

A full-page background image showing a man and a woman hiking in a mountainous landscape. The woman is holding a smartphone up to take a selfie, and the man is standing next to her, looking at the phone. They are both wearing backpacks and hiking gear. The background features steep, rocky mountain slopes with patches of green and yellow vegetation. In the top right corner, there is a white outline logo of a stylized bird or wing.

Lenzerheide Marketing und Support AG 2022/23

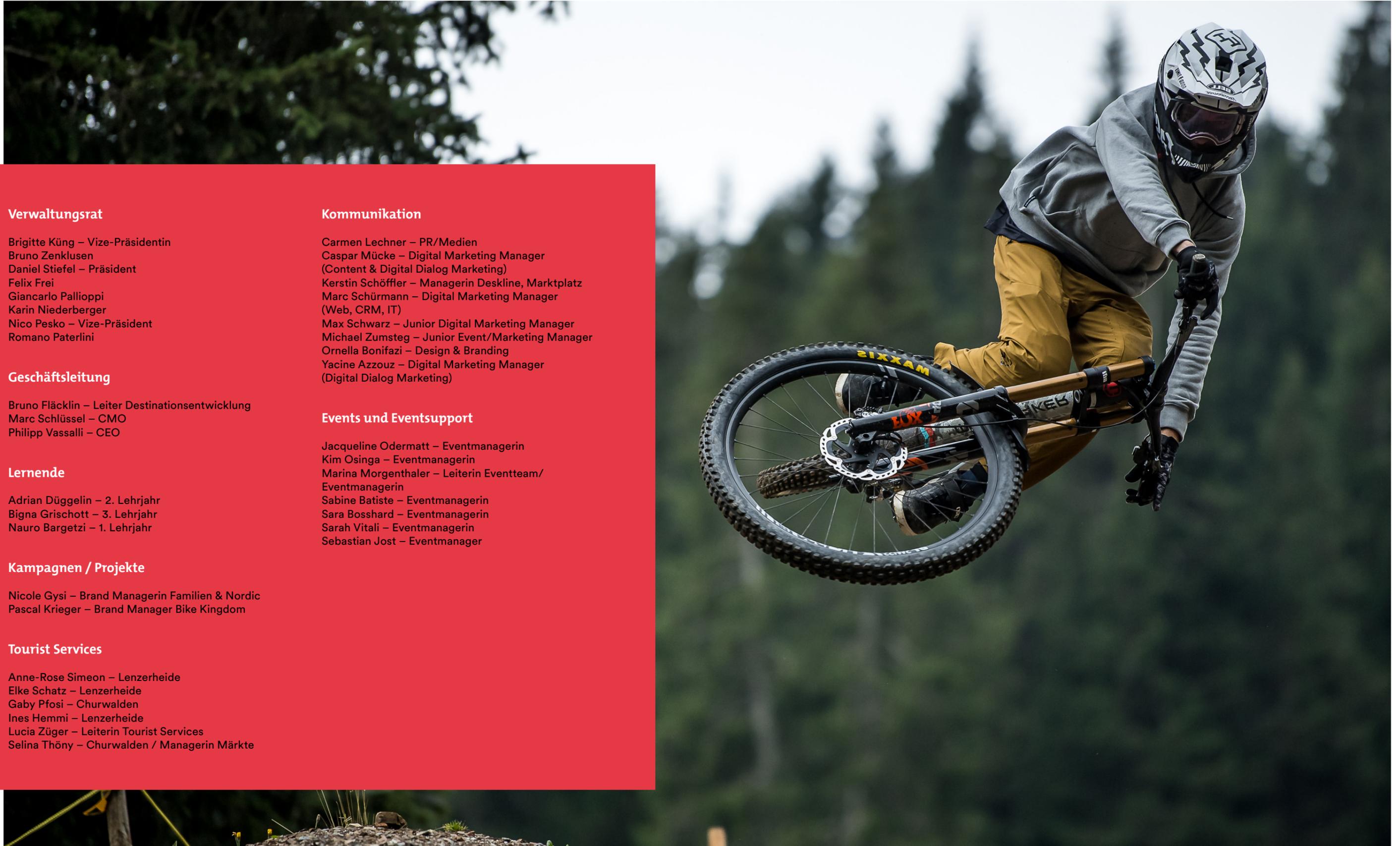
# Geschäftsbericht

# Inhalt



Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Mitarbeitende	3
Bericht des Präsidenten	4
Bericht des CEO	6
Bericht des CMO	7
<b>Zahlen und Statistiken</b>	<b>8</b>
<b>Jahresrechnung 2022/23</b>	
Bilanz	12
Erfolgsrechnung	13
Anhang	13
Gewinnverwendung	15
Bericht der Revisionsstelle	16

# Das Team am 30. April 2023



## Verwaltungsrat

Brigitte Küng – Vize-Präsidentin  
Bruno Zenklusen  
Daniel Stiefel – Präsident  
Felix Frei  
Giancarlo Pallioppi  
Karin Niederberger  
Nico Pesko – Vize-Präsident  
Romano Paterlini

## Geschäftsleitung

Bruno Fläcklin – Leiter Destinationsentwicklung  
Marc Schlüssel – CMO  
Philipp Vassalli – CEO

## Lernende

Adrian Düggelin – 2. Lehrjahr  
Bigna Grischott – 3. Lehrjahr  
Nauro Bargetzi – 1. Lehrjahr

## Kampagnen / Projekte

Nicole Gysi – Brand Managerin Familien & Nordic  
Pascal Krieger – Brand Manager Bike Kingdom

## Tourist Services

Anne-Rose Simeon – Lenzerheide  
Elke Schatz – Lenzerheide  
Gaby Pfosi – Churwalden  
Ines Hemmi – Lenzerheide  
Lucia Züger – Leiterin Tourist Services  
Selina Thöny – Churwalden / Managerin Märkte

## Kommunikation

Carmen Lechner – PR/Medien  
Caspar Mücke – Digital Marketing Manager  
(Content & Digital Dialog Marketing)  
Kerstin Schöffler – Managerin Deskline, Marktplatz  
Marc Schürmann – Digital Marketing Manager  
(Web, CRM, IT)  
Max Schwarz – Junior Digital Marketing Manager  
Michael Zumsteg – Junior Event/Marketing Manager  
Ornella Bonifazi – Design & Branding  
Yacine Azzouz – Digital Marketing Manager  
(Digital Dialog Marketing)

## Events und Eventsupport

Jacqueline Odermatt – Eventmanagerin  
Kim Osinga – Eventmanagerin  
Marina Morgenthaler – Leiterin Eventteam/  
Eventmanagerin  
Sabine Batiste – Eventmanagerin  
Sara Bosshard – Eventmanagerin  
Sarah Vitali – Eventmanagerin  
Sebastian Jost – Eventmanager

# Wegweisender Winter: Hin zur Ganzjahresdestination

Das Geschäftsjahr 2022/23 war ein spezielles Jahr. Es war das erste Jahr nach der Coronapandemie – ganz ohne Einschränkungen. Besonders erfreulich ist, dass wir an die guten Zahlen der Coronajahre anknüpfen konnten. Im Sommer blieb die Anzahl Gäste im Bereich Wandern stabil, im Bereich Mountainbike ist nach wie vor eine Zunahme erkennbar. Die hohe Nachfrage nach E-Bikes zeigt auch bei uns eine veränderte Nutzung, wobei die Entflechtung, die noch nicht abgeschlossen ist, positiv wirkt. Im Winter wurden wir von den «Launen der Natur» gefordert: hohe Temperaturen, schlechtes Wetter, wenig Schnee. Und doch fällt die Bilanz nicht schlecht aus, schaut man sich beispielsweise die Zahlen der Bergbahnen an. Insgesamt besuchten mit 1.28 Mio. zwar rund 10% weniger Gäste das Skigebiet Arosa Lenzerheide im Vergleich zum Rekordwinter des Vorjahres, was aber trotzdem mehr ist als im 5-Jahres-Vergleich. Aus diesem anspruchsvollen Winter können wir drei wichtige Erkenntnisse gewinnen: Erstens, die genaue und zeitnahe Kommunikation ist noch viel wichtiger, wenn nicht das gesamte Angebot an Winteraktivitäten zur Verfügung steht. Zweitens sollten wir unser Winterangebot weiter diversifizieren und «last but not least» muss die Abhängigkeit vom (Natur-)Schnee reduziert werden.

## Start des neuen CEO bei der LMS AG

Der Start des neuen Geschäftsjahres war zugleich der Start für unseren neuen CEO Philipp Vassalli bei der LMS AG. Philipp hat sich sehr rasch in der Destination und der Tourismusbranche eingelebt. Er führt das Unternehmen mit Umsicht und bringt eine ganzheitliche Perspektive ein. Darüber hinaus ergänzt er das Team wie gewünscht mit wertvollen Kompetenzen – zum Beispiel in den Bereichen finanzielle Führung oder Digitalisierung. Ich bedanke mich beim gesamten Team der LMS AG für den engagierten Einsatz für die Ferienregion Lenzerheide und ihre Gäste. Ebenso bedanke ich mich bei meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat für die stets konstruktive Zusammenarbeit.

## Masterpläne: Destination, Events und Digitalisierung

Das Geschäftsjahr 2022/23 war geprägt von vielen strategischen Arbeiten, wobei die Erstellung des Destinationsplans 2030 einer der Kernpunkte darstellte. Die gemeinsam definierte Vision sowie ein Bündel daraus abgeleiteter Massnahmen sämtlicher Destinationsgemeinden ist wertvoll und unabdingbar für eine langfristig positive Entwicklung der Ferienregion Lenzerheide. Der Destinationsplan 2030 wurde im Rahmen der Winter-Ausgabe des «Gesprächsstoffs» erstmalig der Öffentlichkeit vorgestellt und stiess auf viele positive Rückmeldungen.

Als Teil des Destinationsplans 2030 wurde die Eventstrategie überarbeitet. Zu den angestrebten Zielen gehören die Positionierung der Ferienregion Lenzerheide als Eventdestination, die Präzisierung der Kriterien resp. Gleichbehandlung der Events, die Vereinfachung der Abläufe für die Veranstalter, Gemeinden und die LMS AG sowie die Verbesserung der Planbarkeit der Finanzen dank eines gemeinsamen Pools. Die Einführung dieses Eventpools ist per 2024 geplant und ich bin überzeugt, dass wir hiermit eine gute Grundlage für attraktive Veranstaltungen für unsere Gäste, Ein- und Zweitheimische haben. Mit den Biathlon-Anlässen, dem Weltcup im Dezember 2023 und der WM im Februar 2025, stehen bereits zwei Veranstaltungen fest, die nicht nur den Namen Lenzerheide gewinnbringend in die Welt hinaustragen, sondern auch für deren Teilnehmende und Besuchende unvergleichliche Erlebnisse schaffen werden.

Fortsetzung auf Seite 5





Auch die Digitalisierung beschäftigt uns im Geschäftsjahr 2022/23, ist sie doch aus dem touristischen Alltag nicht mehr wegzudenken. Neben der Tatsache, dass die Gäste digitale Informationen und Dienstleistungen erwarten, eröffnet auch uns der digitale Dialog mit den Gästen neue Möglichkeiten. Mit dem Projekt «al.digital», einem Joint Venture der vier Organisationen Arosa Bergbahnen AG, Arosa Tourismus, Lenzerheide Bergbahnen AG und LMS AG, heben wir die Zusammenarbeit der beiden Bergbahnunternehmen sowie der Tourismusorganisationen über den Berg auf ein neues Level – kosteneffizient und mit einem Mehrwert für Gäste und Leistungsträger. Erste Umsetzungen aus dem Projekt wie etwa das digitale Reservationssystem für Restaurants sind bereits sichtbar, weitere folgen.

Im Namen des Verwaltungsrates bedanke ich mich bei allen Beteiligten der Ferienregion Lenzerheide. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit und darauf, weiter-

hin unvergessliche Erlebnisse in unserer schönen Destination zu schaffen.



**Daniel Stiefel**  
Verwaltungsratspräsident

# Der Kompass ist gerichtet – nun gilt es, gemeinsam Fahrt aufzunehmen

Das Geschäftsjahr 2022/23 war gespickt mit vielen Highlights. Folgende werden mir persönlich besonders in Erinnerung bleiben: der UCI Mountain Bike World Cup Lenzerheide mit dem Drama um Nino Schurter und Mathias Flückiger, die diversen Aktivitäten im Rahmen des 10-Jahre-Jubiläums des Bike Kingdom Parks, die trotz des nassen Wetters sehr stimmungsvolle 9. Ausgabe des Zauberswalds Lenzerheide, die ersten Biathlon-Europameisterschaften auf Schweizer Boden sowie die über 800 leuchtenden Kinderaugenpaare bei unserem Osterprogramm «Finde Globi». Aber insbesondere war ich von den vielen Lobeshymnen unserer Gäste zur Ferienregion Lenzerheide im Winter beeindruckt. Explizit wurde immer wieder erwähnt, wie top präpariert die Pisten, Loipen, Eisflächen und Winterwanderwege trotz des Schneemangels und der Wärme seien und wie gastfreundlich der Service in den Hotels, Gruppenunterkünften, Restaurants, Sportgeschäften und anderen Betrieben sei. Sehr gerne gebe ich dieses Lob unseren Leistungsträgern, Partnern und Destinationsgemeinden weiter.

## Destinationsplan 2030 und die Rolle der LMS AG

Mit dem Destinationsplan 2030 haben wir zusammen mit den Gemeinden die Weichen für die weitere Entwicklung der Ferienregion Lenzerheide gestellt. Es sind über 40 Massnahmen im Detail definiert, um die Vision zu erreichen, dass der Gast die Ferienregion Lenzerheide als die führende Destination für Sport und aktive Erholung in der Schweiz wahrnimmt. Dabei liegt der Fokus auf dem Ausbau unseres vielfältigen Angebotes in den Bereichen Ski Alpin, Bike, Nordic und Wandern, wobei die Qualität und nicht die Quantität im Vordergrund steht. Entsprechend sind auch die Dimensionen Nachhaltigkeit, Aufwertung der Ortszentren und die Schaffung von Wohnraum für Einheimische und Personal wichtige Elemente des Destinationsplans 2030. Die definierten Massnahmen involvieren diverse Anspruchsgruppen und haben unzählige Schnittstellen untereinander. Entsprechend anspruchsvoll und komplex, aber umso zentraler für die Weiterentwicklung, ist die Umsetzung des Destinationsplans 2030. Es freut mich, dass die LMS AG bei dieser Umsetzung eine zentrale Rolle in der Koordination und Kommunikation übernehmen kann und wir unsere Expertise, Erfahrung und Engagement entsprechend einbringen können. An dieser Stelle bedanke ich mich dabei insbesondere bei den Gemeindevertretern für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

## Unsere Ziele für das Geschäftsjahr 2023/24

Basierend auf dem Destinationsplan 2030 haben auch wir die Strategie der LMS AG überarbeitet und davon abgeleitet Ziele und Massnahmen für das neue Geschäftsjahr definiert. Im Zentrum stehen dabei unter anderem: der Ausbau der Positionierung der Ferienregion Lenzerheide als führende Destination für Sport und aktive Erholung mit zielgerichteten Marketingmassnahmen, die weitere Digitalisierung unter anderem im Rahmen des Projektes «al.digital», die Umsetzung der Eventstrategie, die organisatorische und kulturelle Weiterentwicklung der LMS AG sowie die weitere Stärkung des Verständnisses über und des Vertrauens in uns als Tourismusorganisation.

## Herzlichen Dank!

Seit einem Jahr darf ich zur Weiterentwicklung der LMS AG und der Ferienregion Lenzerheide beitragen. Meine persönliche Lernkurve in dieser Zeit war steil. Es benötigte doch eine gewisse Zeit, bis ich als Aussenstehender die Abhängigkeiten, die Entscheidungsfindungsprozesse und die Persönlichkeiten der Ferienregion Lenzerheide kennenlernen konnte. Entsprechend gilt mein grosser Dank euch allen für eure Offenheit, eure Geduld und das entgegengebrachte Vertrauen. Insbesondere möchte ich mich beim Verwaltungsrat sowie dem gesamten Team der LMS AG für die äusserst gute Zusammenarbeit und das grosse Engagement bedanken. Ich freue mich, zusammen mit euch allen die Ferienregion Lenzerheide weiterzuentwickeln.



**Philipp Vassalli**  
CEO



# Lenzerheide ist auf dem Weg zum Biathlon-Hotspot



Vom 25. bis 29. Januar 2023 fanden erstmals die IBU Open European Championships Biathlon in der Schweiz, in der Roland Arena in Lantsch/Lenz, statt. Rund 6'500 Zuschauerinnen und Zuschauer besuchten diese erste von drei Biathlon-Grossveranstaltungen in der Ferienregion Lenzerheide. Die Biathlon-Europameisterschaften bildeten den Auftakt einer besonders spannenden Rennserie. Bereits im kommenden Dezember ist Lenzerheide Austragungsort des ersten Biathlon-Weltcups in der Schweiz und die darauffolgenden Biathlon-Weltmeisterschaften im Februar 2025 bilden den absoluten Höhepunkt im bevorstehenden Eventkalender. Alle drei Veranstaltungen sind Premieren und historische Momente für den Biathlon-Sport in der Schweiz. Es sind Meilensteine in der Entwicklung dieser Sportart, die länger je mehr Fans in der Schweiz gewinnt. Das Biathlon-Feuer lodert und kann entfacht werden.

Der Biathlon-Sport erlebt in der Schweiz einen grossen Aufschwung und erfreut sich einer rasant wachsenden Beliebtheit. Biathlon fasziniert und schafft Emotionen wie kaum eine andere Sportart. Die Organisation der WM 2025 sowie die Aufnahme von Lenzerheide in den Weltcup-Kalender wird dem Biathlon-Sport hierzulande zusätzlich einen grossen Schub geben. Darüber hinaus sind die jüngsten Resultate der Biathlon-Shootingstars, unter anderem unserer Lokalmatadoren Niklas Hartweg und Amy Baserga, beste Werbung für den Sport und die kommenden Grossevents in Lenzerheide. Die Schweiz wird zur Biathlon-Nation.

## Herzlich willkommen im «home of the shooting stars»

Mit der Leitidee und Botschaft von «home of the shooting stars» positioniert sich Lenzerheide international als Biathlon-Hotspot. Es ist ein Begriff, bei dem mehr mitschwingt, als die Worte vermuten lassen. «home» also Zuhause ist ein Ort, aber auch ein Gefühl. Es vermittelt Emotionen, tiefe Verbundenheit und ein klares Commitment. Zu einem Zuhause wird Sorge getragen und man fühlt sich wohl. Auch «shooting stars» sind zweideutig. Einerseits sind alle Biathletinnen und Biathleten «shooting stars», denn sie sind Stars, die Schiessen. Nachwuchssportlerinnen und -sportler sind aufgehende Stars und somit auch «shooting stars». Plus können sich in der Roland Arena auch alle anderen als «shooting stars» fühlen, denken wir an die Biathlon-Schnupperkurse für Private und Gruppen. Zu guter Letzt heisst «shooting star» aber auch Sternschnuppe. Und diese stehen für Wünsche, Sehnsüchte und Träume. Die Leitidee eignet sich also perfekt, um Athletinnen und Athleten, den Austragungsort sowie die Sportart selbst wir-

kungsvoll zu verankern und relevante Inhalte zu schaffen, die auf den verschiedensten Kanälen und für verschiedene Zielgruppen verwendet werden können. Damit unterstreichen wir die langfristigen Ziele, Lenzerheide als Top-Biathlon-Standort für Grossanlässe und als Top-Trainings- und Ausbildungsstätte zu etablieren sowie die Finanzierung des Betriebs langfristig und nachhaltig zu sichern.

## Grundstein ist gelegt – da kommt noch mehr

Mit der erfolgreichen Durchführung der Biathlon-Europameisterschaften konnte ein Grundstein gelegt und erste Erfahrungen in der Organisation von Biathlon-Grossanlässen gesammelt werden. Es ist ein kleiner Vorgeschmack auf das, was uns in den kommenden zwei Jahren erwartet. Die letzten Biathlon-Weltmeisterschaften in Oberhof (Deutschland) im Februar 2023 zeigten einmal mehr, welches Potenzial in dieser Sportart steckt und für welche Aufmerksamkeit sie sogt. Höhere Einschaltquoten als die Spiele der Bundesliga, doppelt so hohe Einschaltquoten wie die Rennen der Ski-WM in Courchevel/Méribel und über 150'000 begeisterten Fans sind ein klares Indiz, welche Ausstrahlung die Biathlon-WM für Lenzerheide beinhaltet. Wir erwarten zurecht den Höhepunkt der rasanten Entwicklung des Biathlon-Sports in der Schweiz. Die Austragung der WM 2025 gibt dem Biathlon-Sport in der Schweiz und Lenzerheide einen enormen Schub, der mit nichts Vorherigem vergleichbar ist.

Mit grossem Engagement unterstützen wir als LMS AG mit unserem Event- und Marketingteam das Organisationskomitee, so dass die Titelkämpfe 2025 in Lenzerheide zu einem wahren Biathlon-Fest für die Athletinnen und Athleten, Fans und die gesamte Region wird. Es steht noch viel Arbeit bevor. Unsere Motivation und Vorfreude sind jedoch riesig, um diese Herausforderung gemeinsam anzupacken.



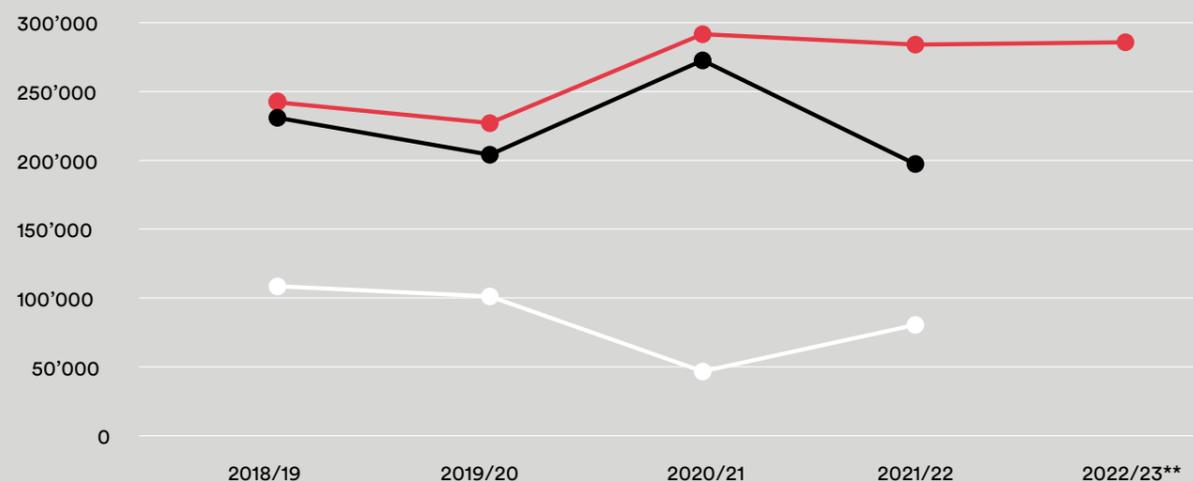
Marc Schlüssel  
CMO

# Zahlen und Statistiken

## Logiernächte Vaz/Obervaz

Aufgrund der Einführung der pauschalisierten Gästetaxen in Vaz/Obervaz per 1. Januar 2022 werden offiziell keine Logiernächte mehr gemeldet.

● Hotel ● Gruppenunterkünfte ● Fewo vermietet\*



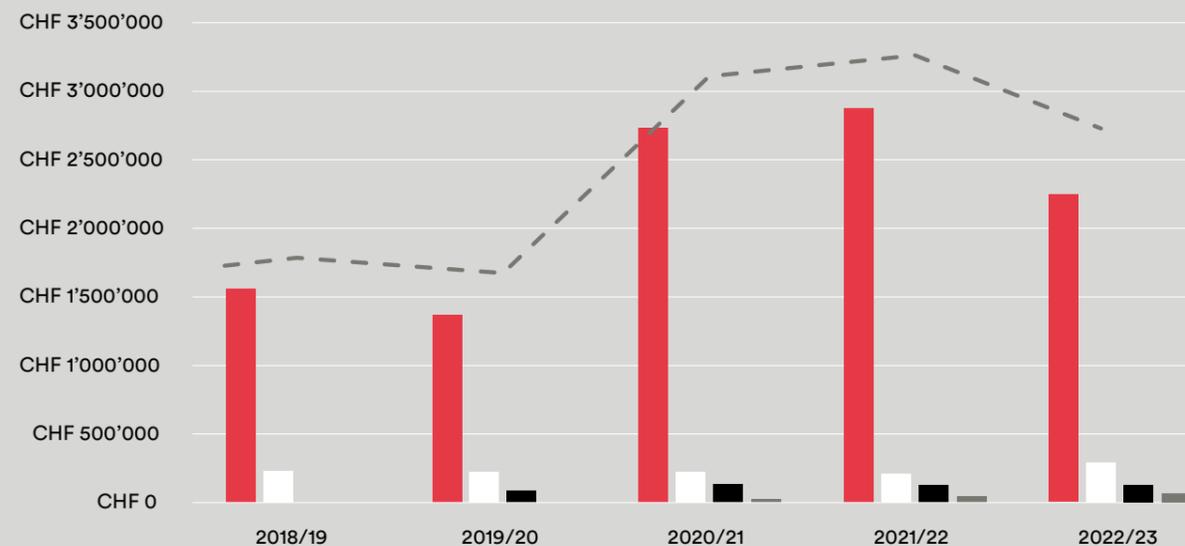
\* Ab Geschäftsjahr 2021/22 sind unter «Fewo vermietet» nur die Logiernächte der Grossvermieter enthalten.

\*\* Ab Geschäftsjahr 2022/23 werden «Gruppenunterkünfte» und «Fewo vermietet» nicht mehr erfasst.

## Umsätze Deskline

Bei den Deskline-Umsätzen werden die Buchungen über lenzerheide.swiss, die Informationsbüros sowie externe Buchungsplattformen wie e-domizil, Interhome, HRS Destination Solution und booking.com berücksichtigt. Die Umsatzsteigerung in den Geschäftsjahren 2020/21 und 2021/22 sind unter anderem auf die erhöhte Nachfrage nach Ferienwohnungen aufgrund der Covid-19-Pandemie und die laufenden Verbesserungen und Innovationen auf unseren Verkaufskanälen zurückzuführen.

■ Fewo vermietet ■ Hotel ■ Marktplatz ■ Camping — Gesamtumsatz

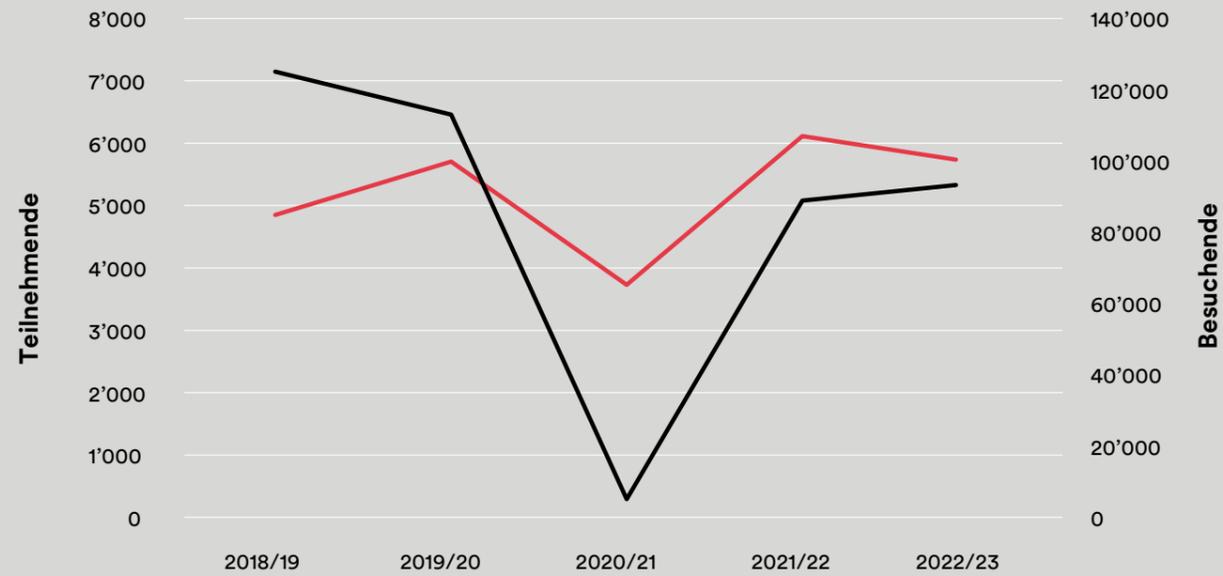


# Zahlen und Statistiken

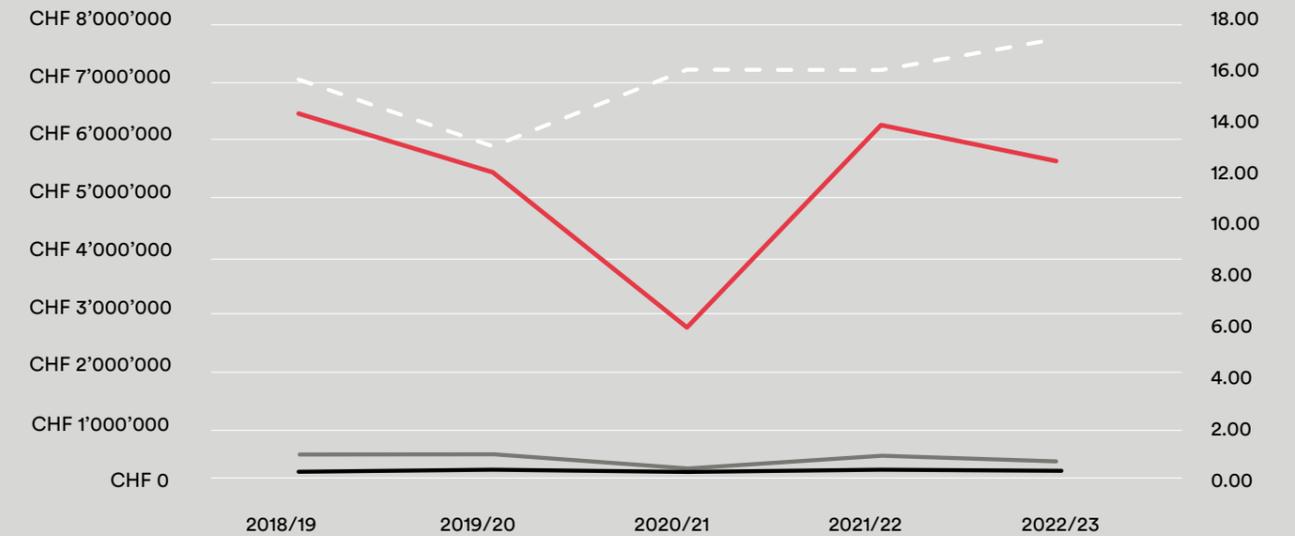
## Eventstatistik

Der Jahresvergleich ist im Bereich Events grundsätzlich schwierig, da gerade Grossevents teilweise nicht jährlich stattfinden, die Statistik aber massgeblich beeinflussen. Der Multiplikationsfaktor zeigt das Verhältnis zwischen den Eventbeiträgen der LMS AG und den freigesetzten Veranstaltungsbudgets, welche zu einem grossen Teil innerhalb der Destination investiert werden. Anhand definierter Kriterien überprüfen und beurteilen wir jeden Event und bestimmen, welche Leistungen dieser von der Destination erhalten wird. Die Mandate der LMS AG decken den zusätzlichen Unterstützungsbedarf einzelner OKs.

— Teilnehmende — Besuchende



— Budgetvolumen — LMS-Beiträge — LMS-Mandate — Multiplikationsfaktor

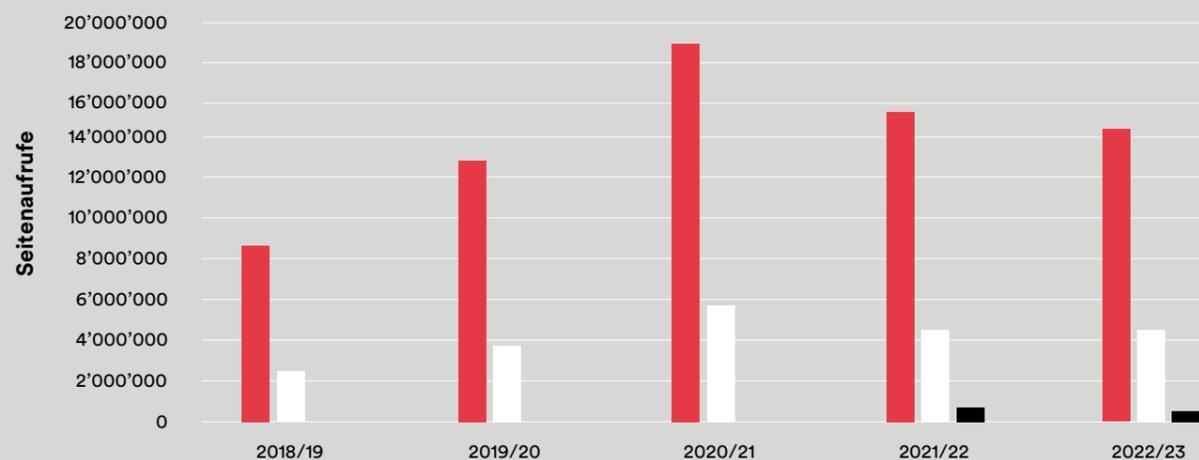
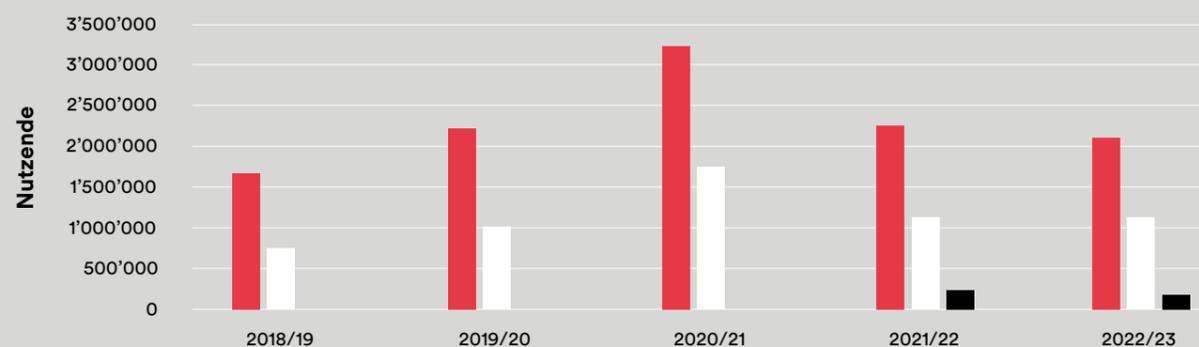


# Zahlen und Statistiken

## Webseite

Die Website wandelt sich immer mehr von einer reinen Informationsplattform zu einem digitalen Erlebnis. Diverse Neugestaltungen und Weiterentwicklungen sorgen für eine bessere User Experience und höhere Qualität der Inhalte. Viel wurde automatisiert und Inhalte spielen nun besser mit anderen Systemen zusammen. Eine der grossen Herausforderungen wird zukünftig die immer schwerere Messbarkeit von Zugriffen aufgrund der Blockierung von sogenannten 3rd Party Cookies durch moderne Internetbrowser. Cookies sind wichtig, um die Zugriffe und das Verhalten auf der Website zu messen. Zusammen mit Arosa Tourismus und unserer Webagentur sind wir an der Umsetzung einer zukunftsorientierten Lösung mit bereits eingesetzten Messtools.

— Arosa Lenzerheide gesamt — Lenzerheide — Bike Kingdom



arosalenzerheide.swiss

2'282'037

Nutzende

14'230'528

Seitenaufrufe

1'128'570

Nutzende

4'718'823

Seitenaufrufe

lenzerheide.swiss

167'189

Nutzende

647'674

Seitenaufrufe

bikekingdom.ch

# Zahlen und Statistiken

## Digital Dialog Marketing

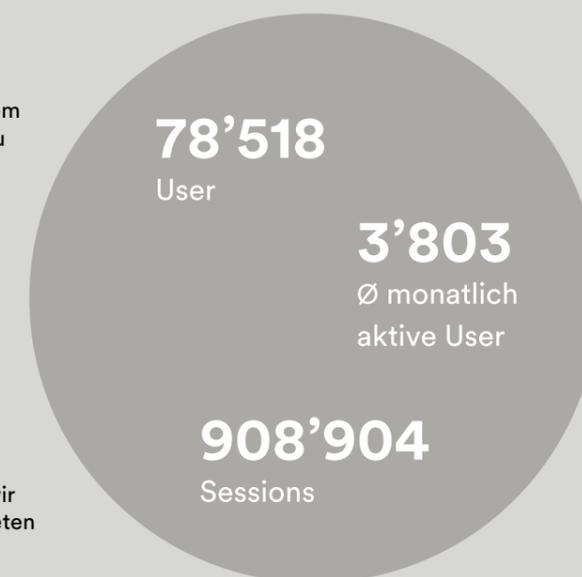
Unsere Social-Media-Kanäle sind die Satelliten um den Hub, unsere Webseite, auf der wir das gesamte Angebot der Ferienregion Lenzerheide und der Bergbahnen den Nutzer:innen vorstellen. Neben der Bereitstellung von Informationen wickeln wir dort auch Abverkauf sowie Buchungen ab. Ziel der Social-Media-Kanäle ist es, neben der Steigerung der Bekanntheit, der Interaktion mit (potenziellen) Gästen und der Pflege des Images gemäss Destinationsstrategie, die Weiterleitung der Nutzer:innen hin zur Lenzerheide-Website.

Frauen Männer



## Bike Kingdom App

Die Bike Kingdom App definiert ein neues Kundenerlebnis indem wir die Kundenbeziehung digitalisieren und die Wertschätzung neu definieren. Dank der digitalen Plattform und dem damit geschaffenen digitalen Ökosystem, können wir die Beziehung zum Gast deutlich intensivieren. Die Gamification-Elemente wie Leaderboards oder die Follow-Funktion ermöglichen einen engeren und häufigeren Austausch mit dem Gast. Wir sehen zudem, wie und wo sich die Gäste in der Destination bewegen und erfahren damit wertvolle Insights. Damit ist die Basis geschaffen, um das Potenzial dieser Informationen in Zukunft noch besser zu nutzen. Auch aus Sicht der Gästeloyalität und Gästebindung bietet das digitale Ökosystem grosse Vorteile. Wir können loyale Gäste besser erkennen und belohnen. Die App bietet zudem die Möglichkeit, Partner einfach einzubinden und sie somit zu einem Teil des Bike Kingdom zu machen. Durch diese Einbindung können wir unseren Leistungsträgern eine neue digitale Vertriebsplattform bieten und diese gemeinsam weiter ausbauen.



# Jahresrechnung 2022/23

## Bilanz per 30. April 2023

Aktiven	30.04.2023		30.04.2022		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel	997'940		539'896		458'044	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.1 280'311		397'928		-117'617	
Übrige kurzfristige Forderungen	2.2 110'005		75'481		34'524	
Vorräte	16'376		14'219		2'157	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	38'709		289'965		-251'256	
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>1'443'341</b>	<b>100.0</b>	<b>1'317'489</b>	<b>100.0</b>	<b>125'852</b>	<b>9.6</b>
Sachanlagen	1		5		-4	
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>1</b>	<b>0.0</b>	<b>5</b>	<b>0.0</b>	<b>-4</b>	<b>-80.0</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>1'443'342</b>	<b>100.0</b>	<b>1'317'494</b>	<b>100.0</b>	<b>125'848</b>	<b>9.6</b>

Passiven	30.04.2023		30.04.2022		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.3 230'862		199'500		31'362	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2.4 239'701		312'702		-73'001	
Rückstellungen	100'000		100'000		-	
Passive Rechnungsabgrenzungen	382'087		221'840		160'247	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>952'650</b>		<b>834'042</b>		<b>118'608</b>	
Rückstellungen	150'000		140'000		10'000	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>150'000</b>		<b>140'000</b>		<b>10'000</b>	
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>1'102'650</b>	<b>76.4</b>	<b>974'042</b>	<b>73.9</b>	<b>128'608</b>	<b>13.2</b>
Aktienkapital	300'000		300'000		-	
Gesetzliche Gewinnreserve	7'260		7'260		-	
Bilanzgewinn	33'432		36'192		-2'760	
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>340'692</b>	<b>23.6</b>	<b>343'452</b>	<b>26.1</b>	<b>-2'760</b>	<b>-0.8</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1'443'342</b>	<b>100.0</b>	<b>1'317'494</b>	<b>100.0</b>	<b>125'848</b>	<b>9.6</b>

# Erfolgsrechnung 2022/23

	2022/23		2021/22		Veränderung	
	CHF	%	CHF	%	CHF	%
<b>vom 1. Mai 2022 bis 30. April 2023</b>						
Ertrag aus Leistungsverträgen	3'630'465		3'735'475		-105'010	
Übriger Ertrag	1'134'348		1'220'036		-85'688	
Erlösminderungen	-10'418		-		-10'418	
<b>Betriebsertrag</b>	<b>4'754'395</b>	<b>100.0</b>	<b>4'955'511</b>	<b>100.0</b>	<b>-201'116</b>	<b>-4.1</b>
Warenaufwand	-10'860		-15'332		4'472	
Personalaufwand	2.5 -2'162'457		-2'214'611		52'154	
Marketingaufwand	2.6 -1'763'117		-1'850'140		87'023	
Sachaufwand	-819'321		-907'517		88'196	
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>-4'755'755</b>	<b>100.0</b>	<b>-4'987'600</b>	<b>100.0</b>	<b>231'845</b>	<b>-4.6</b>
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern</b>	<b>-1'360</b>	<b>-0.0</b>	<b>-32'089</b>	<b>-0.6</b>	<b>30'729</b>	<b>-95.8</b>
Abschreibungen	-		-		-	
<b>Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern</b>	<b>-1'360</b>	<b>-0.0</b>	<b>-32'089</b>	<b>-0.6</b>	<b>30'729</b>	<b>-95.8</b>
Finanzertrag	107		-		107	
Finanzaufwand	-		-		-	
<b>Betriebsergebnis vor Steuern</b>	<b>-1'253</b>	<b>-0.0</b>	<b>-32'089</b>	<b>-0.6</b>	<b>30'836</b>	<b>-96.1</b>
Betriebsfremder Ertrag	-		-		-	
<b>Jahresgewinn vor Steuern</b>	<b>-1'253</b>	<b>-0.0</b>	<b>-32'089</b>	<b>-0.6</b>	<b>30'836</b>	<b>-96.1</b>
Steuern	-1'506		-1'707		201	
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-2'759</b>	<b>-0.1</b>	<b>-33'796</b>	<b>-0.7</b>	<b>31'037</b>	<b>-91.8</b>

# Anhang zur Jahresrechnung

vom 1. Mai 2022 bis 30. April 2023

## Rechnungslegung

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 957-963b OR), gültig ab 1. Januar 2013, erstellt. Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend beschrieben bilanziert:

## 1. Die in der Jahresrechnung angewandten Bewertungssätze

### 1.1 Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel umfassen Kassabestände, Post- und Bankguthaben. Die Bewertung erfolgt zum Nominalwert. Fremdwährungsbestände in Euro wurden zum aktuellen Kurs umgerechnet.

### 1.2 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen. Auf dem Restbestand wird eine pauschale Wertberichtigung von 5% vorgenommen.

Die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen, abzüglich betriebswirtschaftlich notwendigen individuellen Einzelwertberichtigungen.

### 1.3 Vorräte

Die Vorräte werden höchstens zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten bilanziert.

### 1.4 Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellkosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen. Die Aktivierungsuntergrenze wurde mit CHF 5'000 pro Einzelobjekt festgesetzt. Die Nutzungs- bzw. Abschreibungsdauer der Anlagen wird je nach Anlage individuell nach betriebswirtschaftlichen Kriterien festgelegt.

Die linearen Abschreibungszeiträume für die wichtigsten Anlagegruppen betragen:

### Mobilien, Maschinen, IT, Einrichtungen, übrige Anlagen

Mobilien, Maschinen, IT	4-10 Jahre
Strassenfahrzeuge	4-12 Jahre

### Zusätzliche Abschreibungen

Sofern es das Jahresergebnis zulässt, werden zusätzliche Abschreibungen vorgenommen.

### 1.5 Verbindlichkeiten

Alle Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten erfasst.

### 1.6 Rückstellungen

Die Rückstellungen enthalten die auf einem Ereignis in der Vergangenheit begründeten wahrscheinlichen Verpflichtungen, deren Höhe und/oder Fälligkeit ungewiss, aber schätzbar ist. Diese Verpflichtungen begründen eine Verbindlichkeit. Insbesondere beinhalten die Rückstellungen Ausgaben für Grossanlässe.

## 2. Erläuterungen zur Bilanz und Erfolgsrechnung

2.1 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	30.04.2023	30.04.2022
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	195'612	345'434
Gegenüber Beteiligten	-	-
Gegenüber Aktionären und Organen	84'699	52'494
<b>Total</b>	<b>280'311</b>	<b>397'928</b>

2.2 Übrige kurzfristige Forderungen	30.04.2023	30.04.2022
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	98'148	64'235
Gegenüber Beteiligten	-	-
Gegenüber Aktionären und Organen	11'857	11'246
<b>Total</b>	<b>110'005</b>	<b>75'481</b>

2.3 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	30.04.2023	30.04.2022
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	165'557	163'185
Gegenüber Beteiligten	-	-
Gegenüber Aktionären und Organen	65'305	36'315
<b>Total</b>	<b>230'862</b>	<b>199'500</b>

2.4 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	30.04.2023	30.04.2022
	CHF	CHF
Gegenüber Dritten	239'081	312'702
Gegenüber Beteiligten	-	-
Gegenüber Aktionären und Organen	620	-
<b>Total</b>	<b>239'701</b>	<b>312'702</b>

### 2.5 Personalaufwand

Im Geschäftsjahr 2022/23 wurde keine Kurzarbeitsentschädigung beantragt. Im Vorjahr 2021/22 hat die LMS AG keine Kurzarbeitsentschädigungen erhalten.

2.6 Marketingaufwand	2022/23	2021/22
	CHF	CHF
Events	-546'776	-331'421
Gästeanimation	-32'053	-30'956
Produktgestaltung und Angebote	-247'726	-68'872
Projektkosten	-9'135	24'317
Basisimprime und Flyer	-75'000	-92'898
Inserate, Radio etc.	-765	-10'320
Internet, Homepage	-93'458	-196'989
Content Digital	-81'166	-156'519
Internet, Onlinemarketing	-2'160	-12'752
Plakate	-765	-2'500
Public Relations	-30'441	-26'941
Bild/Video	-61'651	-67'684
CI/CD	-2'000	-3'857
Verkaufsförderung	-59'872	-54'530
Verkaufskanäle Deskline	-29'314	-86'187
Medienbeobachtung, -einladung	-24'950	-26'976
Kampagnen und Partnerschaften	-186'890	-185'107
Partnerschaften	-174'287	-345'452
Sponsoring	-39'929	-77'003
Werbebeiträge	-54'723	-91'456
Qualitätsmanagement	-600	-3'037
Rechte	-9'456	-3'000
<b>Total</b>	<b>-1'763'117</b>	<b>-1'850'140</b>

2.7 Nettoauflösung von stillen Reserven	2022/23	2021/22
	CHF	CHF
Nettoauflösung von stillen Reserven	-	-

### 3. Weitere gesetzliche Angaben gemäss Art. 959c OR

<b>3.1 Angaben zur Gesellschaft</b>		30.04.2023	30.04.2022
Aktienkapital CHF		liberiert	liberiert
Lenzerheide Marketing und Support AG	300'000	100%	100%
Sitz:	Gemeinde Vaz/Obervaz		
Zweck:	Gestaltung, Promotion und Verkauf von Produkten der Ferienregion Lenzerheide, Betreuung von touristischen Marketings für die Region und Verkauf von Marketing- und Kommunikationsleistungen für Leistungsträger/Partner.		

<b>3.2 Mitarbeitende</b>		30.04.2023	30.04.2022
		Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt		26	28

#### 3.3 Nicht bilanzierte Verbindlichkeiten

<b>3.3.1 Langjährige Verpflichtungen</b>		30.04.2023	30.04.2022
		CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr		25'000	94'000
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren		18'750	107'333
Fälligkeiten > 5 Jahre		-	-
<b>Total</b>		<b>43'750</b>	<b>201'333</b>

Die langjährigen Verpflichtungen beinhalten Vereinbarungen mit Graubünden Ferien sowie Partnerschaften mit Dritten, welche nicht innerhalb eines Jahres gekündigt werden können.

<b>3.3.2 Leasingverbindlichkeiten</b>		30.04.2023	30.04.2022
		CHF	CHF
Fälligkeiten im kommenden Geschäftsjahr		5'724	5'724
Fälligkeiten in 2 bis 5 Jahren		8'109	13'833
Fälligkeiten > 5 Jahre		-	-
<b>Total</b>		<b>13'833</b>	<b>19'557</b>

Die Leasingverbindlichkeiten beinhalten das Leasing eines Multifunktionsgerätes. Per 01.10.2020 wurde der alte Leasingvertrag durch einen neuen abgelöst. Dieser Leasingvertrag dauert bis zum 30.09.2025.

<b>3.4 Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen</b>		30.04.2023	30.04.2022
		CHF	CHF
Kurzfristig	Swiss Life, Zürich	13'801	13'674

#### 3.5 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Seit dem Bilanzstichtag sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2022/23 haben.

### Gewinnverwendung 2022/23

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes	2022/23	2021/22
	Antrag des Verwaltungsrates	Beschluss der Generalversammlung
	CHF	CHF
Gewinnvortrag vom Vorjahr	36'191.61	69'987.72
Jahresergebnis	-2'759.07	-33'796.11
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>33'432.54</b>	<b>36'191.61</b>
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	-	-
Vortrag auf neue Rechnung	33'432.54	36'191.61
<b>Total</b>	<b>33'432.54</b>	<b>36'191.61</b>

# Bericht der Revisionsstelle

zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

Lenzerheide Marketing und Support AG

Vaz/Obervaz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Lenzerheide Marketing und Support AG für das am 30. April 2023 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 Bilanzgewinnes nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

PricewaterhouseCoopers AG



Beat Inauen  
Zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Martina Fetz  
Zugelassene Revisionsexpertin

Chur, 5. Juli 2023



**Lenzerheide Marketing und Support AG**  
Voa Principala 80  
7078 Lenzerheide  
T +41 81 385 57 00  
info@lenzerheide.swiss  
lenzerheide.swiss