es però important da cugnuescher eir la perspectiva externa dals ufficis chantunals, da noss partenaris principals e da la concorrenza. Eir quai ans dà cugnuschentschas importantas per l'avegnir.

Meis ingrazchamaint va in prüma lingua a tuot las collavuraturas e tuot ils collavuratuors da nosa organisaziun. Els s'ingaschan mincha di cun corp ed orma in differentas posiziuns e fan lavur excellenta. A noss acciunaris ingrazcha pella fiduzcha invers nosa lavur. Meis ingrazchamaint pertocca medemmamaing a mias / meis collegas dal cussagl administrativ pella collavuraziun adüna loiala e constructiva. Ingrazchar lessa eir a noss partenaris da prestaziun per lur ingaschamaint quotidian e pella collavuraziun agreabla. Plünavant ingrazcha a noss partenaris principals e'ls ufficis chantunals pel sustegn important.



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

Theo Zegg,
Samignun
President dal
cussagl admini-
strativ daspö ils
1. schner 2011

Die TESSVM im schwierigen zweiten Jahr



Auf dem Erlebnisweg «Murmina und Murmin» in Samnaun

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 ist die Abkürzung für **Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG**.

Die Verantwortlichen

Der Verwaltungsrat der TESSVM AG ist für drei Jahre gewählt: 17.8.2010 – 25.6.2013:

Samnaun Tourismus
Theo Zegg (Präsident),
Mario Jenal,
Hans Kleinstein

Engadin Scuol Tourismus
Christian Rainer (Vize-Präsident),
Philipp Gunzinger,
Jon Domenic Parolini,
Simon Rohner

Gemeinde Val Müstair
Andrea Konz

Seit zwei Jahren ist die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG mittlerweile operativ tätig. Samnaun Tourismus, Engadin Scuol Tourismus und Cumün da Val Müstair haben die Destinationsmanagement-Organisation (DMO) aufgebaut, weil eine einzige Tourismusorganisation eher die Chance hat, vor Ort die nötigen Voraussetzungen mitgestalten zu können, um mit starken Angeboten und Leistungen im immer härter werdenden Markt Erfolg zu haben.

Zu zwei Dritteln auf Kurs

Zum Abschluss des zweiten Jahres kann das wichtigste Jahresziel einer «etablierten DMO» als erreicht bezeichnet werden. Auf die einzelnen Teilziele der Unternehmung heruntergebrochen heisst dies, dass nach zwei Jahren rund zwei Drittel der Vierjahresziele „erreicht“ oder „auf Kurs“ sind. Darunter finden sich nach der „ersten Halbzeit“ des Destinationsvertrages auch einzelne grosse Meilensteine. Dank der erfolgreichen Akquisition neuer Events leistet die DMO künftig einen grossen Beitrag an die Image- und Umsatzentwicklung der Destination. Höhepunkte sind die FIS Tour de Ski, das Swiss Snow Happening, das Interbancario Europeo und alpenquerende Rennen wie der Trans-

alpine Run und der Salomon-4Trails. Weiter kann die DMO besonders im Bereich der Angebotsentwicklung einen konsequenten Fortschritt in Bezug auf Umfang und Qualität des erlebbareren Angebots vor Ort ausweisen. Ebenso bei der touristischen Nachwuchsförderung, zumal die TESSVM ab August 2013 vier Lernende in Samnaun, Scuol und dem Val Müstair ausbildet.

Diskrepanz zwischen Leistung und Wirkung

Im Rückblick auf die bisherige Zielerreichung gibt es an einzelnen Orten noch Verbesserungspotential. Insbesondere in der Produktgestaltung, konkret bei der Kreativität in der Entwicklung neuer Angebote, ist noch mehr möglich. Auch in der effektiveren Kooperation mit einzelnen Leistungspartnern und weiteren Anspruchsgruppen. Allgemein herausfordernd bleibt für die TESSVM aber die grosse Diskrepanz zwischen dem selbst Geleisteten und der Wirkung für die ganze Destination. So sind die messbaren Zahlen der Branche wie Frequenzen, Logiernächte und Wertschöpfung von sehr vielen und unterschiedlichen Einflüssen abhängig, welche die DMO nicht zu kompensieren vermag. Externe Faktoren wie Wetter, Währung und Wirtschaft spielen da-

bei eine ebenso bedeutende Rolle wie die Eigenleistung der einzelnen touristischen Anbieter, die am Endprodukt «Ferien» beteiligt sind. Auch aus diesem Grund investiert die TESSVM konsequent in die Qualitätssteigerung und Angebotsentwicklung vor Ort. Dennoch ist und bleibt Tourismus eine Gemeinschaftsaufgabe und Leistung.

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.

Der Verwaltungsrat hat am 13. Dezember 2010 die Vierjahresziele definiert. Auf dieser Basis haben wir im vergangenen Jahr konsequent an den Zielen 2012 gearbeitet.

Ausgewählte Resultate der Firma TESSVM

Wichtig ist die Feststellung, dass bei der Beurteilung im Rahmen der Balanced Scorecard (BSC) von den Zielen der DMO

Balanced Scorecard: Ausgewählte Ergebnisse



Die neue Saunalandschaft im Bogn Engiadina in Scuol

TESSVM die Rede ist und nicht von den Ergebnissen bei den Leistungspartnern. Auf die Diskrepanz zwischen den DMO-Resultaten und der Entwicklung in der Destination wurde weiter oben hingewiesen. Die DMO kann nur für Ziele verantwortlich sein, deren Erreichbarkeit sie massgeblich beeinflussen kann. Externe Ergebnisse wie die Logiernächte-Entwicklung, die Entwicklung von Margen und Umsätzen, die Zu- und Abnahme von Arbeitsplätzen etc., kann die DMO mehr oder weniger und direkt oder indirekt beeinflussen. Diese Ergebnisse sind oft stärker von nicht direkt beeinflussbaren Faktoren abhängig als von der Arbeit der DMO.

Bewirken und machen

In der BSC sind nur die Ziele und deren konkreten Ergebnisse aufgeführt. Die TESSVM setzt neben den BSC-Zielen noch viele weitere Massnahmen um, die aber nicht in der BSC aufgeführt sind. Die BSC ist darauf ausgerichtet, zu messen, was bezüglich Unternehmenserfolg direkt wirkt. Was neben all diesen Aktivitäten gemacht wird, hilft indirekt bei der Zielerreichung, ist aber in der Zielerbeurteilung nicht von primärer Bedeutung.

Beispiele von weiteren Aktivitäten der TESSVM

- Betrieb von 15 Gäste-Infostellen alleine oder in Partnerschaft
- Organisation und Durchführung von Gruppen- und Studienreisen
- Herausgabe des ALLEGRA (Redaktion und Koordination)
- Druck von Imprimaten in allen drei Ferienregionen
- Umsetzung jährlicher Gastregionen-Auftritt
- Schreiben von Vernehmlassungen
- Vorträge halten, Expertentätigkeit an Schulen und Instituten
- Schreiben von Artikeln und Beiträgen für regionale und nationale Medien
- Projekt-Zusammenarbeit mit Schulen und Instituten
- Mitarbeit im NRP-Projekt Nationalparkregion Gesundheitsregion
- Umsetzung von Interreg-Projekten (Montafon)
- Umsetzung eines umfassenden Nachhaltigkeitsmanagements
- Durchführung des 1. UNO-Weltwassertag
- Ansatzweise Koordination des Themas „Wasser“ in der Ferienregion Engadin Scuol
- Mitarbeit in lokalen, regionalen, kantonalen und nationalen Arbeitsgruppen und Kommissionen
- Etc.

Die Ergebnisse der TESSVM sind sichtbar

Nebst der Jahresbilanz mit der Balanced Scorecard macht die TESSVM ihre Arbeit und Ergebnisse mit zahlreichen Publikationen und Informationen sichtbar und transparent. Diese stehen dem Verwaltungsrat der TESSVM, den Aktionären, teilweise den Gemeinden und weiteren Leistungspartnern zur Verfügung:

- Geschäftsbericht
- Jahres-Auswertung BSC
- Jahresbilanz Angebotsentwicklung
- Jahresbilanz BAW
- Jährliche Expertenbefragung Natur und Kultur
- Monatliche Tourismusreports (Logiernächtestatistik)
- 5 bis 7 Marketingrapporte (alle Marketing-Aktivitäten)
- 5 bis 7 Direktionsberichte (alle TESSVM-Aktivitäten)
- 14 jährliche Berichte im ALLEGRA (aus erster Hand)
- Medienmitteilungen (siehe www.tessvm.ch/media)

Diese sehr umfangreiche Dokumentation über die Arbeit der TESSVM ist auf www.tessvm.ch/inside sicht- und downloadbar.



Das Dorf Sta. Maria im Val Müstair

Ausserordentliche GV von Samnaun Tourismus am 30.05.12

Einschneidendes Ereignis in der Geschichte der DMO war diese ausserordentliche GV. Im Laufe des Winters 2011/12 gab es immer wieder Kritik. Z. B. seitens Gastro Samnaun. Primär an die Adresse der DMO, teilweise auch an die Gemeinde (z.B. in Bezug auf das neue Winterland). Es folgte eine Unterschriftensammlung für eine ausserordentliche GV: 62 Personen unterzeichneten (bei rund 56 Vermieterbetrieben). Das Initiativkomitee besteht aus 9 Damen. Eine Arbeitsgruppe DIRES wurde durch den Vorstand von Samnaun Tourismus eingesetzt. Diese hat bis zur GV zwei Mal getagt. Bereits zu Beginn der GV gab es Diskussionen zur Traktandenliste. Das Initiativkomitee verlangte eine Abstimmung zu Deskline und eine (vorher nicht offiziell angekündigte) Präsentation. Es gab zwei

Haupttraktanden: DIRES und Marketing. Die ganze GV war geprägt von Kritik an der operativen Arbeit und letztlich auch an den TESSVM-Verwaltungsräten aus Samnaun. Fazit: Das Vertrauen fehlt, es gibt grosse Vorbehalte gegenüber der operativen Arbeit. Im Laufe des Geschäftsjahres hat sich die offene Kritik etwas gelegt, das Misstrauen und die Ablehnung gegenüber der DMO waren punktuell aber weiterhin sehr gross. Dies machte die Zusammenarbeit im Berichtsjahr äusserst anspruchsvoll.

Erstmals Jahresziele-Konferenz

Um die Öffentlichkeit zu informieren, hat Ende Februar 2012 erstmals eine Jahresziele-Konferenz stattgefunden. Dort wurde nebst dem Stand der Zielerreichung auch vorgestellt, was alles gemacht wurde und welches die besonderen Herausforderungen der aktuellen Zeit sind.

Ablehnung der kantonalen Finanzierungsvorlage Tourismusabgabengesetz (TAG)

Das Bündner Stimmvolk hat am 25. November 2012 die kantonale Vorlage Gesetz über Tourismusabgaben (Tourismusabgabengesetz, TAG) bei einer Stimmbeteiligung von 35,85 Prozent mit 31'087 Nein (65, 45%) bachab geschickt. Samnaun sagte mit 54% Nein, Scuol mit 55% Nein, Val Müstair mit 60% Nein. Nur Ftan und Tschlin sagten deutlich JA.

Aus DMO-Sicht bedauern wir das Ergebnis ausserordentlich. Die Exponenten der DMO haben für die Vorlage gekämpft, vermochten aber nicht zu überzeugen. Wir werden nach Abschluss des ersten DMO-Vertrages gefordert sein, in unserer Destination eine Finanzierung zu organisieren, welche für alle elf Gemeinden und für die unterschiedlichen kommunalen Bedürfnisse gerecht ist. Dies bedeutet viel Aufwand und Zeit. Auch die Region und die Gemeinden sind gefordert.



Ausgewähltes Beispiel unserer Arbeit: Wetterplattform

www.wetter-graubuenden.ch

- Aufbau zusammen mit den Bergbahnen GR und den DMO's (keine kleineren Tourismusorganisationen)
- Hochwertiger Wetterservice ist für unsere Gäste sichergestellt
- Mehrwerte (z.B. Platzierung von Angeboten) nur für DMOs
- Sommerportal in Arbeit
- Integrationsmodell für Leistungspartner in Arbeit

Die Ergebnisse des zweiten Geschäftsjahres



Das renovierte Sattel Panorama Bar Restaurant

“Strategische Ziele für BSC ESS 2011 - 2014“ – Auswertung 2012

VISION: „Engadin Scuol Samnaun ist die Natur- und Kulturferienregion – im Sommer und Winter – mit dem attraktivsten Mehrgenerationen-Angebot“

Perspektive	1	2	3	4	5
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	Gästeeinformation 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		

grün: „Erreicht, erfolgreich“
orange: „auf Kurs, Teilerfolg“
rot: „nicht angepackt, nicht erreicht“

1. Perspektive “Finanzen / Ergebnisse“

Ziel 1.1: Die direkt beeinflussten Logiernächte sind nachgewiesen

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
Nationalpark Bike-Tour/Uina-Bermina-Tour Logiernächte: 2'686 (+57% gegenüber dem Vorjahr, + 32 % im 5-Jahres-Schnitt) Umsatz: CHF 350'962.-	Erreicht. Die effektiven Zahlen liegen für eine Pauschale weit über dem Schnitt	Auswertung erfolgt, Weiterentwicklung mit neuem Angebot „Mini-Transalp“
Nationalpark Wander-Tour Logiernächte: 519 (-50% gegenüber dem Vorjahr) Umsatz: CHF 56'821.-	Teilerfolg. Die effektiven Zahlen liegen für eine Pauschale immer noch weit über dem Schnitt	Auswertung erfolgt, Weiterentwicklung mit Integration von geführten Teiletappen. Anpassung der Kommunikation



Biken Richtung Ftan mit Bergpanorama: Piz Ajüz, Piz Lischana, Piz und Mot San Jon

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
Via Engiadina Logiernächte: 778 (-54% gegenüber dem Vorjahr) Umsatz: CHF 95'574.-	Teilerfolg. Die effektiven Zahlen liegen für eine Pauschale immer noch weit über dem Schnitt	Weiterentwicklung im Rahmen des Projektes Gesundheitsregion Nationalparkregion
Wellness Inklusiv Bisher mind. 1'000 Logiernächte über das Leserangebot erreicht. Genaue Auswertung der Wirkungen nicht möglich, da die Hotels die angeforderten Zahlen nicht liefern.	Erfolgreichste Kooperation, Basis für Ganzjahres-auslastung	Weiterbestand erreicht. strategisch von Bedeutung
Engadin Scuol Mobil Alle Partner bleiben Kooperationsmitglieder.	Erreicht.	Weiterentwicklung Thema Hundeferien wird aufgenommen. Input durch Gesundheitsregion Nationalparkregion
STC 13'506 Logiernächte 4'401 Buchungen CHF 1'419'776	STC Schlechte Performance unter Abzug der fast 4'000 Buchungen der Packages würde trotz 60 neuen Hotels ein Minus resultieren!	1. Stufe Weiterentwicklung der bestehenden Lösungen mit den bestehenden Partnern (komplette Neuausrichtung STC im vollen Gange)
e-domizil 43'733 Logiernächte 1'767 Buchungen CHF 1'761'248 Deskline 3'454 Logiernächte 196 Buchungen CHF 286'141	e-domizil Recht gute Performance unter Berücksichtigung, dass ESa und EVa erst per 1.12.11 aktiviert wurden. Deskline Schlechte Performance im Sommer 11 für den Winter 12/13.	1. Stufe Weiterentwicklung der bestehenden Lösungen (Vermieterbereich vor dem Relaunch) 2. Stufe Einstieg beim Servicecenter Graubünden für professionelleren Vertrieb und Betrieb und Stärkung des eigenen Vertriebs
60'693 Logiernächte 6'364 Buchungen CHF 3'467'165	Nicht zufrieden stellende Gesamtpformance der Buchungskanäle	Siehe oben
Gästeprogramm Winter 11/12 ESa 5'214 Teilnehmer (84.8%) ESa 649 Teilnehmer (10.6%) Eva Teilnehmer 289 (4.7%) TOTAL: 6'152	Teilerfolg. Gute Zahlen ESa und Eva, starker Einbruch ESa.	Weiterentwicklung
Gästeprogramm Sommer 2012 ESa 4'040 Teilnehmer (80%) ESa 682 Teilnehmer (13.3%) EVa 393 Teilnehmer (7.7%) TOTAL: 5'115	Erreicht: Bei Reduktion des Angebotes um 10% erreichten wir dieselbe Anzahl Teilnehmer.	Weiterentwicklung inkl. weitere Reduktion auf die wirklich positionierungswirksamen Angebote, Anzahl der Absagen mit höherer Nachfrage senken. Einführung Gästekarte 2013



Langlaufen im Val Müstair

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
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, um Ressourcen zu sparen	Aktuell bleibt es bei der manuellen Lösung.

Ziel 1.2: Das Marketingbudget ist konsolidiert

Marketingbudget 2012 2'762'304.77 (51 % der Gesamtausgaben)	Erfolg, aber Minimalangaben des Kantons noch längst nicht erfüllt (> 4 Mio.) 500'000 Franken zusätzlich eingesetzt im Rahmen der Massnahmen gegen die Frankenstärke. Die Hälfte davon steuerte der Kanton bei.	Neue Tourismusfinanzierung ab 2015
-------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------

Ziel 1.3: Der Eigenfinanzierungsgrad der DMO ist gesteigert

<ul style="list-style-type: none"> • Eröffnungskommunikation BES • Interbancario 	Erfüllt.	Umsetzung und Weiterentwicklung
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	---------------------------------

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

Einheitliches System und einheitlicher Prozess ist seit Saisonbeginn Sommer 12 eingeführt	Erfüllt.	Feinjustierungen vornehmen																				
Einheitliche Auswertung neu möglich und umgesetzt	Erfüllt.	Feinjustierungen vornehmen bezüglich Form der Auswertung und dem Setting der Kernthemen																				
Wir stehen im Dialog, primär mit unseren Gästen! =>keine Statistik für Engadin Samnaun und Engadin Val Müstair. Automatische Auswertung leider noch nicht möglich.	Telefonstatistik Engadin Scuol => Basiert auf Schätzungen Einführung einer gesamtheitlichen Statistik ab 2013.																					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Zentrale Dienste</th> <th>Marketing</th> <th>Gäste-Infos</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> <tr> <td>2012</td> <td>1700</td> <td>4500</td> <td>13500</td> <td>19700</td> </tr> </tbody> </table>		Zentrale Dienste	Marketing	Gäste-Infos	Jahrestotal	2010	1825	5830	13567	19377	2011	1679	4484	13214	21222	2012	1700	4500	13500	19700	
	Zentrale Dienste	Marketing	Gäste-Infos	Jahrestotal																		
2010	1825	5830	13567	19377																		
2011	1679	4484	13214	21222																		
2012	1700	4500	13500	19700																		

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

Keine Veränderungen zu 2011, Diplomarbeit abgeschlossen	Teilerfolg. (Messkriterien unklar)	Umsetzung offen, evtl. in Zusammenhang mit der Hotel-Offensive
---------------------------------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------------------------------------



Zollfrei Einkaufen in Samnaun

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
---------------	---------	----------------------

2. Perspektive "Gäste / Kunden"

Ziel 2.1: Marketing aus einer Hand ist konsolidiert

Markante Fortschritte (Ferientipps, Übersichtskarten SO/WI, etc.)	Erreicht.	Rollende weitere Einführung
-------------------------------------------------------------------	-----------	-----------------------------

Ziel 2.2: Positionierung auf der Basis der Produktlinien ist geschärft

- Zollfrei-Kampagne - Integrierte Winterkampagne - Kampagne zur Eröffnung des Bogn Engiadina	Erreicht.	Weiterentwicklung
- Medienkommunikation: 38 Communiqués → 200 Publikationen - Medienbetreuung: 46 Medienreisen → 110 Berichte - Events: Insgesamt weitere 180 Medienschaaffende betreut	Erreicht.	Detailauswertung liegt vor

Ziel 2.3: Gemeinsamer Internet-Auftritt ist realisiert

Neuer Auftritt ging am 16.4.12 planungsgemäss live. Kostenpunkt ohne pers. Ressourcen: Ca. 100'000. Quantensprung für alle drei Partner. Sowohl inhaltlich wie technisch.	Teilerfolg, gemessen an der Komplexität. In Samnaun Kritik bis offene Ablehnung und Umsetzung einer eigenen Strategie durch eine Gruppe Leistungsträger.	Konsequente Integration der Leistungspartner und Weiterentwicklung. Schärfung der drei Profile der Ferienregionen, ohne Verzicht auf den gemeinsamen Nutzen
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Perspektive "Marketing / Kommunikation"

Ziel 3.1: Der Marketingplan wird konsequent umgesetzt

Konsequent bis sehr konsequent umgesetzt, von Sommer bis Winter und Events. Konzepte und Massnahmenpläne weiter systematisiert	Erreicht.	Weiterentwicklung
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-------------------

Ziel 3.2: Die E-Commerce-Kanäle sind aufgebaut

Implementierung inkl. Schulungen abgeschlossen. Das Vertrauen in die neuen Lösungen ist auf Grund des enormen Marktdrucks und fehlenden Nachfrage, insb. in Samnaun nicht gestiegen. Im Gegenteil. Absichtserklärung für das Servicecenter Graubünden ist unterzeichnet. Umsetzung 2013/14	Bezogen auf das Ziel: Erfolg Bezogen auf die Akzeptanz: Misserfolg	Konzentration auf Zweistufenstrategie (Weiterentwicklung und Service Center Graubünden)
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------



Die pittoresken Engadinerhäuser in Guarda

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
<i>Ziel 3.3: Die Eventstrategie liegt vor und ist verabschiedet</i>		
Eventstrategie liegt noch nicht vor.	Nicht erreicht, dafür Fortschritte in der Akquisition erzielt. Bestehende Events konsequent umgesetzt (z.B. Nationalpark Bike-Marathon)	Priorität für die Strategie reduziert
<i>Ziel 3.4: Gästeinformation und Gästebetreuung vor Ort ist intensiviert</i>		
Alle Imprimata und die elektronischen Plattformen wurden entsprechend zusammengeführt. Informationsbeschaffung wurde vereinheitlicht und vereinfacht	Teilweise erreicht.	Weitere Justierungen vornehmen
<i>Ziel 3.5: Das Markensystem Engadin ScuolSamnaun ist geschärft</i>		
Neue Umsetzungen: Engadin Bad Scuol, Tour de Ski (2012/13), Silvretta Arena Samnaun/Ischgl, Nationalparkregion Gesundheitsregion	Erreicht.	Weitere Implementierung

4. Perspektive „Prozesse / Innovation“

Ziel 4.1: Kooperationsmodell Regionalentwicklung ist verabschiedet und eingespielt

Operative Zusammenarbeit	Ursprüngliches Ziel nicht erreicht	Kontakt intensivieren
--------------------------	------------------------------------	-----------------------

Ziel 4.2: Die Angebote laufend optimieren und weiterentwickeln

Engadin Val Müstair Langlaufhit Engadin Samnaun Skikids for Free Engadin Scuol Skipass inklusive	Erreicht.	Weiterentwicklung
Erreicht: Nationalpark Wander-Tour Nicht erreicht: Val Müstair weiterhin Doppelspurigkeiten mit den Biosfera-Pauschalen	Teilerfolg.	Zusammenarbeitsmodell im Val Müstair muss 2013 geklärt werden
Nationales Gütesiegel Q1 für alle drei Ferienregionen und für die TESSVM eingeführt.	Erfolg.	Erneuerung des Massnahmenplans 2012



UNESCO-Welterbe, Kloster St. Johann, Müstair

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
<i>Ziel 4.3: Die Prozesse fokussiert, effizient und mit hohem Q-Anspruch organisieren</i>		
<ul style="list-style-type: none"> - Gastgeber-Newsletter - Beanstandungsmanagement - Pauschalenbuchung - Telefonieprozesse - IT-Prozesse - Adressmutation - B2B-CRM - Parahotellerie-NL - Abschlüsse Kassen - Nachfassen fehlende Verfügbarkeiten - Geschlossene Zufahrt Samnaun - Vereinatickets für Fewovermieter - Wetteraushänge GI - Datenqualitäts-kontrolle Internet POI - Abgleich Durchlaufkonti - Finanzführungs-Prozess - Saisonabrechnung Pauschalen 	Erreicht.	Weiterentwicklung nach Prioritäten

5. Perspektive „DMO“

Ziel 5.1: Die DMO Engadin Scuol Samnaun funktioniert

Partnerumfrage gemacht, Resultat zu wenig aussagekräftig (wenig Rückmeldungen).		Audit 2013/14
---------------------------------------------------------------------------------	--	---------------

Ziel 5.2: Führungsprozess mit allen Anspruchsgruppen realisiert

<p>Führungsprozess ein zweites Mal umgesetzt</p> <p>Beispiel: PizWORKSHOPS II „Gegen die Frankenstärke“ haben zwischen dem 11. und 19.1.2012 stattgefunden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beteiligung: mässig. Insgesamt haben rund 70 Leute teilgenommen. • Den Hoteliers wurden zwei konkrete Angebote unterbreitet: Hotelstelle bei der TESSVM sowie neues innovatives Prozess-Projekt, um die Kosten zu senken. • Präsentationen sind auf www.pizworkshop.ch sichtbar. 	Erreicht.	Intensivieren bei den Aktionären. Für den Erfolg der DMO entscheidend
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	--------------------------------------------------------------------------



Die Silvretta Arena Samnaun/Ischgl: Skifahren im grössten Skigebiet der Ostalpen

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
<i>Ziel 5.3: Erste Erwartungen der Subregionen sind erfüllt</i>		
Engadin Scuol <ul style="list-style-type: none"> • Angebotsentwicklung in den Ferienorten intensiviert (z. B. Alp Sura, Guarda, Ortsbegehung Sent) • Gepäcktransport bis in die Fewo/bis in das Hotel eingeführt • Relaunch BES ist geglückt • Projekt Ortstafeln vorangetrieben • Steigerung bei den Pauschalen-Logiernächten 	Teilerfolg	Die weiteren Erwartungen schärfen und im Auge behalten
Engadin Samnaun: <ul style="list-style-type: none"> • Bei der Umsetzung der Tourismusprojekte unterstützend geholfen • Winterauftakt mit Hilfe der Leistungspartner neu konzipiert • Weitere Events erfolgreich durchgeführt • Gepäcktransport bis in die Fewo/bis in das Hotel eingeführt • Personalwechsel: Übergang sichergestellt 	Teilerfolg	Die weiteren Erwartungen schärfen und im Auge behalten
Engadin Val Müstair: <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitungen für die Tour de Ski massiv unterstützt mit Manpower • Langlaufhit konzipiert • Parahotellerie-Offensive gestartet • Steigerung bei den Pauschalen-Logiernächten 	Teilerfolg	Die weiteren Erwartungen schärfen und im Auge behalten

6. Perspektive „Mitarbeiter/-innen“

Ziel 6.1: Die Mitarbeitenden fühlen sich als ein Team

13 Kadersitzungen fanden statt. Team-Sitzungen fanden regelmässig dezentral statt	Erreicht.	Inhaltliche Weiterentwicklung
Austritte: Jürgen Pfister, Produktmanagement Engadin Val Müstair (Juni) Hans-Peter Engelhart, Leiter Engadin Samnaun (Juni) Simone Weber, Praktikantin Engadin Scuol (Juli) Beat Gamper, Praktikant Engadin Samnaun (Juli) Corinne Crameri, Leiterin Zentrale Dienste (August) Jürg Wirth, Redaktor ALLEGRA (Dezember) Kurt Kirschner, Leiter Events Engadin Samnaun (Dez.)		



Das Schloss Tarasp mit Blick Richtung Flüelapass

Ergebnis 2012	Wertung	Bemerk. / Massnahmen
<p>Eintritte: Claudio Daguati, Marketingassistent Engadin Val Müstair (Juli) Martina Rüegg, Praktikantin Engadin Scuol (Juli) Flurina Zala, Lehrtochter KV Profil E (August) Bernhard Aeschbacher, Leiter Engadin Samnaun (Oktober) Josef Schmid, Leiter Events Engadin Samnaun (November)</p> <p>Die Praktikantenstelle 2012/13 in Samnaun konnte leider nicht besetzt werden.</p>	<p>Einzelne bedauernde Abgänge, die unter anderen Umständen ev. hätten vermieden werden können (Engelhart, Pfister, Kirschner, Wirth), alle anderen Wechsel sind begründbar (befristete Verträge).</p> <p>Martina Hänni hat Engadin Samnaun vom 28.6. - 24.9. als Leiterin interimistisch geführt, was zu einer grossen Doppelbelastung führte.</p>	<p>Kontinuität weiterhin als Strategie. Wir wollen die besten Köpfe</p>
<p>Wieder zwei Mitarbeiteranlässe: Januar, August (ARVE)</p> <p>Themen waren: Ziele 2012, die Regeln bezüglich neuen Medien (insbesondere Facebook) und das Hauptthema „Versicherungen, 2. Säule“</p>	<p>Erreicht.</p>	<p>Fortsetzen</p>

Ziel 6.2: Die Mitarbeitenden kennen die Produkte ihrer DMO

<p>Im Rahmen der Teamsitzungen fand der Austausch statt. Dank des neuen Internetauftritts sind die Angebote näher und einfacher greifbar geworden.</p>	<p>Teilerfolg</p>	<p>Freiwillige Produkttests übergreifend einführen (z.B. Skitage, etc.)</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------	-----------------------------------------------------------------------------

Ziel 6.3: Die Mitarbeitenden bilden sich ständig und aufgabenorientiert weiter

<p>Martina Hänni hat den Master in Communication Management an der Hochschule Luzern abgeschlossen.</p>	<p>Erreicht</p>	<p>Fortsetzen</p>
<p>1 Praktikant (Hochschule Luzern) 2 Lernende (Scuol), ab August 2012 wiederum 2.</p>	<p>Erreicht</p>	<p>Engagement fortsetzen. Nachwuchsförderung hat in der Region noch Potenzial</p>



Mit dem PostAuto über den Ofenpass

Ausblick auf das Jahr 2013

Im Ausblick auf die Jahre drei und vier der TESSVM sticht das Primärziel eines erfolgreichen „Audits“ Anfang 2014 hervor. Bei dieser Art externe Überprüfung geht es für die TESSVM darum, als DMO in der Wahrnehmung der wichtigsten Partner und Anspruchsgruppen zu bestehen und den Destinationsvertrag nach 2015 verlängern zu können. Nicht zuletzt auch um dieses Ziel zu erreichen spielt die erfolgreiche Durchführung und langfristige Weiterentwicklung der Events wie auch der buch- und erlebbaren Angebote eine zentrale Rolle. Vor dem Hintergrund der Herausforderungen des Marktes will die DMO in den nächsten zwei Jahren noch intensiver in branchenweite Schnittstellen investieren, mit dem Ziel „nach innen zu wachsen“. Und nicht zuletzt muss die Gewinnung treuer Stammgäste für alle Beteiligten höchste Priorität behalten.

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.

In der Balanced Scorecard werden nicht alle Ziele, Projekte und Massnahmen aufgeführt, welche die TESSVM umsetzt, sondern eine Auswahl. Bei den ausgewählten Zielen geht der Verwaltungsrat davon aus, dass diese die Destination und die TESSVM weiter bringen und dass damit hilfreiche Schwerpunkte gesetzt sind.

Logiernächtestatistik



Skigebiet Minschuns, 1'670 m - 2'700 m, klein und fein

Tourismusreport Engadin Scuol Samnaun

Hotelllogiernächte Engadin Scuol	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Susch	1'777	1'668	6.53	304	164	85.37	1'473	1'504	-2.06
Lavin	7'739	7'661	1.02	3'163	2'691	17.54	4'576	4'970	-7.93
Guarda	15'079	16'841	-10.46	4'703	5'499	-14.48	10'376	11'342	-8.52
Ardez	6'505	11'609	-43.97	2'805	4'686	-40.14	3'700	6'923	-46.55
Ftan	15'220	16'948	-10.20	8'092	9'096	-11.04	7'128	7'852	-9.22
Scuol	180'496	177'732	1.56	87'382	85'632	2.04	93'114	92'100	1.10
Tarasp-Vulpera	78'145	77'084	1.38	38'129	40'015	-4.71	40'016	37'069	7.95
Sent	21'030	24'286	-13.41	7'885	7'413	6.37	13'145	16'873	-22.09
Ramosch-Vnà	5'833	7'408	-21.26	2'250	2'973	-24.32	3'583	4'435	-19.21
Tschlin	703	606	16.01	173	163	6.13	530	443	19.64
Total	332'527	341'843	-2.73	154'886	158'332	-2.18	177'641	183'511	-3.20

Hotelllogiernächte Engadin Samnaun	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Samnaun	154'338	170'824	-9.65	116'811	131'034	-10.85	37'527	39'790	-5.69
Total	154'338	170'824	-9.65	116'811	131'034	-10.85	37'527	39'790	-5.69

Hotelllogiernächte Engadin Val Müstair	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Val Müstair	55'019	60'336	-8.81	15'600	17'046	-8.48	39'419	43'290	-8.94
Total	55'019	60'336	-8.81	15'600	17'046	-8.48	39'419	43'290	-8.94

Total Hotelllogiernächte Engadin Scuol Samnaun	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
	541'884	573'003	-5.43	287'297	306'412	-6.24	254'587	266'591	-4.50

Parahotellerie Engadin Scuol	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Susch	1'005	1'239	-18.89	295	*		710	*	
Lavin	16'293	18'179	-10.37	6'865	6'599	4.03	9'428	11'580	-18.58
Guarda	11'876	11'159	6.43	4'351	*		7'525	*	
Ardez	13'784	14'335	-3.84	5'358	5'712	-6.20	8'426	8'623	-2.28
Ftan	35'192	35'375	-0.52	22'158	23'265	-4.76	13'034	12'110	7.63
Scuol	239'217	244'260	-2.06	128'033	132'836	-3.62	111'184	111'424	-0.22
Tarasp-Vulpera	37'650	39'546	-4.79	21'370	22'128	-3.43	16'280	17'418	-6.53
Sent	48'488	56'150	-13.65	25'536	26'785	-4.66	22'952	29'365	-21.84
Ramosch-Vnà	3'827	4'280	-10.58	1'694	2'973	-43.02	2'133	1'307	63.20
Tschlin	4'903	4'929	-0.53	1'823	*		3'080	*	
Total	412'235	429'452	-4.01	217'483	220'298	-1.28	194'752	191'827	1.52

Parahotellerie Engadin Samnaun	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Samnaun	98'770	113'705	-13.13	88'404	103'665	-14.72	10'366	10'040	3.25
Total	98'770	113'705	-13.13	88'404	103'665	-14.72	10'366	10'040	3.25

Parahotellerie Engadin Val Müstair	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
Val Müstair	55'317	68'629	-19.40	14'096	31'085	-54.65	41'221	37'544	9.79
Total	55'317	68'629	-19.40	14'096	31'085	-54.65	41'221	37'544	9.79

Total Parahotellgiern. Engadin Scuol Samnaun	2011/12	2010/11	Vergleich in %	Winter 2011/12	Winter 2010/11	Vergleich in %	Sommer 2011/12	Sommer 2010/11	Vergleich in %
	566'322	611'786	-7.43	319'983	355'048	-9.88	246'339	239'411	2.89

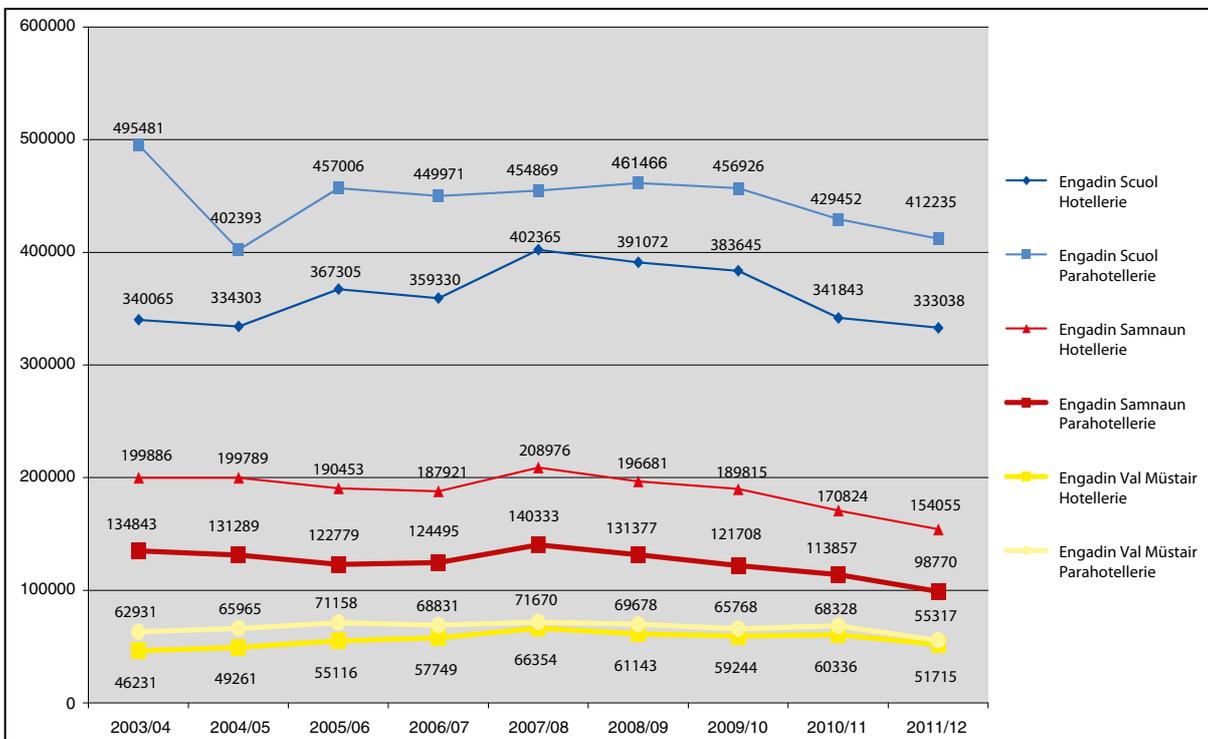
* wird nur jährlich angegeben



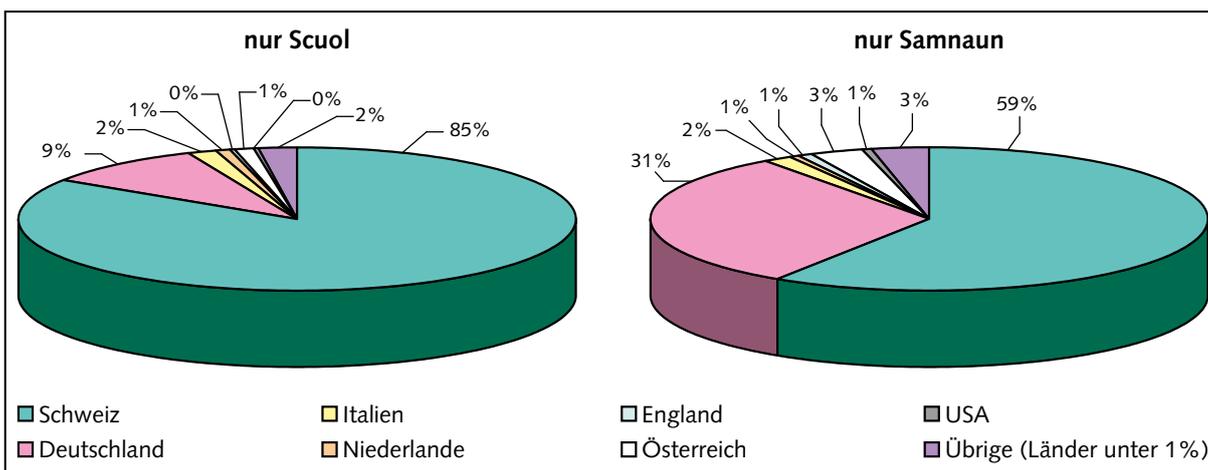
Hochalpines Einkaufserlebnis im einzigen Zollfreigebiet der Schweiz

Logiernächte-Entwicklung 2003 - 2012 Hotellerie und Parahotellerie Destination Engadin Scuol Samnaun

Weitere Informationen
Alle Tourismusreports können auf www.tessvm.ch > Inside heruntergeladen werden.



Herkunft Hotellerie 2012



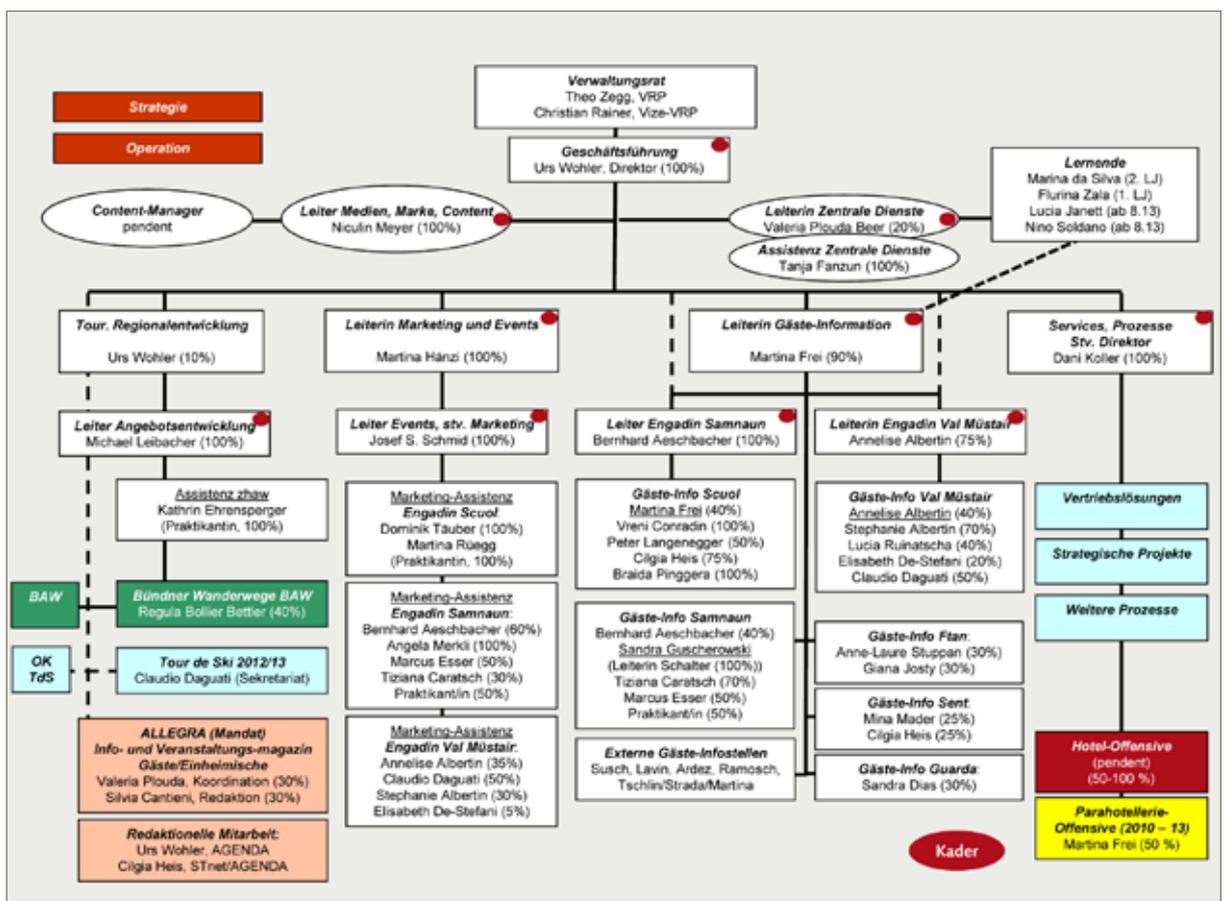
Unternehmung



Das Provisorium 2012 - 2014 des TESSVM-Hauptsitzes in Scuol

Gratulation:
Tanja Fanzun hat im Juli ihre Lehrabschlussprüfung (KV Profil E) mit der Note 5.1 erfolgreich abgeschlossen! Herzliche Gratulation vom ganzen Team. Wir freuen uns, dass wir auch weiterhin auf Tanja als Assistentin Zentrale Dienste zählen können.

Jubiläum:
Peter Langenegger konnte im Juni sein 10-jähriges Jubiläum bei der TESSVM feiern. Wir danken ihm für seine Treue und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.



Provisorium am Bahnhof

Das Hauptquartier der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair (TESSVM) im Postgebäude am Stradun in Scuol musste einem Neubau weichen und zwang uns somit umzuziehen. Leider war die Suche nach geeigneten Büroräumlichkeiten auf dem Stradun erfolglos, und so drängte sich die Idee eines Provisoriums auf. Damit die Wert-

schöpfung im Tal bleibt, haben wir uns entschlossen, eine einheimische Holzbaufirma mit einem Holzprovisorium zu beauftragen, welches innert wenigen Wochen realisiert wurde. Auch über den Standort des neuen Büroprovisoriums wurde viel diskutiert, so musste das Provisorium an zentraler Lage zu finden sein, es sollte mit dem ÖV, mit dem Auto und zu Fuss gut erreichbar sein. Von

den vorgeschlagenen Standorten der Gemeinde Scuol stellte sich der Bahnhof als ideal heraus. So arbeiten wir seit August in einem, nach Holz duftenden und mit angenehmen Raumklima, Holzprovisorium am Bahnhof in Scuol. Dort werden wir noch bis Ende 2014 anzutreffen sein, bis wir gäste wieder am gewohnten Standort aber in neuen Büros am Stradun umziehen werden.



Bei der „DMO-ARVE“ am Schlossberg in Tarasp

Eindrücke des 1. Lehrjahres

Meine Lehre bei der TESSVM habe ich am 6. August angefangen. Ich wurde herzlich aufgenommen und fühlte mich von Anfang an wohl im Team. Im ersten Lehrjahr habe ich zwei Tage Schule, zudem arbeite ich einen Tag in der Abteilung „Zentrale Dienste“ und zwei Tage an der Gäste-Information in Scuol. Inzwischen habe ich schon mein erstes Semesterzeugnis bekommen, meine erste Arbeits- und Lernsituation durchgeführt und auch mein erster üK-Kompetenznachweis ist abgegeben, damit ist ein kleines Stück LAP schon gesichert.

Ich bin überzeugt die richtige Lehre und den besten Betrieb dafür gefunden zu haben und hoffe, dass es wie bis jetzt weiter geht.



Flurina Zala
Lernende,
1. Lehrjahr

Eindrücke des 2. Lehrjahres

Während des 2. Lehrjahrs hat sich einiges geändert. Im August 2012 sind wir in ein Provisorium neben dem Bahnhof umgezogen, in welchem wir bis Ende 2014 bleiben werden. Der Anspruch meiner Aufgaben hat sich auch sehr gesteigert. Für einige Arbei-

ten, welche ich im 1. Lehrjahr erlernt und ausgeführt habe, darf ich jetzt im 2. Lehrjahr die Verantwortung übernehmen und selbständig erledigen. Das schätze ich sehr. Meine Motivation ist noch gleich gross wie am ersten Tag, da mir die Arbeit in der Tourismus-Branche sehr gefällt. Schon bald geht es dann Richtung Lehrabschlussprüfung (LAP), die ich hoffentlich gut meistern werde. Zuerst freue ich mich aber auf das bevorstehende 3. Lehrjahr.



Marina Da
Silva
Lernende,
2. Lehrjahr

Eindrücke Praktikum – Angebotsentwicklung

Seit September bin ich als Praktikantin der ZHAW in der Angebotsentwicklung der TESSVM tätig. Hier trage ich den Nachhaltigkeits-Stempel. Gut so, denn es ist ja das Ziel, die Angebote in der Region sorgfältig zu gestalten. Begonnen habe ich bei der Ausarbeitung des Nachhaltigkeitskonzepts der Unternehmung, darauf folgte die Mitarbeit bei diversen Projekten. Die Mineralquellen sind bald prominent auf dem Ortsplan von Scuol und die PTE konnte ich auf dem Weg von der Definition von Schutzzie-

len bis zur Umsetzung konkreter Massnahmen begleiten.



Kathrin
Ehrensperger
Praktikantin,
Angebotsentwicklung

Eindrücke Praktikum – Marketing

Mein Praktikum gestaltet sich sehr abwechslungsreich: Besonders zu erwähnen sind Events wie Bike Transalp, Nationalpark Bike-Marathon, unser Gastregionenauftritt an der WEGA in Weinfeldern und die Tour de Ski im Val Müstair. Im Team fühle ich mich wohl und freue mich auf die kommenden Anlässe, wie z.B. das Swiss Snow Happening in Samnaun. Meine Stelle finde ich spannend, weil ich Einblicke in verschiedene Regionen erhalte und weil ich für einmal nicht als Gast im Unterengadin weile, sondern aus einer neuen Perspektive erfahre, welcher Effort hinter dem vielfältigen Ganzjahresangebot für die Gäste steckt.



Martina Rüegg
Praktikantin,
Marketing

Bilanz per 31. Dezember 2012

(mit Vorjahresvergleich)

Aktiven	31. Dezember 2012	31. Dezember 2011
Umlaufvermögen		
Kassen	24'446.59	20'018.59
Postcheck	14'539.58	48'306.01
Graubündner Kantonalbank, CHF	73'501.72	114'828.70
Graubündner Kantonalbank, EURO	8'911.03	41'497.77
Forderungen	590'462.25	248'438.54
Kontokorrent BVG	10'640.50	5'262.00
Verrechnungssteuerguthaben	225.07	141.29
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	523'150.04	445'623.58
Total Umlaufvermögen	1'245'876.78	924'116.48
Anlagevermögen		
EDV-Anlage	11'400.00	18'800.00
Total Anlagevermögen	11'400.00	18'800.00
Total Aktiven	1'257'276.78	942'916.48

Passiven	31. Dezember 2012	31. Dezember 2011
Fremdkapital		
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen	886'069.36	781'192.54
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	170'964.63	60'235.95
Total kurzfristige Verbindlichkeiten	1'057'033.99	841'428.49
Mittel- und langfristige Verbindlichkeiten		
Darlehen Gemeinde Samnaun	96'000.00	-
Total mittel- und langfristige Verbindlichkeiten	96'000.00	-
Total Fremdkapital	1'153'033.99	841'428.49
Eigenkapital		
Aktienkapital	100'000.00	100'00.00 -
Gesetzliche Reserven	100.00	-
Bilanzgewinn	1'387.99	-
Jahresergebnis	2'754.80	1'487.99
Total Eigenkapital	104'242.79	101'487.99
Total Passiven	1'257.276.76	942'916.48

Erfolgsrechnung 01.01.2012 - 31.12.2012

(mit Vorjahresvergleich)

Betriebsertrag	2012	2011	DMO	Scuol	Samnaun	Val Müstair
Ertrag nach Destinationsvertrag	5'014'765.10	5'070'491.13	355'835.45	1'951'463.55	2'371'926.90	335'539.20
Übriger Ertrag	508'625.92	2'125.56		352'357.32	129'513.84	26'754.76
Ertragsminderungen	-5'382.75	-3'401.69		-2'320.00		-3'062.75
Total Betriebsertrag	5'518'008.27	5'069'215.00	355'835.45	2'301'500.87	2'501'440.74	359'231.21
Aufwand	2012	2011	DMO	Scuol	Samnaun	Val Müstair
Besoldungen Verwaltungsrat inkl. Sozialleistungen						
Besoldungen	1'616'382.05	1'689'125.90		716'125.45	642'771.90	257'484.70
Sozialleistungen	229'742.75	234'630.10		106'107.35	87'930.70	35'704.70
Übriger Personalaufwand	28'667.83	60'859.14	18'886.65	5'621.14	3'632.09	527.95
Total Personalaufwand	1'874'792.63	1'984'615.14	18'886.65	827'853.94	734'334.69	293'717.35
Betriebsergebnis	3'643'215.64	3'084'599.86	336'948.80	1'473'646.93	1'767'106.05	65'513.86
Direkter Aufwand	348'828.98	342'790.04		92'096.58	249'248.22	7'484.18
Marketingaufwand	452'451.91	1'939'438.38	1'063'219.54	341'936.40	959'223.68	88'072.29
Raumaufwand	141'569.93	140'324.80		75'777.76	51'632.17	14'160.00
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	37'252.57	1'816.53		34'359.52	2'591.90	301.15
Fahrzeug- und Transportaufwand	27'270.51	24'129.82		12'474.95	8'472.59	6'322.97
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	9'641.12	13'189.32		5'512.92	3'327.58	800.62
Energie- und Entsorgungsaufwand	12'812.47	16'385.59		6'024.26	5'881.21	907.00
Verwaltungsaufwand	206'674.44	186'960.67	31'874.70	118'288.23	34'220.85	22'290.66
Informatikaufwand	116'842.80	114'114.10	99'454.13	2'903.71	10'656.90	3'828.06
Übriger Betriebsaufwand	287'116.11	303'962.62	227'915.89	27'136.15	26'679.35	5'384.72
Total Betriebsaufwand	3'640'460.84	3'083'111.87	1'422'464.26	716'510.48	1'351'934.45	149'551.65
Total Aufwand	5'515'253.47	5'067'727.01	1'441'350.91	1'544'364.42	2'086'269.14	443'269.00
JAHRESERGEBNIS	2'754.80	1'487.99	-1'085'515.46	757'136.45	415'171.60	-84'037.79
Nettoerlös Regionen				225'233.87	-29'889.74	-192'589.34

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2012 (mit Vorjahresvergleich)

31. Dezember 2012

31. Dezember 2011

Brandversicherungswerte der Sachanlagen	31. Dezember 2012	31. Dezember 2011
Mobiliar, Einrichtungen, Maschinen, Apparate	1'093'000.00	1'093'000.00
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten	17'876.80	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 2012 (Antrag des Verwaltungsrates)

	31. Dezember 2012	31. Dezember 2011
Bilanzgewinn am 01.01.	1'387.99	-
Jahresergebnis	2'754.80	1'487.99
Bilanzgewinn am 31.12.	4'142.79	1'487.99
Dividendenausschüttung	-	-
Zuweisung in gesetzliche Reserven	200.00	100.00
Vortrag auf neue Rechnung	3'942.79	1'387.99
Total wie oben	4'142.79	1'487.99

Erläuterung Erträge:

Beim Ertrag nach Destinationsvertrag ist der Betrag im 2012 seitens Samnaun höher ausgefallen, weil der Aktionär im Jahr 2011 CHF 336'000.00 zu wenig bezahlt hatte. Dies wurde nun im 2012 korrigiert.



Muttler, 3'294 m ü. M., höchster Berg der Samnaungruppe

Einleitende Bemerkung

Mit Freude können wir Ihnen mitteilen, dass die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG auch ihr zweites Geschäftsjahr mit einem Gewinn von CHF 2'754.80 abschliesst.

Erträge

Gesamthaft wurde ein Umsatz von Fr. 5'518'008.27 erzielt. Der Anteil am Ertrag gemäss Destinationsvertrag beträgt Fr. 5'014'765.10.

Der restliche Umsatz von Total Fr. 503'243.17 wurde in den einzelnen Infostellen generiert sowie mit verschiedenen Zusammenarbeiten, Anlässen, Warenverkäufen, Vermittlungskommissionen und Verkäufen von Arrangements erzielt.

Der budgetierte Umsatz von Fr. 5'413'139.60 konnte um Fr. 104'868.67 übertroffen werden.

Aufwendungen

Bei den Aufwendungen haben wir Mehrkosten beim direkten Aufwand und Marketing von Total Fr. 66'458.19. Jedoch konnten erfreulicherweise die Personalkosten um Fr. 249'581.49 tiefer gehalten werden als budgetiert. Die übrigen Aufwandsposten sind um wenige Fr. 16'861.85 höher als budgetiert ausgefallen.

Beim Informatikaufwand können wir noch hinzufügen, dass verschiedene Investitionen in Gerätschaften, nicht aktiviert, sondern direkt der Erfolgsrechnung belastet wurden.

Die Sachanlagen sind mit den steuerlichen höchstzulässigen Abschreibungssätzen abgeschrieben worden.

Bilanz

Die Sachanlagen wurden ordentlich abgeschrieben. Auf der Aktivseite haben wir ein Umlaufvermögen von Fr. 1'248'376.78 dem stehen kurzfristige Verbindlichkeiten von Fr. 1'060'791.17 gegenüber. Neu wurde auch das Darlehen gegenüber der Gemeinde Samnaun offen ausgewiesen. Dieses Darlehen, wurde durch die TESSVM AG von der Samnaun Tourismus übernommen. Es wird jährlich mit Fr. 40'000.00 amortisiert.

Treuhand Bezzola + Partner AG

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 AG) für das am **31. Dezember 2012** 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, 10. April 2013

Gredig + Partner AG



Curdin Mayer
zugelassener
Revisionsexperte

- Jahresrechnung 2012

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)
Staziun Scuol-Tarasp
CH-7550 Scuol

Tel. +41 (0)81 861 88 00
Fax +41 (0)81 861 88 01

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

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

Weitere Informationen:
„Aus erster Hand – infuormaziuns da la TESSVM“ im
ALLEGRA und im Internet unter www.tessvm.ch/inside

