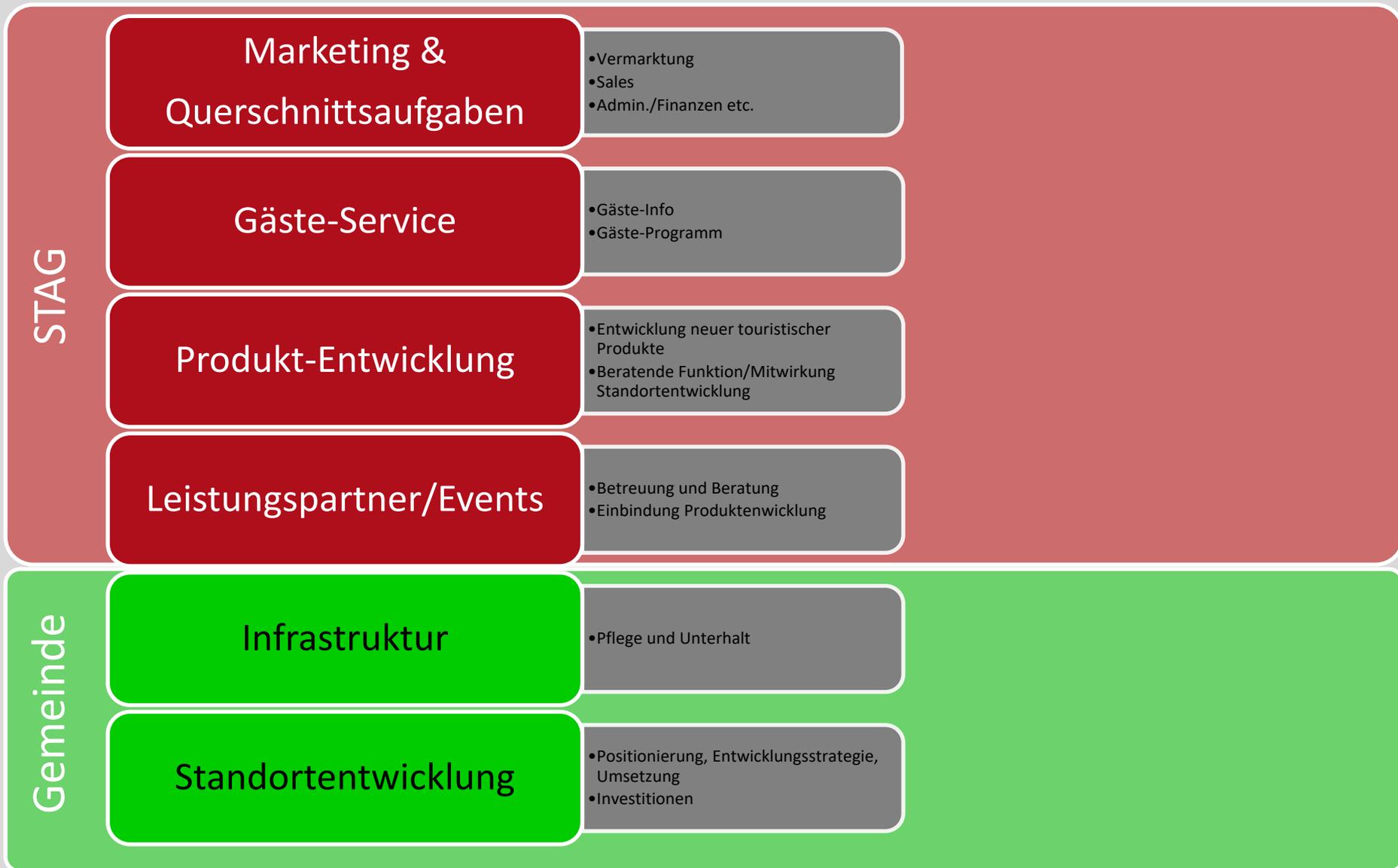


# Treffpunkt Obersaxen

Mittleinsatz Surselva Tourismus AG



# Aufgabenverteilung Gemeinde - STAG



# Zwei Arten von Taxen

## Gästetaxe/ Beherbergungsabgabe

### **WER?**

Beherberger und Eigennutzer,  
sofern nicht uneingeschränkt  
Steuerpflichtig in der Gemeinde

### **VERWENDUNG?**

Finanzierung von Ausgaben im  
Interesse und zum Nutzen der  
Abgabepflichtigen  
Finanzierung von touristischen  
Einrichtungen und  
Veranstaltungen

## Tourismustaxe

### **WER?**

natürlichen und juristischen  
Personen, die auf  
Gemeindegebiet tätig sind und  
vom Tourismus profitieren

### **VERWENDUNG?**

Die Erträge sind im Interesse der  
steuerpflichtigen Personen und  
insbesondere für eine wirksame  
Marktbearbeitung sowie für  
Anlässe zu verwenden

# Verwendung Mittel aus der Gästetaxe



# STAG: Mitteleinsatz 2017

Gästetaxe

**Ertrag CHF 1'613'476**

Gäste-Service

Produkt-Entwicklung

Leistungspartner/Events

Querschnittsaufgaben

Tourismustaxe

**Ertrag CHF 919'850**  
& zusätzliche Eigenmittel  
CHF 120'813

Marketing

# STAG: Taxen aus Obersaxen 2017

## Gästetaxe

**Ertrag CHF 416'964.-**

Total Ertrag Gästetaxen: 434'813  
Einnahmen Gästeprogramm,  
Inserate, Verkauf Souvenirs,  
Karten

25.8% der Gästetaxe-Einnahmen

## Tourismustaxe

**Ertrag CHF 240'000.-**

26.1 % der Tourismustaxen-Einnahmen

# Mittelleinsatz Gästetaxe vor Ort Obersaxen

	IST 2017	Bemerkungen
Gäste-Service	Personalaufwand Infostelle Obersaxen	123'111 Inkl. Sozialabgaben
	Aufwand betriebsfremdes Personal	38'949 Aufwand Büro Mundaun 30'800 Dienstleistung RhB 8'149
	Raumaufwand	32'026
	Gästeprogramm	30'867 Einnahmen CHF 9'534
	Kommunikation vor Ort	20'595 Panoramakarte, Broschüren, Winterkarte, Anteil Ferienbegleiter (5'952)
	Gästekarte	21'352 Gesamtkosten Gästekarte 237'354

**Total Gäste-Service CHF 266'900 (62% der eingesetzten Gästetaxen)**

# Finanzierung Gästekarte

	Logiernächte Hotels 2015	Logiernächte Hotels 2016	Total	in % gerundet	Ausgaben Gästekarten 2016 Fewo	in % gerundet	Durchschnitt gerundet
Brigels	13'069	25'256	38'325	54.00%	4'077	79.00%	<b>66%</b>
Ilanz	6'196	13'715	19'911	28.00%	187	3.60%	<b>16%</b>
Lumnezia	2'851	3'426	6'277	9.00%	455	8.90%	<b>9%</b>
<b>Obersaxen Mundaun</b>	<b>2'895</b>	<b>3'280</b>	<b>6'175</b>	<b>9.00%</b>	<b>441</b>	<b>8.50%</b>	<b>9%</b>
Total	25'011	45'677	70'688	100%	5'160	100%	<b>100%</b>

# Finanzierung Gästekarte

	Anteil jeweiliger Gemeinde
Brigels	<b>156'653.-</b>
Ilanz	<b>37'977.-</b>
Lumnezia	<b>21'362.-</b>
<b>Obersaxen Mundaun</b>	<b>21'362.-</b>
<b>Total</b>	<b>237'354.-</b>

# Mittelleinsatz Gästetaxe vor Ort Obersaxen

	IST 2017	Bemerkungen
Produkt-Entw.	Produktentwicklung	10'512 Entwicklung neuer touristischer Angebote (detectiv trail, Witztafeln etc.)
Events	Events	4'570 Bike Marathon, Ski Club Rennen ZüriLeu
	Entwicklung Eventmanagement	4'806
	Event Ensemen	24'161 Gesamtkosten 69'030

**Gesamtaufwand Produktentwicklung 10'512**

**Gesamtaufwand Events 33'537**

# Mittelleinsatz Gästetaxe Querschnitt

Querschnittsaufgaben

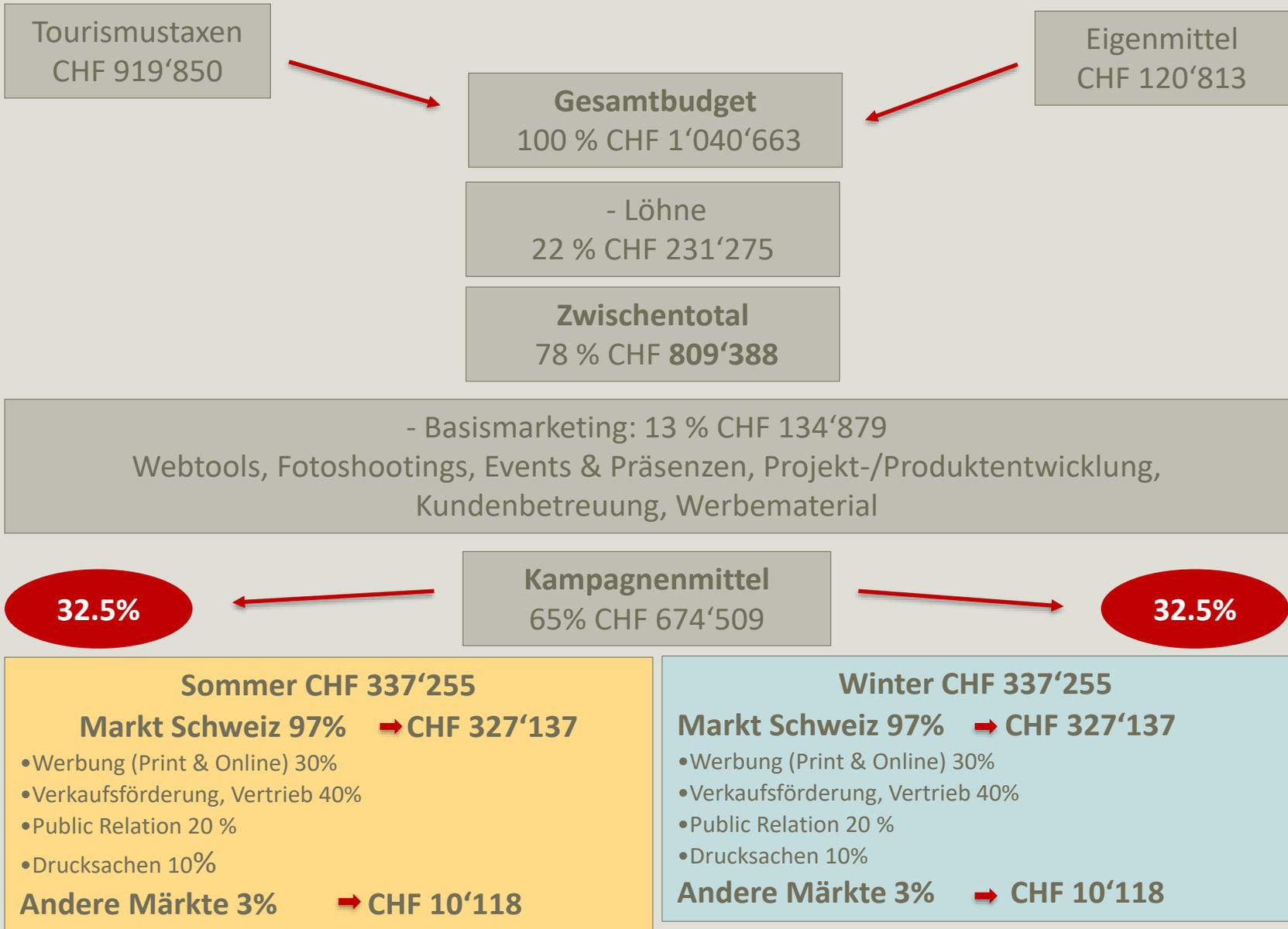
	IST 2017	Bemerkungen
Anteil Verwaltungs- und Informatikaufwand	26'047	Gesamtaufwand 107'479.-
Aufwand Lohnanteil Querschnittsaufgaben	47'925	Geschäftsführung, Administration, PL Digital, Sales, externe Beratung
<b>Total Querschnitt</b>	<b>73'972</b>	

# Mitteleinsatz Übrige Aufwändungen

	IST 2017	Bemerkungen
Rückstellung Markenstrategie	25'000	Überprüfung der Marke «Surselva»
Abschreibungen	5'531	
Ergebnis vor Tourismustaxen	20'415	

# Verwendung Mittel aus der Tourismustaxe





# Promotionsmassnahmen

Promotionsmassnahmen mit Dachorganisationen 111'110

Eigene Promotionsmassnahmen

98'444

## Enavant Kampagne - Radio & Online



Um maximale Reichweite zu erreichen arbeiten wir mit zwei Radiosendern und streuen die Angebote online.

Radio-Kampagnendauer: KW 46/47 und KW 3 in der Prime Time

- Energy (14 Tage – 55 Spots)
- Radio Zürisee (15 Tage – 45 Spots)

Online-Kampagnendauer: KW 46 bis KW 4

- Responsive Ads (Grösse, Darstellung und Format dieser Anzeigen werden automatisch an die Werbefläche)
- Google Displaynetwork (Über das Google Display-Netzwerk können Anzeigen auf einer Vielzahl neuer Websites, Blogs oder auf anderen Nischenwebsites im Internet platziert werden)



# Kooperationen GRF

Kooperationen GRF

131'954

Segmente:

- Wandern
- Familien
- Ski / Snowboard
- Mein Bergdorf

## Graubünden Ferien – Wandern

«Schön gsi-Moment»

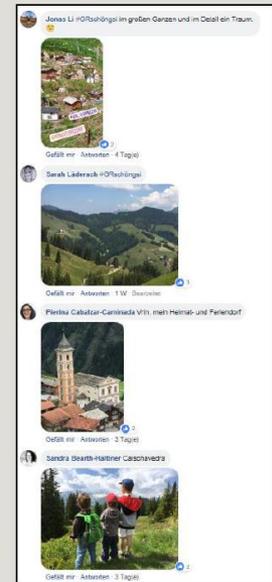
- Weiterführung der Kampagne von 2017 (Wahl der 10 schönsten Wanderungen in GR)
- GRF fordert die Gäste auf ihren **schön gsi-Moment** nach dem Wandern zu teilen



<https://www.youtube.com/watch?v=2b6ZMn375sY>



<https://www.youtube.com/watch?v=IMFLDqmsj54>



 Surselva

 Surselva

# Medienarbeit

Medienarbeit / PR

60'502

## Medien – Medienreisen

Medienreisen Ulla Wiegand - Berichte

REISEFREIZEIT

**Vom Skikurs in Großvaters Küche**

**19 Passionsessen**

**18 Familienzeit**



REISEFREIZEIT

**Märchenhafter Winterzauber**

**Ein schneeweißes Haar durch den Schnee**

**Ein schneeweißes Haar durch den Schnee**



REISEFREIZEIT

**Ein schneeweißes Haar durch den Schnee**



REISEFREIZEIT

**Mit schneeweißem Haar durch den Schnee**

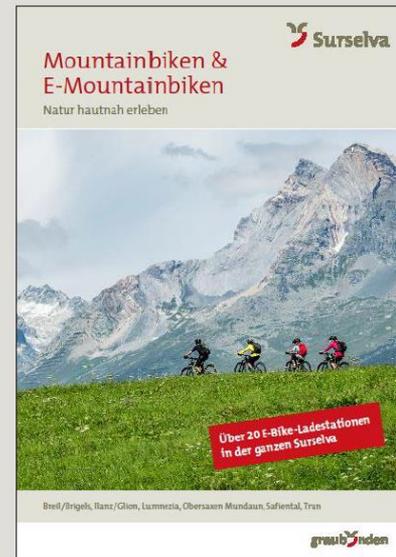
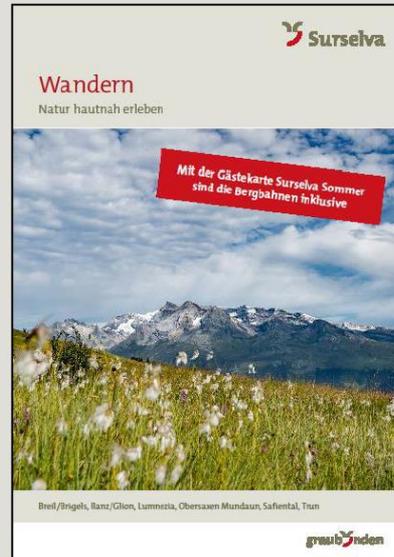


# Drucksachen

Drucksachen Markt

37'607

## Broschüren 2018



**Surselva**

**Surselva**

# Reservationssystem / Vertrieb

Reservationssystem

40'194

Vertrieb

31'352

**Besten Dank!**

Obersaxen Mundaun