



**Leistungsauftrag
des Kreisrates des Kreises Oberengadin
an die
Tourismusorganisation Engadin St. Moritz**

Gestützt auf Art. 8 Abs. 1 lit. c des Gesetzes über die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz erteilt der

Kreis Oberengadin

der

**Tourismusorganisation Engadin St. Moritz
(nachfolgend Tourismusorganisation genannt)**

den nachstehenden

Leistungsauftrag.

1. Grundlagen

Der Leistungsauftrag basiert auf Art. 2 Abs. 2 der Kreisverfassung und auf dem Gesetz über die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz des Kreises Oberengadin vom 26. November 2006 (Tourismusgesetz).

2. Zweck dieses Auftrages

Mit dem vorliegenden Leistungsauftrag sollen die von der Tourismusorganisation zu erbringenden Leistungen und die von dieser zu erreichenden Zielsetzungen verbindlich umschrieben werden.

3. Ziele, welche die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz zu erreichen hat

Die Tourismusorganisation hat die nachfolgenden Ziele zu erreichen:

- Stärkung der touristischen Ertragskraft in der Destination Engadin St. Moritz durch Erhöhung der Jahresauslastung (insbesondere während den Zwischensaisons).

- Logiernächteentwicklung im Verhältnis über Benchmarks (Best of the Alps)
- Konzentration auf die nachfolgenden Bereiche:
 - Winter
 - Sommer
 - Veranstaltungen (Events)
 - Kongress- und Veranstaltungstourismus (MICE)
- Anziehungskraft der Destination Engadin St. Moritz stärken
- Ausschöpfen des vorhandenen touristischen Potentials, insbesondere von solchem mit einer hohen Wertschöpfung
- Durchgängige Verknüpfung der touristischen Dienstleistungskette
- Schaffung von Synergien durch Bündelung von gleichen und ähnlichen Aufgaben (Economies of scale)
- Prüfen der touristischen Angebote und Bildung von Schwerpunkten
- Förderung, Entwicklung und Umsetzung von Innovationen

4. Grundauftrag der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Die Tourismusorganisation übernimmt das Destinationsmarketing. Insbesondere soll mittels eines einheitlichen und effizienten Auftritts eine nachhaltige touristische Entwicklung der Destination Engadin St. Moritz sowie der Erhalt von Arbeitsplätzen im Tourismussektor sichergestellt werden. Die Tourismusorganisation arbeitet mit den Nachbargemeinden und den Nachbarregionen des Oberengadins zusammen (vgl. Art. 4 Abs. 1 und 2 Tourismusgesetz).

5. Leistungen der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

5.1 Allgemeine Leistungen

Als Marketingorganisation hat die Tourismusorganisation den Auftrag, in den strategischen Zielmärkten die Angebote der gesamten Destination mittels geeigneter Marketinginstrumente zu vermarkten und die Anziehungskraft der Destination Engadin St. Moritz zu stärken.

Sie betreibt ein zeitgemässes, benutzerfreundliches und effizientes IT-Portal für touristische Belange (Internet und Intranet) und stellt damit den Gästen, Leistungsträgern, Gemeinden, Mitarbeitenden und den weiteren touristischen Partnern mittels geeigneter Informationstechnologie alle relevanten und für diese bestimmten Informationen zur Verfügung.

Sie arbeitet mit den Gemeinden eng zusammen, um innerhalb der Destination ein qualitativ hochwertiges und den Gästebedürfnissen entsprechendes Infrastrukturangebot zu fördern.

5.2. Leistungen für den Gast

5.2.1. Ausserhalb der Destination

Die Tourismusorganisation sorgt dafür, dass ein potentieller Gast die für ihn relevanten Informationen rasch und bequem erhält, um sich für einen Aufenthalt in der Destination entscheiden und diesen buchen zu können.

5.2.2. Innerhalb der Destination

Die Tourismusorganisation stellt an geeigneten Standorten sicher, dass der Gast laufend die für seinen Aufenthalt relevanten Informationen erhält. Die Tourismusorganisation unterhält dazu Informationsstellen, welche in der Lage sind, einen Gast zu beraten und seine touristischen Informationsbedürfnisse zu befriedigen.

5.3. Leistungen zu Gunsten der Leistungsträger

Die Tourismusorganisation arbeitet eng mit den touristischen Leistungsträgern zusammen, im Bestreben, bestehende Angebote destinationsweit zu bündeln, buchbar zu machen und auszubauen sowie neue innovative Angebote zu schaffen.

Die Tourismusorganisation vermarktet diese Angebote in den strategischen Zielmärkten.

Die Tourismusorganisation unterstützt Veranstaltungen (Events) von destinationsübergreifender Bedeutung anhand von einheitlichen und transparenten Anforderungskriterien (Event-Scorecard) mit finanziellen Beiträgen im Rahmen des Budgets und integriert die Veranstaltungen in die Vermarktungsplattformen.

5.4. Leistungen zu Gunsten der Gemeinden

Die Tourismusorganisation betreibt Informationsstellen in den Gemeinden.

Bei Bedarf berät die Tourismusorganisation die Gemeinden in touristischen Belangen.

Die Tourismusorganisation vermarktet zu Gunsten der Gemeinden die touristischen und kulturellen Angebote in den strategischen Zielmärkten.

Administrative Aufgaben im Rahmen von lokalen touristischen Veranstaltungsorganisationen können bei Bedarf der Tourismusorganisation auf Mandatsbasis übertragen werden. Für die Definition der konkreten Leistungen sowie des zu entrichtenden Entgelts werden separate Leistungsvereinbarungen abgeschlossen.

Die Tourismusorganisation stellt den Gemeinden touristisch relevante Daten zur Entscheidungsfindung zur Verfügung.

Sie stellt den Gemeinden im IT-Portal (Internet und Intranet) für touristische Belange den gewünschten Platz zur Verfügung.

6. Leistungen der Gemeinden zu Gunsten der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

In Abstimmung mit der Strategie der Tourismusorganisation obliegen den politischen Gemeinden im Rahmen ihrer Möglichkeiten der Aufbau und der Unterhalt der touristischen Infrastruktur.

7. Finanzierung

Die gesamte Finanzierung der Tourismusorganisation erfolgt über Beiträge der politischen Gemeinden des Kreises Oberengadin bzw. über Beiträge von Regionen und Gemeinden, die mit der Tourismusorganisation zusammenarbeiten.

Die sachlichen Mittel der Tourismusorganisation, insbesondere der Baugrund, die Gebäulichkeiten, das Mobiliar, die Forderungen und dergleichen, stehen im Eigentum des Kreises Oberengadin (Art. 28 Tourismusgesetz).

Gestützt auf Art. 8 Abs. 1 lit. c Tourismusgesetz gewährt der Kreisrat der Tourismusorganisation Globalbudgets für die Dauer von jeweils maximal 4 Jahren.

Der Kreis Oberengadin informiert die Tourismusorganisation jährlich über die Aufteilung der Finanzierung der Tourismusorganisation durch die Gemeinden. Das Inkasso der Gemeindebeiträge erfolgt direkt durch die Tourismusorganisation.

8. Beurteilung

Die Tourismusorganisation nutzt die „Balanced Scorecard“ als strategisches Führungs- und Kontrollinstrument. Für die Überprüfung und Beurteilung der unter vorstehender Ziffer 3 formulierten Ziele wird auf die im Anhang I definierten „Balanced-Scorecard“-Messgrößen abgestellt.

Die Auswertung der Messgrößen sowie Beurteilung der Tourismusorganisation erfolgt jährlich im 2. Quartal des Folgejahres nach Vorliegen der Jahresrechnung, des Jahresberichtes und der Berichterstattung der Geschäftsprüfungskommission.

9. Geltungsdauer

Der vorliegende Leistungsauftrag wird für die Zeitperiode vom 28. März 2009 bis zum 31. Dezember 2012 erteilt.

10. Aufsicht und Berichterstattung

Die gesetzlich vorgeschriebene Geschäfts- und Rechnungsprüfung erfolgt durch eine dreiköpfige Geschäftsprüfungskommission (Art. 23 Abs. 1 Tourismusgesetz).

Die Geschäftsprüfungskommission überprüft die Tätigkeit des Vorstandes und der Geschäftsleitung sowie die Betriebs- und Rechnungsprüfung mindestens einmal jährlich bei Abschluss des Geschäftsjahres (Art. 24 Abs. 1 Tourismusgesetz).

Die Geschäftsprüfungskommission erstattet dem Tourismusrat Bericht über die vorgenommenen Prüfungen und deren Ergebnisse (Art. 24 Abs. 2 Tourismusgesetz).

Der Vorstand erstellt den Jahresbericht und die Jahresrechnung zu Händen des Tourismusrates (Art. 16 Abs. 1 lit. i Tourismusgesetz).

Der Tourismusrat genehmigt die Jahresrechnung und den Jahresbericht (Art. 10 lit. f Tourismusgesetz).

Dem Kreisrat obliegt die Kontrolle der Erfüllung des Leistungsauftrages (Art. 8 Abs. 1 lit. d Tourismusgesetz).

11. Informationen

Der Vorstand und die Geschäftsleitung nehmen in der Regel an den Sitzungen des Tourismusrates mit beratender Stimme teil (Art. 9 Abs. 3 Tourismusgesetz).

Der Tourismusrat führt jährlich eine Klausurtagung mit dem Vorstand durch, bei der er sich namentlich mit der strategischen Ausrichtung, der Evaluation von Angebot und Nachfrage sowie der Qualitätssicherung befasst (Art. 14 Tourismusgesetz).

12. Inkrafttreten

Der vorliegende Leistungsauftrag tritt mit Beschluss des Kreisrates vom 25. August 2009 rückwirkend auf den 28. März 2009 in Kraft.

Allfällige Änderungen des Tourismusgesetzes mit Auswirkungen auf den vorliegenden Vertrag bleiben vorbehalten.

Kreis Oberengadin

Der Kreispräsident

.....
Franco Tramèr

Der Kreisaktuar

.....
Josef Sigron

Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Der Präsident des Vorstandes

.....
Hugo Wetzel

CEO

.....
Ariane Ehrat

Anhang I: Messgrößen (Auszug aus Balanced Scorecard)

Leistungsauftrag des Kreises Oberengadin an die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Anhang I: Messgrößen (Auszug aus Balanced Scorecard)

Nr.	Messgrösse	Ziel bis 2012
1	Logiernächteentwicklung im Bereich Hotellerie	besser als Mittelwert der Vergleichsdestinationen „Best of the Alps“
2	Buchungsumsatz Hotellerie über Buchungsplattform STC	jährliche Steigerung von 2% im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit, erstmals im Vergleich zum IST-Wert 2008, anschliessend im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert
3	Buchungsumsatz Ferienwohnungen über Buchungsplattform e-domizil	jährliche Steigerung von 6% im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit, erstmals im Vergleich zum IST-Wert 2008, anschliessend im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert
4	Anzahl akquirierter MICE-Anlässe	jährlich eine neue MICE-Veranstaltung durchführen
5	Anzahl Besucher auf www.engadin.stmoritz.ch	jährliche Steigerung von 5% im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit, erstmals im Vergleich zum IST-Wert 2008, anschliessend im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert
6	Implementierung Event-Scorecard	Fortsetzung Evaluationsprozess im 2009, Implementierung im 2010
7	Anzahl Buchungen neu geschaffener Angebote	Im Sommer und im Winter jährlich je ein neues Angebot mit 1'000 zusätzlichen Logiernächten schaffen
8	Anzahl Buchungen bestehender Angebote	jährliche Steigerung der Logiernächte auf den Angeboten Hotel TopHit von 2% und FewoTopHit von 5% im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit, erstmals im Vergleich zum IST-Wert 2008, anschliessend im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert
9	Positive Medienartikel	jährliche Steigerung der Anzahl Medienartikel von 5% im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit, erstmals im Vergleich zum IST-Wert 2008, anschliessend im Vergleich zum jeweiligen Vorjahreswert