



Lenzerheide: **ECHT BESSER WERDEN!**

*Business Plan. 7-Punkte-Programm.
1. Fassung vom 16. Oktober 2007*

Bürgergemeinde Vaz / Obervaz
Politische Gemeinde Vaz / Obervaz
Lenzerheide Bergbahnen AG
Lenzerheide Tourismus



Die internationale Ferienregion Lenzerheide steht vor dem grössten Entwicklungsschritt ihrer neueren Geschichte. Alle Akteure vor Ort haben sich auf eine klare Vorwärtsstrategie und auf optimal aufeinander abgestimmte Umsetzungsmassnahmen geeinigt. Diese umfassen Investitionen von über Fr. 200 Mio. in den nächsten Jahren. Die klare Prioritätensetzung des 7-Punkte-Programms ist darauf angelegt, sehr rasch und konsequent die wichtigsten Hebel für die Entwicklung in Bewegung zu setzen:

1. Erhöhung der Schneesicherheit
2. Neue Angebotsdimension durch Verbindung von Lenzerheide und Arosa
3. Verbesserung des Angebotes an warmen Betten
4. Neues Verkehrskonzept und Besucherlogistik (Portalstrategie)
5. Optimierung der Vermarktung
6. Verbesserte Sport-Infrastrukturen am Berg (Winter und Sommer)
7. Attraktivierung des aussersportlichen Erlebnisangebotes



*Bezüglich **Qualität und Grösse** des Angebotes wird sich die Lenzerheide **bei den Besten der alpinen Erlebnisarenen** positionieren.*

Der vorliegende Business Plan fasst Ausgangslage, Strategie und Umsetzungsmassnahmen zusammen*. Für Behörden, Bevölkerung und wirtschaftliche Akteure beschreibt und begründet der Business Plan die Leitlinien politischer bzw. unternehmerischer Entscheidungen. Investoren finden darin solid dokumentierte Geschäftsgelegenheiten.

* Der Business Plan ist aus Sicht der Destination insgesamt geschrieben. Er ersetzt nicht die detaillierten Planungen bzw. Business Pläne von einzelnen Akteuren, sondern fasst diese zusammen. Weil quantitativ-finanzielle Prognosen auf Ebene Destination von sehr vielen externen Faktoren abhängen und deshalb kaum seriös zu erarbeiten sind, wird darauf bewusst verzichtet.



 Unsere Verpflichtung

2. Ausgangslage
3. Strategie
4. Umsetzungsmassnahmen: *7-Punkte-Programm*
5. Kontakte

Die Ferienregion Lenzerheide wird sich in den kommenden Jahren zu einer der erfolgreichsten Tourismusdestinationen der Schweiz entwickeln. Neben den exzellenten natürlichen Voraussetzungen unseres Ortes dokumentiert der vorliegende Business Plan eine weitere Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg: Den Willen aller beteiligten Akteure, sich gemeinsam und koordiniert für unsere Zukunft einzusetzen. Nicht mit Worten, sondern mit konkreten Taten: mit Investitionen, die Mehrwerte generieren werden. Unternehmerisch und volkswirtschaftlich.

Dieser Business Plan beschreibt die Strategie und die konkreten Umsetzungsvorhaben der wichtigsten Akteure, die bereits vor Ort sind. Und er zeigt Gelegenheiten für neue Investoren auf der Lenzerheide auf. Er hat in diesem Sinn zwei Funktionen:

- **Führungsinstrument**, indem er die Aktivitäten der an der Entwicklung beteiligten Organisationen aufeinander abstimmt
- **Kommunikationsinstrument**, indem er den bestehenden und neuen Investoren auf der Lenzerheide solide Entscheidungsgrundlagen für ihre Projekte bietet

Der vorliegende Business Plan wurde von den beteiligten Akteuren am 'Runden Tisch' im Laufe des Jahres 2007 erarbeitet und einer breiten öffentlichen Vernehmlassung unterbreitet. Er soll inskünftig periodisch an die Entwicklung und an die Planungen der Akteure angepasst werden.

Unterzeichnet im Rahmen einer öffentlichen Informationsveranstaltung am 16. Oktober 2007 der Gemeinde Vaz / Obervaz auf der Lenzerheide.

Für die
Bürgergemeinde
Vaz / Obervaz


V. Blaesi
Präsident


B. Parpan
Aktuar

Für die
Politische Gemeinde
Vaz / Obervaz


U. Häusermann
Gemeinde-
präsident


E. Gabriel
Gemeinde-
schreiber

Für die
Lenzerheide
Bergbahnen AG


P. Furger
VR-Präsident


R. Flaig
CEO

Für den
Verein Lenzerheide
Tourismus


G. Blaesi
Präsident


R. Fischer
Direktor

Bürgergemeinde Vaz / Obervaz

Bestehend aus 800 Bürgerinnen und Bürgern
Eigentümerin des gesamten öffentlichen Grund und Bodens
Vaz / Obervaz.

Führungsorgane: Bürgergemeindeversammlung, Bürgerrat (5
Mitgl.)

Politische Gemeinde Vaz / Obervaz

Einzugsgebiet: 42 km²

Ständige Einwohner: 2'600

Präsenz in Spitzenzeiten: ca. 28'000 Pers.

Bilanzsumme (2006): Fr. 51 Mio.

Eigenkapital (2006): Fr. 22 Mio.

Bruttoinvestitionen (2006): Fr. 6.5 Mio.

Steuerertrag 1997-2006: durchschn. Fr. 11.5 Mio.

Selbstfinanzierungsgrad 1997-2006: durchschn. 87%

Lenzerheide Bergbahnen AG

97% Marktanteil im Skigebiet Lenzerheide-Valbella

Anzahl Transportanlagen: 28

Gesamtlänge präparierte Pisten: 155km

Betriebsertrag: Fr. 32.4 Mio. (2006/07)

EBITDA: Fr. 9.5 Mio.

Bilanzsumme: Fr. 110 Mio.

Eigenkapitalbasis: 54%

Wichtigste Aktionärin: Gemeinde Vaz / Obervaz (34.75%)

Die LBB AG hat sich für die kommenden Jahre ambitionierte Wachstumsziele gesetzt. Diese Ziele setzen u.a. die in diesem Business Plan dargestellten Investitionen voraus. Innerhalb des bestehenden Aktionariates werden verschiedene Möglichkeiten zur Finanzierung geprüft. Im Vordergrund steht die Option einer Kapitalerhöhung im Kreise der bisherigen Aktionäre oder unter Einbezug eines strategischen Partners.

Verein Lenzerheide Tourismus

95% Organisationsgrad bei einheimischer Hotellerie und Gastronomie

Mitgliederstruktur: 500 Mitglieder (1/3 Einheimische, 2/3 Gäste und Unterländer)

Einzugsgebiet: Destination Lenzerheide, ab 2008 ganzes Tal von Malix bis Brienz umfassend

Auftrag: Marketingorganisation der Destination

Aufgabengebiete: Dachkommunikation Marke "Lenzerheide", Produkt-Management, Buchungs-Infrastruktur, Tourist Services, Event-Organisation

Budget: Fr. 3.5 Mio.

Spezialauftrag ab 2007: Projektleitung bei Bildung der kantonalen Destinationsmanagement-Organisation Arosa-Chur-Lenzerheide

1. Unsere Verpflichtung / Die Akteure vor Ort

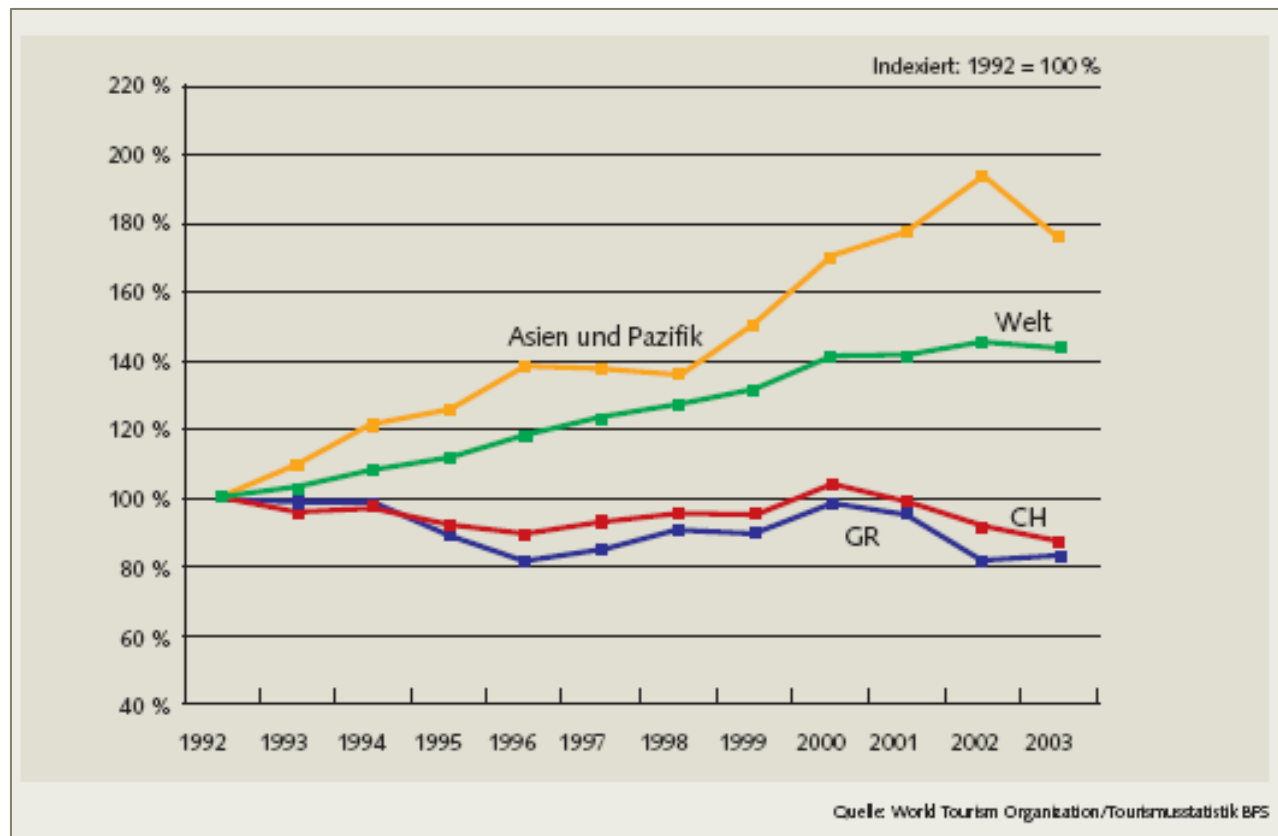
 Ausgangslage

3. Strategie

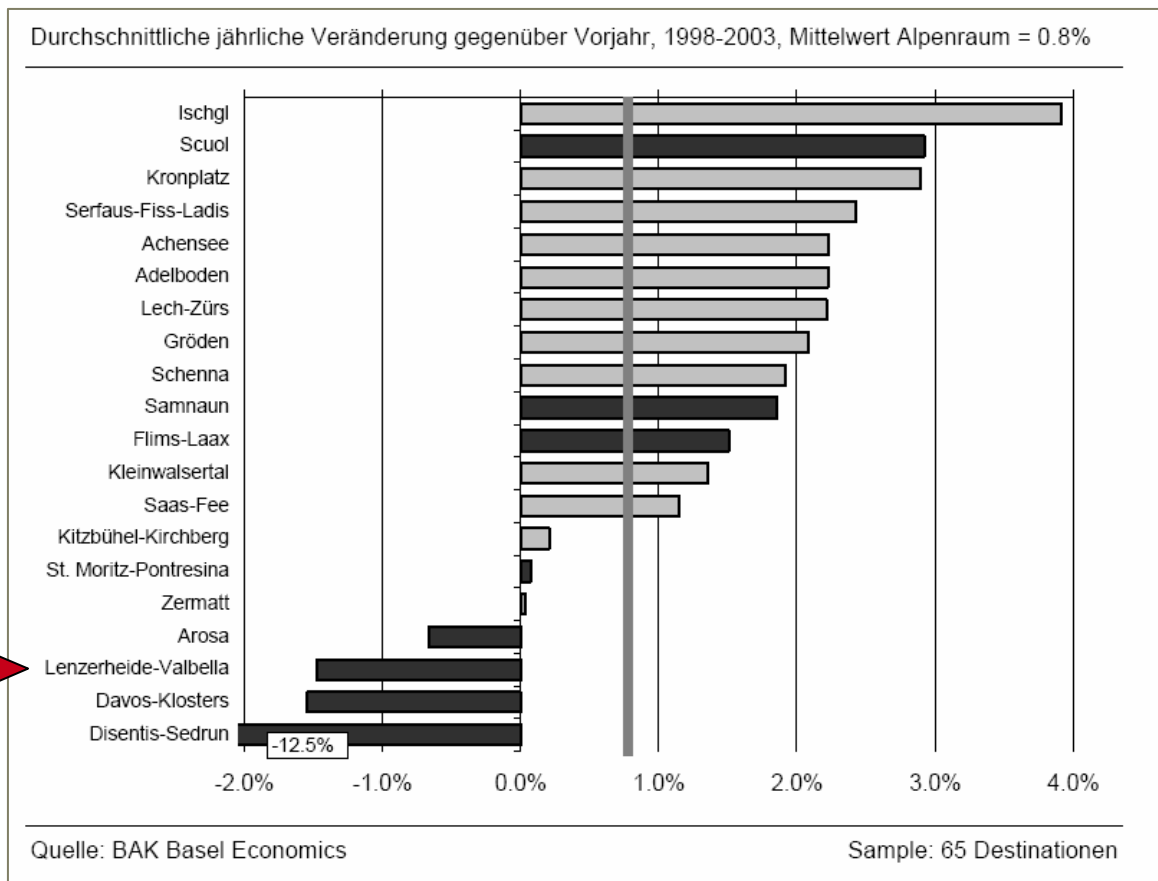
4. Umsetzungsmassnahmen: *7-Punkte-Programm*

5. Kontakte

Entwicklung der Anzahl Ankünfte in der Hotellerie



Entwicklung der Hotelübernachtungen Winter & Sommer



Momentaufnahme 2006:

Anzahl Hotelbetten
(Winter/Sommer 2005-06):

****: 678/642

***: 646/616

bis **: 223/183

Durchschnittliche Auslastung Hotels
(Winter/Sommer 2005-06):

****: 52.3%/39.2%

***: 43.2%/28%

bis **: 35.6%/18.5%

Split Logiernächte (05/06):

Hotels: 215'390

Vermietete FeWo: 192'659

Camping: 27'118

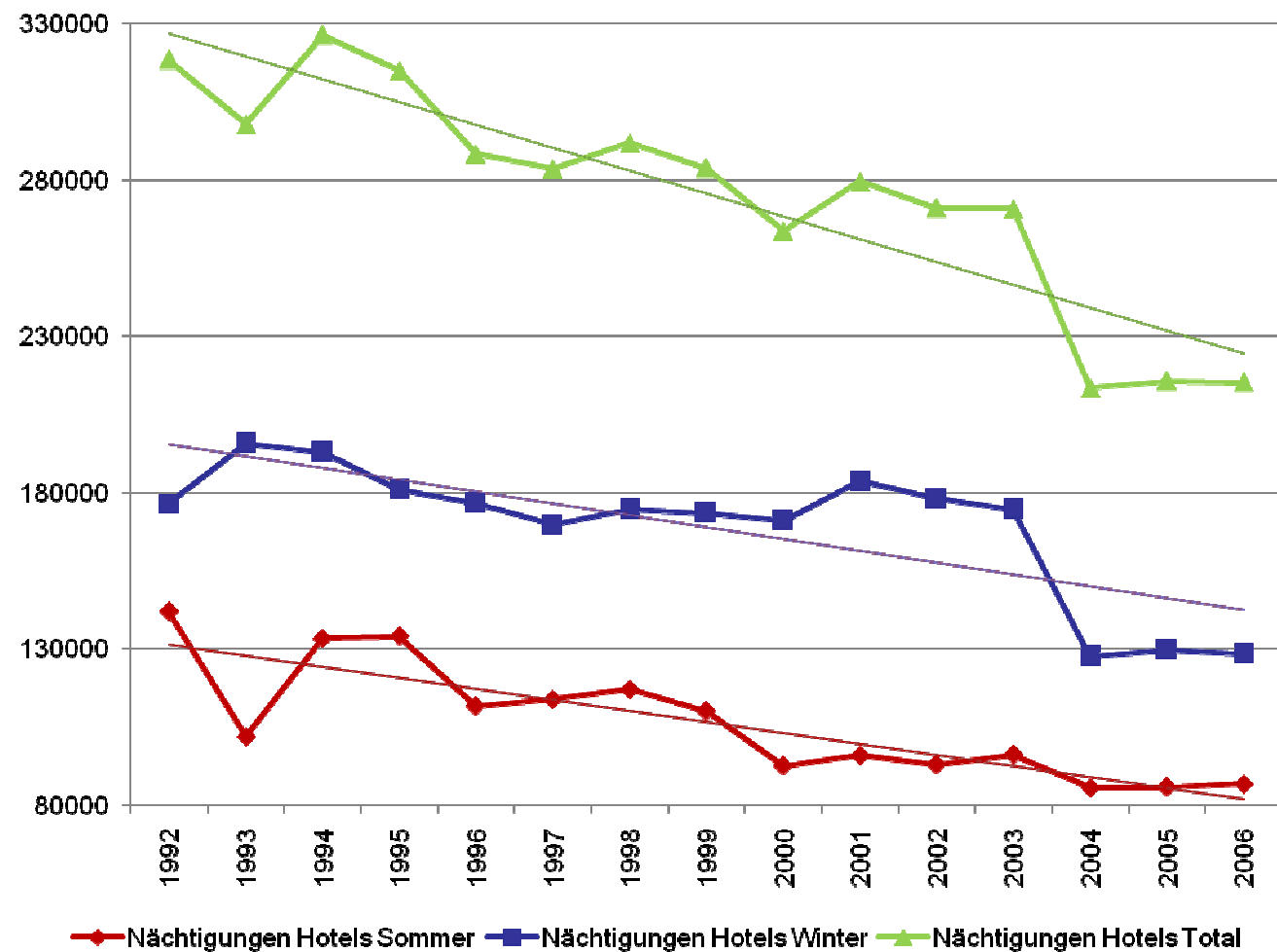
Gruppen: 111'718

Nicht-vermietete FeWo: 480'295

Total Logiernächte:

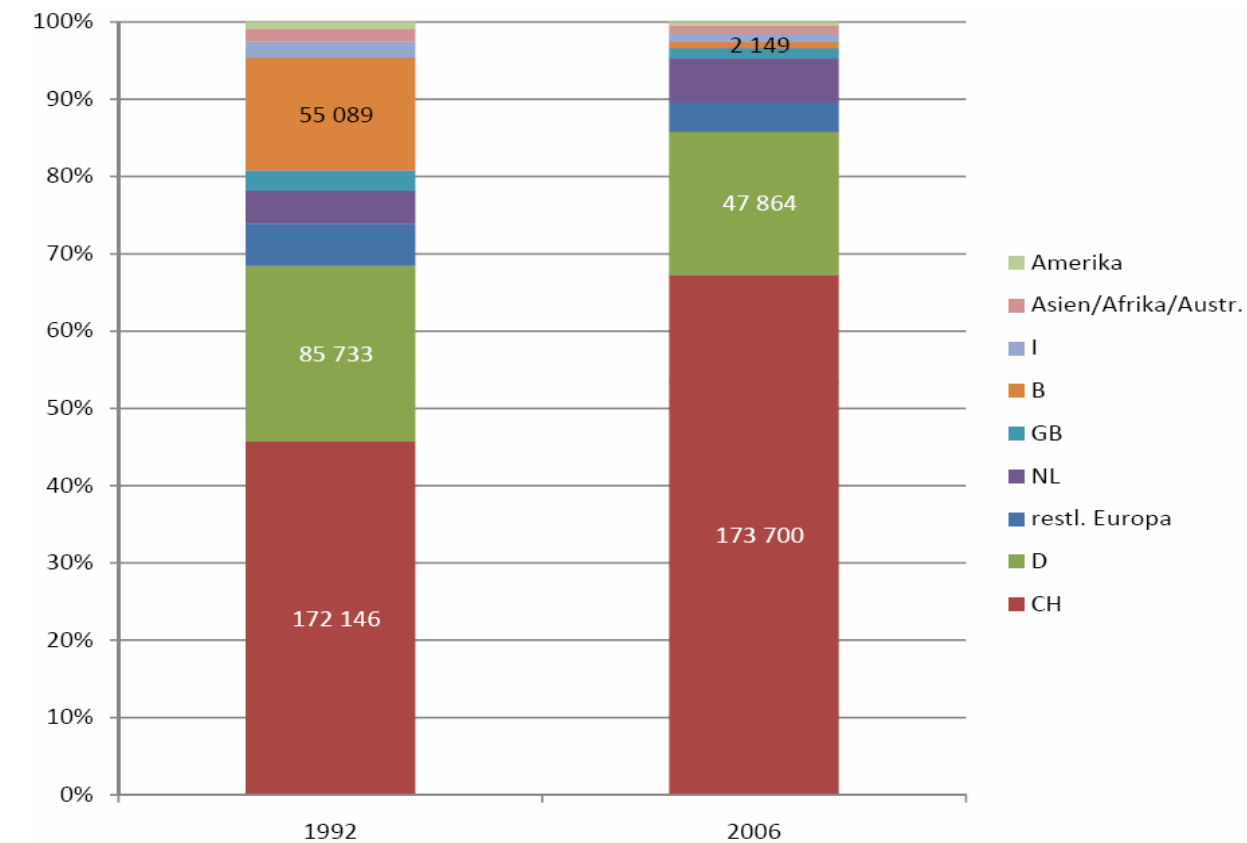
1'027'181

Quelle: LT

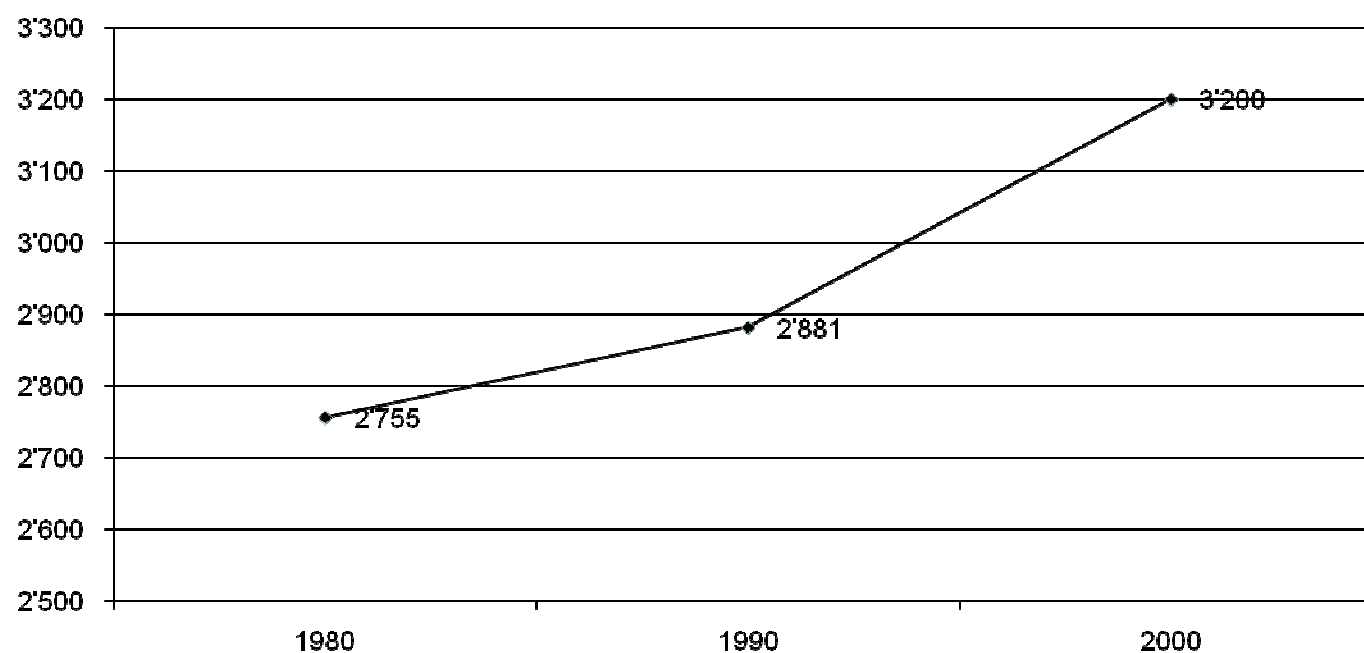


Quelle: AWT, LT

Prozentuale Verteilung der Logiernächte Hotels nach Herkunftsländern (Lenzerheide + Umgebung)

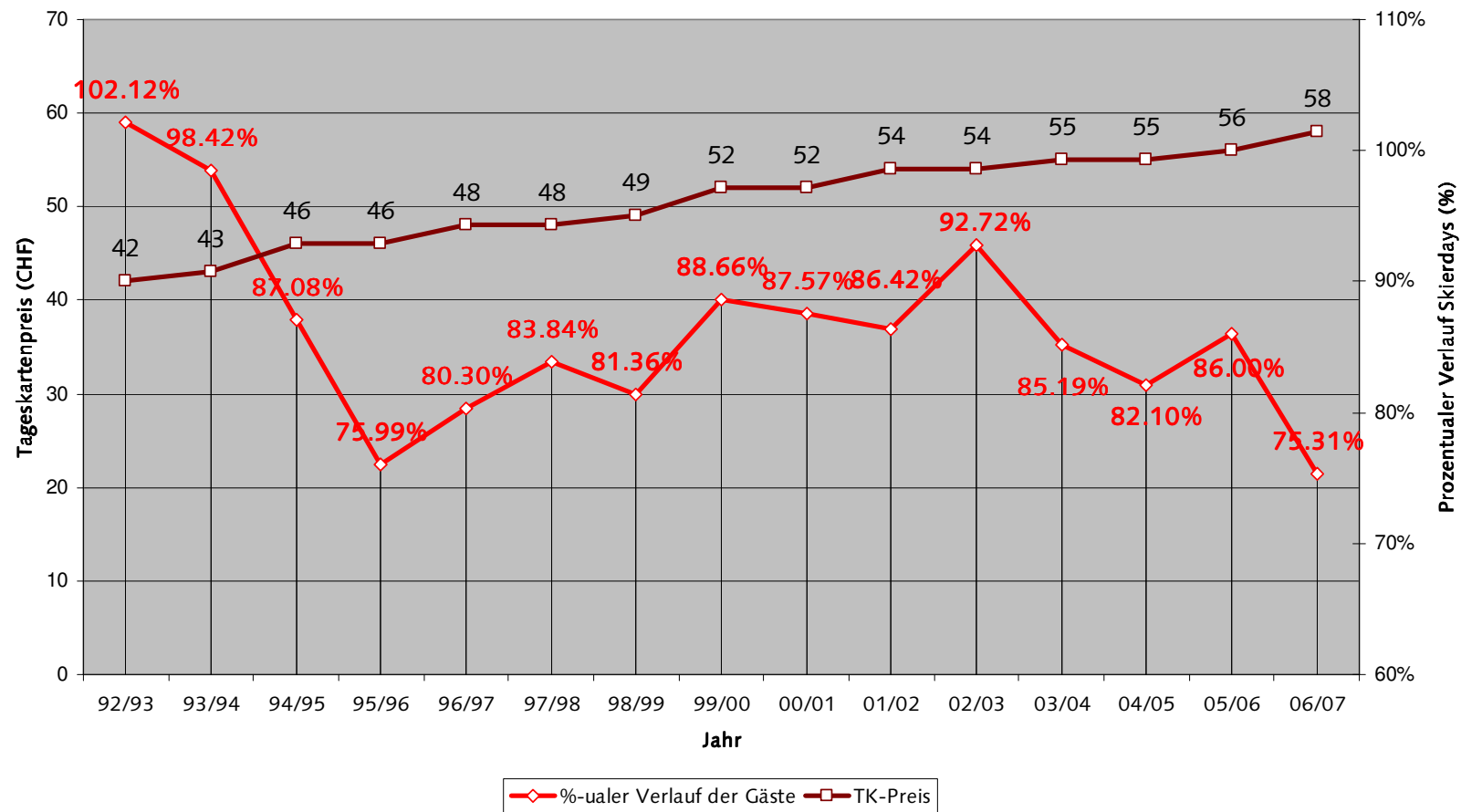


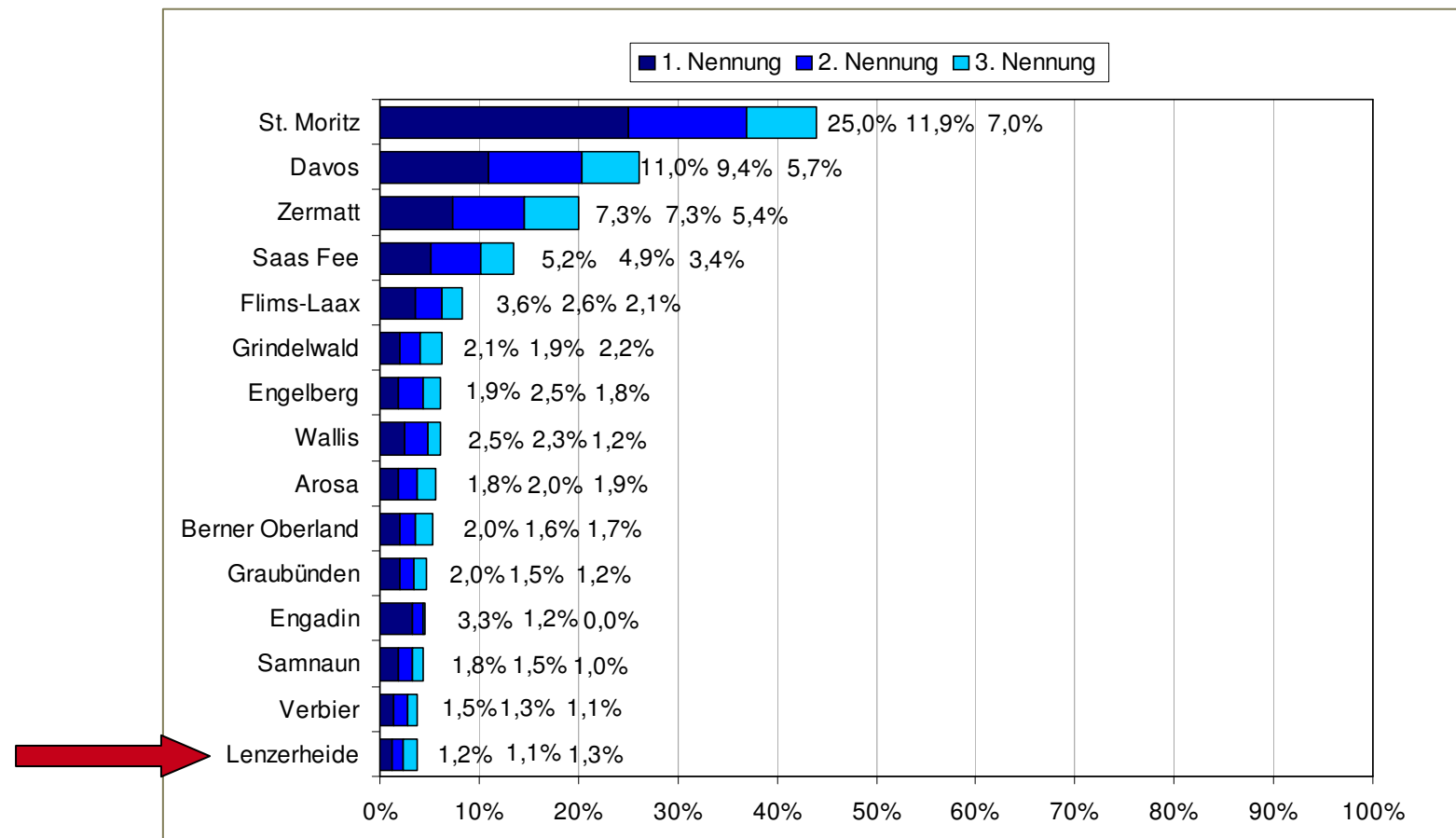
Zeitweise und nicht-bewohnte Wohnungen Vaz / Obervaz



Quelle: Volkszählungen / AWT GR

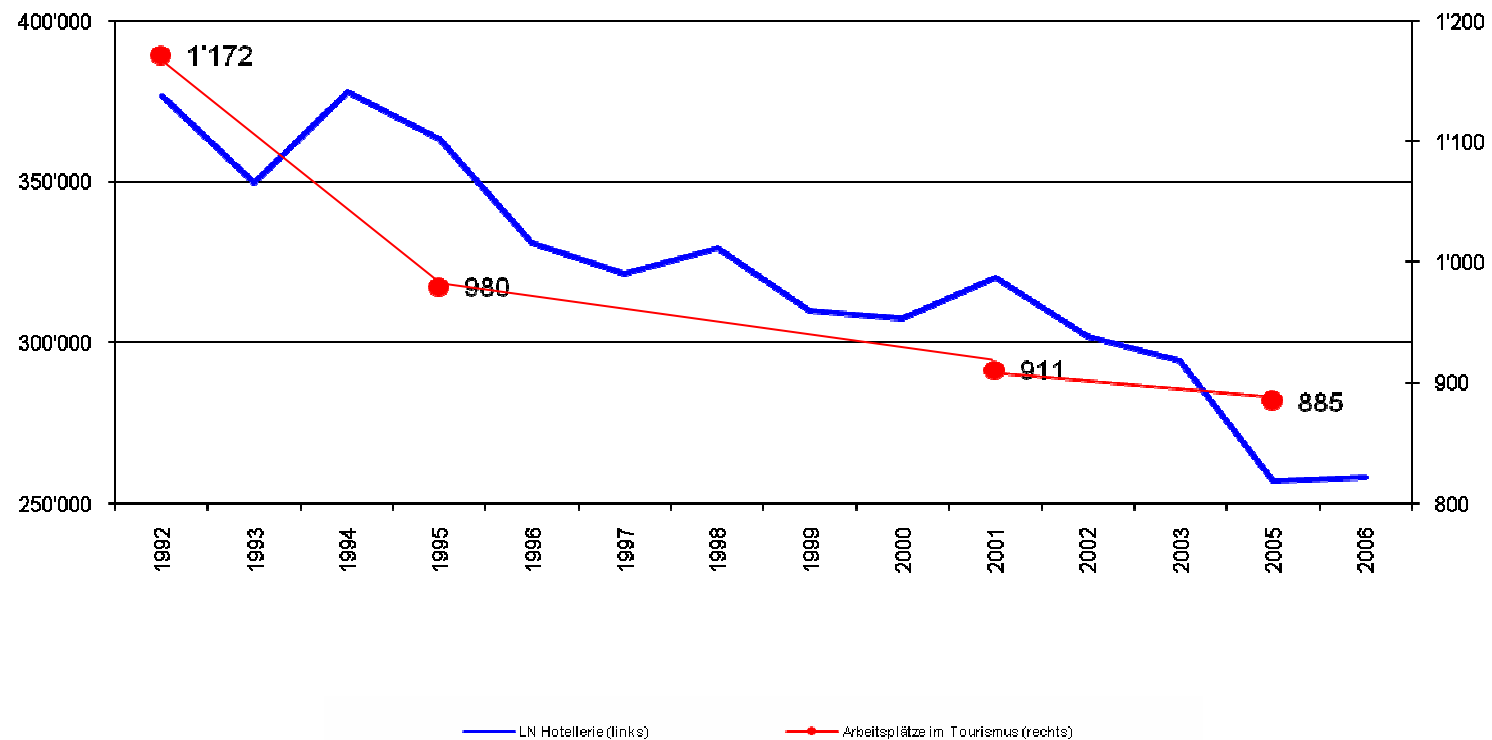
Verlauf Skierdays in der Destination Lenzerheide (tarifarisch bereinigt)





Quelle: Wintersportumfrage Großer Falk (ungestützte Bekanntheit)

Verlauf Logiernächte (blau) und Beschäftigung (Arbeitsplätze Tourismus; rot)
(Lenzerheide + Umgebung)



Quelle: AWT / Betriebszählungen

Dynamisches Wettbewerbsumfeld (Beispiele):

- Zermatt: Fr. 150 Mio. Investitionen der Bergbahnen seit der Fusion. Umsatzplus von über 10% allein in der letzten Saison.
- Lötschberg-Tunnel gebaut: Dadurch massive Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit des Wallis.
- Flims / Laax: Umfahrung / Tunnel ab Saison 07/08 in Betrieb. Dadurch Reduktion der Fahrtzeit ab Autobahn auf 10 Minuten.
- Pizol: Zunehmend starke Konkurrenzierung auf Segment Tagesgäste - direkter Autobahnanschluss, Tiefpreisstrategie, neue Bahn.
- Flums: ÖV / SBB direkt ans Bergahnportal. Starke Konkurrenz im Segment Tagesgäste.
- Österreich (Tirol): Erfolgreiche Wachstumsstrategie: 14% Steigerung der Schweizer Gäste pro Jahr.
- (...)

Stärken-/Schwächenprofil heute

Wichtigste Stärken:

- Topografie Tal / Pass; Harmonie Berge / See / Dorf
- 2-Saisons-Erlebnisarena
- Schneesicherheit
- Ganztages-Besonnung
- Gute Erreichbarkeit aus dem Unterland
- Gute räumliche Voraussetzungen für Attraktivierung der Sportinfrastruktur
- Marken- und Imagewert im Familienbereich
- Regelmässig und erfolgreich Weltcup-Austragungsort (FIS 2007: "the best final ever")

Wichtigste Schwächen:

- Heutiges Angebot nicht einfach zu positionieren
- Unklares Image, sinkende Bekanntheit
- Zu wenige bewirtschaftete Betten
- Immobilienmarkt: Einseitiger Boom in Ferienwohnungen
- Winter- und Sommergeschäft nicht gut balanciert (Sommer relativ schwächer)
- Dorfkern mit kleinem Begegnungs- / Après-Ski- und Kulturangebot und Nachtleben
- Teilweise unattraktive Architektur

Chancen:

- Bedeutende Investitionen zur Attraktivitätssteigerung in der Pipeline
- Insbesondere: Quantensprung durch Skiverbindung mit Arosa plus flankierende Massnahmen
- Gute Voraussetzungen im wachsenden Markt 'Kurzzeittourismus'
- Alle Akteure ziehen an einem Strick
- Förderung professionellen Destinations-Mgt's durch Kanton

Gefahren:

- Reine Ferienwohnungsstadt mit sinkendem Erlebniswert
- Wahrnehmung als "verstaubte" Destination
- Stagnation (=Rückschritt)

Was die Forschung sagt...

... und was das für uns bedeutet

Erfolgsfaktoren Ergebnisse der BAK-Studie 2006:

"Marktorientiertes Attraktivitäts-/Preisverhältnis"	"Attraktivität" bedeutet mehr als einzelne gute Produkte. Die gesamte Erlebniskette muss überzeugend sein. Einzelne Investitionen in Produktverbesserungen verpuffen, wenn nicht die Destination insgesamt ein 'UPGRADE' erfährt. Das schönste Sportangebot bringt nichts, wenn gleichzeitig alle Strassen verstopft sind etc..
"Economies of Scale – Grössensparnisse"	Wenn Fixkosten für Vermarktung, Service Public, Produktmanagement etc. auf ein höheres Leistungsvolumen verteilt werden können, steigen die Möglichkeiten für direkt-produktive Investitionen bzw. für attraktives Pricing. Das Angebot und seine Vermarktung können in einer höheren Liga spielen. Das grösste und naheliegende Potenzial diesbezüglich liegt in einer engeren Zusammenarbeit mit Arosa.
"Hohe Tourismusintensität"	Je stärker die gesamte Wirtschaft auf den Tourismus ausgerichtet ist, desto vielfältiger wird das Angebot und desto kleiner werden Interessenkonflikte mit anderen gewerblichen Anliegen. Angesichts der wichtigen Stellung des Tourismus auf der Lenzerheide (Arbeitsplätze), gehört diesem Sektor bei politischen Fragen erste Priorität.
"Konsequente und langfristige Differenzierungsstrategien"	Die Gefahr, als "Me-Too"-Destination im allgemeinen Wettbewerb der Destinationen unterzugehen, ist gross. Einzigartigkeit kann die Lenzerheide erlangen, wenn sie ein überragendes Sportangebot mit hoher allgemeiner Erlebnisqualität kombiniert und dies in der Vermarktung konsequent (auch über die Zeit!) auf den Punkt bringt.
"Adäquate Vielfalts- und Spezialisierungsstrategien"	Die Lenzerheide sollte aufgrund ihrer breiten räumlichen / infrastrukturellen Voraussetzungen keine Spezialisierungs-Strategie (Nische) fahren, sondern dem Trend des "multi-optionalen Nachfrageverhaltens" entsprechen können. Um in DIESER Liga mitspielen zu können, muss das gesamte Potenzial (Schnee, Infrastruktur etc.) erschlossen werden.
"Wettbewerbsvorteile basierend auf Destinationsgütern"	Destinationsgüter sind Faktoren, die nicht von der Tourismuswirtschaft selbst geschaffen werden (z.B. Landschaft). Der Gegensatz "See als idyllische Oase inmitten einer Qualitäts-Erlebnisarena" sollte in der Positionierung noch stärker herausgearbeitet werden. Dieser Erlebniskontrast ist bei uns konzentrierter zu haben als bspw. im Engadin.
"Professionelles Destinationsmanagement"	Die Marketingmittel sollten sowohl innerhalb der Destination Lenzerheide (Zusammenarbeit Tourismusverein und Bergbahnen) als auch im Horizont der kantonalen DMO-Strategie gebündelt werden. Je mehr Mittel in EINE Strategie investiert werden, desto grösser die Wirkung.
"Vorhandensein mindestens einer starken und bekannten Marke"	Die Marke "Lenzerheide" hat in vergangenen Jahren an Bekanntheit und Attraktivität eingebüsst, jedoch mit der Anlehnung an die Marke Graubünden sowie mit Events wie dem Ski Weltcup wieder einen grossen Schritt nach vorne gemacht. Die Kombination mit der Marke "Arosa" kann unter der Voraussetzung eines intakten Produkteangebotes das gesamte Gebiet in der Wahrnehmung der Märkte wesentlich nach vorne bringen.
"Herausragende und innovative Persönlichkeiten"	Anstelle auf einzelne Persönlichkeiten zu setzen, haben wir uns entschieden, die Zusammenarbeit aller wichtigen Akteure und ihrer Exponenten so zu 'kitten', dass wir dauerhaft am gleichen Strick ziehen.
"Vorteilhafte regionale und nationale Rahmenbedingungen"	Während wir nationale Rahmenbedingungen kaum beeinflussen können, ist die Aufnahme der Lenzerheide in die DMO-Strategie des Kantons Graubünden eine gute Chance, unserer Vermarktung zusätzlichen Schub zu verleihen.

Tournaround – JETZT!

Wir brauchen die Trendumkehr, sollen Tourismus und die gesamte Wirtschaft in Lenzerheide nicht weiter an Boden verlieren. Die ***Motoren*** unserer touristischen Entwicklung müssen dazu ihr volles Potenzial erreichen können:

- Schneesicherheit
- Grösse und Vielfalt des Sportangebotes, insbesondere Infrastrukturen am Berg (Winter / Sommer)
- Beherbergung / "warme Betten"
- Qualität und Vielfalt des gesamten Erlebnisangebotes
- Effizientes Marketing / Bekanntheit

Die ***Rahmenbedingungen*** müssen dabei unterstützend wirken:

- Intakter Service Public, insbesondere Verkehrskonzept
- Intakte Landschaft
- Kooperative und berechenbare Partner vor Ort

Wir haben exzellente Voraussetzungen, die Trendumkehr zu schaffen und unsere Infrastruktur der Zeit anzupassen! Alle bestehenden Akteure ziehen dafür am gleichen Strick. Die Investitionspipelines der bestehenden Akteure sind gefüllt, für Investoren bieten sich hervorragende Geschäftsgelegenheiten.

1. Unsere Verpflichtung / Die Akteure vor Ort

2. Ausgangslage

 Strategie

4. Umsetzungsmassnahmen: *7-Punkte-Programm*

5. Kontakte

Vision

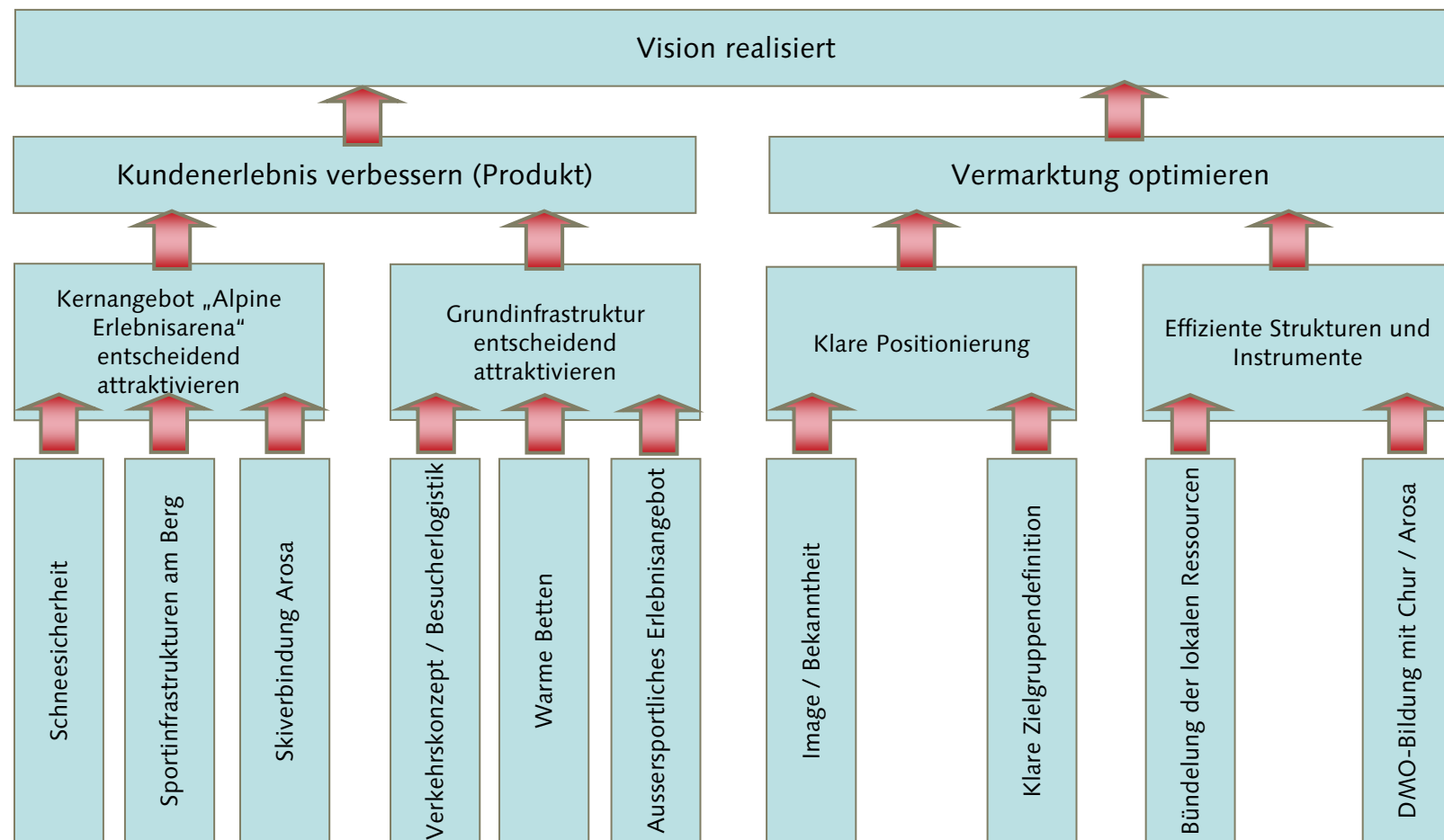
*Die Lenzerheide, exzellent gelegene Ganzjahres-
Erlebnisarena der Alpen*

*... baut in den nächsten 10 Jahren mit einem
umfassenden 'Upgrade' des gesamten Angebotes*

*... ihre Position innerhalb der Besten der europäischen
Tourismus-Destinationen entscheidend aus*

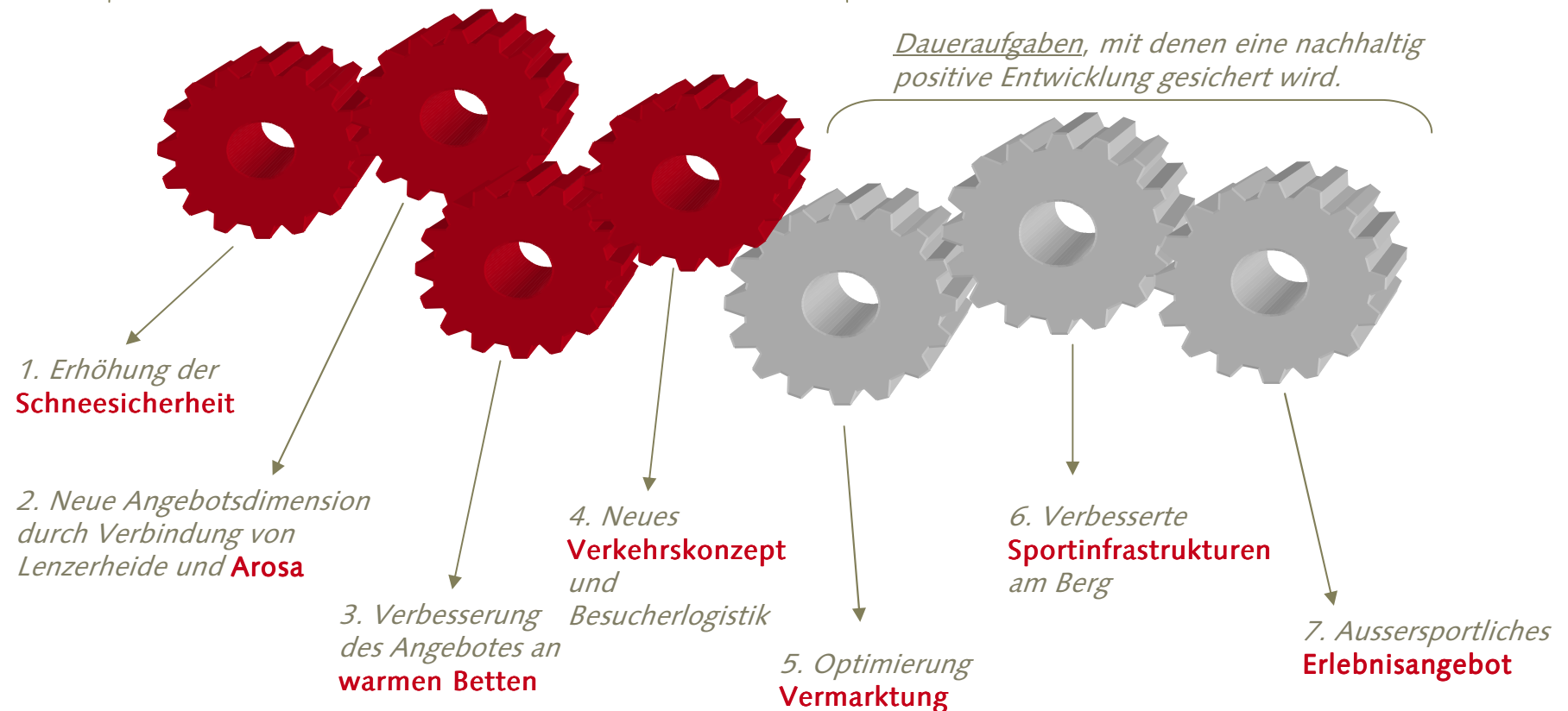
*... und realisiert damit ein überdurchschnittliches,
breitabgestütztes wirtschaftliches Wachstum.*

Strategische Ziele



Klare Prioritäten in der Umsetzung

Wachstumstreiber, die wir brauchen, um kurzfristig den Turnaround zu schaffen und (auch finanziell) die Grundlage für weitere Investitionen zu legen.



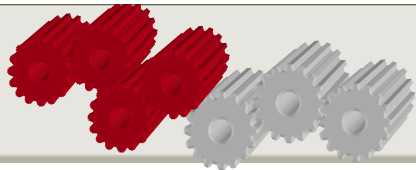
1. Unsere Verpflichtung / Die Akteure vor Ort

2. Ausgangslage

3. Strategie

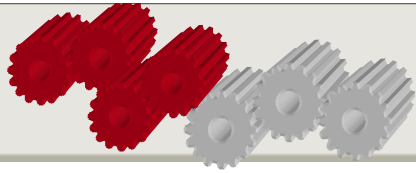
 Umsetzungsmassnahmen: *7-Punkte-Programm*

5. Kontakte



7-Punkte-Programm: Stand der Umsetzung

Priorität	Massnahmen	Status	
1.	Erhöhung der Schneesicherheit	Investitionsprogramm in vollem Gange. 12km Pisten sind bereits ab Saison 07/08 neu beschneibar. Das Ziel sind 45% Beschneigung auf der gesamten Pistenfläche.	✓
2.	Neue Angebotsdimension durch Verbindung von Lenzerheide und Arosa	Sämtliche Planungsgrundlagen liegen vor. Die Realisierung ist auf Saison 2009/10 möglich bei einer positiven Abstimmung im Januar / Februar 2008.	(✓)
3.	Verbesserung des Angebotes an warmen Betten	Ein Investor für Bau und Betrieb von zusätzlichen 600-700 Betten im Gebiet Dieschen Sot ist bereits verpflichtet. Das Investitionsvolumen beträgt ca. Fr. 100 Mio. Baubeginn 2008 bei positiver Abstimmung zur Umzonung im Dezember 2007.	✓
4.	Neues Verkehrskonzept und Besucherlogistik (Portalstrategie)	Ein umfassendes Verkehrskonzept der LBB AG und der politischen Gemeinde liegt vor. Seine Optimierung im Hinblick auf die detaillierten Portallösungen ist im Gange.	(✓)
5.	Optimierung der Vermarktung	Die Grundlagen für eine effektive und effiziente Vermarktung der Destination Lenzerheide sind politisch und strukturell gelegt. Die Skiverbindung mit Arosa birgt für die Positionierung ein zusätzliches, bedeutendes Potenzial (Aufstieg in die europ. Top-Liga).	(✓)
6.	Sport-Infrastrukturen am Berg (Winter und Sommer)	Die Pipeline für Attraktivierungsmassnahmen Winter und Sommer ist für die nächsten Jahre gefüllt. Erste Priorität hat die Skiverbindung Ost-West. Der entsprechende Standort wird zur Zeit evaluiert, wobei die Lösung Valbella Priorität geniesst.	(✓)
7.	Attraktivierung des aussersportlichen Erlebnisangebotes	Ausbau und Attraktivierung des Sportzentrums Dieschen sind im Gang. Weitere Massnahmen zur Attraktivierung des Dorfzentrums sind in Planung.	(✓)



7-Punkte-Programm: Finanzierung gesichert



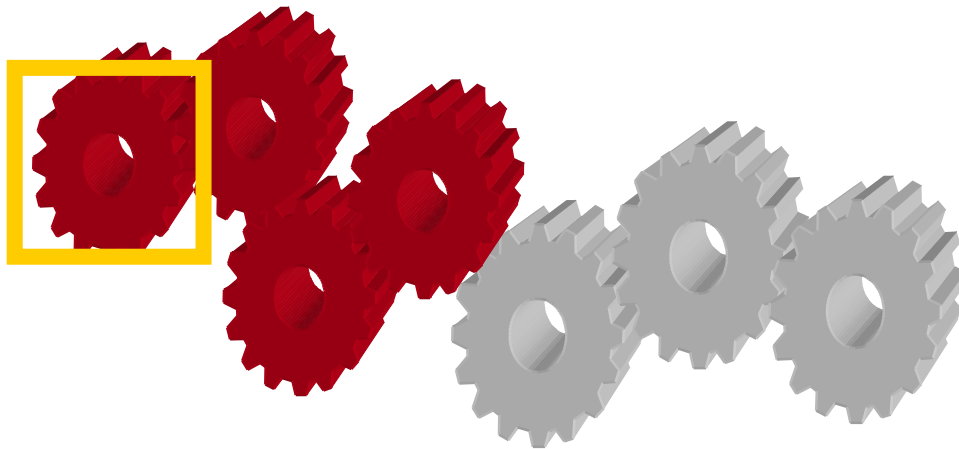
Mit einem Investitionsvolumen von gesamthaft rund Fr. 100 Mio. über die nächsten zehn Jahre ist die LBB AG (gemeinsam mit dem Hotelinvestor im Gebiet Dieschen Sot) die grösste Einzel-Investorin in Lenzerheide.

Die Finanzierung der Vorhaben ist gesichert und basiert auf soliden Grundlagen:

- Die Verschuldung im Laufe der nächsten 5 Jahre bewegt sich insgesamt im Rahmen der vom VR festgelegten Obergrenze von 3 x EBITDA*.
- Die Bilanzstruktur ist gesund und hält genügend Spielraum für die Investitionen bereit.
- Der Business- und Investitionsplan wurde von den vier grössten Schweizer Banken (GKB, UBS, CS und ZKB) geprüft und als plausibel und realistisch eingestuft. Es wurde ein Kreditrahmen von allen Banken von Fr. 75 Mio. zugesichert:
 - GKB 30 Mio.
 - UBS 15 Mio.
 - CS 15 Mio.
 - ZKB 15 Mio.
- Sämtliche mit den Banken vereinbarten Verschuldungsklauseln werden eingehalten.

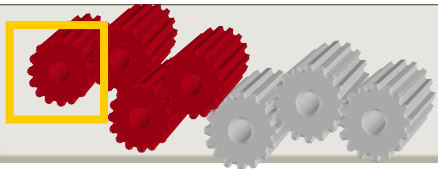
-> Die Zusagen der Banken stehen unter dem Vorbehalt einer raschen Realisierung der Gebietsverbindung mit Arosa.

* EBITDA = Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern. Widerspiegelt den Spielraum eines Unternehmens für Investitionen bzw. für die Tilgung von Schulden. Cash-Flow-nahes Konzept für die Beschreibung der operativen Ertragskraft.

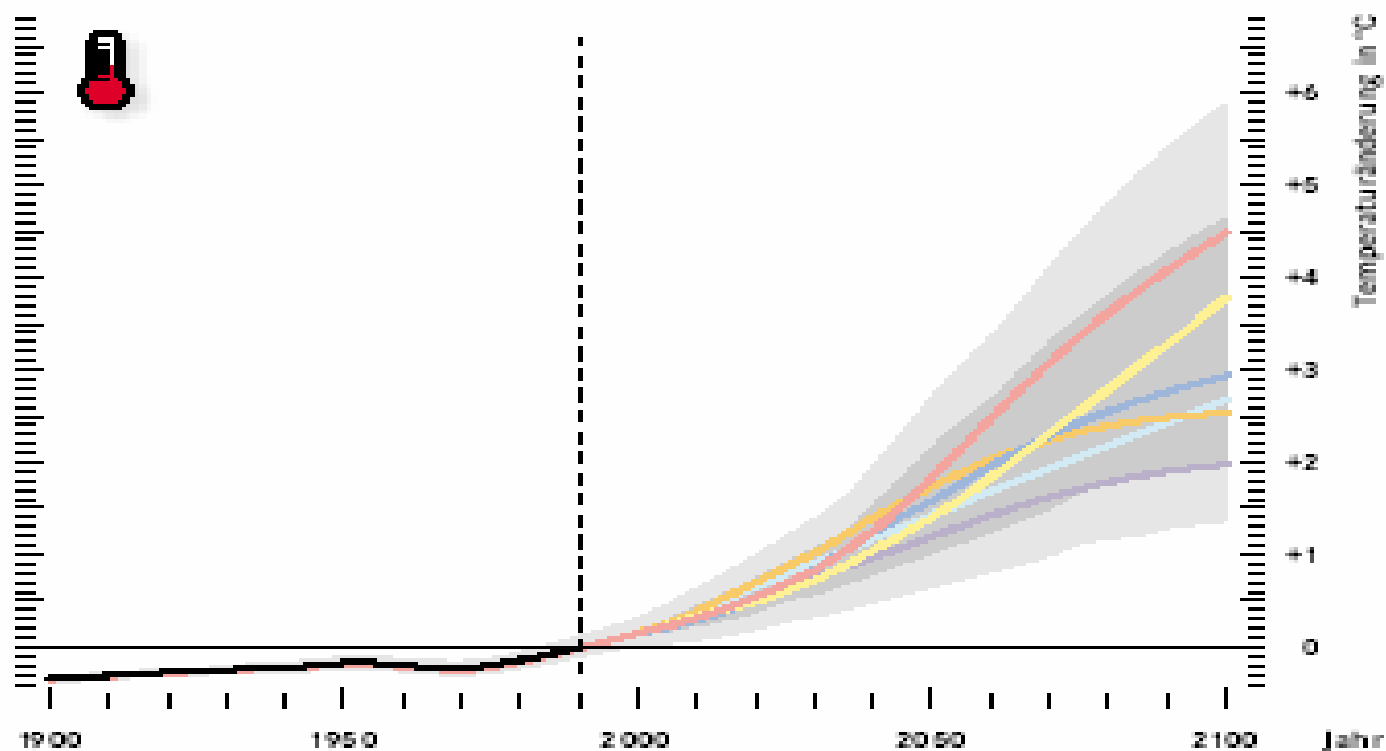


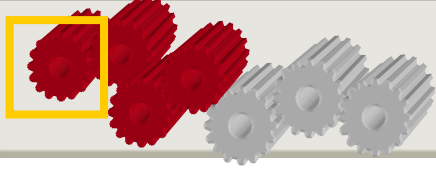
7-Punkte-Programm:

1. Erhöhung der Schneesicherheit



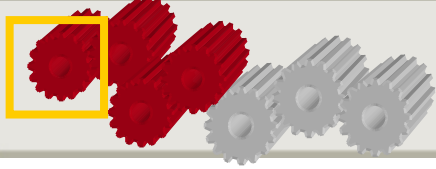
Temperaturverlauf und Ausblick 1900 – 2100 (versch. Szenarien)





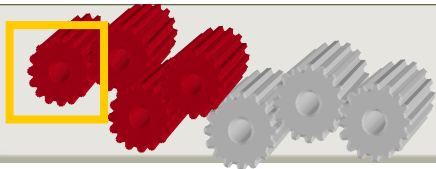
Problemanalyse

- Auf der Westseite besteht kein zusammenhängendes Beschneiungsnetz – Bruchstücke.
- Ostseite: strategische Lücke – Weisshornmulde.
- Das bestehende Wasserbezugskonzept genügt nicht. Zum richtigen Zeitpunkt können nicht die geforderten Wassermengen bereitgestellt werden.
- Es bestehen keine Beschneigungsprioritäten – Konzept fehlt.
- Verschiedene Hersteller und Systeme.
- Die Westseite hat schlechtere Quellschüttungen als die Ostseite.



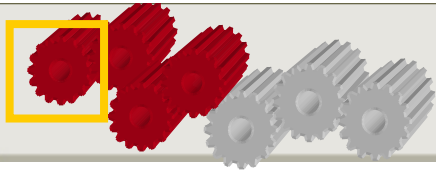
Zielsetzungen

- Positionierung im Bereich Schneesicherheit: National Top Liga in der Bergbahnbranche – unter ersten fünf der CH.
- Gesamtkonzept Beschneiung: Regionales Wassermanagement, Zusammenführen der technischen Systeme, Beschneiprioritäten.
- Grundbeschneiung ca. innert 100 Stunden nach Prioritäten, sofern der vierte Speichersee realisiert werden kann (150'000m³ Volumen).
- Beschneiung ca. 45% der gesamten Pistenfläche.
- Wichtige Beschäftigungsanlagen mit mindestens einer durchgehenden Piste.

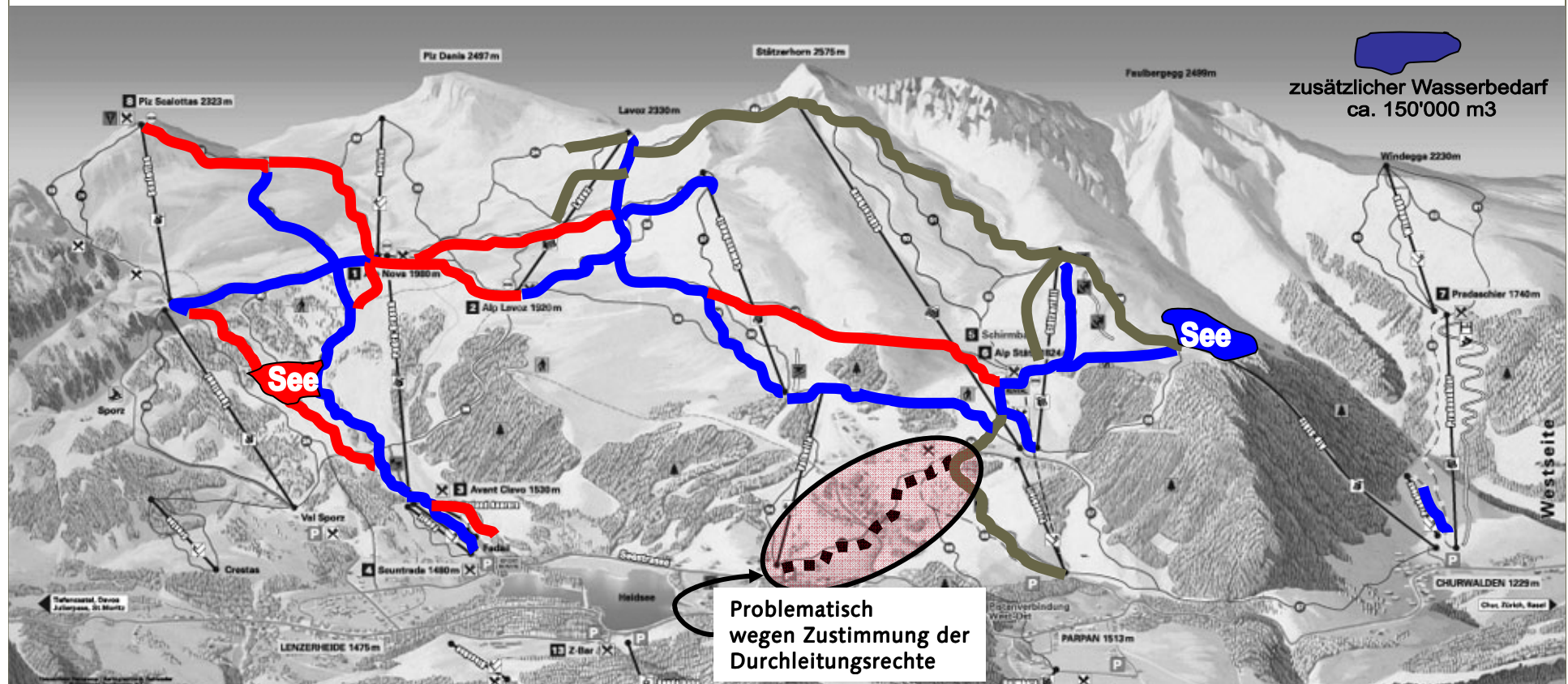


Investitionsvolumen

•Beschneigung Ostseite	Fr. 5'000'000
•Beschneigung Westseite	Fr. 18'550'000
•Speichersee Valos (inkl. Anschlüsse)	Fr. 5'000'000
•Zusätzlicher Speichersee (Standort noch offen)	Fr. 5'000'000
•Elektromechanischer Teil	Fr. 2'850'000
TOTAL	Fr. 36'400'000



Beschneieung West

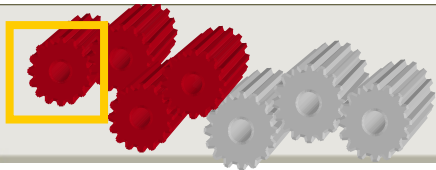


bestehend

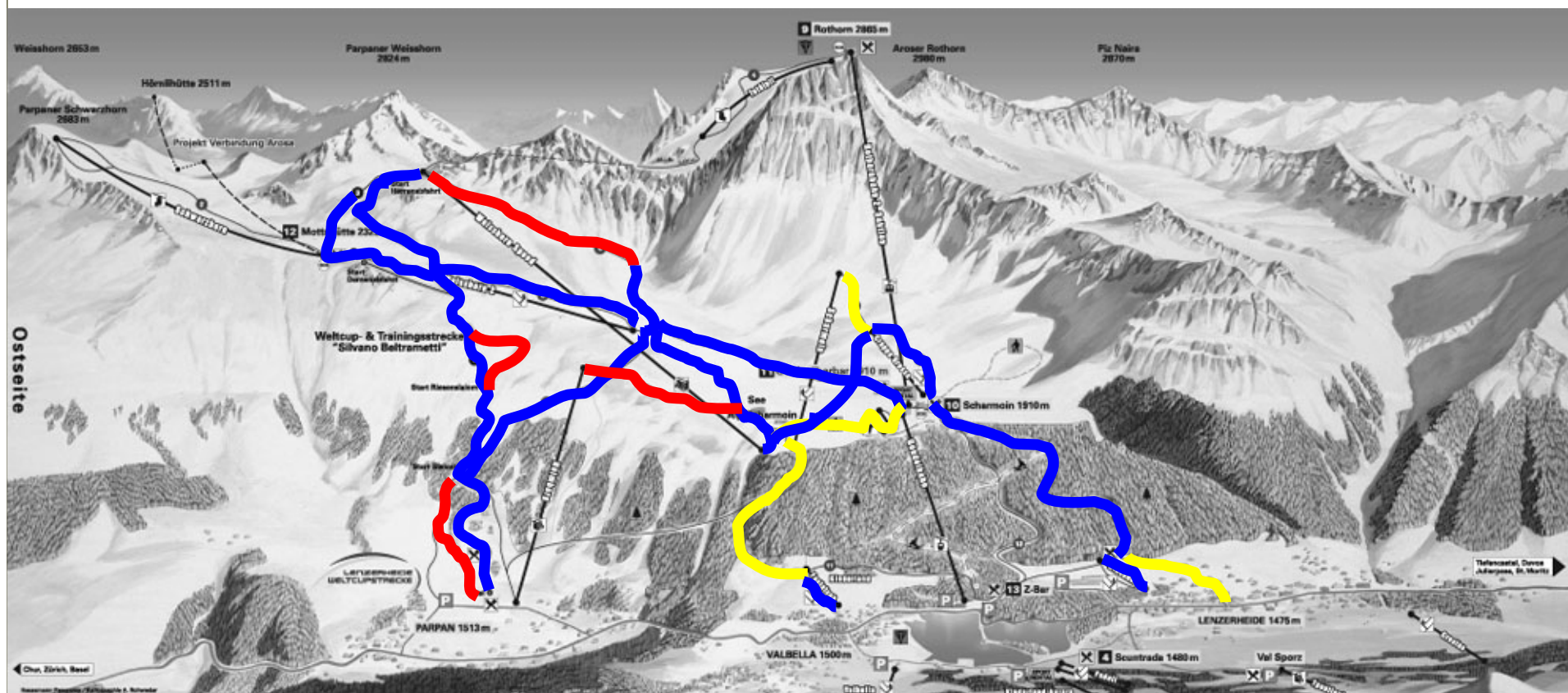
2007 / 2008

2008 / 2009

2009 / 2010



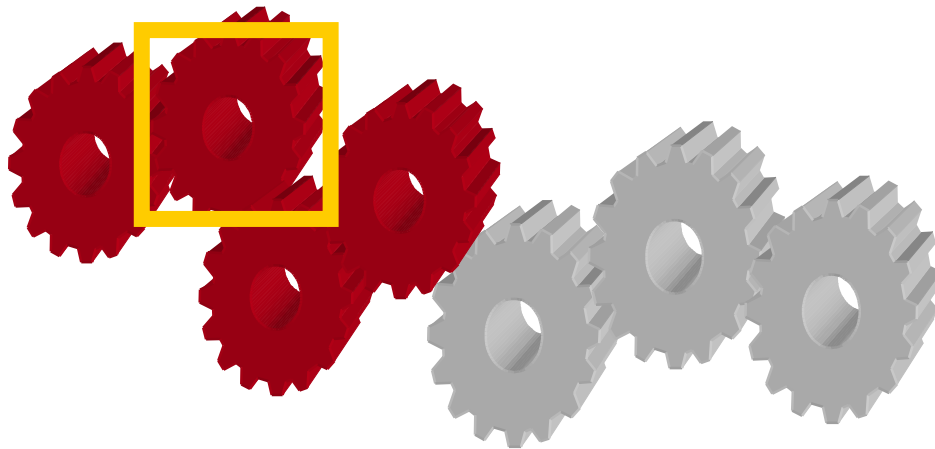
Beschneieung Ost



bestehend

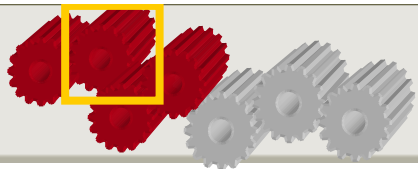
2009 / 10

2010 / 11



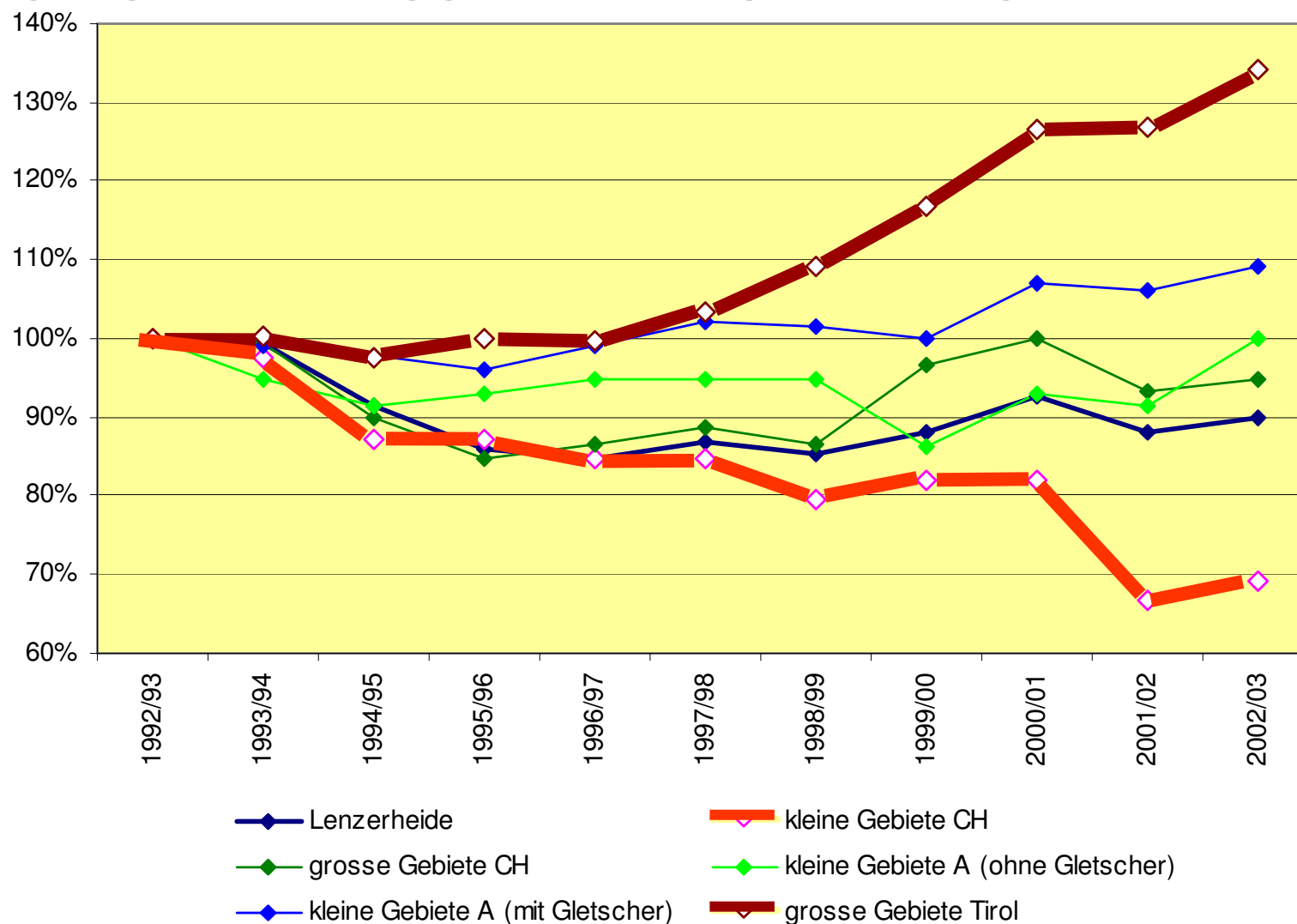
7-Punkte-Programm:

2. Neue Angebotsdimension durch
Verbindung von Lenzerheide und Arosa

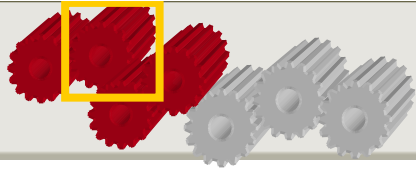


7-Punkte-Programm: Verbindung mit Arosa

Erfolg ist grössenabhängig – Entwicklung Skifahrertage



Quelle: HSG-Studie 2004/2005

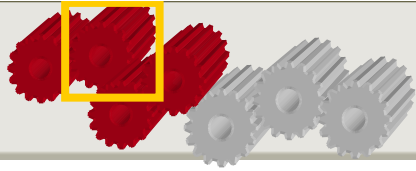


7-Punkte-Programm: Verbindung mit Arosa



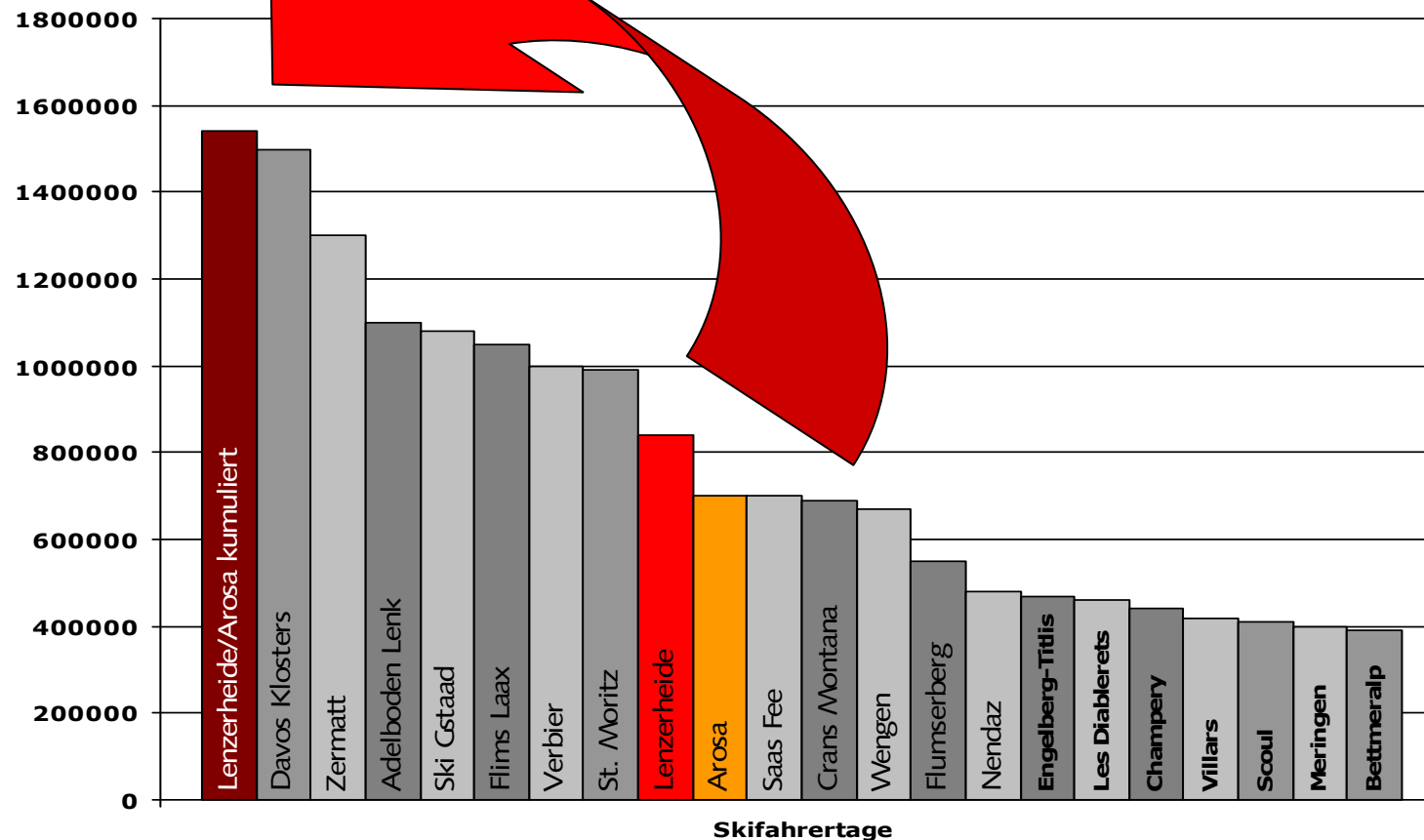
Durch eine Verbindung der Tourismusgebiete Lenzerheide und Arosa entsteht eine der bedeutendsten Destinationen im Alpenraum.

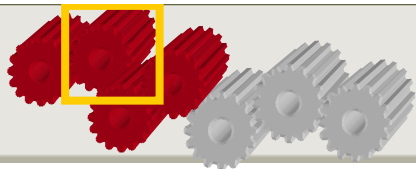
	Präparierte Pisten	Transportanlagen	Personen / Stunde
Lenzerheide	155 km	28	35'350
Arosa	70 km	15	21'500
Lenzerheide / Arosa	225 km	43	62'450
Flims /Laax	220 km	28	46'210
Davos	257 km	52	62'800
Les Trois Vallées	600 km	197	252'000
Ötztal (A)	355 km	89	134'000



7-Punkte-Programm: Verbindung mit Arosa

Die gemeinsame Tourismusregion Lenzerheide-Arosa setzt sich bezüglich Skifahrertagen an die Spitze der schweizerischen Destinationen.





7-Punkte-Programm: Verbindung mit Arosa



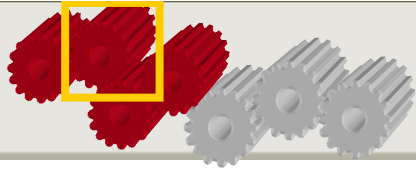
Im Vergleich zur Situation Lenzerheide heute wird die Tourismusregion Lenzerheide-Arosa auch qualitativ gewinnen (1/2).

MQC Vergleich 06/07 BAHNEN/PISTE

Bewertung AROSA

Bewertung LENZERHEIDE

• Parkplatz-Organisation	7,2	8,0
• Wartezeiten an den Kassen	8,1	7,8
• Skipass-Kontrollsystem	9,0	8,8
• Wartezeiten an den Bahnen	8,2	8,1
• Beförderungskomfort	7,9	7,9
• Orientierung im Skigebiet	8,3	8,1
• Abwechslungsr. Pistenang.	7,8	8,3
• Skigebietsgröße	7,7	8,6
• Präparation der Pisten	8,1	7,9
• Schneesicherheit	7,9	7,6
• Sicherheit auf den Pisten	7,9	7,6
• Preis-/Leistungsverh. Skipass	7,1	6,9



Im Vergleich zur Situation Lenzerheide heute wird die Tourismusregion Lenzerheide-Arosa auch qualitativ gewinnen (2/2).

MQC Vergleich 06/07 FUN&ACTION

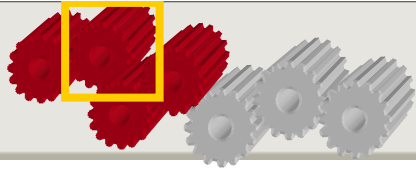
Bewertung AROSA

Bewertung LENZERHEIDE

- Fun-/Snowboardpark
- Kinderland/Kinderlernpfad
- Permanente Rennstr.
- Unterhaltung im Skigebiet
- Alternative Aktivitäten
- Buckelpistenangebot
- Nachtangebot
- Abwechslung und Spass
- Erscheinungsbild
- Freundlichkeit
- Kompetente Auskunft
- Hilfsbereitschaft

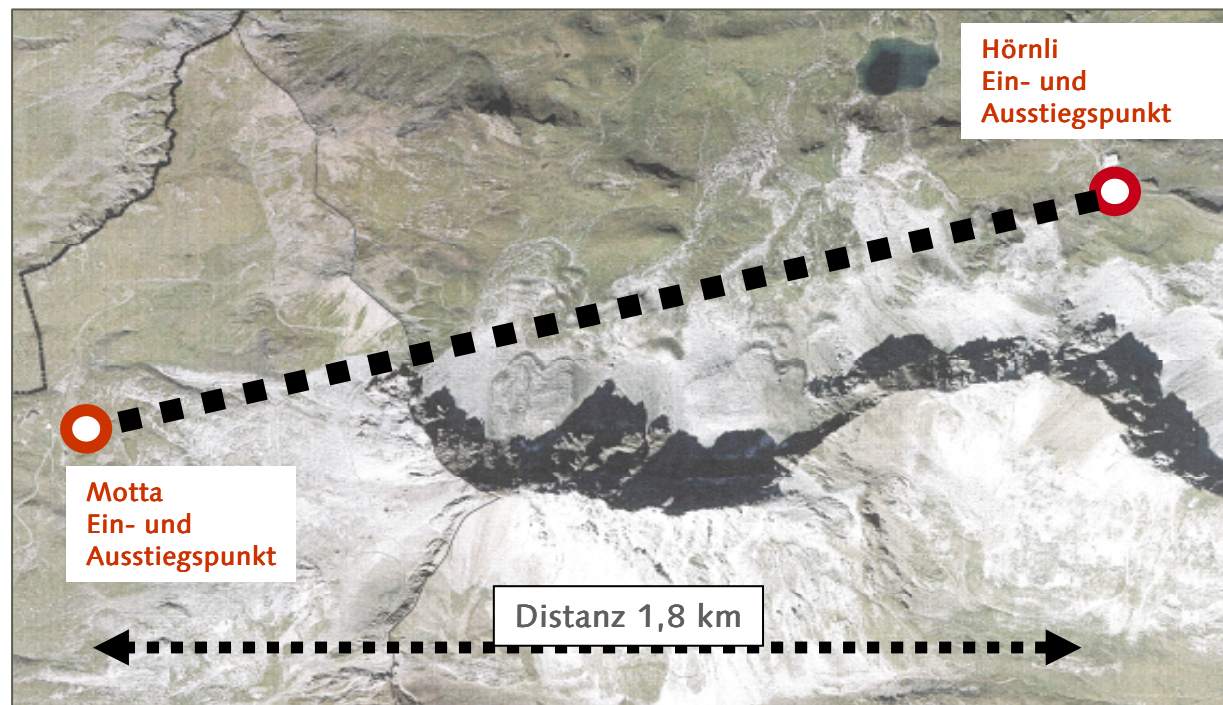
7,7
8,0
7,6
8,0
8,1
6,8
7,8
8,0
8,6
8,8
8,6
8,8

6,5
7,7
7,0
6,9
7,6
6,6
7,8
7,6
8,3
8,4
8,3
8,4



7-Punkte-Programm: Verbindung mit Arosa

Das Verbindungsprojekt ist realisierungsfähig und umfasst seitens der LBB AG Investitionen von rund Fr. 15 Mio. Eine mögliche Optimierung betrifft den Sommerbetrieb, sofern dieser wirtschaftlich realisiert werden kann.

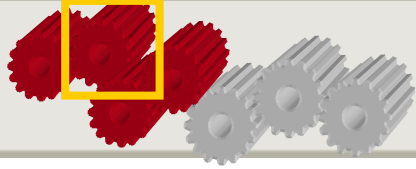


■ ■ ■ ■ ■ |
Verbindung
3-S-Bahn

Die technische Lösung

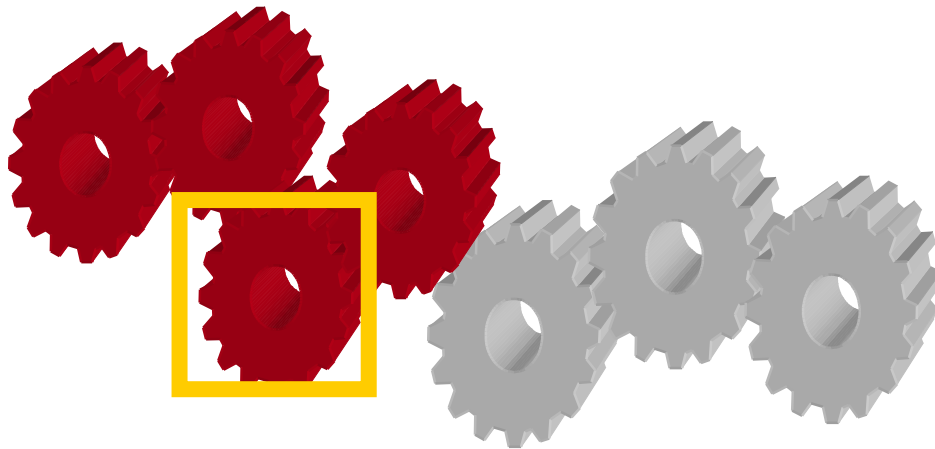
Die 3-S-Bahn, auch Dreiseilumlaufbahn genannt, ist eine Grosskabinen-Umlaufbahn mit mehreren Kabinen, um die Vorteile einer Pendelbahn mit denen einer normalen, kuppelbaren Einseil-Kabinenumlaufbahn zu vereinen. Die Kabinen dieser Anlagen fassen 30 Personen und werden mit einer Geschwindigkeit von über 7 m/s von einem endlosen Zugseil gezogen, rollen dabei jedoch noch auf zwei Tragseilen. Die Kabinen sind, wie bei den meisten Umlaufkabinenbahnen, kuppelbar ausgeführt. Das System bietet folgende Vorteile:

- geringerer Energieverbrauch im Vergleich zu Pendelbahn ähnlicher Kapazität
- erhöhte Windstabilität
- grosse Bodenabstände möglich
- hohe Fahrgeschwindigkeit im Verhältnis zu Einseilumlaufbahnen
- grosse Kapazität
- einfaches Bergungskonzept



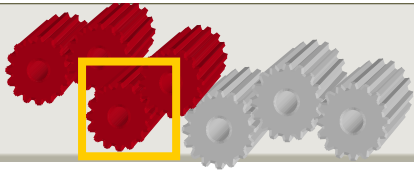
Aktueller Projektstatus

- Umweltverträglichkeitsbericht (Hauptuntersuchung) liegt vor.
- Machbarkeitsstudie / Berichte über Planungs- und Raumverträglichkeit liegen vor.
- Nächste Schritte:
 - Januar/Februar 2008: Umzonung, Volksabstimmung
 - Herbst 2008: Genehmigung durch Bund
 - Frühjahr 2009: Baubeginn
 - Saison 2009/2010: Inbetriebnahme



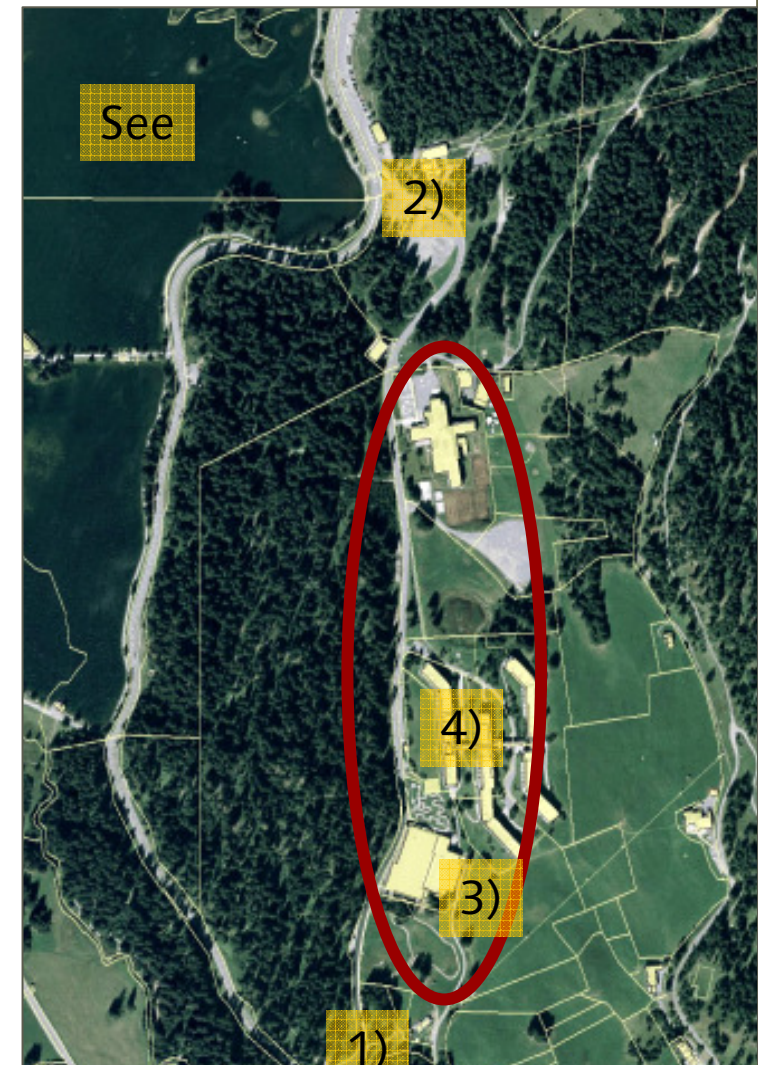
7-Punkte-Programm:

3. Verbesserung des Angebotes an warmen Betten



Bedeutender Impuls in Dieschen Sot: Fr. 100 Mio. Investitionen für 600-700 neue warme Betten

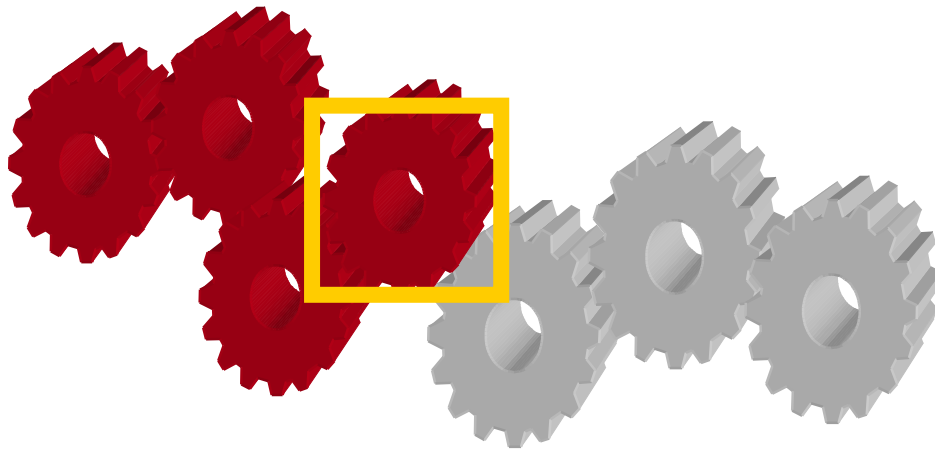
- Zwischen dem Dorfszentrum Lenzerheide (1) und der Talstation der Rothornbahn (2) erstreckt sich ein für verschiedene touristische Nutzungen prädestinierter Perimeter (Aussicht, Hanglage mit Abendsonne, ÖV-Erschliessung, Pisten- und Bahnennähe).
- Neben dem Sportzentrum der Gemeinde (3) und der Feriensiedlung Soleval (4) wird mit der Übernahme des LBB-Grundstücks (4) durch einen Investor aus der Hotellerie ein weiteres Ankerangebot realisiert; Eckpunkte:
 - Fr. 100 Mio. Investitionen, vorgesehen in den Jahren 2008 / 2009
 - 70% der Bruttogeschossfläche verteilt auf Hotels (4-Sterne bzw. Jugendhotel)
 - 30% der Bruttogeschossfläche verteilt auf Wohnungen
- Durch die Art der Hotelnutzung verhält sich das neue Angebot als willkommene Ergänzung zum bestehenden Angebot in Lenzerheide.
- Bei einer positiven Volksabstimmung über die Umzonung des gesamten Gebietes ist der Baubeginn noch im Jahr 2008 vorgesehen.



Erweiterung Campingzone Lenzerheide

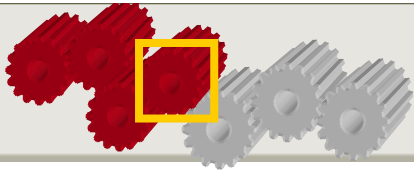
- Die politische Gemeinde als Planungsinstanz, die Bürgergemeinde als Grundeigentümerin und der TCS als Investor ermöglichen einen bedeutenden Ausbau der Campingzone im Umfang von 1,4 Hektaren für 60 Campingparzellen und acht Bungalows.
- Die Umzonung kommt 2008 in die Volksabstimmung, danach erfolgen die Landabgabe durch die Bürgergemeinde sowie die Investitionen des TCS im Umfang von Fr. 3 Mio.





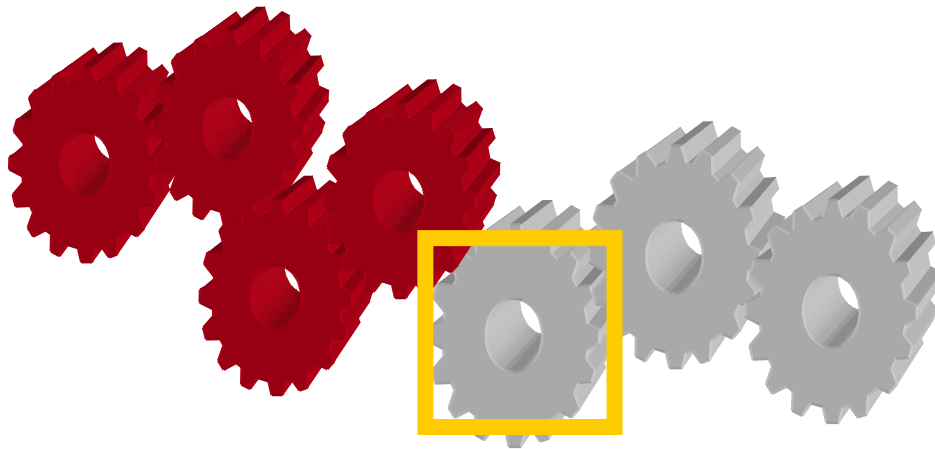
7-Punkte-Programm:

4. Neues Verkehrskonzept und
Besucherlogistik (Portalstrategie)



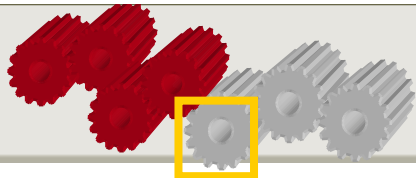
Verkehr

- Ziel: Erreichbarkeit ab Autobahn 15 min. Effiziente Verkehrs- und Besucherführung. Minimale Stau- und Wartezeiten und Verkehrsimmissionen.
- Strategie klarer Einstiegspunkte ("Portale") für die verschiedenen Kundengruppen:
 - Churwalden und Heimberg: Tagesgäste
 - Fadail und Canols: Aufenthaltsgäste
- Umsetzungsmassnahmen:
 - Elimination der kleinen Parkplätze zugunsten der grossen Einstiegsportale mit klarer Parkplatzlogistik
 - Parkplatzbewirtschaftung
 - Im Rahmen der Verbesserung Besucherlogistik: Optimierung Skilift Valbella
 - Verkehrsleitsystem
- Dienstleistungszentrum Dieschen: Sämtliche touristischen Dienstleistungen sollen räumlich konzentriert und kombiniert mit einer guten Verkehrserschliessung (PP) angeboten werden. Die bisherigen dezentralen Kundenbedienungspunkte von Lenzerheide Tourismus werden beibehalten. Als Standort wurde die heutige Talstation der Rothorn-Bahn evaluiert. Planung und Finanzierungskonzept sind in Erarbeitung. Elemente:
 - Dienstleistungszentrum LBB AG / Lenzerheide Tourismus
 - Parkhaus für 1000 Parkplätze Kundenportal / Rental Center
 - Talstation auf Rothornbahn
 - Personalwohnungen
- Für die erste Realisierungstranche der Massnahmen haben die LBB AG bereits rund Fr. 6 Mio in ihre Investitionsplanung aufgenommen.



7-Punkte-Programm:

5. Optimierung der Vermarktung



7-Punkte-Programm: Optimierte Vermarktung



Seite (1/3): Klare Positionierung

Inhaltliche Positionierung

Die Ferienregion Lenzerheide ist DIE exzellent gelegene Ganzjahres-Erlebnisarena der Alpen. Als fokussierte Positionierung und Visualisierung wird deshalb mit dem Mission Statement „Lenzerheide - Mehr Zeit“ gearbeitet. Mehr Zeit, da am schnellsten vom Unterland erreichbar. Mehr Zeit, da die gesamte Infrastruktur im Hochtal in optimaler Distanz und damit Erreichbarkeit liegt. Also mehr Zeit für Ferien, für die Familie, für Erholung, für Aktivität.

Positionierung Skigebiet mit Verbindung zu Arosa

Mit der Verbindung wird die Skiregion Arosa-Lenzerheide zu einem der Top Skigebiete Europas. Damit stösst die Ferienregion (im ADAC-Skiatlas) unter die 25 besten Skiregionen Europas vor. Gemeinsames Productmanagement sowie gebündelte Marketingmittel sind die massgeblichen Treiber für eine wesentlich höhere Präsenz und damit Wahrnehmung am Markt sowie für die Steigerung des Bekanntheitsgrades.

Zielgruppen / Communities

Communities

Ski Alpin
Langlauf
Wandern/Walking
Biken
Familien

Strategische Ziele

Top Skiregion Europas, Weltcup Lenzerheide Alpin
Top 3 LL-Region Schweiz
Top Walkingregion Schweiz
Top Bikerregion Europas
höchster Anteil an zertifizierten Familien-Angeboten

Zielmärkte - Strategieanlehnung an GRF

Kreis 1: < 1.5h Reisezeit (Tagesgast, Kurzaufenthalter Hotel 1-3 Tg, Fewo-Besitzer)

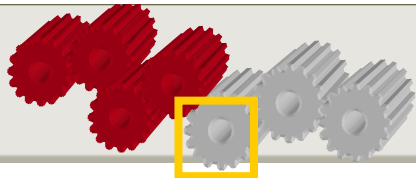
Marktbearbeitung: Breit – Horizontal; Hohe Marken-Sensitivität (Top of Mind)

Kreis 2: > 1.5h und <5h Reisezeit (Langzeitaufenthalter Hotel > 4 Tg, Fewo-Mieter > 4-7 Tg.)

Marktbearbeitung: Tief – Vertikal; Hohe Produkte-Sensitivität (fokussiert auf Communities)

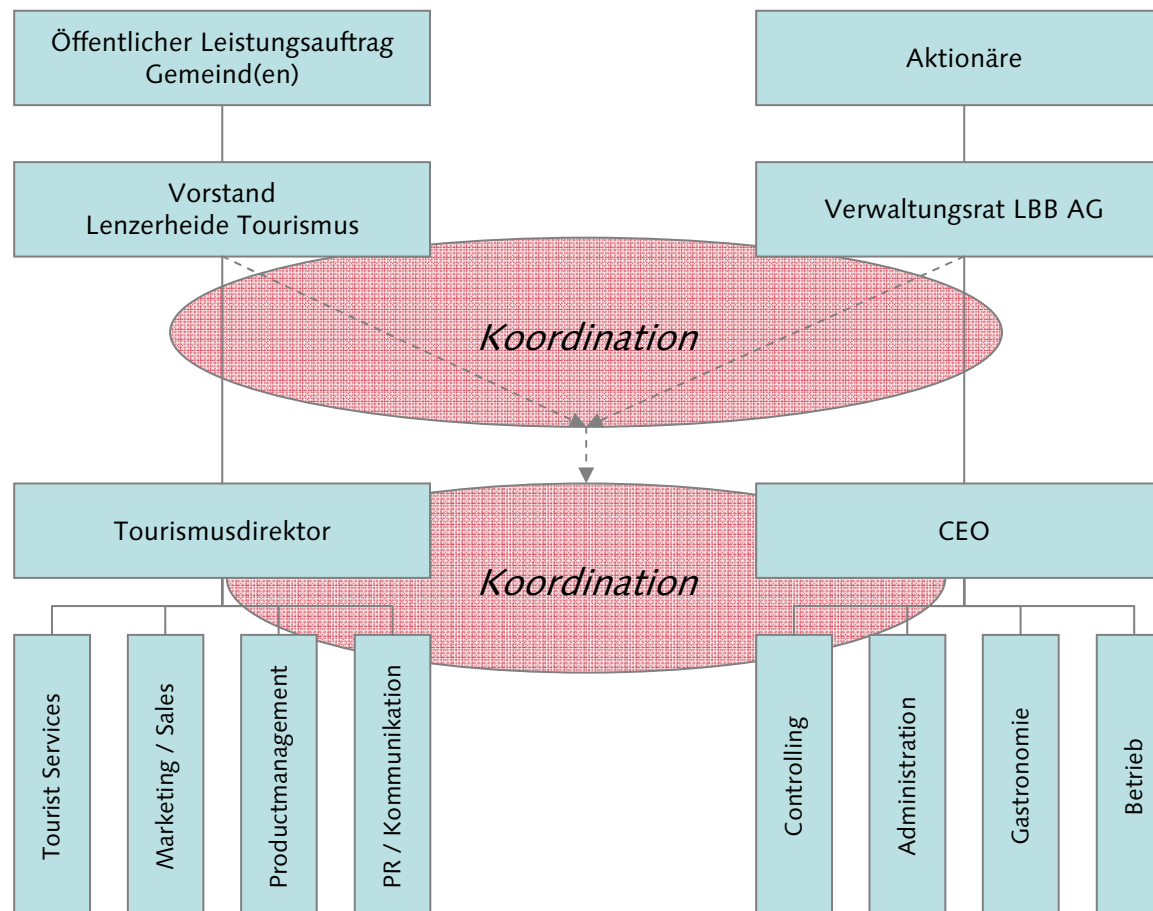
Die Kernmärkte Schweiz und Deutschland werden von Lenzerheide alleine bearbeitet (mit gewisser Unterstützung der Marke Graubünden). Die Aufbaumärkte (z.B. UK, Benelux, Frankreich, Skandinavien usw.) werden federführend durch Graubünden Ferien und somit in strategischer Linie zu Graubünden und über deren Vertriebskanäle bearbeitet, selektiv ergänzt mit den dazu passenden Marktbearbeitungsinstrumenten und -kanälen von Schweiz Tourismus. Die sog. Zukunftsmärkte (z.B. China, Indien usw.) werden von Lenzerheide nicht aktiv bearbeitet.

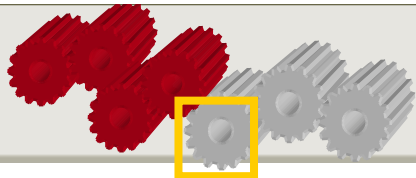




Destinationsbildung – Bündelung der lokalen Marketingmittel

Die Ferienregion Lenzerheide (Talschaft Lenzerheide von Malix bis Brienz) wird per 1.5.08 respektive spätestens 1.11.08 die Vermarktung operativ zentralisiert haben. Die Führung des allgemeinen touristischen Marketings sowie des Marketings für die Bergbahnen wird ab 2. Hälfte 2008 in der gemeinsamen Verantwortung von Lenzerheide Tourismus und LBB AG liegen. Dadurch wird künftig erstmals die gesamte Destination aus einer Hand vermarktet.





Kantonale DMO Bildung

Strukturanalyse

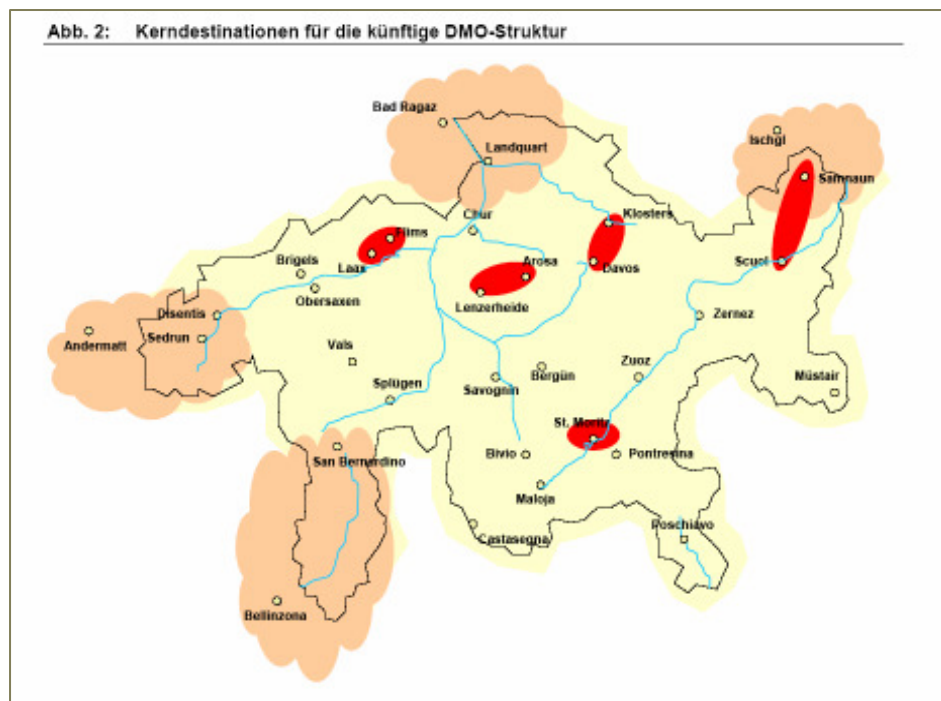
Im Rahmen des kantonalen Projekts "Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus" erstellte grischconsulta eine Strukturanalyse. Das Ergebnis der Analyse zur Destinationsbildung Arosa - Lenzerheide - Chur zeigt klar auf, dass eine vertiefte touristische Kooperation zwischen Arosa und Lenzerheide nur sinnvoll ist, wenn die Skigebietsverbindung realisiert wird. Ohne einen gemeinsamen, für den Gast wahrnehmbaren Erlebnisraum ist der erfolgreiche Aufbau einer einheitlichen Organisation sehr unwahrscheinlich. Die Skigebietsverbindung zwischen Arosa und Lenzerheide bildet also den Dreh- und Angelpunkt, ist somit der Treiber für eine vertiefte enge Kooperation im touristischen Marketing und für eine erfolversprechende Zukunft.

Vertieftes Kooperationsmodell

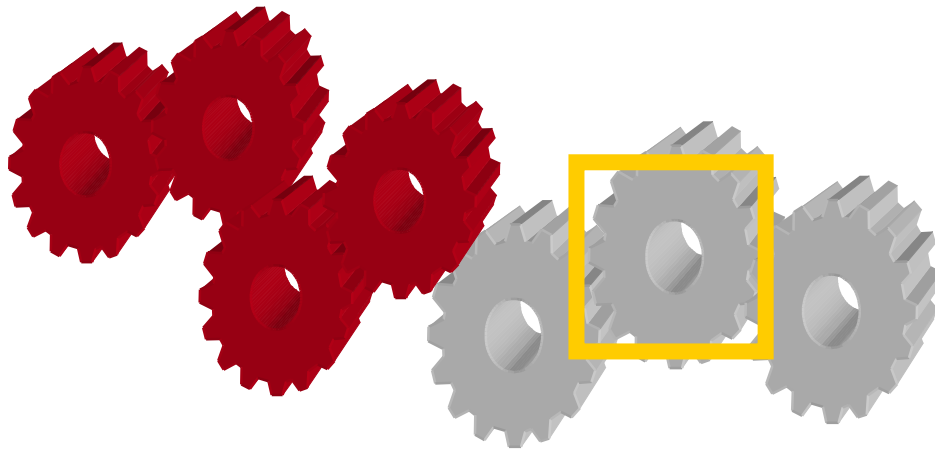
Sobald die Verbindung Arosa - Lenzerheide konkret wird, ist die Zusammenarbeit zwischen den beiden Tourismusorganisationen und Bergbahnen zu intensivieren und zu vertiefen. Gleichzeitig gilt es dann, zielführend die touristische Kooperation der beiden Regionen in den Feldern Vermarktung, Produktmanagement, Kommunikation, Qualität und Kompetenz auszubauen.

Der gemeinsame Erfolg am Berg ist Treiber dafür, dass das Vertrauen in eine gemeinsamen Destinationsmanagement-Organisation wächst sowie der Willen zur Zusammenarbeit gefördert wird.

Abb. 2: Kerndestinationen für die künftige DMO-Struktur

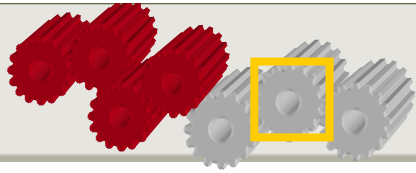


Quelle: Kant. Amt für Wirtschaft & Tourismus, Chur



7-Punkte-Programm:

6. Sport-Infrastrukturen am Berg
(Winter und Sommer)



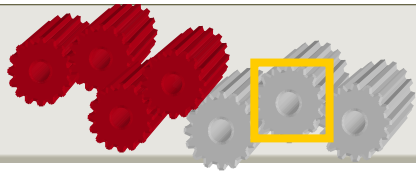
Meilenstein Ost-West-Verbindung (1/2)

Das Projekt einer effizienten Ost-West-Verbindung der Skigebiete wird von verschiedenen Faktoren motiviert:

- Portalstrategie der Bergbahnen
- Gebietsverbindung Lenzerheide - Arosa
- Lenkung Wintersportverkehrsströme
- Mehr Convenience für die Gäste

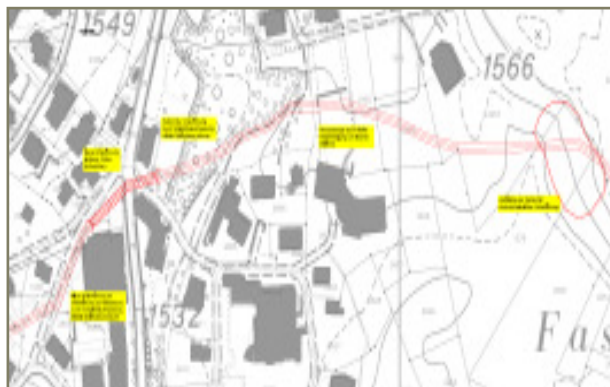
Das Pflichtenheft für das Projekt umfasst zahlreiche Elemente:

- Optimale Lösung für Gäste
 - Von Arosa nach West
 - Tagesgast nach Churwalden
 - Tagesgast zu PP ohne Sportbusanbindung
- Rasche Querung mittels Ski und Snowboard
- Muss mit Pistenmaschine passierbar sein
- Politische Durchsetzung raschmöglichst
- Geringer Eingriff in Umwelt und Natur



Meilenstein Ost-West-Verbindung (2/2)

Nach einem fundierten Standortevaluationsverfahren stehen noch zwei Varianten für die Realisierung zur Diskussion. Sie werden von der LBB AG nach derselben Methode geprüft, wobei die Variante Valbella Priorität genießt. Sollte die Variante Obertor zum Zuge kommen, wird eine Optimierung des Valbella-Liftes erwogen.



Prio 1: Variante "Valbella"

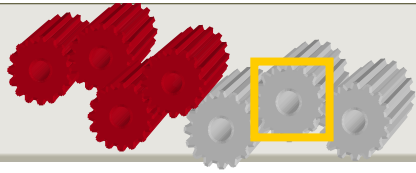


Prio 2: Variante "Obertor"

Weiteres Vorgehen

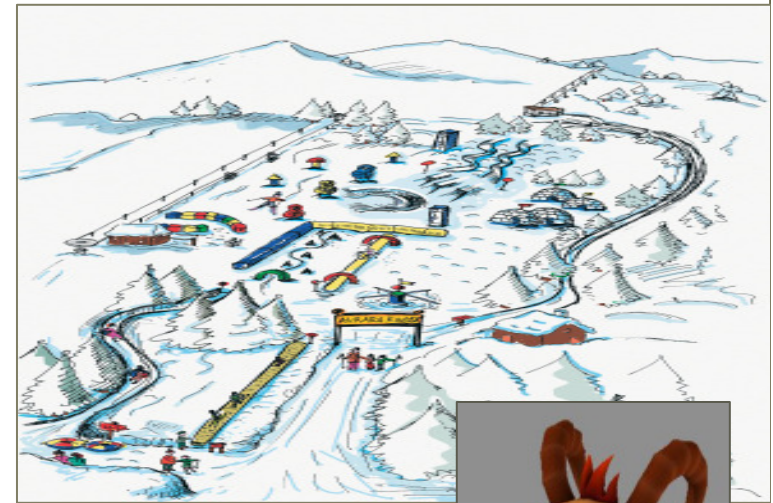
Die Realisierung der Ost-West-Verbindung soll gleichzeitig mit der Verbindung Lenzerheide-Arosa erfolgen. Nächste Schritte:

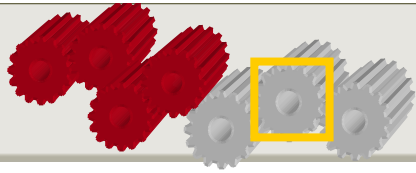
- Ausarbeitung Vorprojekt
- Kontaktnahme Grundeigentümer
- Ev. Projektwettbewerb Überführung
- Baueingabeprojekt (Nutzungsplanung / Rodung)
- Submission
- Ausführung



Kinderland

- Ziel-Positionierung im Bereich Kinderangebot: National Top Liga – wir sind die Familiendestination.
- Mögliche Standorte: Fadail / Scharmoin / Fastatsch / Heimberg.
- Angebot: Infrastruktur (Kinderland, Kinderrestaurant etc.) erstellt die Bergbahn, den Betrieb und den Unterhalt stellen Schneesportschulen sicher (Kooperation mittels Leistungsauftrag).
- Es wird eine einheitliche Lenzi-Figur für alle Kinderländer angestrebt.
- Infrastruktur-Elemente: Zauberteppich-Förderbänder, Übungslift, Karussell, Schaukel, Wellenbahn, Bobbahn, Adventure-Parcours, Tubing Park, Mini-Ski-Doo-Parcours, Kindertruck, Dinowald, Märchendorf, Kinderbühne, Spielplatz, Stabis, Segel, Kids-Stadl, Tierpark, Kinderrestaurants, Schneerutschen etc.
- Die LBB AG hat die Realisierung wie folgt in ihre Investitionsplanung aufgenommen:
 - Kinderland Scharmoin: 2007 / Fr. 500'000
 - Kinderland Fadail: 2009 / Fr. 500'000
 - Kinderland Fastatsch: 2010 / Fr. 250'000
 - Kinderland Heimberg: 2010 / Fr. 250'000



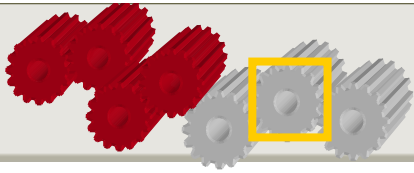


RENTAL-Angebot

- Der Rental besticht durch seine schnelle und einfache Handhabung und durch die Vielseitigkeit der einsetzbaren Eingabemöglichkeiten. Je nach Arbeitsablauf und Situation steht für jeden Arbeitsplatz eine Auswahl passender Eingabegeräte zur Verfügung. Die grundlegenden Vermietfunktionen werden wahlweise mit Scanner, Tastatur, Maus oder mit einem Fingertip auf dem Touchscreen bedient. Optional kann das speziell für die Bedienung am Einstellplatz entwickelte Terminal eingesetzt werden. Auch das direkt anschliessbare Bindungseinstellgerät übernimmt durch den Datenaustausch mit dem Programm Terminalfunktion.
- Die LBB AG hat die Realisierung wie folgt in ihre Investitionsplanung aufgenommen

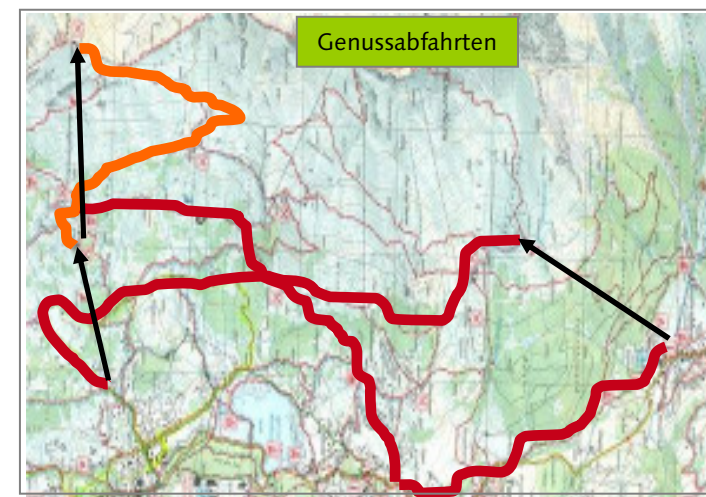
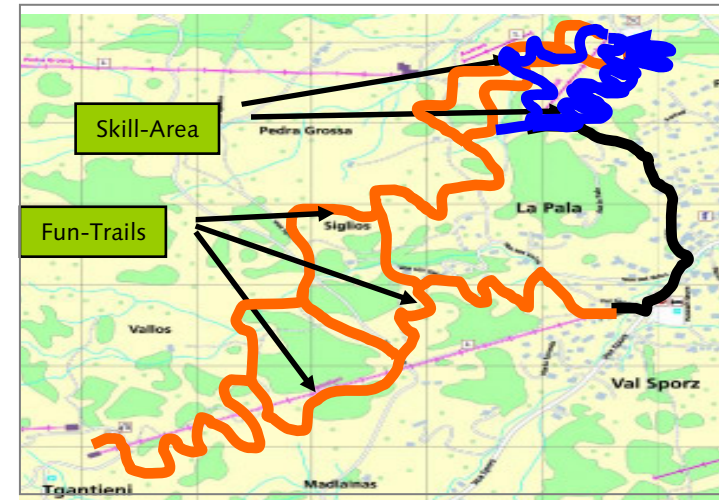
- Rental Churwalden: 2008 / Fr. 900'000
- Testcenter Alp Stätz: 2008 / Fr. 500'000
- Rental Canols: 2009 / Fr. 700'000
- Testcenter Scharmoin: 2010 / Fr. 400'000
- Rental Fadail: 2014 / Fr. 900'000

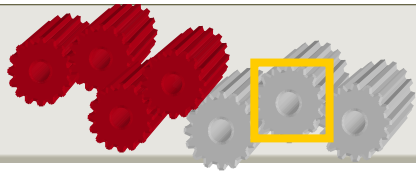




Bike Park Lenzerheide

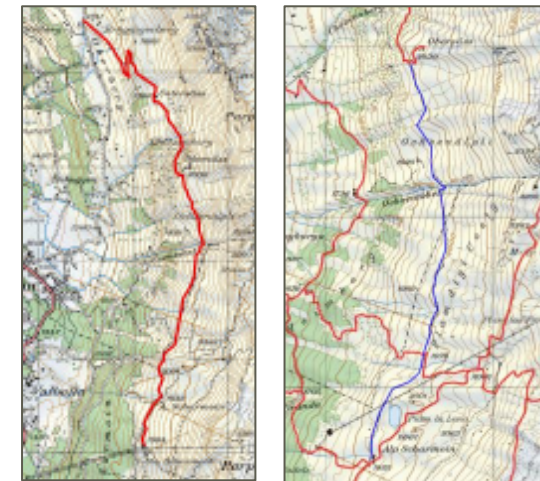
- Biken ist im Sommer ein strategisches Geschäftsfeld, welches grosse Zuwachsraten erwarten lässt.
- Das Tourennetz ist bereits sehr gut. Die Infrastruktur an Fun-Trails, Skill-Areas usw. wird schrittweise den Anforderungen angepasst, um ebenfalls den Ansprüchen als Top Bikeregion Europas gerecht zu werden.
- Dazu Umsetzung eines systematischen Produkt-Managements im Bike-Bereich durch Schaffung und Vermarktung zielgruppenspezifischer Angebote: Skill Area, Fun Trails, Genussabfahrten
- Organisation (Infrastruktur vs. Betrieb): Auch die Biker wollen wie die Skifahrer ihren Treffpunkt. An der Talstation Fadaïl soll deshalb eine Bikestation entstehen mit Funpark für Kinder-Biking und die Academy. Die bisher nur im Winter benutzten Infrastrukturen sollen auch im Sommer genutzt werden für Bikerental und als Bike Restaurant.
- Das Projekt "Bike Park Lenzerheide" wird von Lenzerheide Tourismus koordiniert. Folgende Elemente sind bereits in den Investitionsplanungen der jeweiligen Akteure:
 - Umsetzung 2008: Biketransport Scalottas, Trotinett, eine Genussabfahrt; Fr. 50'000 (LT / LBB AG)
 - Umsetzung 2009: 1 Funtrail, Kinderland Fadaïl; Fr. 100'000 (LT / pol. Gde.)
 - Umsetzung 2010: 2-3 zusätzlich Funtrails; Fr. 150'000 (LT / pol. Gde)
 - Umsetzung 2011: Skillarea Fadaïl, Hindernisse und diverse Pisten; Fr. 300'000 (LT / pol. Gde / evtl. Investor)





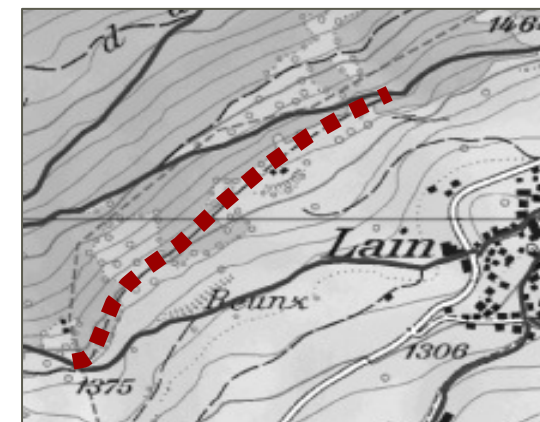
Panoramaweg Scharmoir – Oberberg

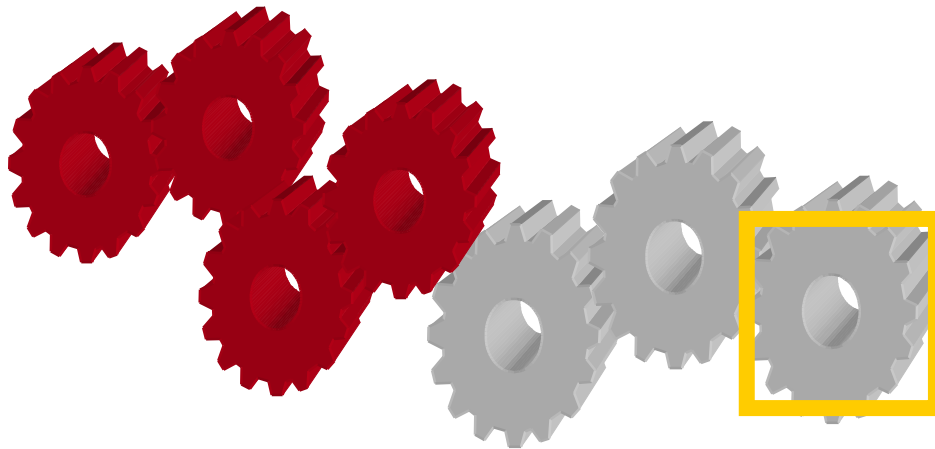
- Der Höhenweg ist mit der Bahn erreichbar und führt von Mittelstation Scharmoir über die Alp Scharmoir, Chötzenberg, Obersäss, Untersäss auf den Oberberg. Der Weg muss sehr breit und einfach angelegt werden, so dass Wanderer und Biker mühelos aneinander vorbeikommen. Der Weg darf keine steilen Passagen aufweisen. Naturerlebnis in der Höhe wird so auch ‚schwächeren‘ Gästen ermöglicht. Neue zahlreiche Touren-Möglichkeiten werden eröffnet.
- Als erster Realisierungsschritt wird der Abschnitt Scharmoir – Jochalp von der politischen Gemeinde Vaz / Obervaz im Jahr 2008 realisiert. Fr. 50'000 sind dafür in der Investitionsplanung reserviert.



Fussweg Lunat, Lain

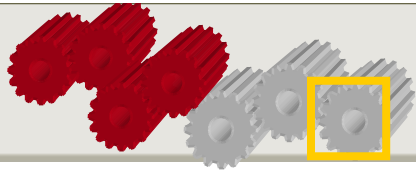
- Mit dem Ausbau des Fusswegs Lunat entsteht ein Rundweg Lain – Trantermoira – Waldrand – Careinsweg – Lain mit herrlicher Aussicht. Der Fussweg Lunat soll ausgebaut und mit Kies versehen werden, so dass er bei jeder Witterung begangen werden kann. Damit wird auch eine Präparierung als Winterwanderweg möglich. Weglänge: ca. 1 km.
- Die Realisierung dieses Projekt mit Umfang Fr. 100'000 ist in der Investitionsplanung der politischen Gemeinde für das Jahr 2009 vorgesehen.





7-Punkte-Programm:

7. Attraktivierung des
aussersportlichen Erlebnisangebotes



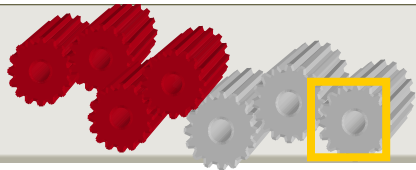
Attraktiver Dorfkern - Beleuchtungskonzept

- Die neue Strassenbeleuchtung wird unserem Ferienort ein neues Ambiente geben. Nachts soll Lenzerheide erstrahlen.
- Die politische Gemeinde hat für die Realisierung im Jahr 2009 Fr. 280'000 in ihre Investitionsplanung aufgenommen.

Attraktives Shopping- und Unterhaltungsangebot

- Unsere Gäste sind weder den ganzen Tag sportlich aktiv, noch bleiben sie während der gesamten Restzeit in ihren Hotels und Wohnungen. Unsere Destination muss auch für die Zeiten 'zwischendurch' ein attraktives Erlebnis- und Verweilangebot bereithalten.
- Diesbezüglich ist in den letzten Jahren von den einheimischen Akteuren viel und erfolgreich investiert worden. Gleichwohl bestehen noch zusätzliche Potenziale. Diese sollen mit einer professionellen Analyse und einem Stärken-/Schwächenprofil des Standortes Lenzerheide aus Sicht Detailhandel und Gastronomie ausgelotet werden: Wo bestehen heute und zukünftig Angebotslücken, und was für Geschäftsgelegenheiten (nach Branchen / Konzepten) ergeben sich daraus?
- Die politische Gemeinde, Lenzerheide Tourismus und Hotelierverein beabsichtigen einen Projektkredit von total Fr. 20'000.– im Jahr 2008/09 zu sprechen.

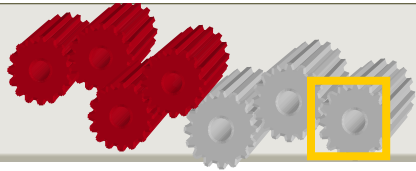




Sanierung und Ausbau Sportzentrum Dieschen

- Verbesserung Fitnessangebot und Parkierung: Das neue Sportzentrum mit Hallenbad, Aussenbad, Fitness ist das neue Topangebot für Jung und Alt. Im Hallenbad mit den attraktiven Rutschbahnen kann man sich richtig erholen. Das Erlebnisbad im Freien bietet viel Spass.
- Die Realisierung des Projektes ist bereits im Gange und steht für das Jahr 2008 mit Fr. 12.9 Mio. in der Investitionsplanung der Gemeinde.





Eventzone Bossi-Hang

- Ziel:

- Ausbau des mitten im Dorfzentrums von Lenzerheide gelegenen Bossi-Hanges zu multifunktionaler "Naturarena" Winter (z.B. Schneesport-Shows) und Sommer (z.B. für Bike-Shows, Open-Airs).
- Dazu Ausebnung des Hanges für vollständige Einsehbarkeit vom Dorfzentrum sowie Schaffung entsprechender Convenience-Angebote für das Publikum.

- Status:

- Die Bürgergemeinde als teilw. Landeigentümerin und die politische Gemeinde prüfen die Nutzung des Hanges als touristische Eventzone.
- Der Lead des Projektes liegt bei Lenzerheide Tourismus.
- Lenzerheide Tourismus beabsichtigt für das Jahr 2008 eine technische Machbarkeitsstudie für die räumliche Bereitstellung zu realisieren.



1. Unsere Verpflichtung / Die Akteure vor Ort
2. Ausgangslage
3. Strategie
4. Umsetzungsmassnahmen: *7-Punkte-Programm*



Bürgergemeinde Vaz / Obervaz

c/o V. Blaesi
Bürgerratspräsident
Hotel Waldhaus
CH-7077 Valbella
Tel. +41 (0)81 385 02 02

Politische Gemeinde Vaz / Obervaz

Gemeindekanzlei Lenzerheide
Voa principala
CH-7078 Lenzerheide
Tel. +41 (0)81 385 21 21
Fax +41 (0)81 385 21 20
Mail gemeinde@vazobervaz.ch

Lenzerheide Bergbahnen AG

Lenzerheide Bergbahnen AG
Canols
Postfach 160
CH-7078 Lenzerheide
Tel. +41 (0)81 385 50 00
Fax +41 (0)81 385 50 09
Mail bergbahnen@lenzerheide.com

Verein Lenzerheide Tourismus

Lenzerheide Tourismus
Voa principala 68
Postfach
7078 Lenzerheide
Tel. +41 (0)81 385 11 20
Fax +41 (0)81 385 11 21
Mail info@lenzerheide.com