

Mehr Übernachtungen in der Lenzerheide

Die Ferienregion Lenzerheide verzeichnet im vergangenen Jahr ein Logiernächteplus von 3,1 Prozent. Die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS AG) schliesst das Geschäftsjahr trotz Neuorganisation nur leicht im Minus.



Bild: LMS AG

Die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS AG) hat nach ihrer heutigen 9. Generalversammlung den Geschäftsbericht 2017/18 veröffentlicht. Bei einem Betriebsertrag von mehr als 6 Millionen Franken und einem direkten Marketingeinsatz von 2,9 Millionen Franken schliesst sie das Geschäftsjahr mit einem leichten Verlust von 3270 Franken ab. Ein äusserst positives Bild zeige hingegen die Entwicklung der Logiernächte der Ferienregion Lenzerheide, wie die Marketingorganisation am Montag mitteilte. Gesamthaft konnten die Logiernächte von Mai 2017 bis April 2018 um 3,1 Prozent gesteigert werden.

Am stärksten war das Wachstum in der Gemeinde Vaz/Obervaz. Dort konnten insbesondere die Logiernächte in den Hotels (+10,5 Prozent) und den vermieteten Ferienwohnungen (+8,5 Prozent) stark gesteigert werden. Dies hängt gemäss Bruno Fläcklin, Tourismusdirektor der Ferienregion Lenzerheide, neben den verschiedenen Grossevents auch mit den guten Wintersportbedingungen zusammen. «Gerade in den Wintermonaten zwischen Januar und März konnten wir in der Hotellerie und bei den Grossvermietern von Ferienwohnungen stark zulegen» bestätigt Bruno Fläcklin und ergänzt: «Erfreulicherweise liegt neben einer Steigerung der Logiernächte von Schweizer Gästen auch die Zunahme der Logiernächte aus Deutschland im zweistelligen Bereich.»

Wahl des Verwaltungsrates

An der diesjährigen Generalversammlung der LMS AG stand neben den üblichen Traktanden die Wahl des Verwaltungsrates im Zentrum. Neben Präsident Ernst «Aschi» Wyrsh wurden Nico Pesko als Vize-Präsident sowie Yvonne Brigger-Vogel, Ariane Ehrat, Aron Moser, Giancarlo Pallioppi und Margrith Raschein als Verwaltungsräte einstimmig wiedergewählt.

Verstärkter Fokus auf Marketing

Trotz der erfreulichen Tourismuszahlen sei das Geschäftsjahr 2017/18 für die LMS AG ein Jahr des Umbruchs gewesen. Nachdem die Leistungsvereinbarung mit der Lenzerheide Bergbahnen AG (LBB AG) in massgeblichen Punkten stark reduziert worden sei, habe die LMS AG eine neue Organisationsstruktur finden müssen ([siehe htr hotel revue 9/2018 \(/fileadmin/user_upload/htr/content/media/pdf/Lenzerheide_vor_Neuausrichtung.pdf\)](#)). Die LBB AG soll künftig pro Jahr 1,1 Millionen Franken weniger an die LMS AG überweisen, investiere diesen Betrag aber stattdessen in den Verkauf und Vertrieb mit den Arosa Bergbahnen AG und übernehme das Produktmanagement für das Strategische Geschäftsfeld «Alpiner Schneesport».

Die LMS AG wolle sich indes wieder verstärkt dem Marketing widmen, anstelle von zu viel Koordination und Organisation, heisst es in der Mitteilung. Gelingen soll dies gemäss Bruno Fläcklin mit der Auslagerung bestimmter Aufgaben. «Wir ziehen die Leistungsträger der Region wieder stärker in die Verantwortung. Sie sollen gemeinsam authentische und markttaugliche Produkte für die Kommunikation der Ferienregion Lenzerheide aufbereiten» betont der Tourismusdirektor.

Neuer Mehrpunkteplan und Strategie

Bereits seit einigen Monaten erarbeiteten die Gemeinden Vaz/Obervaz, Chruwalden und Lantsch/Lenz, die LBB AG, die Bürgergemeinde Vaz/Obervaz sowie Lenzerheide Tourismus gemeinsam mit der LMS AG ein Mehrpunkteplan für die Ferienregion Lenzerheide, heisst es in der Mitteilung weiter. Dieser habe einen langfristigen Fokus von fünf bis sieben Jahren und bilde die Basis für die Strategie der LMS AG für die kommenden drei bis vier Jahre. Erste Details sollen an der nächsten öffentlichen Informationsveranstaltung «Gesprächsstoff» am Mittwoch, 5. Dezember 2018 kommuniziert werden.

htr/pt

Publiziert am Dienstag, 25. September 2018