

Geschäftsbericht 2025

Rapport da gestiun 2025

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)
Turissem Engiadina Scuol Samignun Val Müstair SA (TESSVM)





Inhaltsverzeichnis

Botschaft der Präsidentin / Il pled da la presidenta	3–6
Gesamtbilanz der Destinationsmanagement-Organisation (DMO)	7
Marketing und Kommunikation	8–10
Produktmanagement	11
Vertrieb	12
Events und wichtige Veranstaltungen	13
Gäste-Information	14
Mandate und Projekte	15
Das Unternehmen und seine Lernenden	16–17
Logiernächtestatistik	18–19
Bilanz per 31. Dezember 2025	20
Erfolgsrechnung 1.1.–31.12.2025	21
Anhang zur Jahresrechnung 2025	22
Bericht der Revisionsstelle	23

Impressum

Herausgeberin

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Traducziun

Marianna Sempert

Copyright Bilder

Dominik Täuber: Titelseite, Seite 16, 17, 24

Claudio Daguatti: 2

Andrea Badrutt: 3, 6, 9, 10

Filip Zun: 7, 15

Collin Frei: 11

Mario Curti: 13

Mayk Wendt: 16

TESSVM: 8

Botschaft der Präsidentin

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre
Liebe Leistungspartnerinnen und Leistungspartner
Liebe Freunde der Destination Engadin Samnaun Val Müstair

Die geopolitische Lage stellt die touristischen Märkte weiterhin vor grosse Herausforderungen. Während Scuol/Zernez und das Val Müstair, zwei unserer drei Talschaften, stark vom Schweizer Markt profitieren, ist für Samnaun die internationale Kundschaft von zentraler Bedeutung. Da im Heimmarkt mittelfristig nur mit moderatem Wachstum zu rechnen ist, richten wir unseren strategischen Fokus verstärkt auf internationale Wachstumsmärkte wie die USA und Grossbritannien.

Im Hinblick auf eine stabile und zukunftsgerichtete Marketingabteilung konnten wir mit dem neuen Vizedirektor Franz Thomas Balmer ab Frühsommer wichtige Weichen stellen.

Das Digitalisierungskonzept wurde durch eine externe Fachfirma aus der Region erarbeitet. Die operative Umsetzung wird – bei gesicherter Finanzierung – schrittweise erfolgen. Ziel ist es, unsere Destination intern wie extern zukunftsfähig aufzustellen und Prozesse effizienter zu gestalten.

Dabei ist uns eines besonders wichtig: Digitalisierung darf das Persönliche nicht ersetzen. Unsere Stärke liegt in der herzlichen Gastfreundschaft, in der Nähe zu unseren Gästen und in unserer kulturellen Vielfalt. Wir sind keine austauschbare Destination. In welcher anderen Region werden in drei Tälern selbstverständlich drei Sprachen oder Dialekte gesprochen? Diese Authentizität und Identität bleiben das Fundament unseres touristischen Erfolgs.

Die ersten Impulse sowie der neue Marktauftritt wurden positiv aufgenommen. Die Sommer- und Winterkampagnen präsentierten sich bewusst mutig, zeitgemäss und mit neuen Bild- und Erzählformen. Dieser frische Zugang hat Aufmerksamkeit erzeugt und unsere Destination klarer positioniert.

Die Rückmeldungen aus den Märkten sowie die Kampagnenzahlen bestätigen diesen Schritt. Insbesondere im Bereich Social Media konnten unterschiedliche Altersgruppen gezielt angesprochen werden – ein anspruchsvolles Vorhaben, das mit Kreativität und Professionalität umgesetzt wurde.

Besonders erfreulich ist, dass unsere Sommerkampagne in Deutschland – einem der bedeutendsten Quellmärkte Europas – für einen renommierten Branchen-Award nominiert wurde. Diese Nominierung ist eine wertvolle Anerkennung der geleisteten Arbeit und zeigt, dass unsere Positionierung auch im internationalen Wettbewerbsumfeld wahrgenommen wird.

Ein zentrales strategisches Thema bleibt die Weiterentwicklung der TESSVM unter Einbindung der Agenda 2030. Direktor Bernhard Aeschbacher führt die Destination seit vielen Jahren mit Umsicht, Engagement und Kontinuität.

Auch die Entwicklung der Logiernächte in der gesamten Destination zeigt eine erfreuliche Tendenz, wobei wir als Bergregion selbstverständlich wetterabhängig bleiben.

Wenn gut fundierte Marketingaktivitäten, motivierte Mitarbeitende, verlässliche Leistungspartner auf allen Ebenen, qualitativ überzeugende Angebote und gebündelte Kräfte zusammenspielen, stärken wir gemeinsam unsere Region nachhaltig.



Gabriella Binkert Becchetti,
Verwaltungsratspräsidentin seit
April 2024



Die Finanzierung der Digitalisierung wird eine der grössten Herausforderungen darstellen. Wir sind zuversichtlich, dass der Kanton Graubünden – mit dem Ziel, Graubünden digital wettbewerbsfähig zu positionieren – unsere Destination unterstützen wird.

Unsere Destination ist weitläufig und vereint unterschiedliche Profile und Gästegruppen: Samnaun ist nicht Val Müstair, nicht Zernez und nicht Scuol. Diese Vielfalt ist Stärke und Herausforderung zugleich. Die Gemeinden als Aktionäre können die notwendigen Investitionen nicht allein tragen, da sie gleichzeitig vielfältige Aufgaben im täglichen Gemeindebetrieb zu erfüllen haben. Eine substanzielle Mitfinanzierung auf kantonaler Ebene bleibt daher entscheidend.

Die erneute erfolgreiche Zertifizierung durch TourCert bestätigt unseren Weg einer praxisnahen und verantwortungsvollen Nachhaltigkeit. Unsere Gäste dürfen darauf vertrauen, dass ökologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung Hand in Hand gehen. Den Leistungsträgern danken wir für ihr tägliches Engagement zugunsten unserer einzigartigen Natur- und Kulturlandschaft.

Auch im Eventbereich konnten wir Akzente setzen. Beispielsweise sei der Nationalpark Bike-Marathon genannt, der von unserer Eventverantwortlichen Chantal Mayor wiederum professionell durchgeführt wurde und eine stetig wachsende Strahlkraft entfaltet. Wir freuen uns auf das Jubiläum im Jahr 2026.

Neben dem operativen Geschäft engagiert sich die TESSVM in Interreg-Projekten wie der «Sprechenden Strasse Stifserjoch/Umbraillpass» sowie im Innotour-Projekt «Wohntour» des SECO und beteiligter Gemeinden zur Thematik Wohnraum in touristischen Regionen. Die personellen Ressourcen sind jedoch begrenzt. Künftig werden wir Prioritäten noch klarer setzen müssen, damit die touristische Weiterentwicklung als Kernauftrag nicht an Dynamik verliert.

Im Verwaltungsrat durften wir im Jahr 2025 Tina Bötsch als Vertreterin der Gemeinde Scuol sowie Peder Caviezel als neuen Gemeindepräsidenten von Valsot begrüßen. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und wir wünschen viel Freude bei der Weiterentwicklung unserer Destination.

Unsere strategische Ausrichtung ist klar:

- konsequente Digitalisierung mit schrittweiser Umsetzung bei gesicherter Finanzierung,
- ein konkretes Touring-Konzept zur Stärkung des Sommertourismus in Samnaun,
- gezielte Marktbearbeitung in den USA und Grossbritannien,
- weiterhin enge und konstruktive Zusammenarbeit zwischen Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Partnern.

Zur Finanzierung ist festzuhalten: Auch wenn wir nahezu eine schwarze Null erreichen konnten, bleibt die finanzielle Situation anspruchsvoll. Zusätzliche Leistungen und strategische Projekte erfordern zusätzliche Mittel. Diese Realität müssen wir offen benennen.

Dem Verwaltungsrat ist bewusst, dass eine umfassende Digitalisierung nur auf der Grundlage einer sorgfältig erarbeiteten und realistisch abgestützten Finanzplanung umgesetzt werden kann. Eine solche Planung muss im Einklang mit den Gemeinden erfolgen, welche als Aktionäre unserer Gesellschaft eine zentrale Verantwortung tragen. Strategische

Weiterentwicklung und finanzielle Tragbarkeit müssen dabei Hand in Hand gehen.

Im Namen des Verwaltungsrates danke ich Direktor Bernhard Aeschbacher sowie dem gesamten Team der TESSVM für ihren grossen Einsatz.

Fazit

Dank der guten Ausgangslage in allen drei Talschaften war 2025 insgesamt ein erfolgreiches Jahr. Die Sommerauslastung entwickelte sich erfreulich. Der Winterstart in Samnaun und Scuol verlief sehr gut. Zufriedene Gäste bleiben unser zentrales Ziel.

Mehrere Hotel- sowie Zubringerbahnprojekte befinden sich im Bau oder in Planung, was positive Impulse erwarten lässt. Private Investoren bilden das Rückgrat unserer touristischen Entwicklung. Nur im partnerschaftlichen Zusammenspiel von allen Partnern wie der Landwirtschaft, Alpwirtschaft, Hotellerie, Gastronomie, Ferienwohnungen, Kultur und Gemeinden können wir langfristig Wertschöpfung in einer der schönsten Regionen unseres Kantons sichern.

Ich danke allen Gemeinden für die Sicherstellung der Finanzierung, dem Verwaltungsrat für die konstruktive sowie vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie allen Mitarbeitenden für ihren täglichen, wertvollen Einsatz.

Gemeinsam wollen wir auch 2026 den eingeschlagenen Weg weitergehen – mit Verantwortung, Realismus und Zuversicht.

Grazcha fichun sowie ein herzliches Vergelt's Gott!

Gabriella Binkert Becchetti
Präsidentin des Verwaltungsrates
Destination Engadin Samnaun Val Müstair

Il pled da la presidenta

Stimadas acziunarias e stimats acziunaris

Charas partenarias e chars partenaris da prestaziun

Chars amis da la destinaziun Engiadina Samignun Val Müstair

La situaziun geopolitica confruntescha ils marchats turistics inavant cun grondas sfidas. Scuol/Zernez e la Val Müstair, duos da nossas trais valladas, profitan fermamaing dal marchà svizzer. Pel Samignun percenter es la cliantella internaziunala d'importanza centrala. Aint il marchà indigen es da far quint a media vista be cun ün augmaint moderà. Perquai drizzaina nos focus strategic plü intensivmaing invers marchats internaziunals chi creschan sco'ls Stadis Units da l'America e la Gronda Bretagna.

In vista ad üna partiziun da marketing stabila ed orientada vers l'avegnir vaina pudü trar decisiuns importantas cul nov vicedirectur Franz Thomas Balmer, quai daspö il cumanzamaint da la stà.

Üna firma specialisada externa da la regiun ha elavurà il concept da digitalisaziun. La realisaziun operativa succeda pass per pass, premiss cha la finanziaziun es sgürada. Il böt es cha nossa destinaziun saja pronta per l'avegnir, a l'intern e vers inoura. Plünavant laina augmantar l'efficienza dals process. Alch ans es specialmaing important in quist connex: La digitalisaziun nu das-cha rimplazzar il contact personal. Nossa fermezza es l'ospitalità cordiala, la vicinanza a noss giasts e nossa varietà culturala. Nossa destinaziun nun es rimplazzabla. Daja ün'otra regiun ingio chi's discuorra, sco scha quai s'inclegess da sai, in trais vals trais linguas o dialects? Quist'autenticità ed identità resta il fundamaint da nos success turistic.

Ils prüms impuls sco eir la nouva preschentscha sül marchà han chattà bun'accoglientscha. Las campagnas pella stà e per l'inviern as preschaintan sapchaintamaing da maniera curaschusa, moderna e cun novas fuormas da purtrets e fuormas narrativas. Quist access frais-ch ha pisserà per atenziun e posiziunà plü cleramaing nossa destinaziun.

Las reacziuns dals marchats sco eir las cifras da la campagna conferman quist pass. Specialmaing aint il sector da social media ans vaina pudü adressar sistematicamaing a differentas gruppas d'età – ün proget pretensius chi'd es gnü realisà da maniera creativa e professionala.

Specialmaing allegraivel es il fat cha nossa campagna da stà es gnüda nominada in Germania – ün dals marchats da funtana ils plü importants in Europa – per ün premi renomnà da la branscha. Quista nominaziun es üna recugnuschentscha preziosa pella lavur prestada. Ella muossa cha nos posiziunamaint vain vis eir sül chomp da concorrenza internaziunala. Ün tema strategic central resta il svilup da la TESSVM cun integraziun da l'Agenda 2030. Nos directer Bernhard Aeschbacher maina la destinaziun daspö blers ons cun premura, ingaschamaint e continuità.

Eir il svilup da las pernottaziuns aint in tuot la destinaziun muossa üna tendenza allegraivla. Sco regiun muntagnarda restaina natüralmaing dependents da l'ora.

Insembel rinforzaina nossa regiun da maniera persistente, scha'ls seguaints facturs as cumbineschan: activitats da marketing bain fundats, collavuraturas e collavuraturas motivats, partenaris da prestaziun fidats, sportas chi persvadan cun lur qualità sco eir forzas concentradas. Finanziar la digitalisaziun sarà üna da las plü grondas sfidas. No vain buna speranza cha'l chantun Grischun – cul böt da posiziunar il Grischun sco Chantun abel da concuorrer sül chomp digital – sustgnarà nossa destinaziun.

Nossa destinaziun es vasta ed unischa üna gronda varietà da profils e gruppas da giasts. Il Samignun nun es ne la Val Müstair ne Zernez ne Scuol. Quista multifarietà es fermezza e sfida al listess mumaint. Ils cumüns sco acziunaris nu sun buns da portar sulettamaing las investiziuns necessarias, siond chi han d'accumplir eir blers differents dovairs dal minchadi pella gestiun cumünala. Üna co-finanziaziun substanziala sün s-chalin chantunal resta perquai decisiva.

Danövmaing vaina surgni la certificaziun da TourCert. Quai conferma nossa via d'üna persistenza plain responsabilità, orientada vi da la pratcha. Noss giasts pon avoir la fiduzcha cha la responsabilità ecologica, sociala ed economica van a pêr. Als portaders da prestaziun ingrazchaina per lur ingaschamaint quotidian a favur da nossa cuntrada natürala e culturala unica.

Eir aint il sector dals arrandschamaints vaina pudü metter accents. Sco exaimpel laina manzunar il Bike-Maraton dal Parc Naziunal. El sviluppa ün'attracziun chi crescha ad ün crescher. Chantal Mayor, nossa persuna responsabla pels events til ha realisà darcheu da maniera professionala. No'ns allegrain da festagiar dal 2026 il giubileum.

Sper la gestiun operativa s'ingascha la TESSVM per progets d'Interreg. Ün da quists progets es la «La via chi discuorra Stelvio/Umbrail». Ün oter ingaschamaint pertocca «Wohntour» (üna part dal concept Innotour) dal SECO e da cumüns partecipats chi s'occupa culla tematica dal spazi d'abitar aint in regions turisticas. Las resursas personalas sun però limitadas. In avegnir stuvarana metter las prioritats amo plü cleramaing, per cha'l svilup turistic sco incumbenza centrala nu perda sia dinamica.



Gabriella Binkert Becchetti
Presidenta dal cussagl administrativ daspö avrigl 2024

Aint il cussagl administrativ vaina pudü bivgnantar dal 2025 a Tina Bötsch sco rapreschantanta dal cumün da Scuol sco eir a Peder Caviezel sco nouv capo cumünal da Valsot. No'ns allegrain da collavurar cun els, e no giavüschain bler plaschair cun sviluppar inavant nosa destinaziun.

Noss'orientaziun strategica es clera:

- la digitalisaziun consequenta chi vain realisada pass per pass in basa a la finanziaziun sgürada,
- ün concept da touring concret per rinforzar il turissem da stà aint in Samignun,
- ün'elavuraziun dal marchà sistematica aint ils Stadis Units da l'America ed illa Gronda Bretagna,
- inavant üna collavuraziun stretta e constructiva tanter il cussagl administrativ, la direcziun e'ls partenaris.

Davart la finanziaziun es da constatar: La situaziun finanziaria resta pretensiusa, schabain cha no vain pudü raggiundscher quasi üna nolla naira. Prestaziuns supplementaras e progets strategics pretendan mezs supplementars. Quista realtä stuvaina manzunar avertamaing.

Al cussagl administrativ esa consciant: Üna digitalisaziun cumplexiva po gnir realisada be in basa d'üna planisaziun finanziaria elavurada premurusamaing cun basa realistica. Üna tala planisaziun sto succeder in accord culs cumüns chi portan – sco acziunaris da nosa societä – üna respunsabilità centrala. Lapro ston ir man in man il svilup strategic e la portabilità finanziaria.

In nom dal cussagl administrativ ingrazcha a nos directer Bernhard Aeschbacher sco eir a tuot il team da la TESSVM per lur grond ingaschamaint.

Facit

2025 es stat tuot in tuot ün on cun success, quai grazcha a la buna situaziun da partenza aint in tuottas trais valladas. L'occupaziun da stà s'ha sviluppada da maniera allegraivla. Il cumanzamaint da l'inviern d'eira fich bun, aint in Samignun

sco eir a Scuol. Giasts cuntaints restan nos böt central. Plüs progets per hotels sco eir pendicularas d'apport sun in fabrica o in planisaziun. I's po spettar chi portan impuls positivs. Investurs privats sun la pütta principala da nos svilup turistic. Be cun üna cooperaziun collegiala da tuot ils partenaris – sco l'agricultura, l'economia alpestra, l'hotellaria, la gastronomia, las abitaziuns da vacanzas, la cultura e'ls cumüns – pudaina sgürar a lunga vista la creaziun da valur aint in üna da las plü bellas regiuns da nos Chantun.

Eu ingrazch a tuot ils cumüns pella garanzia da la finanziaziun, al cussagl administrativ pella collavuraziun constructiva plain fiduzcha sco eir a tuot las collavuraturas e tuot ils collavuraturas per lur ingaschamaint quotidian prezios.

Insembel laina ir inavant la via inchaminada eir dal 2026 – cun respunsabilità, realissem e fiduzcha.

Grazcha fichun sco eir ün cordial cha'l Segner paja!

Gabriella Binkert Becchetti

Presidenta dal cussagl administrativ

Destinaziun Engiadina Samignun Val Müstair



Gesamtbilanz der DMO

Das Geschäftsjahr 2025 war für die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM) ein Jahr der strategischen Neupositionierung und der operativen Konsolidierung. Im touristischen Umfeld, das von veränderten Gästebedürfnissen und zunehmender digitaler Dynamik geprägt ist, setzen wir unseren Fokus darauf, die Destination Engadin Samnaun Val Müstair künftig als moderne, datenbasierte und zugleich authentische Ferienregion zu positionieren.

Seit April 2025 ist Franz Thomas Balmer als Vizedirektor und Leiter Marketing und Digitalisierung bei der TESSVM. Unter seiner Führung konnten im Marketing mit der Sommerkampagne «Mach's besser» und der Winterkampagne «Drei Täler. Drei Gesichter.» die zwei erfolgreichsten Marketing-Kampagnen in der Geschichte der TESSVM lanciert werden. Die digitalen Reichweiten überstiegen erstmals die Millionen-Grenze. Auch beim Social-Media-Auftritt konnten wir in die Befähigung der Mitarbeitenden für qualitativ hochstehende Inhouse-Produktionen investieren und unseren Auftritt auf den Sozialen Medien professionalisieren.

Parallel dazu wurde im Produktmanagement gezielt an der Wertschöpfung gearbeitet. Erfolgreiche Pauschalen und die Positionierung als Gesundheitsdestination im Rahmen des geförderten NRP-Projekts «graubünden Health» stärken den Ganzjahrestourismus nachhaltig, weitere Projekte werden folgen. Mit Events, wie beispielsweise dem Engadin Radmarathon in Zernez, dem Nationalpark Bike-Marathon in Scuol oder dem Frühlings-Schneefest in Samnaun, sind wir weiterhin bestrebt, die eher nachfrageschwächeren Zeiten besser auszulasten und die Saisons zu verlängern. Mit der Rezertifizierung bei TourCert als «Nachhaltiges Reiseziel» – wir wurden im Herbst 2025 als erste Feriendestination in der Schweiz rezertifiziert – unterstreichen wir unseren Anspruch, touristische Entwicklung konsequent mit Nachhaltigkeit zu verbinden.

Mit einem Budget von rund 7,3 Millionen Franken und 41 Mitarbeitenden in 32,9 Vollzeitäquivalenten tragen wir eine hohe

Verantwortung gegenüber unseren Aktionären, Partnern und der Bevölkerung. Dieser Verantwortung begegnen wir mit unternehmerischem Denken, Mut zur Differenzierung und einer klaren Priorisierung unserer Aufgaben.

Die TESSVM ist auf eine gute Zusammenarbeit mit den Leistungspartnern angewiesen. Nur, wenn wir die Angebote gemeinsam entwickeln und konsequent auf den Kundennutzen ausrichten, sind wir erfolgreich. Wir haben weiterhin den Anspruch, in diesem Bereich eine Koordinationsfunktion über die ganze Destination zu übernehmen. Dies gilt nicht nur bei den Angeboten, sondern auch bei der Digitalisierung, wo wir die Bedürfnisse und Wünsche der Leistungspartner berücksichtigen. Unsere Arbeit ist dann erfolgreich, wenn sie von vielen Leistungspartnern unterstützt wird. Der TESSVM ist es gelungen, als Netzwerkorganisation über die drei Ferienregionen aufzutreten.

Unser Ziel bleibt es, die Destination Engadin Samnaun Val Müstair langfristig als eine der profiliertesten alpinen Ganzjahresdestinationen der Schweiz zu positionieren – wirtschaftlich erfolgreich, ökologisch verantwortungsvoll und gesellschaftlich verankert.

Ich möchte mich beim Team, beim Verwaltungsrat, bei den Aktionären und den Leistungspartnern herzlich für das Vertrauen und die sehr gute Zusammenarbeit bedanken.

Bernhard Aeschbacher
Direktor



Bernhard Aeschbacher,
Direktor



Marketing und Kommunikation

Sommerekampagne: «Mach's besser»

Die Sommerekampagne «Mach's besser» setzte neue Massstäbe in der Destinationskommunikation. Mit einer konsequenten Inhouse-Strategie durchbrachen wir erstmals die Marke von einer Million Views pro Post. Ein Beitrag erreichte sogar über zwei Millionen Aufrufe. Die Nominierung für den German Brand Award 2026 in der Kategorie «Brand Communication – 360° Campaign» für exzellente Markenführung bestätigt diese Leistung auf internationaler Ebene. Fachmedien wie *persoenlich.com* griffen die Kampagne auf und stärkten ihre nationale Relevanz. Die TESSVM entwickelte inhouse eine Vorkampagne. Sie bereitete das «Gian & Giachen»-Video vor, das wir mit der Marketingagentur Wirz und Graubünden Ferien umsetzten. Diese Vorbereitung verstärkte die Wirkung und machte aus einem Video eine stimmige Kampagne. Das intern konzipierte «WhatsApp-Video» erzielte 275'000 Aufrufe. Bis zum Start der Winterkampagne blieb es das meistgesehene Video auf unserem YouTube-Kanal. Ein Postkartenkonzept vor Ort löste gezielte Mundpropaganda aus. Rekordwerte bei den Interaktionen und ein starkes Follower-Wachstum zeigen die hohe Akzeptanz der Umsetzung. Die Erkenntnisse daraus bildeten die Grundlage für die neue Winterkampagne.

Winterkampagne: «Drei Täler. Drei Gesichter.»

Die Winterkampagne hat bereits nach rund 80 Tagen Laufzeit einen historischen Höchstwert bei der Reichweite erzielt. Sie ist damit die erfolgreichste Kampagne in der Geschichte der TESSVM. Mit insgesamt über 4,5 Millionen qualifizierten Views auf YouTube, Instagram und Facebook erzielte die Kampagne eine digitale Marktdurchdringung, die alle bisherigen Benchmarks der Destination deutlich übertrifft – auch im Vergleich mit anderen DMOs in der Schweiz.

Eine mutige, intern entwickelte Strategie trägt diesen Erfolg. Wir setzen bewusst auf einen eigenständigen, frechen Marktauftritt statt auf austauschbare Standardwerbung. Trotz eines im Branchenvergleich moderaten Budgets erzielten wir mit dem Kurzclip eine Wirkung, die über den Resultaten kostenintensiver Grosskampagnen liegt. Die Kampagne überzeugte Algorithmen und Community gleichermaßen. Das neue Marketingteam verzahnte Strategie und Umsetzung eng und sicherte die Leistung.

Die Kampagne generierte über 2500 qualifizierte Datensätze. Diese Daten vertiefen unser Wissen über die Interessen unserer Gäste. Externe Marktforschungsinstitute würden für eine vergleichbare Datenmenge einen mittleren fünfstelligen Betrag verlangen. Die Datensätze bilden eine wertvolle First-Party-Datenbasis. Sie geben Einblick in Kundenbedürfnisse und senken die Abhängigkeit von Drittplattformen. Dieser Mehrwert entstand als integrierter Teil der Kampagne. Wir nutzen die Erkenntnisse im weiteren Marketing. Der Verwaltungsrat gewinnt dadurch mehr Investitionssicherheit und bessere strategische Steuerungsmöglichkeiten.

Die aktuelle Marketing-Performance übersteigt eine rein operative Verwaltung deutlich. Die weitere Entwicklung stützen wir auf belastbare Daten. So sichern wir die Marktposition der Destination nachhaltig ab.





Kennzahlen im Überblick (Stand: Januar 2026)

YouTube (Gesamt)	2,1 Mio. Views
Instagram	1,15 Mio. Views
Facebook	1,3 Mio. Views
Lead-Generierung	> 2500 qualifizierte Datensätze

Die 2,1 Mio. Views auf YouTube bilden einen zentralen Erfolgsfaktor. Die TESSVM überschritt auf ihrem Hauptkanal die Millionen-Grenze. Der htr-Branchenbericht vom 23.1.2026 hält fest, Schweiz Tourismus priorisiere YouTube als primäres «Fenster zur Welt» und wichtigsten Kanal für die internationale Ausstrahlung. Die TESSVM erreicht damit bereits heute nationales Benchmark-Niveau im Tourismus. Ergänzend zur digitalen Offensive setzen wir am Anreisepunkt, vor dem Vereina-Tunnel in Klosters, auf ein grossformatiges F12-Plakat. Das Key Visual wirkt als Eyecatcher und bindet die Aufmerksamkeit der Gäste bei der Ankunft. Das Plakat fungiert als physischer Anker der Kampagne. Es überträgt die Bildsprache der digitalen Kurzvideos in den analogen Raum und sichert einen stimmigen 360-Grad-Markenauftritt. So bleibt die TESSVM an der wichtigsten Eintrittspforte der Destination unübersehbar präsent.

Social Media: Qualitätsoffensive und organische Reichweite

Die im November gestartete neue Social-Media-Strategie zeigt rasch messbare Erfolge in der organischen Reichweite. Ein Praxisworkshop befähigte das Team, komplexe Videoformate wie Instagram-Reels selbständig und präzise umzusetzen. Dazu gehören anspruchsvolle Bildübergänge. Die höhere Produktionsqualität steigerte die Reichweite und die positive Resonanz in der Community. Der Kanal von Samnaun zeigt dies exemplarisch. Der Experte Timo Hummel würdigte die Weiterentwicklung der TESSVM als «Best Practice». Die gestärkte interne Kompetenz sichert die langfristige Skalierbarkeit der digitalen Kommunikation und reduziert die Abhängigkeit von externen Agenturen.

Websites

Im Geschäftsjahr 2025 gingen die klassischen Website-Besuche zurück. Diese Entwicklung spiegelt einen grundlegenden Wandel im Internet. KI-Chatbots wie ChatGPT und generative Künstliche Intelligenz in den Google-Suchergebnissen liefern Antworten direkt auf der Suchseite. Diese «Zero-Click-Searches» führen dazu, dass Nutzer die Website der Destination nicht mehr aufrufen.

Proaktive Antwort durch Pilotprojekt mit KI-Chatbot

Die TESSVM reagierte auf dieses veränderte Informationsverhalten. Auf Einladung von Graubünden Ferien und in enger Kooperation mit den Tourismusorganisationen von Zürich und Luzern haben wir uns einem Pilotprojekt zur Entwicklung eines eigenen KI-Chatbots angeschlossen. Der erste Online-Betrieb des KI-Chatbots erfolgte gegen Ende des Jahres. In dieser ersten Phase liegt der Fokus primär auf der Analyse der Nutzerintentionen, um präzise zu verstehen, welche spezifischen Bedürfnisse und Fragen die Gäste an die digitale Assistenz richten. Diese Erkenntnisse erlauben es uns, unsere Inhalte so aufzubereiten, dass sie in einer KI-gesteuerten digitalen Welt weiterhin präzise gefunden und ausgespielt werden.



PR und Medienmanagement: Internationale Medienpräsenz

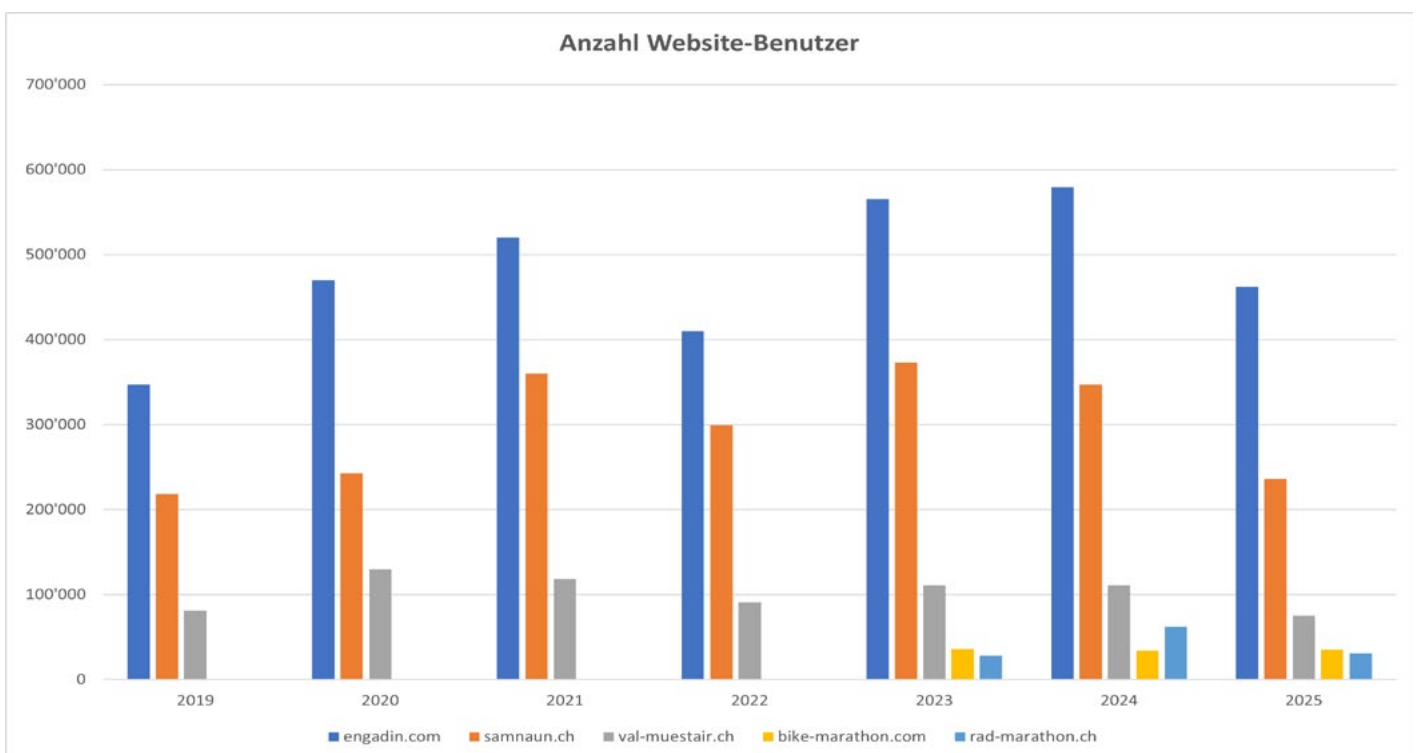
Ein weiterer Pfeiler unserer Kommunikationsstrategie war die gezielte Betreuung nationaler und internationaler Medienschaffender. Insgesamt besuchten rund 40 Journalistinnen und Journalisten die Region, um sich vor Ort von der Vielfalt und Qualität unseres touristischen Angebots zu überzeugen. Diese Pressereisen resultierten in einer weitreichenden Berichterstattung in renommierten Magazinen, Tageszeitungen und TV-Sendeformaten.

Die Publikationen erfolgten in erstklassigen Titeln wie der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ), der Welt am Sonntag, der Rheinischen Post, dem Kurier sowie im Bayerischen Rundfunk (BR) und dem ORF. Neben

reichweitenstarken Tagesmedien konnten wir unsere Themen auch in spezialisierten Formaten wie Salon, TierWelt, 50plus oder dem Alpinmagazin DAV Panorama platzieren. Diese breite Medienpräsenz stellt sicher, dass die TESSVM in den unterschiedlichen Interessensgruppen unserer Kernmärkte Schweiz, Deutschland und Österreich kontinuierlich präsent ist. Besonders hervorzuheben ist die zunehmende Internationalisierung unserer PR-Arbeit. Neben den Fokusböden konnten wir Medienschaffende aus Polen, Tschechien und den USA für unsere Ferienregion begeistern.

Franz Thomas Balmer

*Vizedirektor, Leiter Marketing und Digitalisierung
gemeinsam mit dem MarkKom-Team*





Produktmanagement

Winterangebote

Unsere beiden Winterpauschalen «Via Silenzi» und «Via Engiadina Winter» erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit und werden rege gebucht. Im Langlaufbereich wurden im Winter 2025/2026 mehrere Projekte umgesetzt, wie etwa kostenlose Langlaufkurse für Mitarbeitende der Ferienregion und die Teilnahme am Pilotprojekt zur Signalisation von Schwierigkeitsgraden auf Loipen. Für Skitouren und Schneeschuhwanderungen wurden LVS-Checkpoints an verschiedenen Standorten im Unterengadin aufgestellt. Sie dienen dazu, die LVS-Geräte zu prüfen und auf die Wichtigkeit der richtigen Sicherheitsausrüstung aufmerksam zu machen. Die Marketingkooperation mit Graubünden Ferien und weiteren drei Regionen im Kanton stärkt die Destination mit verschiedenen Marketingmassnahmen im Skitourenbereich. Seit dem Winter 2025/2026 ist die Silvretta Arena Samnaun/Ischgl neu Teil des internationalen Skipass-Bündnis Ikon Pass.

Sommerangebote

Die Bikepauschalen «Nationalpark Bike-Tour», «E-Mountainbike-Tour Nationalparkregion» und «Uina Bernina Bike-Tour» wurden gut gebucht. Alle drei Angebote verzeichnen eine Buchungssteigerung und Zunahme bei den Logiernächten. Im Bereich Wandern führt die Alpenüberquerung neu durch vier Länder mit Etappenziel in Scuol und Verlauf durch das Val Müstair. Die beiden Wander-Pauschalen «Via Engiadina Sommer» und «Via Parc Naziunal» sind nach wie vor beliebt bei unseren Gästen. Bei letzterer verdoppelte sich die Anzahl Buchungen im Vergleich zum Vorjahr. In Samnaun wurde im September 2025 ein Mountainbike Skill Loop realisiert. Dieser verläuft entlang des Tal-Trails und ist mit QR-Codes versehen, welche zu Lernvideos mit den wichtigsten Basistechniken führen. Für die Ambitionierten besteht neu eine hochalpine Trail-Verbindung (Sur Tuot) zwischen Ischgl, Samnaun und Scuol. Dank der Teilnahme am Bikepark-Verbund Gravity Card können sich Bikefans seit Sommer 2025 auf das Angebot der Silvretta Bike Arena Samnaun/Ischgl freuen.

Ganzjahresangebote

Ein Meilenstein war der Kick-off des NRP-Projekts «graubünden Health», welcher die Ferienregion durch Teilprojekte wie «gesundheitsfördernde Landschaften/Gesundheitswälder» und «Vacanzas vitalas» langfristig als Gesundheitsdestination positioniert.

Im Bereich Kultur wurde mit «graubünden Cultura» erstmals ein umfassendes Regionenprofil erstellt, um touristische Potenziale gezielt zu ermitteln. Zudem wurde gemeinsam das Projekt «Offene Ateliers» initiiert, dessen erste Durchführung für Herbst 2026 geplant ist. Der Foto-Orientierungslauf sowie der Klimahörpfad wurden zeitgemäss aufgewertet und mit neuen einheitlichen Tafeln ergänzt. Im Frühling 2026 erfolgt die Installation der Tafeln des Klimahörpfads.

Die Familienangebote wurden durch die Familienallianz mit weiteren Destinationen sowie durch die Durchführung des Kinderprogramms gestärkt. Das Kinderprogramm fand im Sommer erstmals mit 97 Anmeldungen statt. Im kommenden Sommer und Herbst wird das Programm über drei Wochen angeboten.

Vorreiterinnen im nachhaltigen Tourismus

Mit den Ferienregionen Engadin Scuol Zernez und Val Müstair sind wir schweizweit als erste Destination zum zweiten Mal mit dem Label «Nachhaltiges Reiseziel» von TourCert ausgezeichnet worden und bleiben somit als «Swissustainable Destination leading» eingestuft.

Sarah Stempfel, Leiterin Produktmanagement

Lea Wenter, Produktmanagerin Winter, Bergsteigerdörfer und Nachhaltigkeit

Jeannine Lehmann, Produktmanagerin Mineralwasser, Wellness / Gesundheit, Kultur und Familien

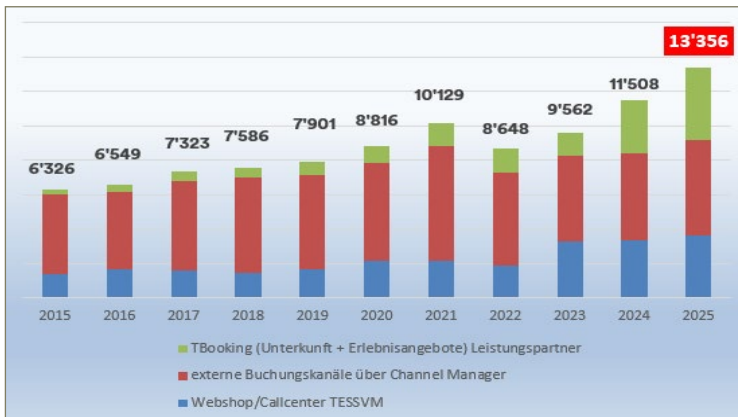
Vertrieb

Im Geschäftsjahr 2025 haben wir weiter an der Modernisierung des Vertriebssystems mit seinen verschiedenen Tools gearbeitet. Die neue Verwaltungssoftware von Holidu wurde von den Gastgeber*innen positiv angenommen und in die regelmässigen Arbeitsprozesse implementiert. Die Umstellung ermöglicht einen einfacheren Zugang zum System sowie Zugriff auf neue Funktionen aus dem Holidu-Portfolio. Der über das System abgewickelte Gesamtumsatz betrug CHF 6.9 Mio. Dies bedeutet einen Anstieg von ca. CHF 900'000 im Vergleich zum Vorjahr.

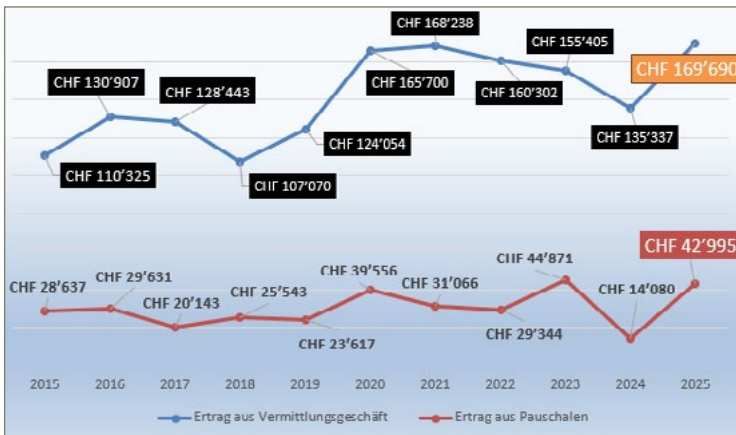
Bei der Umsatzentwicklung einzelner Vertriebskanäle zeigt besonders der Eigenvertrieb der Unterkunftsanbieter und Erlebnisanbieter wiederholt einen starken Anstieg. Das Betriebsergebnis weist einen Betrag von CHF 206'716 aus. Alle laufenden System- und Transaktionskosten konnten damit gedeckt und ein Gewinn erwirtschaftet werden.

Marcus Esser, Reservationssystem

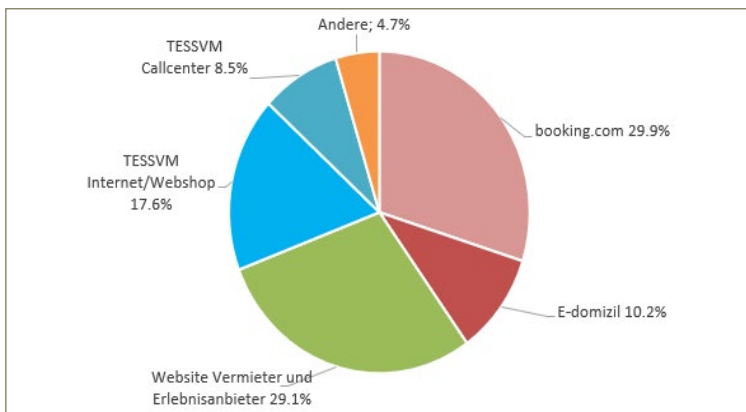
Anzahl Buchungen pro Geschäftsjahr



Ertrag über TOMAS und integrierte Schnittstellen



Relativer Anteil des Umsatzes aller Vertriebskanäle über TOMAS



Events und Veranstaltungen

8. VISA FIS Snowboard Weltcup Scuol, 11. Januar 2025

Am 8. VISA FIS Snowboard Weltcup in Scuol konnte 90 Athleten aus 17 Nationen bei strahlendem Sonnenschein ein perfektes Rennen geboten werden. Im Rahmen des Weltcups fand am Abend in der Belvedere Bar ein Konzert von Ritschi statt.

22. Int. Silvretta Schüler-Cup, 11. bis 13. April 2025

Der internationale Silvretta Schüler-Cup fand vom 11. bis 13. April 2025 zum 22. Mal in Samnaun statt. Rund 800 Schüler*innen aus verschiedenen europäischen Ländern standen am Start und bestätigten die Bedeutung des Anlasses als eines der grössten Kinder-Skirennen Europas. Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgten die prominenten Vorfahrer*innen: Vize-Weltmeister Thomas Tumler, Selina Egloff und Beat Feuz.

35. Int. Frühlings-Schneefest mit Melissa Naschenweng, 26. April 2025

Am 26. April 2025 wurde das 35. Internationale Frühlings-Schneefest auf der Alp Trida durchgeführt. Der Auftritt von Melissa Naschenweng erwies sich als Publikumsmagnet und begeisterte rund 7000 Gäste. Das Konzert setzte zum Saisonende im Skigebiet einen klaren Akzent und stärkte die Auslastung in der Schlussphase des Winters.

3. Queens Days in Scuol, 19. bis 22. Juni 2025

Die Queens Days waren bei der 3. Austragung zum ersten Mal ausverkauft mit 75 Damen. Dank fünf verschiedenen Bike-Brands konnte während drei Tagen verschiedene Bikes getestet, geübt und gefachsimpelt werden.

19. Engadin Radmarathon in Zernez, 4. bis 6. Juli 2025

Der Engadin Radmarathon konnte bei bestem Wetter einen neuen Teilnehmerrekord verzeichnen. Bei den beiden Hauptrennen am Samstag und Sonntag waren insgesamt über 1500 Teilnehmende am Start.



11. Samnauner Gipfelgenuss, 5. Juli 2025

Der 11. Samnauner Gipfelgenuss fand am 5. Juli 2025 im Panorama Restaurant Sattel statt. Über 400 Besuchende erlebten kulinarische Kreationen, regionale Spezialitäten und hochwertige Getränke, ergänzt durch Kunst und Musik. Die Rückmeldungen der Gäste waren erneut sehr positiv.

Schweizer Nationalfeiertag, 1. August 2025

Der Schweizer Nationalfeiertag wurde in Samnaun traditionsgemäss mit einem ganztägigen Programm gefeiert. Der Dorfmarkt mit Shows, Ausstellungen und Live-Musik sorgte tagsüber für hohe Frequenzen. Am Abend folgten der Lamponumzug für die Kinder, der Auftritt der Musikgesellschaft Samnaun, die Festrede des Regierungspräsidenten Marcus Caduff sowie die Höhenfeuer und das Feuerwerk.

24. Nationalpark Bike-Marathon, 29. und 30. August 2025

Aufgrund des Schneefalls bis unter 2000 m ü. M. gab es eine kurzfristige Änderung des Rennens auf der Alternativstrecke. Den Teilnehmenden konnte so trotz Schnee auf dem Chaschauna ein tolles Rennen im Talboden des Engadins geboten werden. Es waren über 1500 Biker*innen am Start.

Tischeishockey-WM, 30. August bis 7. September 2025

Vom 30. August bis 7. September 2025 fand in Samnaun die 47. Tischeishockey-WM mit rund 80 Teilnehmenden aus 12 Ländern statt. Gespielt wurde in Samnaun und Scuol, die Finalspiele am 5. September waren im Panorama Restaurant Sattel. Der Anlass brachte rund 600 zusätzliche Logiernächte.

20. Transalpine Run Zernez und Scuol, 10. bis 12. September 2025

Der Transalpine Run war zum ersten Mal in Zernez zu Gast. Aufgrund des schlechten Wetters und Dauerregens musste die Etappe von Klosters nach Zernez gekürzt werden. Die Etappe von Zernez nach Scuol konnte anschliessend bei bestem Wetter durchgeführt werden. 600 Teilnehmende liefen durch das Engadin.

Schmuggler-Trophy und Winter-Opening-Konzert, 29. November 2025

Zum Saisonstart am 29. November 2025 werden zwei Formate kombiniert: die Schmuggler-Trophy in der Silvretta Ski-Arena Samnaun/Ischgl und das Winter-Opening-Konzert mit der ROCK ANTENNE Band auf dem Nevadaplatz. An der Schmuggler-Trophy nahmen rund 25 Teams teil, das kostenlose Konzert besuchten ca. 800 Gäste.

*Chantal Mayor, Eventmanagerin Scuol
Jasmin Egli, Eventmanagerin Samnaun*

Gäste-Information

Gäste-Information Engadin Scuol Zernez

Die erfolgreiche Sommersaison war an den Gästeinformationen deutlich spürbar. Besonders erfreulich war die Zunahme der Besuche, Anfragen und Buchungen, die im Vergleich zum Vorjahr merklich angestiegen sind. Die Gäste-Information bleibt eine zentrale Anlaufstelle für Gäste, Leistungspartner und Einheimische. Die Mandatsaufgaben für die Gemeinden, die Post sowie die Skischule haben sich in den vergangenen Jahren etabliert und werden weiterhin stark genutzt.

Während der Sommermonate wurde die Gäste-Information Ftan wie geplant modernisiert. Trotz der Bauarbeiten konnten wir unsere Dienstleistungen für Einheimische und Gäste im rund 50 Meter entfernten Provisorium uneingeschränkt weiterführen. Die geplante öffentliche Toilette sowie die barrierefreie Gestaltung der Postautohaltestelle werden 2026 umgesetzt.

Im Herbst haben wir die digitale Kommunikation mit unseren Gästen und Einheimischen weiter optimiert. Der bisherige «Live Guuru Chat» wurde durch «WhatsApp Business» ersetzt. Dies ermöglicht uns eine effizientere Bearbeitung eingehender Anfragen.

Im Zusammenhang mit der Pensionierung unserer langjährigen Mitarbeiterin Sandra Dias wurde entschieden, die Gäste-Information in Guarda Mitte April 2026 zu schliessen. Die wichtigsten Broschüren und Informationsmaterialien stehen Interessierten auch künftig vor Ort zur Verfügung.

Adrian Erni, Leiter Gäste-Information Unterengadin

Gäste-Information Samnaun

Seit 2016 ist die Samnaun-App von Intermaps für iOS und Android im Einsatz. In der App erhalten die Nutzenden im Winter aktuelle Informationen zum Skigebiet, Webcams, Wetter oder Events, im Sommer liefert die App unter anderem Informationen zu den Wander- und Bike-Wegen. Die App wurde in den letzten Jahren laufend weiterentwickelt und erfreut sich grosser Beliebtheit: Im Jahr 2025 verzeichnete die App über 12'000 aktive Nutzer, welche bei 270'000 App-Aufrufen fast 1 Mio. Interaktionen generierten. Vor allem im Winter wird die App täglich 1000 bis 2000 mal gestartet.

Eine weitere Erfolgsgeschichte ist der Destinationsgutschein in Zusammenarbeit mit e-guma: Gegen Weihnachten 2025 erreichten wir seit der Lancierung 2021 einen Umsatz CHF 1 Mio., mittlerweile wurden rund 7000 Gutscheine verkauft. Die Gutscheine sind an über 300 Einlösestellen im Unterengadin, in Samnaun und im Val Müstair einlösbar. Dank einer Kooperation mit Engadin Tourismus auch bei zahlreichen Einlösestellen im Oberengadin. 2025 kamen die RhB-Verkaufsstellen als weitere Einlösestellen dazu. Die Administration läuft über die Gäste-Information Samnaun, wie beispielsweise der Druck und Versand der Gutscheine für diejenigen

Besteller, welche nicht die Funktion print@home nutzen. Unser Ziel ist es, dass der Destinations-Gutschein überall in der Destination als Zahlungsmittel akzeptiert wird: Die Einlösung erfolgt per App oder am PC, es fallen bei der Einlösestelle keine Kommissionen an, der eingelöste Gutschein-Betrag wird von uns zu 100% ausbezahlt.

Jasmin Jenal, Leiterin Gäste-Information Samnaun

Gäste-Information Val Müstair

Im vergangenen Geschäftsjahr befasste sich die Gäste-Information Val Müstair unter anderem mit verschiedenen Projekten zur Optimierung der Informationsflüsse, so beispielsweise beim Herdenschutz. In Zusammenarbeit mit den zuständigen Partnern und der neuen Rangerin wurde die Kommunikation der Schutzzonen präzisiert. Um die Sensibilisierung vor Ort zu erhöhen, wurde zudem der direkte Dialog mit Einheimischen und Gästen am Dorfmarkt in Sta. Maria gesucht. Ziel dabei war es, das korrekte Verhalten im Naturraum verständlich zu vermitteln und potenzielle Konflikte proaktiv zu vermeiden.

Auch beim Online-Veranstaltungskalender wurden Anpassungen an den Abläufen vorgenommen. In Kooperation mit der Kulturkoordination wurden die Prozesse für Veranstaltungen neu strukturiert. Im Bereich Langlauf wurde das Ticketangebot überarbeitet, um den Nutzenden eine bessere Übersichtlichkeit über die verfügbaren Optionen zu bieten.

Im Zuge der laufenden Anpassung der Informationsmittel wurden die bisherigen statischen Wetterberichte ersetzt. Neu kommen Plakate mit QR-Codes zum Einsatz, welche den direkten Zugriff auf aktuelle Daten ermöglichen. Diese Umstellung erleichtert den Gästen die tägliche Aktivitätsplanung und stellt sicher, dass Wetterwarnungen sowie Prognosen in Echtzeit abgerufen werden können.

Diese Massnahmen tragen dazu bei, die Servicequalität der Gäste-Information Val Müstair weiterzuentwickeln. Es bleibt das Ziel, die Informationsaufbereitung kontinuierlich an die Bedürfnisse der Gäste sowie der Einheimischen anzupassen und die Beratungsqualität sowohl vor Ort in den Informationsstellen als auch auf den digitalen Kanälen für die Zukunft stetig zu sichern.

Tobias Cueni, Leiter Gäste-Information Val Müstair

Mandate und Projekte

Mineralwasser-Mandat

Das Mandat zur Mineralwasserpositionierung blickt auf das erste Jahr der Periode 2025/2026 zurück, in dem die Sicht- und Erlebbarkeit des Mineralwassers im Fokus stand. Ein Kernprojekt bildete die Inszenierung sowie die verstärkte Präsenz: Ein erstes Konzept wurde für den Stradun und das Val Sinestra erarbeitet. Diverse bestehende Mineralwasserangebote erreichten insgesamt fast 2000 Teilnehmende (ohne Mineralwasserwege). Ein Highlight war unter anderem die hohe Resonanz der Brunnenbäder/«Bügl public» mit Curdin Tones. Der Anlass zugunsten des (Mineral-)Wassers, «Forum Aua Forta», verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr eine Verdopplung der Teilnehmerzahlen: die daraus entstandene Interessensgemeinschaft zählt bereits etwa 30 Mitglieder*innen. Herausragend war die Auszeichnung des Forschungswanderwegs «Il cling da las funtanas» mit dem Xaver Award 2025 in Silber, der für eine grössere mediale Präsenz sorgte.

Bergsteigerdorf Lavin, Guarda & Ardez

Im Rahmen des Bergsteigerdorf-Mandats, welches sich aktuell in der zweiten Projektphase (2024-2027) befindet, lag der Hauptfokus auf der Umsetzung von konkreten Projekten und Angeboten. Nachdem im Jahr 2024 das Büchlein «Alpingeschichte kurz und bündig - Lavin, Guarda & Ardez» erstellt wurde, fand im Juni 2025 die dazugehörige Lesung im Rahmen der Schweizer Wandernacht von Lavin nach Guarda statt. Die Pauschale «Romanisches Wochenende im Bergsteigerdorf» konnte nach einer Programmüberarbeitung erst-

mals mit der vollen Teilnehmeranzahl durchgeführt werden. Ein neues Standkonzept für die Schweizer Bergsteigerdörfer wurde erstellt und bereits eingesetzt, um die Sichtbarkeit auf Märkten und Veranstaltungen zu erhöhen. Ausserdem wurde die Planung für die Jahrestagung der Bergsteigerdörfer 2026 in «Lavin, Guarda & Ardez» aufgenommen. Ende des Jahres standen die 3-jährlichen Standortgespräche inklusive Erstellung neuer Massnahmenpläne an.

Koordination Sendas grischunas (WWGR)

Der Schwerpunkt das Jahr 2025 stand im Zeichen der Ausbesserung verschiedener SchweizMobil-Routen, gemeinsamen Begehungen mit kommunalen Verantwortlichen und der Nutzung der Instandhaltungs-App (IH-App). Sie wird dafür genutzt, die Instandhaltungsarbeiten für die jeweiligen Gemeinden zu bearbeiten. Bei einigen Gemeinden gibt es Potenzial bei der App-Nutzung.

Im Herbst kam durch die Exkursion nach Vercors und der Teilnahme an der Dialogplattform im Rahmen des geförderten Innotour-Projekts «Beutegreifer und Tourismus» ein neues und aktuelles Thema hinzu, welches uns auch in Zukunft beschäftigen wird. Koexistenz bedeutet inzwischen weit mehr als nur das Vermeiden von Konflikten zwischen Bikenden und Wandernden. Sie umfasst heute unter anderem die Themen Alpwirtschaft, Wolf oder Umgang mit Herdenschutzhunden.





Mitarbeitende, Lernende und der Verwaltungsrat

Am 31.12.2025 waren bei der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG 41 Mitarbeitende in Voll- und Teilzeit beschäftigt. Dies entspricht 32.9 Vollzeitäquivalenten. Im 15. DMO-Jahr gab es folgende personelle Veränderungen im Team:

Austritte:

- Sophia Bartolomei, Leiterin Produktmanagement (Januar)
- Sven Berchtold, Produktmanager Bergsteigerdörfer und Nachhaltigkeit (Januar)
- Naïma Nicolay, Mitarbeiterin Zentrale Dienste (Februar)
- Sarah Bünter, Digital Marketing Managerin (April)
- Michelle Zbinden, Content und Marketing Assistentin (April)
- Beatrice Stöcklin, Leiterin Gäste-Information Zernez (Mai)
- Valentina Bergmüller, Gäste-Information (Juni)
- Anna Mengia Mayer, Content- und Social-Media Managerin (Juli)
- Sara von Flüe, Mitarbeiterin Gäste-Information (August)
- Lisa Maria Kuriger, stv. Leitung Gäste-Information, Mitarbeiterin Gäste-Information (Oktober)
- Carol-Ann Vinck, Mitarbeiterin Gäste-Information (November)
- Romina Koller, Event-Assistentin (November)
- Marion Prinz, stv. Leitung Vertrieb, Mitarbeiterin Gäste-Information (November)
- Dario Müller, Leiter Content, Medien und Unternehmenskommunikation (November)

Eintritte:

- Valentina Bergmüller, Gäste-Information (Januar)
- Lina Schallhart, Praktikantin (Februar), resp. Kommunikation und Marketing (seit Oktober)
- Zoe Dürr, Kommunikation und Marketing (Februar)
- Sarah Stempfel, Leiterin Produktmanagement (März)
- Franz Thomas Balmer, Vize-Direktor (April)
- Lea Wenter, Produktmanagerin (April)
- Anna Mengia Mayer, Content- und Social-Media Managerin (Mai)
- Seraina Trinler, Mitarbeiterin Gäste-Information (Mai)
- Jana Düring, Mitarbeiterin Gäste-Information (Mai)
- Jasmin Egli, Leiterin Samnaun, Eventmanagement (Juni)
- Andrea Franke, Mitarbeiterin Zentrale Dienste (Juni)
- Patricia Müller, Praktikantin (August), seit November Mitarbeiterin Kommunikation und Marketing
- Simon Eppenberger, Kommunikationsmanager (Dezember)

Tinetta Thanei, Leiterin Zentrale Dienste

IT

Im vergangenen Geschäftsjahr konnte die technische Infrastruktur weiterentwickelt bzw. die Sicherheit erhöht werden. Neu wurde eine Plattform von Microsoft für die erweiterte Endpunktsicherheit implementiert. Die Lösung hilft dabei, Angriffe schnell zu stoppen, Sicherheitsressourcen zu skalieren und die Abwehrmassnahmen zu verbessern. Des Weiteren konnte mit dem Neukauf eines NAS (Network Attached Storage) eine notwendige Investition in die Hardware getätigt werden. Mit dieser Massnahme hat sich die Datensicherheit (Backup) erhöht und können wir neu auch ein Archiv ausserhalb des Sharepoints anlegen. Damit werden Kosten für Online-Speicherplatz eingespart.

Marcus Esser, Reservationssystem

Der Verwaltungsrat per 31.12.2025

Aktionär Samnaun Tourismus (41 %)	
Martin Valsecchi, Verwaltungsrats-Vizepräsident	23.4.2024
Viktor Prinz	23.4.2024
Daniel Högger	23.4.2024
Aktionär Cumün da Scuol (35 %)	
Curdin Thomas	19.4.2023
Tina Boetsch	30.4.2025
René Stoye	23.4.2024
Aktionär Cumün da Zernez (12 %)	
Dario Cadonau	13.12.2018
Aktionär Cumün da Val Müstair (10 %)	
Gabriella Binkert-Becchetti, Verwaltungsratspräsidentin	22.6.2021
Aktionär Cumün da Valsot (2 %)	
Peder Caviezel	30.4.2025



Eindrücke des 1. Lehrjahres

Nach meinem neunmonatigen Praktikum im Bereich Marketing und Social Media habe ich meine Ausbildung im August 2025 gestartet.

In den ersten fünf Monaten war ich in der Buchhaltung. Dort habe ich vieles gelernt, was mir in der Schule sehr gut geholfen hat.

Seit Anfang 2026 bin ich an der Gäste-Information in Scuol und berate unsere Gäste, sowie auch die Einheimischen. Hier gefällt mir der direkte Kundenkontakt und das Kennenlernen von verschiedenen Gästen, aus verschiedenen Kantonen oder auch Ländern. Ich habe grosse Freude daran den Gästen unsere Ferienregion ein Stück näher zu bringen und ihnen zu zeigen, was für eine Vielfalt wir anbieten.

Im Mai werde ich einen Wechsel machen und nach Samnaun gehen und dort an der Gäste Information tätig sein. Ich freue mich auf die neuen Herausforderungen, in einem neuen Team zu arbeiten und auch weitere Erfahrung zu sammeln.

Noelana Heinrich



Eindrücke des 2. Lehrjahres

Nun bin ich bereits seit ungefähr 8 Monaten in Samnaun an der Gäste-Information tätig. Hier hat ein neuer Alltag für mich begonnen, weil ich nun nicht mehr die ganze Woche zuhause bin, da ich in Samnaun zwei Nächte in der Woche übernachtete und ein eigenes kleines Studio für diese Zeit habe.

Mir fiel das Arbeiten in Samnaun anfangs etwas schwer, weil ich mich in der Region nicht so gut auskannte und das ganze Wissen erst erlernen musste. Durch die vielen Events, bei denen ich helfen durfte, wie dem 1. August oder der Schmuggler-Trophy, konnte ich viele neue Eindrücke gewinnen und die Region besser kennenlernen. Nun werde ich noch bis Ende April in Samnaun tätig sein und auch bei den letzten Events der Wintersaison mithelfen.

In Scuol freue ich mich wieder auf etwas Abwechslung in der Buchhaltung und die Zusammenarbeit mit den neuen Teammitgliedern.

Soraja Vitalini



Eindrücke des 3. Lehrjahres

Gegen Ende meiner Ausbildung, die ich im Sommer 2026 abschliessen werde, blicke ich auf eine spannende und lehrreiche Zeit bei der TESSVM zurück. Die vergangenen Jahre waren vielseitig, abwechslungsreich und voller wertvoller Erfahrungen. Während meiner Lehrzeit durfte ich verschiedene Tätigkeitsfelder innerhalb des Tourismus kennenlernen. Am meisten angesprochen haben mich dabei die Aufgaben im Bereich Marketing und Content, da ich dort meine Kreativität einbringen und aktiv an der Aussendarstellung mitwirken konnte. Diese Erfahrungen haben mein Interesse an diesem Bereich besonders gestärkt. Die Zusammenarbeit im Team habe ich stets als sehr bereichernd empfunden. Der offene Austausch und der starke Zusammenhalt haben meine Ausbildungszeit geprägt, wofür ich sehr dankbar bin. Da ich nach dem Lehrabschluss die Berufsmaturität absolvieren werde, nehme ich die gemeinsame Zeit bei der TESSVM in bester Erinnerung mit und kann viele wertvolle Erfahrungen in meinen weiteren Bildungsweg einbringen.

Lea Geyer



Eindrücke des 3. Lehrjahres

Mein drittes Lehrjahr neigt sich langsam dem Ende zu und im Sommer werde ich meine Lehre abschliessen. Die vergangenen Jahre bei der TESSVM waren für mich sehr lehr- und abwechslungsreich. Ich hatte die Möglichkeit in verschiedene Abteilungen Einblick zu erhalten, konnte dabei überall wertvolle Erfahrungen sammeln und viel Neues lernen.

Den Beruf Kauffrau im Tourismus empfinde ich als sehr spannend und vielseitig. Die Aufgaben sind abwechslungsreich und kein Tag gleicht dem anderen. Aktuell befinde ich mich erneut in der Buchhaltung, wo ich bereits vorhandenes Wissen vertiefen und weitere wichtige Kenntnisse sammeln kann.

Ich freue mich sehr auf die letzten Monate meiner Lehrzeit und darauf, mein erlerntes Wissen weiter zu vertiefen und meine Lehre erfolgreich abzuschliessen.

Alice Thomas

Cordiala gratulaziun und alles Gute!

Wir gratulieren unserer Lernenden Ines Martins zum erfolgreichen Abschluss der kaufmännischen Grundausbildung. Wir alle sind stolz und freuen uns, dass uns Ines als Teil des Teams in Samnaun erhalten bleibt.

Beatrice Stöcklin wünschen wir alles Gute für ihre Pensionierung und viel Freude bei ihren Projekten sowie Gesundheit.



Logiernächtestatistik

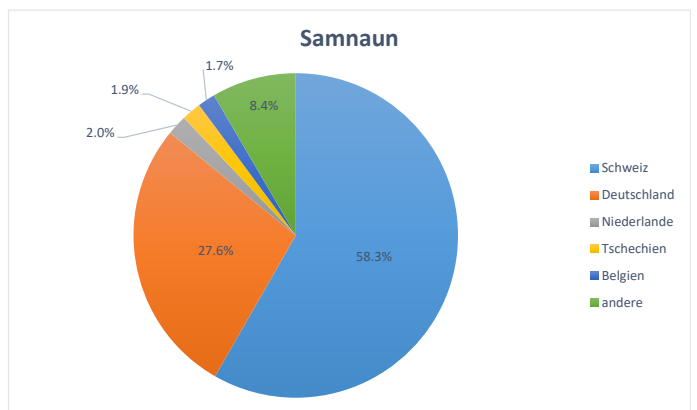
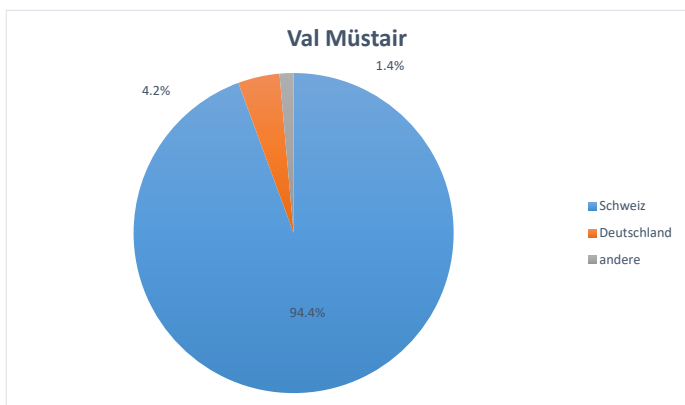
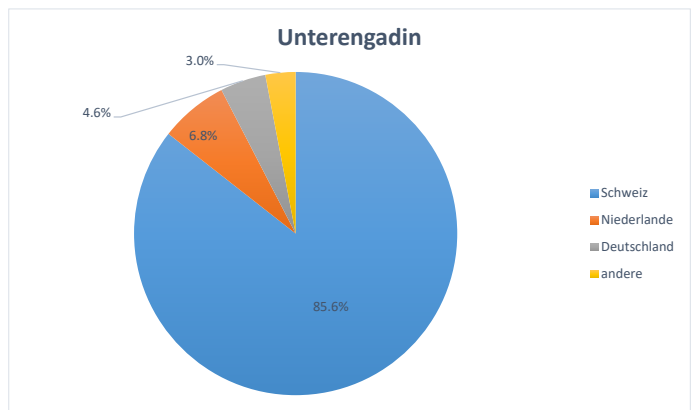
Tourismusreport Engadin Samnaun Val Müstair

		Vorjahres- vergleich	5 Jahres- vergleich	2024/25	Winter Sommer	2023/24	Winter Sommer	2022/23	Winter Sommer	2021/22	Winter Sommer	2020/21	Winter Sommer
Gemeinde Zernez	Hotellerie	8.08 %	5.82 %	75'337	29.6% 70.4%	69'707	29.4% 70.6%	67'181	24.8% 75.2%	68'209	24.2% 75.8%	75'524	20.8% 79.2%
	Parahotellerie	11.34 %	20.06 %	57'388	20.5% 79.5%	51'543	20.7% 79.3%	49'977	22.0% 78.0%	50'544	23.2% 76.8%	29'548	32.0% 68.0%
	Total	9.46 %	11.54 %	132'725	25.6% 74.4%	121'250	25.7% 74.3%	117'158	23.6% 76.4%	118'753	23.9% 76.1%	105'072	21.9% 79.1%
Gemeinde Scuol	Hotellerie	7.66 %	2.82 %	265'785	48.1% 51.9%	246'865	46.8% 53.2%	249'301	47.0% 53.0%	262'253	48.5% 51.5%	268'300	36.8% 63.2%
	Parahotellerie	4.90 %	6.66 %	366'867	50.2% 49.8%	349'743	50.4% 49.6%	335'603	50.4% 49.6%	337'567	50.5% 49.5%	330'010	42.4% 57.6%
	Total	6.04 %	5.01 %	632'652	49.3% 50.7%	596'608	48.9% 51.1%	584'904	48.9% 51.1%	599'820	39.9% 60.1%	598'310	42.0% 58.0%
Gemeinde Valsot	Hotellerie	-24.72 %	-14.87 %	4'453	40.0% 60.0%	5'915	40.6% 59.4%	4'947	35.1% 64.9%	5'613	31.7% 68.3%	5'227	28.3% 71.7%
	Parahotellerie	-6.89 %	9.30 %	15'154	45.9% 54.1%	16'276	45.4% 54.6%	13'860	41.1% 58.9%	12'858	42.2% 57.8%	11'175	39.7% 60.3%
	Total	-11.64 %	2.68 %	19'607	44.6% 55.4%	22'191	44.2% 55.8%	18'807	39.5% 60.5%	18'471	36.0% 64.0%	16'402	50.7% 49.3%
Total Engadin Scuol Zernez		6.07 %	6.00 %	784'984	45.1% 54.9%	740'049	45.0% 55.0%	720'869	44.6% 55.4%	737'044	37.5% 62.5%	719'784	39.4% 60.6%
Gemeinde Samnaun	Hotellerie	-0.26 %	-0.49 %	171'585	76.6% 23.4%	172'026	76.5% 23.5%	171'412	74.9% 25.1%	178'230	75.7% 24.3%	168'857	57.5% 42.5%
	Parahotellerie	1.83 %	5.21 %	92'589	85.6% 14.4%	90'927	86.4% 13.6%	85'337	85.3% 14.7%	96'187	82.4% 17.6%	74'985	72.5% 27.5%
Total Samnaun		0.46 %	1.44 %	264'174	79.8% 20.2%	262'953	79.9% 20.1%	256'749	78.3% 21.7%	274'417	78.0% 22.0%	243'842	65.6% 34.4%
Gemeinde Val Müstair	Hotellerie	4.72 %	3.29 %	56'564	28.3% 71.7%	54'014	28.2% 71.8%	52'984	25.4% 74.6%	44'344	33.9% 66.1%	65'897	27.5% 72.5%
	Parahotellerie	15.33 %	kein Vergleich	88'390	27.8% 72.2%	76'640	29.7% 70.3%	69'310	29.5% 70.5%	68'019	24.5% 75.5%	*	*
Total Val Müstair *		10.94 %	kein Vergleich	144'954	28.0% 72.0%	130'654	29.1% 70.9%	122'294	27.7% 72.3%	113'163	27.5% 72.5%	65'897	21.2% 78.8%
Total Logiernächte Destination *		5.33 %	6.96 %	1'194'112	50.8% 49.2%	1'133'656	51.3% 48.7%	1'099'912	50.6% 49.4%	1'124'624	46.4% 53.6%	1'029'523	45.0% 55.0%

* Übernachtungen in der Parahotellerie im Val Müstair wurden erst ab 2021/22 erhoben.



Herkunftsländer Hotellerie



Bilanz per 31. Dezember 2025

mit Vorjahresvergleich

AKTIVEN	31. Dezember 2025	31. Dezember 2024
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	897'002.53	805'137.15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	132'472.60	79'011.95
Delkreder	-1'850.00	-3'250.00
Übrige kurzfristige Forderungen	17'500.00	17'500.00
Warenvorräte	29'540.00	29'690.00
Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	528'704.74	476'514.96
Total Umlaufvermögen	1'603'369.87	1'404'604.06
Anlagevermögen		
Wertschriften	-	-
Mobilien und Einrichtungen	20'850.00	18'400.00
EDV-Anlagen	21'620.00	28'730.00
Übrige mobile Sachanlagen	2.00	2.00
Total Anlagevermögen	42'472.00	47'132.00
TOTAL AKTIVEN	1'645'841.87	1'451'736.06
PASSIVEN	31. Dezember 2025	31. Dezember 2024
Fremdkapital		
Verpflichtungen aus Lieferungen und Leistungen	658'463.49	629'046.80
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	115'595.35	98'940.18
Passive Rechnungsabgrenzungsposten	586'532.60	440'250.67
Kurzfristige Rückstellungen	-	-
Total kurzfristiges Fremdkapital	1'360'591.44	1'168'237.65
Total Fremdkapital	1'360'591.44	1'168'237.65
Eigenkapital		
Aktienkapital	200'000.00	200'000.00
Gesetzliche Gewinnreserven	7'170.00	6'570.00
Vortrag vom Vorjahr	76'328.41	74'661.75
Jahresgewinn	1'752.02	1'766.66
Total Eigenkapital	285'250.43	283'498.41
TOTAL PASSIVEN	1'645'841.87	1'451'736.06

Erfolgsrechnung 1.1. – 31.12.2025

mit Vorjahresvergleich

Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	2025	2024
Dienstleistungsertrag	2'821'614.82	2'028'728.37
Leistungsaufträge Gemeinden	5'025'000.00	5'025'000.00
Erlösminderungen	-7'837.50	-11'006.38
Total Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	7'838'777.32	7'042'721.99
Aufwand Material, Handelswaren, Dienstleistungen und Energie		
Waren-, Dienstleistungsaufwand	4'391'190.51	3'763'018.89
Vorsteuerminderungen	182'669.80	180'281.18
Total Aufwand Material, Handelswaren, Dienstleistungen und Energie	4'573'860.31	3'943'300.07
Bruttoergebnis nach Materialaufwand	3'264'917.01	3'099'421.92
Personalaufwand		
Besoldungen	2'396'961.15	2'292'322.90
Sozialleistungen	309'215.25	274'862.00
Übriger Personalaufwand	95'619.11	90'853.12
Total Personalaufwand	2'801'795.51	2'658'038.02
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	463'121.50	441'383.90
Übriger betrieblicher Aufwand		
Mietzinsen	176'699.10	176'494.80
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	3'256.20	3'726.90
Fahrzeug-, Transportaufwand	12'453.21	11'334.55
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren	17'416.88	17'459.08
Energie-, Entsorgungsaufwand	10'624.00	16'338.02
Verwaltungs- und Informatikaufwand	218'280.88	185'655.32
Total übriger betrieblicher Aufwand	438'730.27	411'008.67
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	24'391.23	30'375.23
Abschreibungen Finanzanlagen	22'702.94	28'694.90
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg (EBIT)	1'688.29	1'680.33
Finanzaufwand und Finanzertrag	-63.73	-86.33
Betriebsergebnis vor Steuern	1'752.02	1'766.66
Ausserordentlicher Aufwand	-	-
Unternehmensergebnis vor Steuern (EBT)	1'752.02	1'766.66
Direkte Steuern	-	-
Jahresgewinn	1'752.02	1'766.66

Antrag der Gewinnverwendung	2025
Gewinnvortrag per 1.1.2025	76'328.41
Jahresgewinn 2025	1'752.02
Gewinnvortrag per 31.12.2025	78'080.43

Vorschlag Gewinnverwendung:	
Dividende	-
Zuweisung an die gesetzliche Reserve, 5 % vom Jahresgewinn	100.00
Zuweisung an die gesetzliche Reserve, 10 % von Superdividende	-
Vortrag auf die neue Jahresrechnung	77'980.43
Total	78'080.43

Anhang zur Jahresrechnung 2025

Firma, Rechtsform und Sitz

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, 7550 Scuol

1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

2. Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung

Es sind keine ausserordentliche, einmalige oder periodenfremde Positionen in der Erfolgsrechnung.

3. Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Parteien

	31.12.2025	31.12.2024
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
direkt oder indirekt Beteiligte	30'763.90	14'000.00
Organe	0.00	0.00
Unternehmen, an denen direkt oder indirekt eine Beteiligung besteht	0.00	0.00
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
direkt oder indirekt Beteiligte	18'362.25	34'283.00
Organe	0.00	0.00
Unternehmen, an denen direkt oder indirekt eine Beteiligung besteht	0.00	0.00
4. sonstige Angaben		
	31.12.2025	31.12.2024
Nicht bilanz. Leasingverbindlichkeiten mit Restlaufzeit > 1 Jahr	0.00	0.00
Nicht bilanz. Mietverbindlichkeiten mit Restlaufzeit > 1 Jahr	269'975.25	335'128.65
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	41'583.70	41'398.90
Gesamtbetrag der für Verbindlichkeiten Dritter bestellten Sicherheiten	0.00	0.00
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven	0.00	0.00
Gesamtbetrag der Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	0.00	0.00
5. Anzahl Mitarbeitende		
	2025	2024
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	33	34

6. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat am 17. Februar 2026 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2025 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

TOURISMUS ENGADIN SCUOL SAMNAUN VAL MÜSTAIR AG (TESSVM), 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 2025 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

7550 Scuol, 26. Februar 2026

LISCHANA FIDUZIARI SA



Marcel Franziscus
Leitender Revisor
zugelassener Revisor



Martin Schirmer
zugelassener Revisor

Beilage:
Jahresrechnung



Die Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

ist die touristische Marketingorganisation für die drei Ferienregionen Engadin Scuol Zernez, Samnaun und Val Müstair. Im Auftrag der Aktionäre fördert die TESSVM national sowie international die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Leistungen. Vor Ort ist die TESSVM zusammen mit allen Akteuren für die Produktentwicklung 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 7.3 Mio. Franken beschäftigt rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit. Die Destination Engadin Samnaun Val Müstair steuert mit 1.2 Mio. Logiernächten rund 10% zum Bündner Logiernächtetotal bei.

Weitere Informationen finden Sie auf unseren Websites.

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Stradun 403A
7550 Scuol

+41 81 861 88 00

info@engadin.com

engadin.com | samnaun.ch | val-muestair.ch

Neben dem Geschäftsbericht sind weitere Informationen verfügbar:

- Medienmitteilungen: engadin.com/medien
- Persönliche Auskünfte