GROSSER LANDRAT
AMTSJAHR 2009

BEILAGE NR. 86

DAVOS DESTINATIONS-ORGANISATION (GENOSSENSCHAFT)

Verwendung der Tourismusförderungsabgabe (zur Kenntnisnahme an den Grossen Landrat)
(Art. 12 des TFAG)

Betriebsrechnung ***2008/2009***

Tätigkeitsbericht

BETRIEBSRECHNUNG MARKETING (TFA) 2008/2009

RECHNUNG 2007/2008	AUFWAND	VORANSCHLAG 2008/2009	RECHNUNG 2008/2009
FR.		FR.	FR.
717'674.28	Personalaufwand inkl. Sozialleistungen	760'000.00	752'900.00
17'400.14	Öffentlichkeitsarbeit	17'000.00	10'651.15
140'308.01	Pressebetreuung	258'000.00	261'908.55
192'748.10	Massenmedia (Internet / Inserate etc.)	127'000.00	126'050.35
426'512.30	Prospekte, Plakate etc.	11'000.00	10'083.35
50'049.75	Werbematerial	92'000.00	88'159.10
757'001.85	Verkaufsförderungen	803'000.00	556'312.05
32'589.00	Unterhalt Betriebseinrichtungen	45'000.00	26'700.50
58'830.05	Versicherungen und Mieten	60'000.00	47'532.00
25'436.61	Reise- und Repräsentationsspesen	40'000.00	27'216.14
73'044.71	Allg. Büro- und Verwaltungskosten	75'000.00	31'655.13
17'419.42	Telefon / Telefax	18'000.00	6'796.70
88'322.12	Übriger Aufwand	91'000.00	57'940.50
0.00	Anteil an DMO Kosten	139'000.00	130'000.00
130'000.00	VJ: Einlage Rückstellung / Anteil an DMO Kosten		0.00
2'727'336.34	**TOTAL AUFWAND**	**2'536'000.00**	**2'133'905.52**
	ERTRAG		
3'252.80	Öffentlichkeitsarbeit	0.00	0.00
736.65	Pressebetreuung	5'000.00	2'059.65
67'319.54	Massenmedia (Internet / Inserate etc.)	20'000.00	16'761.89
397'839.62	Prospekte, Plakate etc.	11'000.00	78'739.80
18'488.69	Werbematerial	13'000.00	10'925.75
347'217.70	Verkaufsförderungen	549'000.00	132'405.10
11'161.30	Diverse Einnahmen	68'000.00	6'275.85
320'000.00	Gemeindebeitrag	320'000.00	320'000.00
1'567'097.25	Tourismusförderungsabgabe	1'550'000.00	1'566'976.40
0.00	Bezug Rückstellungen	0.00	0.00
2'733'113.55	**TOTAL ERTRAG**	**2'536'000.00**	**2'134'144.44**

Davos, 22. August 2009/B

Davos Destinations-Organisation Marketing
Tätigkeitsbericht (Aktivitäten) und Bericht
über die Verwendung der TFA-Gelder
basierend auf der Betriebsrechnung Marketing
für das Geschäftsjahr 2008/2009 (Mai - April)

PERSONALKOSTEN:
In diesen Kosten sind 9 Personen zu 700 Stellenprozenten im Marketing und der PR-/Medienstelle sowie anteilsmässig der Direktion/Verwaltung enthalten.

Tätigkeiten und Aufgaben (Zusammenfassung der wichtigsten Aufgaben):
- Realisation und Umsetzung der DMO Davos Klosters
- Marketing und Verkauf des touristischen Angebotes von Davos Klosters in der Schweiz, Europa und Übersee (gemäss Marketing Konzept)
- Einführung der neuen Marke Davos Klosters
- Planung und Umsetzung der Marketing- und Kommunikations-Strategie
- Planung und Durchführung aller Marktaktivitäten in den definierten Märkten in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern (ST, GRF, BOTA, SCIB, etc): Teilnahme an Messen, Workshops, Sales Reisen, Organisation und Betreuung von Studienreisen/FamTrips, etc.
- Akquisition Reiseveranstalter und Partner aus den Zielmärkten
- Internationale PR- und Medienarbeit
- Lancierung & Realisation davosklosters.tv
- Produktmanagement Sommer, Winter und Gastro, Pauschalen für den Verkauf (Sun and Fun, Kind und Co, Bike-/Hike, Golf, Davos Inklusive, Klosters 5-Inklusive, Dine Around, etc.)
- Planung und Durchführung aller Marktkommunikationsmassnahmen (Plakatkampagne, Inserate, Werbung allgemein)
- Marketing und aktiver Verkauf des touristischen Angebotes für das Business-Segment (Kongress, Seminar, Incentive)
- Gründungsmitglied und Lancierung der Allianz „Swiss Conventions Centres" zur Stärkung und vermehrter Aktivitäten für das Kongresszentrum
- Spezialkampagnen für Sommerangebot Davos Inclusive, Klosters 5-Inklusive, Raiffeisen, Business Segment (Produktion Broschüren, Cross- und Medienpromotionen, Mailings, Online Werbung, weitere Promotionen)
- Inseratekampagnen mit Enavant (Steinbock Sujet)
- Realisation und Produktion aller Broschüren, Werbemittel, Give-Aways sowie der allgemeinen Drucksachen und Briefschaften
- Verwaltung der Bilddatenbank
- Koordinationsstelle für die Aktivitäten der Seminar Hotels Davos
- Erstellung und Vermarktung von Pauschalangeboten (Sommer & Winter)
- Bearbeiten von Anfragen für Seminare
- Leitung und Durchführung von Spezialprojekten und Spezialaufträgen
- Vertretung im Komitee „Davos Sister Cities"

Netto-Aufwand (TFA): CHF 752'900.00

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT:
Marketing vor Ort, Spezialanlässe für Davoser und Klosterser Leistungsträger, Informationsveranstaltungen, Wettbewerbe. Beinhaltet zusätzlich die Organisation und Durchführung von Aktivitäten im Rahmen der Aufgaben im Komitee „Davos Sister Cities", wie z.B. Organisation und Betreuung bei Besuchen aus den Schwesterstädten, sowie Reisen in die Schwesterstädte.

Aufwand: CHF 10'651.15 ***Ertrag: CHF 0.00***
Netto-Aufwand (TFA): CHF 10'651.15

PRESSEBETREUUNG:
wichtigste Aktivitäten:
Die journalistische, redaktionelle Berichterstattung über Davos Klosters im In- und Ausland ist ein wichtiges Instrument im Marketingmix, die stetige Präsenz in den Medien wird mit einem gezielten Key Media Management (Definieren wichtiger Medienkontakte für Davos Klosters sowie kontinuierliches, aktives Bearbeiten und Pflegen dieser Kontakte) sichergestellt und gestützt.
Die PR-/Medienstelle erstellt Mediendokumentationen bzw. -mappen für jeden Medienbesuch individuell, pro Jahr werden über 100 Medienmitteilungen und monatlich ein allgemeiner Newsletter und ein Newsletter an die Genossenschafter verfasst und verschickt, ebenfalls werden Medien an Veranstaltungen in Davos und Klosters betreut (z.B. World Economic Forum, Tour de Suisse und weitere Events) und monatlich eine Statistik zur Medienbeobachtung erstellt und Presseversände und -konferenzen durchgeführt. Die PR/Medienstelle erfüllte Anfragen nach Informationen aller Art von über 100 Journalisten überwiegend aus den Hauptmärkten Schweiz, Deutschland, Grossbritannien und Niederlande. 140 Akkreditierungen für Recherchen in der Landschaft Davos wurden umgesetzt. Während der Wintersaison haben alleine 67 Vertreter von Print- und Onlinemedien, Lokalradios und TV-Stationen in Davos übernachtet und Berichte dazu erstellt, im Sommer waren es 73 Journalisten.

Aufwand: CHF 261'908.55 Ertrag: CHF 2'059.65
Netto-Aufwand (TFA): CHF 259'848.90

WERBUNG: MASSENMEDIEN, PROSPEKTE, PLAKATE, WERBEMATERIAL
Auszug der wichtigsten Tätigkeiten und Massnahmen:
- Konzeption und Umsetzung der Sommer- und Winter Lancierungskampagne Davos Klosters
- Winterkampagne mit Microsite und Bannerwerbung
- Erarbeitung und Produktion Promotionsmaterial (Folder, Banner, Transparente, Inserate, etc) zu diversen Sommer- und Winterprodukten
- Produktion neuer Broschüren für Destination Davos Klosters
- Produktion und Überarbeitung aller Broschüren und Werbematerialien
- Diverse Inserate und Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, Spezialbeilagen
- Unterhalt, Neuerungen und Re-Design beim Internetauftritt
- Onlinekampagnen auf verschiedenen Internet-Platformen
- Direct Mailing mit Spezialangebot für Schweiz und Deutschland
- Werbeaktionen für Sommer bei Wintergäste
- Werbeaktionen im Segment Business
- Aktualisierung und Fotoshootings für Bilddatenbank
- Erstellung von Give-Aways und Souvenirartikel

Aufwand: CHF 224'292.80 ***Ertrag: CHF 106'427.44***
Netto-Aufwand (TFA): CHF 117'865.36

VERKAUFSFöRDERUNGSMASSNAHMEN:
die wichtigsten Tätigkeiten, Aktivitäten und Teilnahme an Plattformen:

Aktivitäten und Plattformen mit Graubünden Ferien:

- Teilnahmegebühren und Beiträge für gemeinsame KeyPartnerschaften in den Zielmärkten Deutschland, Grossbritannien, Benelux und Frankreich
- Teilnahmegebühren und Beiträge an segmentspezifische Plattformen, wie z.B. Winterkampagne, Bergsommer, Bike
- Teilnahmegebühren für Kooperation internationales Marketing Graubünden
- Teilnahme an gemeinsamen Marketing-Plattformen und Fachmessen (z.B. ITB Berlin, WTM London, Auftritt Bundesfeier Berlin, etc.).
- Beiträge für gemeinsame Inserate- und Kooperationskampagnen in den Zielmärkten inkl. Enavant
- Prospektfachmiete am Stand von Graubünden Ferien bei verschiedenen Messen im In- und Ausland inkl. Materialtransport
- Kosten für Studien- und Rekognoszierungsreisen (Übernachtungen, Verpflegung, Aktivitäten, Organisation und Betreuung) aus den Zielmärkten

Aktivitäten und Plattformen mit Schweiz Tourismus:

- Teilnahmegebühren und Beiträge für KeyPartnerschaften in den Zielmärkten Deutschland, Grossbritannien, Benelux, Italien, Skandinavien und Russland
- Teilnahmegebühren und Beiträge an segmentspezifische Plattformen, wie z.B. Winterkampagne, Bergsommer
- Teilnahme an Workshops, Messen und Sales Reisen in den Zielmärkten
- Beiträge für gemeinsame Inserate- und Kooperationskampagnen in den Zielmärkten
- Prospektfachmiete am Stand von Schweiz Tourismus bei verschiedenen Messen im In- und Ausland inkl. Materialtransport
- Länderspezifische und in der jeweiligen Landessprache verfasste Webseiten für Davos Klosters auf der Plattform www.myswitzerland.com
- Kosten für Studien- und Rekognoszierungsreisen (Übernachtung, Verpflegung, Aktivitäten, Organisation und Betreuung) aus den Zielmärkten

Aktivitäten und Plattformen mit Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)

- Beiträge für Marktbearbeitung in den SCIB-Märkten Europa (Schweiz, Deutschland, Benelux, Grossbritannien, Skandinavien, Frankreich und neu Russland), sowie in den SCIB-Märkten Nordamerika (USA/Kanada)
- Teilnahme an Workshops, Messen und Sales Reisen in den SCIB-Märkten Europa
- Gemeinsame Inserate-, Kooperationskampagnen und Webplattformen
- Prospektfachmiete am Stand von Switzerland Convention & Incentive Bureau bei verschiedenen Messen im In- und Ausland inkl. Materialtransport
- Gemeinsame Publikationen (Broschüren, Newsletter, Internet) und Werbemassnahmen
- Teilnahme und Messestand an der Internationalen Konferenz SITE Montreux (Weiterbildungskonferenz Sektor „Business")
- Kosten für Studien- und Rekognoszierungsreisen (Übernachtung, Verpflegung, Aktivitäten, Organisation und Betreuung) aus den SCIB-Märkten

Aktivitäten und Plattformen mit „Best of the Alps"

- Beiträge und Teilnahmegebühren für die Marketingkooperation
- Gemeinsame Messeauftritte und Salesbesuche in Europe und den Fernmärkten (USA/Kanada, Japan)
- Gemeinsame Sales Aktivitäten und Pressekonferenzen
- Zusammenarbeit Lancierung Winterkollektion mit Tommy Hilfiger
- Gemeinsame Broschüre und Internetauftritt

weitere Aktivitäten:

- Eigene Verlaufsinfrastruktur und Aktivitäten im Bereich MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibiton) für Markt Schweiz und Deutschland inkl. Salesreisen, Konkurrenzanalysen, Kundenbesuche und Marktanalysen
- Neue Aktivitäten für den Verkauf Kongresszentrum mit der Allianz „Swiss Convention Centres", Schwerpunkte im Markt Schweiz & Deutschland
- Projekt „Davos Klosters goes British" im Markt Grossbritiannien, inkl. Salesaktivitäten, Salesbesuche, Marktauftritte und eine Studien- und Medienreise

Aufwand: CHF 556'312.05 Ertrag: CHF 132'405.10
Netto-Aufwand (TFA): CHF 423'906.95

INFRASTRUKTURKOSTEN:
Betriebseinrichtungen, Mieten, allgemeine Bürokosten, Reisespesen für die Teilnahme an Messen, Workshops und Sales Reisen bei den unter dem vorhergehenden Punkt „Verkaufsförderungsmassnahmen" beschriebenen Aktivitäten. Diese Positionen sind selbsterklärend.
(Reisespesen Aufwand CHF 27'216.14)

Aufwand: CHF 139'900.47 Ertrag: CHF 0.00
Netto-Aufwand (TFA): CHF 139'900.47

ÜBRIGER AUFWAND:
Aufgrund der TFA, die Mehrwert-Steuer-befreit ist, muss eine entsprechende Vorsteuerkürzung (*CHF 64'764.95*) vorgenommen werden.

Aufwand: CHF 57'940.50 Ertrag: CHF 6'275.85
Netto-Aufwand (TFA): CHF 51'664.65

Anteil an die Destinationsbildung:
Die Destinationsbildung mit Klosters führte dazu, dass einige Auslagen über die „DMO-Bildungskosten" (*) verbucht wurden. Der Kanton leistet an diese Kosten einen Beitrag von 50 %. Verbleibender Anteil DMO-Bildung: CHF 130'000.—.

(*)Internet / Telefonanlage / Briefpapier etc. / Broschüren+Pitch / Karten- und Bildmaterial / Gästekarten / Beflaggung / Beschriftungen / Lancierung / Bekleidung etc.

Für detaillierte Angaben verweisen wir auf das Marketing Konzept 2004-2008.

Davos, im August 2009/Michèle Suter