



# Arosa



Jahresbericht 2010/11





# Inhaltsverzeichnis

<b>Präsident</b> Christian Menet	3
<b>Tourismusdirektor</b> Pascal Jenny	4
<b>PR/Medien/Marketing</b> Yvonne Wüthrich	6
<b>Events</b> Markus Markwalder	8
<b>IT/Web/Netzwerk</b> Alex Strittmatter	9
<b>Sport</b> Silvia Kuster	10
<b>Veranstaltungen</b>	11
<b>Kultur</b> Christian Buxhofer	12
<b>Incentive</b> Lea Jörg	13
<b>Anlagen</b> Roland Schuler	14
<b>Gästeservice</b> Arno Räth	16
<b>Finanzen</b> Urs Schmid	17
<b>Bilanz</b>	18
<b>Gästetaxen-Rechnung</b>	20
<b>Sport- und Kultur-Rechnung/Marketing-Rechnung</b>	21
<b>Kontrollstelle</b> Geschäftsprüfungskommission	22
<b>Tourismusstatistik</b> Logiernächte 2010/11	23
<b>Entwicklung der Logiernächte</b> Sommer und Winter nach Beherbergungsart	24
<b>Entwicklung der Logiernächte</b> Sommer und Winter nach Monaten	25
<b>Entwicklung der Logiernächte</b>	26
<b>Mitarbeiter</b>	27

# Präsident Christian Menet



## **Herausforderungen werden nicht kleiner!**

Der Tourismus in der Schweiz steht vor grossen Veränderungen. Einige Exponenten von Schweiz Tourismus sprechen gar von einem Wendepunkt. Zwar generieren die altbekannten Märkte nach wie vor zirka Dreiviertel der Gäste. Aber diese Märkte sind weitgehend erschlossen und sehr währungsabhängig.

Das Minus in vielen alpinen Regionen ist auf die Währungskapriolen zurück zu führen. Gerade Arosa, wo nach wie vor gegen 80% der Gäste aus dem Heimmarkt Schweiz und dem Nahmarkt Deutschland stammen, wurde diese Tatsache im abgelaufenen Tourismusjahr deutlich vor Augen geführt. Die fast täglich eintreffenden negativen Meldungen aus dem EU Raum lassen auch für die kommende Wintersaison (noch) keine Besserung erwarten.

Schweiz Tourismus macht es sich dann auch zur Aufgabe neue Märkte in den aufstrebenden Ländern zu bearbeiten und damit den Tourismusdestinationen die Türen zu neuen Gästeregionen zu öffnen. Diese Vorarbeit gilt es seitens von Arosa Tourismus verstärkt aufzunehmen und somit die Zukunft unserer schönen Ferienregion auch mittel- und langfristig zu sichern.

## **Konkurrenten schlafen (auch) nicht**

Gerade Arosa mit seinem Brand von Weltruf

ist gefordert die Arbeiten im Innern gezielt anzupacken. Immer mehr findet der Tourismus in der Schweiz auch in den Städten statt. Deshalb ist es umso wichtiger, dass unsere Dorfinfrastruktur mit den modernen Angeboten in den Städten Schritt halten kann und der ländliche sowie alpine Tourismus in Arosa eben nicht stagniert, wie dies in vielen anderen Gebieten der Schweiz zu beobachten ist, sondern sich den ständig wechselnden Bedürfnissen unserer Gäste anpasst.

## **Chancen zu Hauf!**

Trotz Bewusstsein um die Logiernächte-Stagnation in den alpinen Gebieten, ist es wichtig auch die vielen Chancen zu sehen.

Der Tourismussektor wächst im Branchenvergleich immer noch überproportional. Global wird von einem jährlichen Wachstum von 4% ausgegangen. Bis zum Jahr 2020 wird Europa zirka 717 Mio. internationale Ankünfte verbuchen können. Davon muss auch das Reiseland Schweiz profitieren. Einer der überzeugenden Faktoren ist die Tatsache, dass Tourismus nachhaltig ist. Reisen ist ein Grundbedürfnis des Menschen. Dank der Topographie, dem hervorragenden öffentlichen Verkehr und der aktiven Förderung von Naturparks, Energieeffizienz oder ressourcenbewusstem Schneesportverhalten darf sogar festgehalten werden, dass die Schweiz ein Pionierland in Sachen «Nachhaltigkeit» ist. Anlässlich des Ferientages 2011 präsentierte Arosa Tourismus auf Einladung von Schweiz Tourismus in Genf seine Aktivitäten rund um künftige Projekte (Ökofonds, Energieeffizienz-Initiative und Naturerlebnispark). Nun gilt es den Vorsprung in diesem stetig an Bedeutung gewinnenden Segment auszubauen und in neue Gäste resp. touristische Wertschöpfung umzuwandeln. Der Naturerlebnis- und Bärenpark wäre die ideale Fortsetzung des «bewussten Tourismus» in Arosa und ein weiterer Mosaikstein im Bestreben konkurrenzfähig zu bleiben.

## **Kompetitives Team von Arosa Tourismus als Erfolgsgarant**

Erneut darf der Vorstand mit sehr gutem Gewissen festhalten, dass Arosa Tourismus gute Arbeit leistet. Die Redewendung «die richtigen Leute am richtigen Ort» steht sinnbild-

lich für die Leadunternehmung in Arosa, welche vor allem durch Echtheit und Qualität unseren Ort hervorragend verkauft und weiter bekannt macht. An dieser Stelle gebührt ein grosser Dank an unseren innovativen und nimmermüden Tourismusedirektor Pascal Jenny und sein Team.

## **Mut zum Aufbruch zu neuen Ufern!**

In den kommenden Jahren gilt es nun die Herausforderungen anzunehmen und gemeinsam voranzugehen. Dies mit der höchstmöglichen Geschlossenheit im Dorf und unter den Leistungsträgern. Herausfordernde Aufgaben, wie dies die Ostern 2011 waren, müssen mit aller Konsequenz und dem Einhalten aller Zusagen angepackt werden. Dann können wir auch weiterhin optimistisch in die Zukunft blicken.

Christian Menet, Präsident



# Direktor Pascal Jenny



## Mut zur Langfristigkeit

Das Bestreben um Langfristigkeit hat in der heutigen Zeit viele Feinde. Einzelinteressen und der Kampf um die Headline in der Sonntagspresse interessieren die Akteure oft stärker als die vereinbarte Strategie. Matchentscheidend ist am Markt nicht die nachhaltige Bedeutung einer Idee oder eines Produktes, sondern das kurzfristige Mobilisierungspotenzial. Ein verantwortungsbewusstes Konzept widersetzt sich dieser Kurzatmigkeit. Im Idealfall vermag ein durchdachtes und sinnvolles Destinationskonzept natürlich auch für öffentliche Aufmerksamkeit zu sorgen. Arosa Tourismus setzt seit einiger Zeit auf nachhaltige Ideen und Aktivitäten. Sehr oft interessieren sich auch die Medien dafür. Dies soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass keine Aktion aus Arosa nur für's «Schaufenster» lanciert wird. Der Naturerlebnis- und Bärenpark Arosa ist das beste Beispiel für diese Ernsthaftigkeit. Das vielerorts als PR-Gag belächelte Projekt steht nun für ein Konzept mit immensem Nutzen für die Ferienregion Arosa, ihre Bevölkerung und ihre Gäste. Dies sowohl im Bereich der Wertschöpfung, wie auch im Bereich eines modernen und nachhaltigen Umgangs mit der Ressource Natur.

## Dank an die Mitarbeiter

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben die Mitarbeitenden von Arosa Tourismus erneut Grosses geleistet. In einer Phase mit Logiernächterrückgang wird der Ton der Leistungsträger gegenüber Arosa Tourismus nicht selten ungeduldiger, lauter und auch fordernder. Obwohl dies nicht immer motivationsfördernd ist, hat unser Dienstleistungsunternehmen viel Verständnis für die Anliegen unserer Partner aufgebracht. Dies hängt nicht zuletzt mit der Erfahrung und der Freude der Mitarbeitenden von Arosa Tourismus zusammen. Wir wollen Botschafter für Arosa sein. Das heisst, dass Mitdenken und Einsatzbereitschaft jederzeit vorhanden sein müssen. Im Namen der Geschäftsleitung danke ich dem Team für die ungeminderte Schaffenskraft und die hohe Identifikation mit Arosa.

## Freud und Leid nahe beieinander

Die Arosa-Projekte im Geschäftsjahr 2010/11 sorgten nicht nur beim Team und den Partnern in Arosa für Freude, sondern erzielten

weitestgehend auch die erwartete Wirkung. Arosa war die erste Destination, die der Schweiz mitteilte, dass es entgegen den vielen Medienberichten durchaus Skigebiete mit hervorragenden Schneesportbedingungen gibt. Gemeinsam mit Destinationen aus der ganzen Schweiz lancierte Arosa die Plattform «wirhabenschnee.ch». Ein Highlight war die erste inoffizielle Schneefussball Weltmeisterschaft. Vor allem im Kernmarkt Deutschland konnte Arosa mit dem neuen Event ganz gross auftrumpfen.

Enttäuschend waren die schwach gebuchten Ostern. Trotz grosser Anstrengungen von vielen Seiten in Arosa, verhinderte das warme Wetter in den tieferen Lagen ein genügend grosses Gästeaufkommen. Störend war auch verschiedentlicher Leistungsabbau, trotz vorgängigen Zusagen, das Ostergeschäft mit aller Konsequenz durchzuziehen. Hier muss Arosa künftig einheitlicher agieren, sonst nehmen uns dies die Gäste übel. Ich bin durchaus der Meinung, dass man auch mal den Mut haben muss, Nein zu sagen. Aber das kann nicht nach einer Zusage beim ersten Gegenwind der Fall sein.

## Kooperationen Ja: (aber nicht) um jeden Preis

Der Vorstand und die Geschäftsleitung haben im vergangenen Winter die strategischen Eckpunkte für die nächsten fünf Jahre erarbeitet. Sechs strategische Erfolgspositionen (sog. SEP) wurden festgelegt. Marke – Bekanntheit & Profilierung zur Imagebildung (SEP 1), Natürliche und soziale Umwelt (SEP 2), Schnee- und Sonnensicherheit (SEP 3), Servicefreundlichkeit (SEP 4), Innovative Events (SEP 5) und zeitgemässe Infrastruktur (SEP 6). Um diese Positionen mit den entsprechenden Massnahmen zu stärken, braucht es vor allem Kooperationen in Arosa selber. Die Tourismusmitarbeitenden sollen künftig keine Generalisten mehr sein, sondern vielmehr ausgewiesene Spezialisten. Wir müssen stets unterwegs sein und die Leistungsträger zielgenau und erfolgsversprechend beraten. Genau deshalb braucht es vermehrt Kooperationen im Dorf (Zusammenführen der Marketingmittel, Verkaufsteams bilden, etc.). In Bezug auf Kooperationen mit Organisationen ausserhalb von Arosa müssen unsere Bedürfnisse gut analysiert und dann in gezielte



Partnerschaften eingebracht werden (z.B. im Kernmarkt Deutschland mit Graubünden Ferien oder Schweiz Tourismus). All dies erreichen wir nur mit Offenheit gegenüber der wachsenden Dynamik und Komplexität in der Tourismusbranche. Leistungsträger mit «geschlossenen Türen und abgeschalteten Email-Accounts» während der Zwischensaison werden es künftig noch schwieriger haben.

### **Veränderungen voraussehen – stets ein Schritt voraus**

Der Tourismus ist heute in praktisch alle Branchen vernetzt. Nach wie vor ist der Drang der Menschen nach Urlaub, aktiver Erholung und naturnahen Erlebniswelten gross. Die Entscheide über die Form und den Zeitpunkt des Urlaubs werden heute aber oft in Abhängigkeit mit der Verfassung der Weltwirtschaft und der aktuellen Währungssituation gemacht.

Um diese oftmals komplexen Vorgänge zu verstehen, ist es unabdingbar, dass wir regelmässig an Wirtschaftsforen teilnehmen, die neusten Studien aufmerksam analysieren und nicht zuletzt auch die Berichte der Schweizerischen Nationalbank aus Sicht von Arosa und Arosa Tourismus interpretieren. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich insbesondere die Geschäftsleitung vermehrt mit den übergeordneten Herausforderungen und Trends auseinandergesetzt. Diese fliessen in die täglichen Aktivitäten ein und dienen für unsere Tätigkeiten als wichtiges Controlling-Instrument.

### **Bewusster Vorstand – Mehr Kommunikation**

Die Zusammensetzung des Vorstands von Arosa Tourismus ist aktuell hervorragend. Persönlich schätze ich den Austausch mit den verschiedenen Exponenten sehr. Vor allem

profitiert Arosa und Arosa Tourismus von den sehr unterschiedlichen Spezialgebieten jedes einzelnen Vorstandsmitglieds. Nichts desto trotz wollen wir künftig das Wissen und das Herzblut, das viele Leistungsträger in Arosa auf sich vereinen, noch vermehrt nutzen. So treffen sich die Vorstände und Präsidenten von Handel & Gewerbe, hotelleriesuisse Arosa, Gastro Arosa sowie arosaApartments künftig regelmässig zu sogenannten «Informationsaustausch» Treffen.

Pascal Jenny, Kurdirektor





## PR/Medien/Marketing Yvonne Wüthrich



Arosa Tourismus ist es im vergangenen Jahr verstärkt gelungen, durch Medienpräsenz Aufmerksamkeit zu erreichen. Einerseits wurde diese Strategie im Rahmen der zahlreichen Events intensiv verfolgt, andererseits wurde auch unabhängig von den Grossanlässen immer wieder versucht, mit spannenden Arosa Themen in die Print-, Radio- und TV-Medien zu gelangen. Die Medienpräsenz im Ausland stellte Arosa Tourismus durch Einladungen von JournalistenInnen (Medienreisen) aus den Key-Märkten sicher. Daneben gelang es durch Events, die Bearbeitung der Zielmärkte sowie Promotionen, Spezialaktionen und Messeauftritten eine starke Präsenz zu erzielen.

### PR/Medien

Im vergangenen Geschäftsjahr wurden über 100 Medienmitteilungen verfasst, wobei unter anderem die Themen Bärenpark, Arosa Panini-Album und Lancierung von [www.wirhabenschnee.ch](http://www.wirhabenschnee.ch) zahlreiche Medienbeiträge hervorgerufen haben. Erfreulicherweise interessieren sich auch immer mehr Medien ausserhalb der Kantons- und Landesgrenzen für die Neuigkeiten aus Arosa. So sendete beispielsweise der österreichische Sender Servus TV-Reportagen über das Arosa Panini Album, die Arosa Ballonwoche und war auch am Arosa IceSnowFootball prä-sent. Das Thema Bärenpark fand im Besonderen in den Zeitungen aus Stadt und Kanton Bern An-

klang. Eine besondere TV-Präsenz erhielt Arosa in der Schweizer Unterhaltungssendung Benissimo: die Winter-Sketches der «Friends» wurden anfangs Jahr in Arosa gedreht und in der Sendung vom 5. März 2011 ausgestrahlt.

In der Sommer-, wie in der Wintersaison hiess Arosa verschiedene Medienvertreter, hauptsächlich aus unseren Key-Märkten, willkommen. Unabhängig von den Events besuchten über 50 Journalisten anlässlich von Medienreisen die Destination Arosa. Die eingeladenen Medienschaffenden stammten hauptsächlich aus den Ländern Deutschland, Holland, Belgien und Grossbritannien. In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus konnten auch zwei internationale Medienreisen durchgeführt und dadurch Journalisten aus den Ländern China, Korea, Russland, Arabische Emirate, Indien, Polen, Israel, Thailand und Italien begrüsst werden. Aus den Medienreisen resultierten attraktive Berichte und Bildstrecken in renommierten Tageszeitungen, Magazinen sowie umfangreiche Online-Beiträge.

Auf der Homepage [www.arosa.ch](http://www.arosa.ch) wurde per Start Wintersaison ein Mediacorner eingerichtet. In verschiedenen Rubriken stehen dort aktuelle Medienmitteilungen mit Bildmaterial zum Download zur Verfügung. Ebenfalls können die Arosa-Logos und allgemeine Sommer- sowie Winterbilder heruntergeladen werden.

### Events

Die drei Gross-Anlässe von Arosa Tourismus sowie die zusätzlichen Sport- und Kultur-Events sorgten bei Organisatoren, Teilnehmern und Zuschauern für Begeisterung – und zusätzlich für eine starke Medienpräsenz.

Für die sechste Arosa ClassicCar hatten sich 30 Journalisten aus der Schweiz sowie dem nahen Ausland akkreditiert und daraus resultierten über 70 Medienberichte. Arosa Tourismus selbst verfasste zu diesem Event ein Dutzend Medienmitteilungen.

Während den 11 Tagen des Arosa Humor-Festivals waren an die 30 Medienschaffende aus der ganzen Schweiz vor Ort. Vor, während und nach dem Event wurden 300 Medienberichte über das Festival publiziert, welche unter anderem durch die 23 Medienmitteilungen von Arosa Tourismus initiiert worden sind.

Die Event-Neuheit Arosa IceSnowFootball kann nach der ersten Durchführung auch aus medialer Sicht als Erfolg angesehen werden: 50 Print-Berichte, über ein Dutzend Online-Einträge, zahlreiche Radio-Beiträge sowie TV-Auftritte in der Schweiz, Deutschland und Österreich sprechen eine deutliche Sprache. Von Arosa Tourismus wurden hierzu 15 Medienmitteilungen verfasst.

Auch mit Anlässen wie Swiss Snow Walk & Run, Pferderennen auf Schnee, Alpine Ballonwoche, LG Snowboard FIS Weltcup Finale und vielen anderen mehr konnten Auftritte in verschiedenen Medien generiert werden.

### Zielmärkte Schweiz/Deutschland/Benelux/Polen

Während Arosa Tourismus im vergangenen Geschäftsjahr den Hauptzielmarkt Schweiz zu einem grossen Teil selbständig bearbeitete, wurden die Märkte Deutschland, Benelux und Polen in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien beworben. Die Kooperation konzentrierte sich einerseits auf Auftritte in den Broschüren sowie Prospekten und andererseits auf die Präsentation in den Online Portalen und mit Online-Newslettern von ST sowie GRF. Zusätzlich wurde die Teilnahme an diversen Zusatzaktionen ermöglicht. So konnte sich Arosa an verschiedenen Auftritten (Promo-Aktion in Einkaufszentrum/Belgien, Medien-event Polen) in den Zielmärkten durch Graubünden Ferien vertreten lassen. Darüber hinaus vermittelten ST und GRF einen grossen Teil der Medienreisen.

Der Markt Schweiz wurde durch gezielte Inserate, Publi-Reportagen und Bildstrecken in ausgewählten Medien (Schweizer Familie, Schweizer Illustrierte, Via, familienleben.ch u.a.m.) bearbeitet. Dabei wurden die Zielgruppen Familien, Sportler und Golden Agers sowie die Themenbereiche Events, Sport, Genuss und Nachhaltigkeit beworben. Zusätzlich wurde Ende Wintersaison eine Plakatkampagne («Arosa verlängert die Wintersaison») realisiert.

### Promotionen und Spezialaktionen

Durch verschiedene Messeauftritte und Spezialaktionen konnte Arosa den direkten Gästekontakt herstellen.



Arosa war im Frühling 2010 an der FamExpo in Winterthur und im Herbst an der Züsä mit einem Stand präsent. Dort liessen sich die Besucher unter anderem mit Auftritten von Klexx und JUNIOR begeistern. Weiter beteiligte sich Arosa Tourismus im November an einer Stammgäste-Aktion, welche vom Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa und Graubünden Ferien in Hamburg durchgeführt worden ist. Langjährige Arosa-Gäste aus dem Grossraum Hamburg wurden eingeladen und vor Ort mit Bündner Spezialitäten verwöhnt. Arosa Tourismus erhielt dabei nach einer Präsentation die Gelegenheit zum direkten Austausch mit den Gästen.

In Holland präsentierte sich Arosa im Januar über sieben Tage lang an der Vakantiebeurs, einer beliebten Ferienmesse, in Utrecht. Ende April fand in Genf der Switzerland Travel Mart statt, an dem Arosa mit einem Stand präsent war und zahlreiche aufschlussreiche Meetings mit Tour Operators und Travel Agents aus Europa und Übersee durchführen konnte.

Individuelle Aktionen realisierte Arosa Tourismus unter anderem mit der Lancierung der Website [www.wirhabenschnee.ch](http://www.wirhabenschnee.ch) und der Umsetzung von [www.arosatv.ch](http://www.arosatv.ch). Während die Website [www.wirhabenschnee.ch](http://www.wirhabenschnee.ch) eine schlagkräftige Spontan-Aktion war, wurde mit [arosatv.ch](http://arosatv.ch) eine langfristige und nachhaltige Plattform für die aktuelle und dynamische Bewerbung von Arosa realisiert.

Arosa-Broschüren werden unter anderem weiterhin am Bahnhof Chur, im Heidiland, und am Bahnhof Zürich aufgelegt. Auch dieses Jahr wurde zudem eine Promotions-Aktion im Freizeitbad Alpamare durchgeführt.

Arosa Tourismus bleibt, zusammen mit den Arosa Bergbahnen, für weitere drei Jahre Sponsor der Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft. Ein Highlight dieser Partnerschaft ist das traditionelle Länderturnier, welches den Namen «Arosa Challenge» erhalten hat. Im Jahr 2012 wird dieses Turnier erstmals im neuen Sport- und Kongresszentrum in Arosa ausgetragen.

## Sales

Arosa Tourismus versucht weiterhin die Zusammenarbeit mit Reisebüros und Tour Operators aus den Key-Märkten zu intensivieren. Zum einen wird dies mit Auftritten an Fach-

messungen verfolgt, zum anderen mit Fam-Trips nach Arosa. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte zum Beispiel ein erfolgreicher Fam-Trip aus Holland in Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien realisiert werden.

## Nachhaltigkeit

Arosa ist sich bewusst, dass es seine Attraktivität als Kur-, Ferien- und Sportort langfristig nur erhalten kann, wenn es neben seiner schönen, reizvollen Landschaft, Flora und Fauna, kulturellem Angebot, Lebensqualität und Infrastruktur auch das Klima halten kann. Daher spielen Nachhaltigkeit und Klimaschutz für unsere Destination eine herausragende Rolle. Arosa Tourismus hat es sich vor diesem Hintergrund zur Aufgabe gemacht, seine Anstrengungen zu verstärken und engagiert sich mit folgenden Projekten im Bereich Nachhaltigkeit:

- Klimaneutrale Winterferienpauschale
- [kurvensicher.ch](http://kurvensicher.ch)
- Energieeffizienz-Initiative
- Mitgliedschaft Alpine Pearls
- in Bearbeitung: Naturerlebnispark

Übergeordnete Ziele aller Projekte sind die Sensibilisierung der Gäste sowie das Ermöglichen von verantwortungsbewusstem Reisen und naturschonendem Tourismus. Auch die einheimischen Leistungsträger sollen an die Thematik herangeführt und dank des Energieeffizienz-Checks zu nachhaltigem Handeln aufgefordert werden.

Arosa Tourismus möchte in Zukunft dem Thema Nachhaltigkeit noch einen grösseren Stellenwert zuordnen. «Nachhaltiges Reisen» wird zu einem Trend in der Reisebranche, wichtig also, dass Arosa seine Anstrengungen und Projekte weiterverfolgt und vor allem auch nach aussen kommuniziert. Dazu sollen alle Projekte unter einem Dach zusammengefasst und als Gesamtes unter dem Begriff «Nachhaltiges Arosa» präsentiert werden. Ein erster Schritt in diese Richtung wurde mit dem Erstellen eines entsprechenden Flyers gemacht. Weiter wird der Web-Auftritt dieser Thematik auf [www.arosa.ch](http://www.arosa.ch) optimiert, so dass die Vielseitigkeit des Themas Nachhaltigkeit in Arosa aufgezeigt werden kann.

Die verschiedenen bestehenden Projekte und das grosse Potenzial in Arosa, rund um das Thema Nachhaltigkeit noch weitere Anstren-

gungen zu unternehmen, bergen eine grosse Chance: Arosa kann sich als nachhaltige Destination positionieren und sich so einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Es gilt die First Mover-Position, welche Arosa durch die Einführung der klimaneutralen Winterferienpauschale und des Projekts [kurvensicher.ch](http://kurvensicher.ch) erreicht hat, aufrechtzuerhalten und für weitere Projekte zu nutzen.

Der Schwerpunkt im kommenden Geschäftsjahr liegt beim geplanten Naturerlebnispark. Der Park soll auf der unbebauten Seite von Arosa entstehen und den Besuchern die Natur- und Tierwelt mit allen Sinnen lern- und erlebbar machen. Der Naturpark zeigt eine andere Seite der Sport- und Feriendestination Arosa, nämlich die ursprüngliche Natur und die vielseitige Tierwelt, mit der ein respektvolles Miteinander gelebt werden muss, damit Arosa seine Einzigartigkeit bewahren kann. Der Naturerlebnispark soll einen Mehrwert für die Sommergäste bieten und die Aspekte Wissen, Lernen sowie Erleben in den Ferienaufenthalt einfließen lassen.

Neben dem Naturerlebnispark wird auch die Energieeffizienz-Initiative weiter aktiv verfolgt. Ziel ist es, dass bis Ende 2011 25 Unternehmen den Energieeffizienz-Check durchgeführt haben und sich mit dem Label «klimafreundliches Unternehmen Arosa» schmücken können. Dafür wird eine Informationsbroschüre erstellt, mit der Arosa Tourismus die Leistungsträger und Partner in Arosa angehen und zur Durchführung des Energieeffizienz-Checks ermutigen wird. Auch die Homepage [www.kurvensicher.ch](http://www.kurvensicher.ch) und der Verkauf der Kurven zwischen Chur und Arosa wird weiter vorangetrieben, damit der Ökofonds auch in Zukunft gespeist werden kann. Der Ökofonds ist für Arosa wichtig, weil damit Projekte, welche ein nachhaltiges Handeln in der Destination Arosa ermöglichen, finanziell unterstützt werden.

«Nachhaltiges Arosa» – ein Versprechen an die Natur, welche das wohl wertvollste Gut unserer Destination ist und eine klare Positionierung auf einem Markt, in dem verantwortungsbewusstes und naturschonendes Handeln immer wichtiger wird.



## Events Markus Markwalder



Der Tourismus befindet sich in einem Umfeld mit stetigen Veränderungen und täglich neuen Herausforderungen. Deshalb sind überraschende Innovationen zwingend notwendig, um sich gegenüber Mitbewerbern behaupten zu können. Eine aktuelle Studie zeigt, dass sich Arosa im Segment der Stammkunden durchsetzen kann. In Sachen Image bei den Erstbesuchern hingegen liegt noch Steigerungspotenzial drin. Um neue Gäste zu akquirieren, setzt Arosa Tourismus weiterhin auf die Eventschiene und möchte diese sogar weiter ausbauen. Anbei finden Sie einen Rückblick über die Grossevents der Saison 2010/2011.

### **Arosa ClassicCar**

Die sechste Arosa ClassicCar (ACC) besuchten vom 9. bis 12. September 2010 bei herrlichem Sonnenschein über 15'000 Personen, was einem neuen Besucherrekord entspricht. Nach der dritten Durchführung des Events in Eigenregie von Arosa Tourismus darf mit Stolz und Freude berichtet werden, dass die Talsohle durchschritten ist. Das OK bleibt weiterhin auf Sponsorensuche und rechnet in den nächsten zwei Jahren mit einer ausgeglichenen Bilanz.

Der Event erfreut sich breiter Akzeptanz im Dorf. Die vielen freiwilligen Helfer, ohne die der Anlass nicht durchführbar wäre, bewei-

sen dies eindrücklich. Auch dem ACC Catering, unter der Führung von Ruedi Egli und Willi Beerli sowie dem Cateringpartner Hof Maran, die die unzähligen Besucher und Fahrer wiederum mit feinen Delikatessen verköstigt haben, gebührt grosses Lob und Dank. Der Zusammenhalt aller involvierten Parteien war gross und so hätte das Motto «Freunde für Freunde» der sechsten Austragung passender nicht sein können. Alles in allem resultierte ein durchaus gelungener und erfolgreicher Event für Fahrer, Sponsoren, Voluntaris und Besucher, der nicht so rasch in Vergessenheit geraten wird.

### **Arosa Humor-Festival**

Die ausverkaufte Vorstellung von Emil Steinberger eröffnete das Arosa Humor-Festival am 2. Dezember 2010. Sichtlich gerührt war der wohl bekannteste Schweizer Comedian der vergangenen Jahrzehnte im Anschluss daran über den Preis des Humor-Füllers für sein Lebenswerk. Andere Top-Acts wie Divertimento, Schlatter/Frey und viele weitere Künstler besicherten der 19. Austragung einen Besucherrekord von 17'500 Personen. Neben den 19 Vorstellungen im Zelt bei der Tschuggenhütte hatten, wie im Vorjahr, auch die Darbietungen im Blatter's Bellavista und die Open Air Vorstellung auf dem Postplatz einen festen Platz im Programm.

Für das Jahr 2010 konnten neue Sponsoren gewonnen werden und der langjährige Hauptsponsor AXA Winterthur verlängerte sein Engagement um weitere drei Jahre. Mit dieser stabilen Sponsorenstruktur blickt das OK des Humor-Festivals optimistisch in die Zukunft und freut sich auf das 20-Jahre-Jubiläum im kommenden Winter!

### **Arosa IceSnowFootball**

Ähnlich wie den Initianten des Arosa Humor-Festivals vor 19 Jahren erging es den OK-Mitgliedern des Arosa IceSnowFootball Turniers, als sie die Idee eines Fussballturniers mit ehemaligen Nationalspielern auf dem gefrorenen Obersee publik machten. Die Idee wurde skeptisch aufgenommen und belächelt.

Nach der erfolgreichen Durchführung am 20./21. Januar 2011 hingegen verstummten viele dieser Stimmen. Auch wenn diver-

se Investitionen getätigt werden mussten, sprechen das gewaltige Medienecho und ein Logiernächteplus von 5.1 Prozent im Monat Januar für den Erfolg des Events. Ausstrahlungen im SPORT1 (ehemaliges DSF) mit durchschnittlich 120'000 Zuschauer (entspricht einem Marktanteil in der relevanten Zielgruppe von 1.2%) und Schweizer Sportfernsehen sowie Berichterstattungen in der Deutschen Bild, in Schweizer Medien wie dem Blick, der NZZ, dem Tagesanzeiger und der Gratiszeitung 20 Minuten trugen den Namen Arosa einmal mehr in die weite Welt hinaus.

Spieler, geladene VIP's und Besucher lobten den Event, aber auch den Ort Arosa. Viele äusserten die Absicht, nicht nur bei der zweiten Austragung im Jahre 2012 wieder mit von der Partie zu sein, sondern auch Ferien mit ihren Angehörigen in unserer schönen Feriendestination verbringen zu wollen.

Ob der Event auch einmal sein 20-Jahre-Jubiläum feiern wird, bleibt zu hoffen. Die Durchführungen für die Jahre 2012 und 2013 sind durch neue Sponsorenzusagen und Vertragsverlängerungen jedoch bereits heute gesichert. Auf den Erfahrungen der ersten Durchführung wird nun aufgebaut und der Event soll dadurch fürs kommende Jahr gestärkt und professionalisiert werden.

Der Erfolg dieser Projekte bestärkt Arosa Tourismus in seiner Strategie. So wird zum Ziel gesetzt, weitere Grossevents auch in saison-schwachen Zeiten zu lancieren und mit diesen zusätzliche Logiernächte zu generieren, neue Stammgäste zu gewinnen und den Bekanntheitsgrad der Destination weiterhin zu stärken. Nicht zuletzt werden mit der Eröffnung des neuen Sport- und Kongresszentrums im Bereich Bildung und Kongress neue Events lanciert.



# IT Web, Netzwerk Alex Strittmatter



## Web

Die neue Website, welche auf den Winter 09/10 erstellt wurde, wird kontinuierlich ausgebaut. Nebst einem Mediacorner und Inhalten aus dem Schanfigg wurden auch die Details zum Sport- und Kongresszentrum im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgeschaltet. Das Ziel, für die Ferienregion Arosa eine umfassende Website mit hohem Aktualitätsgrad zu schaffen, rückt immer näher.

Über das Jahr hinweg gesehen hatten wir eine durchschnittliche Besucherzahl von 3'400 Personen pro Tag. Mit der Lancierung der Website [www.wirhabenschnee.ch](http://www.wirhabenschnee.ch) konnte der Zugriff auf die [arosa.ch](http://arosa.ch) Seite um ein Dreifaches gesteigert werden. Für eine kurze Zeit konnten wir bis gegen 10'000 Besucher pro Tag verzeichnen. Ebenso immer einen Besuch wert sind die Seiten [sicher.ch](http://sicher.ch), [ideensicher.ch](http://ideensicher.ch), [arosaclassicar.ch](http://arosaclassicar.ch), [humorfestival.ch](http://humorfestival.ch) und [arosatv.ch](http://arosatv.ch). Auf diesen «Special Interest»-Seiten finden interessierte Besucher die aktuellsten Informationen zu den jeweiligen Themen.

## Netzwerk

Mit der neuen Infrastruktur (Server und Telefonanlage), die im letzten Geschäftsjahr angeschafft wurde, konnte der Betrieb stetig verbessert werden. In diesem Geschäftsjahr konnten diverse alte oder in die Jahre gekommenen Arbeitsstationen durch moderne mit Windows 7 betriebene Stationen ersetzt werden. Für die Mitarbeiter entstand dadurch

eine Verbesserung des Arbeitsumfeldes. Mit Hinblick auf den Umzug ins Sport- und Kongresszentrum streben wir an, alle noch verbliebenen alten Stationen durch neue zu ersetzen.

Mit dem Update auf die Version 3.0 beim Direktbuchungssystem entstanden leider einige Schwierigkeiten, welche bei der Planung nicht vorhersehbar waren. Durch einen intensiven Austausch mit den Software-Lieferanten und Schweiz Tourismus, wie auch Begasoft versuchen wir eine stetige Verbesserung zu erzielen. Neuerdings überlegt sich Schweiz Tourismus für die ganze «Tourismusschweiz» ein einheitliches System einzuführen. Arosa hat sich bereits früh als Pilotdestination angeboten. Im Verlaufe des nächsten Geschäftsjahres werden wir diesbezüglich weitere Informationen erhalten.

## Internet (Daten zu [arosa.ch](http://arosa.ch))

Durchschnittliche Besucherzahl pro Tag: 3'400  
Visits gesamt: 1'176'889

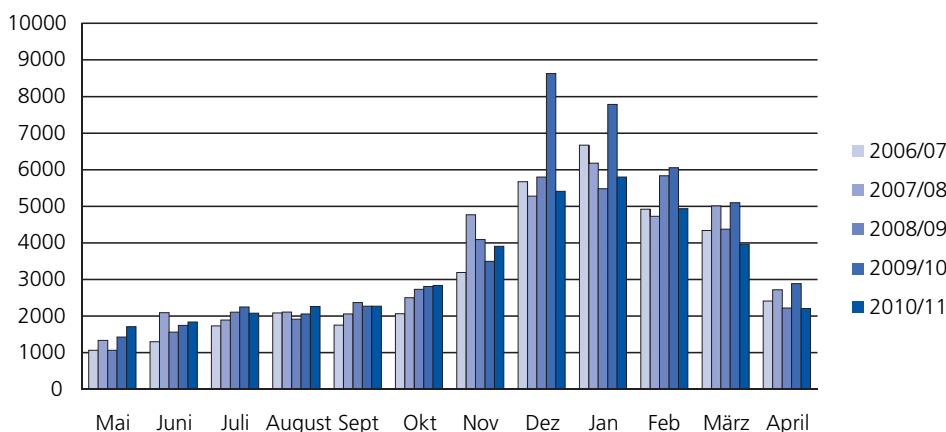
Max. Visits: 10'353 (21. Februar 2011, Lancierung der Website [www.wirhabenschnee.ch](http://www.wirhabenschnee.ch))

Min. Visits: 845 (5. Juni 2010)

## Herkunft der Web-Besucher

- Schweiz (68.9 %)
- Deutschland (18.8 %)
- Niederlande (2.46 %)
- Grossbritannien (1.76 %)
- Belgien (1.44 %)
- Sonstige (6.64%)

## Tagesdurchschnitt der Besuche pro Monat auf [arosa.ch](http://arosa.ch) (ordentliches Geschäftsjahr)



Die Zahlen zeigen, dass die Kundschaft über das Internet und die Webseite von Arosa Tourismus stetig steigt. Dies ist einerseits ein Zeichen der Zeit, andererseits kommuniziert Arosa immer mehr aufgearbeiteten Inhalt auf seiner Webseite, was vom Gast sehr geschätzt wird.



## Sport Silvia Kuster



### Sport-Events made in Arosa

Im vergangenen Geschäftsjahr konnten Top-Events wie 7-eck Unihockeyturnier, Arosa Sportstafette, Arosa ClassicCar, Arosa Ice-SnowFootball, Arosa Pferderennen, Swiss Snow Walk & Run und LG Snowboard FIS Weltcup-Finale erfolgreich durchgeführt werden. Doch nebst den genannten Events, prägen auch Sportanlässe wie Beachvolleyball-, Tennis- und Fussballturniere sowie Schneesportevents, Alpine Ballonwoche, Curling- und Eishockeyturniere seit Jahren den Arosa Veranstaltungskalender. Diese jeweils sehr breit gefächerte Veranstaltungspalette verdanken wir nach wie vor der Initiative und Durchführung verschiedensten Clubs/Vereine/OKs – an dieser Stelle gebührt allen ein herzliches Dankeschön.

Als Event der besonderen Art darf sicherlich das Arosa IceSnowFootball bezeichnet werden. Im Januar wurde der gefrorene Arosa Obersee in eine Fussball-Arena umfunktioniert und bei sibirischer Kälte mit zeitweisem Schneetreiben waren ehemalige Nationalspieler aus Deutschland, Holland und der Schweiz sowie die im Laureus All Star-Team spielenden Fussballer aus Südafrika, Frankreich und Brasilien, an dieser weltweit ersten inoffiziellen Schneefussball-WM mit von der Partie. Rundum zufriedene Gesichter bei

Spielern, Sponsoren, OK und Gästen – freuen wir uns also auf die zweite Auflage im kommenden Winter!

Um Meisterehren ging es anfangs Februar auf der offenen Kunsteisbahn. Nach einem Unterbruch von zwanzig Jahren war Arosa wiederum Austragungsort der Curling Open Air Schweizer Meisterschaften (Masters). Während dreier Tage kämpften die 32 qualifizierten Teams aus der West-, Zentral- und Ostschweiz um den Turniersieg und somit um den Titel des Schweizer Meisters im Open Air Curling. Bei besten Eisbedingungen und viel Sonnenschein kam es zum mit Spannung erwarteten Finalspiel zwischen den Teams vom CC Biel-Touring und CC Morges, nachdem sich beide Teams in überzeugender Manier in den Halbfinals durchsetzen konnten. Vor grosser Zuschauerkulisse und nach interessantem Finale durfte sich Biel-Touring mit Skip Cédric Lehmann erstmals als Schweizer Meister im Open Air Curling feiern lassen.

Ein weiteres Event-Highlight im Arosa Winter stand Ende März auf dem Programm – die weltbesten Snowboarder gastierten erneut in Arosa und kämpften in den Disziplinen Snowboard Cross, Parallel-Riesenslalom und Halfpipe um die letzten Saisonsiege sowie die begehrten Weltcup-Kristallkugeln. Snowboard Grossanlässe sind in Arosa keine Seltenheit, wurde doch bereits im Jahre 2003 das Weltcup Finale im hintersten Schanfigg durchgeführt. Im Jahre 2004 und 2008 war Arosa Station eines Weltcups und im Jahre 2007 gar der FIS Snowboard Weltmeisterschaften.

Die im schneesicheren Arosa herrschenden Top-Pistenverhältnisse kamen auch dem Snowboard Weltcup Tross zu Gute: Der Snowboard Cross Weltcup, welcher anfangs Februar in Yongpyong (KOR) – aufgrund schlechter Wetter-Bedingungen – abgesagt werden musste, konnte zusätzlich vor dem eigentlichen Weltcup Finale in Arosa nachgeholt werden. Für die finalen Rennen (SBX, HP und PGS) weilten während rund einer Woche rund 400 Aktive, Trainer, Offizielle aus 32 Nationen in Arosa. Im Snowboard Cross, welcher zwecks Versuch für die kommende Sai-

son wie an den X-Games im Sechserfeld gestartet wurde, hiessen die Sieger Alexandra Jekova (BUL) sowie Seth Wescott (USA) und Alex Pullin (AUS). Zum Abschluss der Weltcup-Saison in Arosa konnte auch das Schweizer Team überzeugen. Im zweiten Snowboard Cross verpasste Sandra Frei das Podest nur knapp (4. Rang). In der Halfpipe feierten die Männer gar einen dreifachen Sieg (Podladtchikov, Scherrer, Burgener). Den abschliessenden Parallel-Riesenslalom gewann Fränzi Mägert Kohli und der Engadiner Nevin Galmarini wurde Dritter. Ich glaube sagen zu dürfen, dass wir erneut auf einen grossartigen Sportanlass bei Kaiserwetter mit tollen Fernsehbildern und spannenden Wettkämpfen zurückblicken dürfen.

Im Anschluss an die Snowboarder eroberten die Skicrosser Arosa, denn erstmals machte die Coop Skicross-Tour Halt im hintersten Schanfigg. Der anspruchsvolle Kurs, welcher den Fahrer merklich Freude bereitete, viel Sonne und warme Temperaturen sorgten für rundum zufriedene Gesichter.

Diese schon fast sommerlichen Temperaturen am Schluss der Wintersaison bereiteten auch den Organisatoren der Ski JO-Bündner Meisterschaften grosse Sorgen. So musste der Super-G vom Freitag ersatzlos gestrichen werden und der Riesenslalom vom Samstag sowie der Slalom vom Sonntag konnten nur mit je einem Lauf ausgetragen werden.



# Veranstaltungen

## Juni

- Golf: Opening Competition
- Schach: Int. Arosa Stunden- und Jugendturnier
- Harley Davidson Treffen
- Arosa Beachvolleyball-Turnier

## Juli

- Motorrad: Orientierungsfahrt
- Ländlertreffen
- Tennis: Internationales Senior Open
- Konzert Festival Chor Arosa
- Arosa Unihockeyturnier «7-eck Cup»
- Arosa Musik Theater
- Eishockey: U20 Trainingslager mit Spielen gegen GER und BLR
- Arosa Jazztage
- Fussball: Grümpelturnier des EHC Arosa Fan-Clubs
- Dorfmarkt
- Kinderfest «Arosa JUNIOR Club» beim Bergrestaurant Brüggerstuba
- Orchesterkonzert
- Sommerfest

## August

- Golf: Arosa Tourismus Prize
- Bundesfeier mit Höhenfeuer
- Eishockey: U20 4-Nationenturnier «Summer Challenge»
- Kombinierte Sportstafette
- Wettfischen am Obersee
- Grischa Trail RIDE
- Tennis: Arosa Open Turnier
- Arosa Grill-Plausch für Gäste
- Rad: Bergrennen Chur – Arosa

## September

- Tennis: European Seniors Club Championship 55+
- Oktoberfest bei der Brüggerstuba
- Herbstkonzert der Musikgesellschaft Arosa
- Arosa ClassicCar – Int. Bergrennen Langwies – Arosa

## Oktober

- Chorkonzert
- Volleyball: Junioren Mini-Turnier

## November

- Festspiel «Amstrand» anlässlich des Jubiläums Walservereinigung GR
- Eishockey: Bambini Turnier
- Advents Apéro

## Dezember

- Arosa Humor-Festival
- Curling: Open Air Eröffnungsturnier des CC Arosa Inter
- Curling: Valsana Weihnachts-Turnier
- Eishockey: Trainingslager der U20 Nationalmannschaft
- Weihnachtskonzert mit dem Gospeltrain Felsberg
- Ski: Internationales FIS Dreipistenrennen Damen (SG)

## Januar

- Ski: Neujahrsabfahrt
- Neujahrskonzert
- Konzert mit den Pressburger Kammerphilharmonie
- Swiss Snow Walk & Run
- Snowboard: Chill&Destroy Tour
- Eishockey: Turnier des EHC Arosa Fanclubs GR
- Pferderennen auf Schnee
- Arosa IceSnowFootball
- Winterschiessen für Pistole und Gewehr
- Konzert mit dem Heidelberger Kammerorchester
- Curling: Arosa Tourismus Trophy

## Februar

- Golf: Wintergolf-Turnier
- Curling: Schweizer Open Air Meisterschaften (Masters)
- Alpine Ballonwoche
- Orchesterkonzert
- Schneeshows
- Schlittelrennen des Skiclubs Langwies
- Chaplin-Film mit Live-Orchestermusik
- Ski: Nostalgie Rennen des Skiclub Arosa

## März

- Eishockey: PiccoloTurnier um den «Hansi-Cup»
- Schneesport: Rivella Family-Contest
- Ambühl's Invitational
- Schneesport: Mungga Trophy
- Curling: Arosa Sunna-Cup
- Ski: JUNIOR Masterrennen der SSSA
- LG Snowboard FIS Weltcup-Finale
- Eiskunstlauf: Offene Clubmeisterschaft des ISCA
- Ärztekongress

## April

- Arosa Musik Festival
- Curling: Offene Clubmeisterschaft des CCA
- Nachtschwärmerrennen
- Curling: Grümpelturnier für Einheimische
- Eishockey: Grümpelturnier des EHC Arosa
- Skicross: Schweizer Meisterschaft und Coop Tour-Finale
- Free Ski: «ChillandDestroy»-Finale
- Ski: JO Bündner Meisterschaften
- Höchster Guggentreff Europas



## Kultur Christian Buxhofer



Der Kulturkreis Arosa kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2010/11 zurückblicken. Höhepunkte waren einmal mehr die Musik-Kurswochen Arosa, das Neujahrskonzert sowie die Festivals im Winter (Arosa Musik Festival) und Sommer (Arosa Musik Theater).

### Hohe Teilnehmerzahl bei den Musik-Kurswochen Arosa

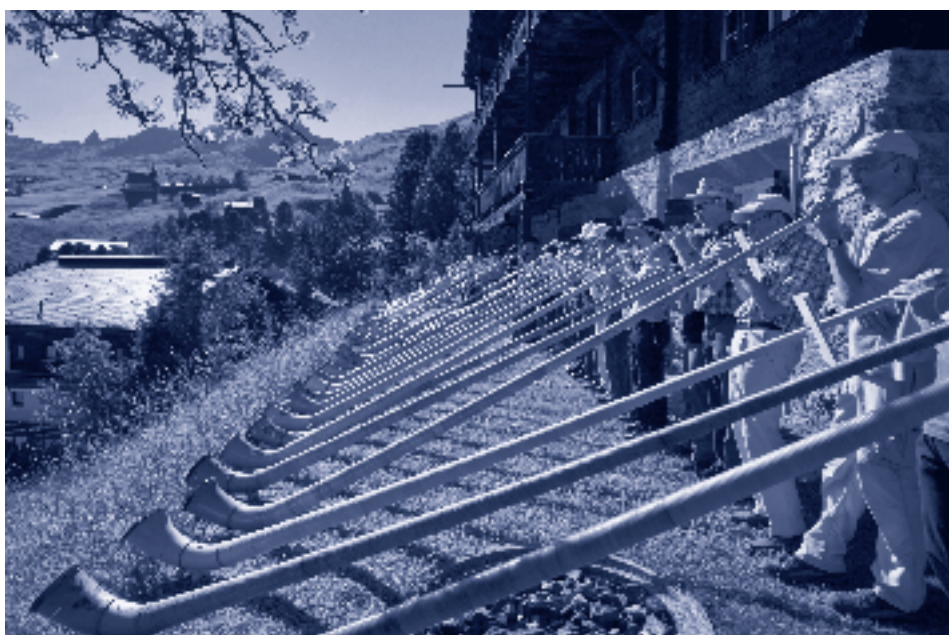
Bei den Musik-Kurswochen, die im Sommer 2010 zum 24. Mal stattfanden, wurden rund 1'200 MusikerInnen registriert. Damit wurde die Rekordzahl aus dem Jahr 2006 beinahe egalisiert. Um die Teilnehmerzahl weiter zu steigern, hat der Kulturkreis vor zwei Jahren eine weitere Qualitätsoffensive eingeleitet. Bis zum Jubiläum im Sommer 2011 werden über 600'000 Franken in neue Instrumente und in einen neuen Internetauftritt investiert. Zudem werden per 2011 auch neue Angebote geschaffen, so erstmals auch Meisterkurse im September. Die Finanzierung der umfangreichen Vorhaben ist weitgehend gesichert. Auch Arosa Tourismus beteiligt sich mit 45'000 Franken mit einem hohen Betrag an dieser Offensive.

### Rund 140 Veranstaltungen

Der Kulturkreis Arosa hat im Geschäftsjahr 2010/11 insgesamt rund 140 Veranstaltungen organisiert, darunter etwa 40 Bergkirchli-Konzerte. Auf der Waldbühne Arosa wurde im Rahmen des AROSA MUSIK THEATER die Oper «Don Pasquale» von Gaetano Donizetti aufgeführt. Beim Winterfestival AROSA MUSIK FESTIVAL musste im 2011 ein Besucherrückgang in Kauf genommen werden. Dieser Rückgang steht in engem Zusammenhang mit der gewählten, touristisch schwachen Woche Anfang April.

### Finanzen im Griff

In finanzieller Hinsicht war das vergangene Geschäftsjahr für den Kulturkreis erneut eine grosse Herausforderung. Bei einem Umsatz von rund 1,15 Millionen Franken konnte ein kleiner Gewinn realisiert werden, so die Vereinsschulden planmässig etwas abgebaut werden konnten und nun noch etwa 6000 Franken betragen. Obwohl die Mitgliederbeiträge vor zwei Jahren markant erhöht wurden, ist die Zahl der Kulturkreis-Mitglieder mit rund 600 konstant geblieben.





## Incentive Lea Jörg



In diesem Jahr konnten wieder diverse Gruppen-Aufträge realisiert werden. Die Besucher waren mit dem Service von Arosa Incentive zufrieden und rühmten die Gastfreundschaft unseres Bergdorfes. Aufgrund der Turbulenzen in der schweizerischen und ausländischen Wirtschaft musste ein deutlicher Rückgang der Anzahl gebuchten Incentives hingenommen werden. Dies bekamen wir besonders im Sommer mit null Buchungen zu spüren. Dagegen konnte Arosa Incentive im Januar einen Grossanlass organisieren und trotz der geringeren Anzahl durchgeführten Gruppen einen gesteigerten Gewinn und mehr Logiernächte als im vorherigen Geschäftsjahr ausweisen.

### Zahlen

Total wurden 29 Incentives organisiert und somit 2'455 Logiernächte generiert. Dies entspricht 23.6% weniger Incentives aber einer Logiernächte-Erhöhung von 68.9% gegenüber dem Jahr 2009/2010.

Der 2010/11 direkt über Arosa Tourismus erzielte Umsatz von CHF 665'820.55 verteilt sich wie folgt auf die diversen Anbieter in Arosa:

- Hotels: CHF 417'819.00 (+ 27,79%)
- Arosa Bergbahnen: CHF 53'820.30 (+ 154%)

- diverse andere Leistungsträger: CHF 131'901.50 (+ 22%) (Berghütten, Skischule, Schlittenvermietung, Schneeschuhwanderungen, Kutscherei, RhB sowie diverse Restaurants)

Der erwirtschaftete Betrag durch Bearbeitungsgebühren erreichte rund CHF 62'279.75, was eine Erhöhung von 270% zum Jahr 09/10 bedeutet.

### Gruppen

Bei total 90 Gruppenanfragen (17 Anfragen weniger als 09/10) buchten 29 Firmen und Gruppen ihren Anlass mindestens teilweise über Arosa Tourismus. 15 Gruppen haben dank informativer Unterstützung seitens Arosa Tourismus ihren Anlass selber organisiert und 46 Gruppen kamen nicht nach Arosa.

Insgesamt musste dieses Jahr 10 interessierten Firmen (ca. 809 Personen, ca. 1'815 LN) eine Absage erteilt werden, weil keine geeignete Unterkunft/Seminarraum oder Verpflegungsmöglichkeit gefunden werden konnte. Drei Firmen mussten den Event aus finanziellen Gründen absagen. 19 Gruppen haben einer anderen Destination den Zuschlag für ihren Event gegeben. Die Gründe dafür sind nicht bekannt. Vier Gruppen haben sich auch nach wiederholtem Nachfragen nicht mehr gemeldet und bei 13 Gruppen waren es diverse Gründe, welche zu einer Absage führten.

### Kundenprofil

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei den Firmen- und Gruppenanfragen blieb mit ca. 32 Personen im Vergleich zum Vorjahr mehr oder weniger konstant. Die Gruppen kamen hauptsächlich aus der Deutschschweiz und hatten einen Aufenthalt in Arosa von durchschnittlich 2.7 Tagen (1.7 LN, im Vorjahr 1.2 LN). Die Ausgaben pro Person erhöhten sich gegenüber dem letzten Geschäftsjahr von CHF 160.00 auf mehr als das Doppelte, sprich 347.00. Dies ist vor allem auf die Unterkunftskosten zurückzuführen.

Dieses Jahr wurden nur Events im Winter durchgeführt. Beliebt waren wie immer die Schneeschuhwanderungen, die Abendanlässe in den Berghütten kombiniert mit Pisten-

bully, Kutschenfahrt sowie Schlitteln und natürlich die Teamevents wie Winterolympiade oder der Yeti-Hunt.

Leider mussten wir nach der vorjährigen 10% Sommer-Buchungssteigerung einen massiven Rückgang in Kauf nehmen und konnten von den sieben Incentives-Sommeranfragen keine durchführen.

Die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Dienstleistern hat dieses Jahr einmal mehr optimal funktioniert und die Kunden konnten Arosa glücklich, zufrieden mit vielen positiven Eindrücken verlassen!

### Auszubildende

Jana Fuchs, welche ihre kaufmännische Ausbildung am 04. August 2008 mit dem M-Profil (Berufsmatura) begonnen hat, wird nach einer dreijährigen Lehrzeit im Juni 2011 die Lehrabschlussprüfung absolvieren und sicherlich erfolgreich bestehen. Bei bestandener Abschlussprüfung wird Jana Fuchs Arosa Tourismus Ende Juli 2011 auf eigenen Wunsch verlassen. Wir wünschen ihr viel Erfolg bei den bevorstehenden Herausforderungen!

Am 2. August 2010 begann Laura Menet, wohnhaft in Arosa, ihre Ausbildung zur Kauffrau in der Branche Hotel, Gastro und Tourismus bei Arosa Tourismus. Während der Sommersaison konnte sie ihre ersten Berufserfahrungen am Schalter der Gästeinformation sammeln. Von November 2010 bis Januar 2011 durfte sie Lea Jörg in der Abteilung Arosa Incentive unterstützen und ab Februar bis März 2011 gab es dann Wintereinblicke in die Gästebetreuung am Schalter. Des Weiteren konnte Laura Menet mit dem Arosa Humor-Festival eine weitere Welt des Tourismus kennen lernen.



# Anlagen Roland Schuler



## Eissporthalle

Das vergangene Tourismusjahr stand im Zeichen des Umbaus in das neue Sport- und Kongresszentrum Arosa. Am 21. Juni 2010 fand der offizielle Spatenstich statt und die Bau-, bzw. die Abbrucharbeiten wurden gestartet. Daneben eröffnete das Anlagen-Team die Eissaison und konnte unter anderem den HC Lugano und die U20-Nationalmannschaften aus der Schweiz, Deutschland und Tschechien in Arosa begrüßen. Sehr speziell war, dass in diesem Jahr durch die Bauphase sogenannte Open-Air Spiele mit Sicht auf den Obersee stattfinden durften. Diese Matches zauberten jeweils ein tolles Ambiente in die Eissporthalle.

Per 15. Dezember 2010 wurde die Eissporthalle mit einem Gerüst wintertauglich gemacht und vollkommen dem Eisbetrieb übergeben. Dabei glänzte der EHC Arosa mit einem glorreichen Saisonfinale, welches zahlreiche Zuschauer in die noch etwas karge Eissporthalle lockte. Mit dem Saisonschluss erstreckte sich der Eishallenbetrieb im vergangenen Betriebsjahr vom 26. Juni 2010 bis zum 25. April 2011.

Pünktlich mit dem Frühling und der Zwischensaison wurde auch die Bautätigkeit an der Eissporthalle wieder aufgenommen, so dass das neue Sport- und Kongresszentrum am 1. Dezember 2011 in Betrieb gehen kann.

## Offene Kunsteisbahn

Mit den herbstlichen Temperaturen konnte man ab Mitte November wieder dem Eissport auf der offenen Kunsteisbahn frönen. Dank den sehr vielen Winter-Sonnentagen beobachtete man viele freudige Gesichter unter den Curlern, Eisstockschiessenden oder Eisläufern. Inmitten dieser Naturkulisse führten wir auch eine Vielzahl von Instruktions-Gästekursen, sei es tagsüber oder während dem Abendeislauf, durch.

Als Höhepunkte der vergangenen Saison können die Open Air Curling Schweizermeisterschaften und das Jubiläums-Turnier (20. Austragung) des Arosa Sunna Cups bezeichnet werden. Beide Anlässe waren sehr erfolgreich. Damit das Eis auch bei Hitzetagen bis an Ostern gehalten werden konnte, musste die Eisfläche per Ende März um einen Drittel reduziert werden. Die Gäste dankten den Mehraufwand mit erfreulichen Besucherzahlen.

Die bereits von meinem Vorgänger angesprochenen Sanierungsarbeiten rund um das Eisfeld stehen weiterhin bevor. Im Zusammenhang mit dem allfälligen Hotelneubau auf dem Platz des ehemaligen Hotel Carmenna müssen diese neu lanciert werden.

## Kunstrasenanlage

Die Sommer Sportveranstaltungen erfuhren in ihrer Durchführung keine Veränderung. Die Anlässe verliefen dementsprechend reibungslos.

Neben den «grossen» Veranstaltungen, wie dem 7-eck-Unihockeyturnier, dem Fussball-Grümpi, der Sportstafette und den Spielen des FC Arosa trafen sich weitere polysportive Gäste auf dem Kunstrasen ein. So fand unter anderem monatlich ein Spitzensportler-Training statt. Interessierte Kinder und Jugendliche erhielten dadurch die Möglichkeit sich mit bekannten Sportlern beim Schwingen, Bob anstossen oder einem Bike-Geschicklichkeitssparcour zu messen.

Da der Kunstrasen bereits in die Jahre gekommen ist und seine Halbwertszeit erreicht hat, wird auch ein Ersatz des Kunstrasens bevorstehen. Mit einem neuen und qualitativ hochstehenden Kunstrasen soll es in Zukunft auch möglich sein die bestehenden Anfragen für Fussball-Trainingslager (Hobbymannschaften, untere Fussball-Ligen) durchzuführen. Nichts desto trotz wäre es für Arosa von grossem Vorteil wenn ein FIFA-Naturrasen zeitnah erstellt werden könnte (Trainingslager für Leistungsmannschaften).

## Spielplatz Ochsenbühl

Der Spielplatz Ochsenbühl war im vergangenen Sommer zum letzten Mal unter der Führung der Sportanlagen. Es wurde nur noch ein reduzierter Betrieb angeboten, da bei einigen Geräten nicht mehr die entsprechenden Sicherheitsgarantien gewährt werden konnten. Mit der Übergabe unterliegen nun alle Kinderspielplätze der Gemeinde. Über die Wintertage wurde ein neues Spielplatzkonzept Ochsenbühl erarbeitet. Dieses wird per Sommer 2011 entsprechend umgesetzt.

## Seilpark

Mit dem Seilpark auf der Waldfestwiese entstand in der Sommer-Saison 2010 ein neues



Angebot, welches bei den Gästen und Einheimischen von Anfang an sehr beliebt war. Nach einer Bauphase von zirka sechs Wochen wurde der Seilpark am 12. Juni 2010 eröffnet. Ein vierköpfiges Instruktorenteam durfte bis zum Saisonende am 24. Oktober 2010 mehr als 11'000 Besucher im Seilpark betreuen und bis auf ein paar kleine Zwischenfälle kann mit Stolz eine unfallfreie Saison vermeldet werden.

### Camping

Der Campingplatz Arosa hat einen Charme der nach wie vor die Stammgäste, sowie Kurzaufenthalter begeistert.

Die Camping Logiernächte erreichten denn auch das drittbeste Resultat seit der Einführung 1981/82.

Das Anlagen-Team ist bestrebt die Einrichtungen stets in sauberem Zustand zu halten und entsprechende Instandstellungen vorzunehmen, welche dem Gast den Aufenthalt verschönern. Damit der Standard des Campings erhalten und aufgewertet werden kann, müssen künftig weitere Investitionen getätigt werden.

### Bootsbetrieb Obersee

Im Sommer 2010 wurden zwei neue Pedalo's angeschafft und die Boots-Flotte dadurch aufgewertet. Der Bootsbetrieb, welcher durch Armando Plaz und Mauro Ongaro geführt wird, erfreut sich weiterhin grosser Beliebtheit. Als Ergänzungsangebot neben den vielen weiteren All-Inclusive-Aktivitäten waren die farbigen Boote stets gefragt.

### Wasserspiel

Die regelmässig hohen Besucherzahlen rechtfertigen das Wasserspiel auch nach 10 Jahren im Einsatz. Aus diesem Grund wurde beschlossen, die alte Steuerung durch ein neues System zu ersetzen. Dieser Wechsel führte zu einem verspäteten Saisonstart per Anfang Juli. Anschliessend konnte während drei Wochenabenden die neuen Programme mit ihrem Farbenspiel bestaunt und bewundert werden.

Für die kommende Sommersaison werden auch die Wasserelemente wieder auf den neusten Stand gebracht, so dass die Besucher sich noch viele weitere Jahre am Wasserspiel erfreuen können.

### Ruhebänke

Die Ruhebänke in Arosa sind weiterhin ein Kassenschlager. So treffen ständig neue Anfragen für Ruhebänke ein und müssen oft auf die Warteliste gesetzt werden. Man ist bestrebt die Langlebigkeit der Ruhebänke bestmöglich zu unterstützen, jedoch ist es nicht zu vermeiden, dass die Bänke nach acht bis zehn Jahren den äusseren Einflüssen zum Opfer fallen und nach und nach ersetzt werden müssen.

### Feuerstellen

Je nach Standort wurden die Feuerstellen rege benutzt. Dies setzte einen wöchentlichen Unterhaltsdienst (Holz auffüllen, Reinigung vollziehen) voraus, welcher durch die Sportanlagen vollzogen wurde. Im kommenden Jahr werden die Feuerstellen aufgewertet und mit neuen Grillrosten, sowie einzelnen Tischen und Bänken ersetzt.

### Parkhaus Ochsenbühl & Sandhubel

Die Sommersaison in den Parkhäusern verlief problemlos, kleinere Störungen konnten sofort behoben werden. Mit der Fertigstellung der neuen Parkgarage Innerarosa ging der komplette Parkhaus-Betrieb per 1. Dezember 2010 an die Gemeinde über. Das Team der Sportanlagen war bestrebt der Gemeinde die Übergangsphase so einfach wie möglich zu gestalten und unterstützte den Parkhauswart auch weiterhin während dessen Abwesenheit.

### Zivilschutzanlage

Die Gruppenunterkunft der einfachen Kategorie weist noch immer eine gute Auslastung an Gästegruppen auf. Jedoch sind die Grössen der Gruppen rückläufig. Der Trend nach kleineren Gruppen hält also weiterhin an, was bedeutet, dass die Logiernächtezahlen im Moment nicht zu steigern sind. Die Anlage ist in einem guten Zustand und kann den Gästen weiterhin bestens empfohlen werden.

### Fahrzeugpark

Dank dem sorgfältigen Umgang mit Gerätschaften und den Fahrzeugen können immer hohe Stunden- & Kilometerstände an den Maschinen vorgewiesen werden. Trotzdem fallen von Zeit zu Zeit Ersatzinvestitionen an.

So durfte das Team auf den Winter ein neues multifunktionales Fahrzeug in Betrieb nehmen, welches im Winter als Schneefräse eingesetzt wird und im Sommer für Zug- und Materialtransporte zur Verfügung steht.

### Lagerplätze

Durch den Umbau der Eissporthalle gingen einige Lagerplätze verloren und man musste nach Alternativen suchen. Es handelt sich dabei um viele saisonale Lagerungen. Nach mehreren Verzögerungen und Auslagerungen in bis zu fünf verschiedene Lagerstandorte zeichnet sich nun für die Zukunft eine Lösung ab. Mit dem Bezug der Lagerhalle Koller kann der Problematik im kommenden Sommer endlich entgegen gewirkt werden.

### Personal

Ich konnte mit dem Antritt meiner Stelle einen gut funktionierenden Betrieb und einen motivierten Mitarbeiterstab von meinem Vorgänger Hans-Jürg Rehli übernehmen. Mit kleinen Veränderungen und Umstrukturierungen versuchen wir noch weiteren Schwung in unsere Arbeit zu bringen und uns für die neuen Aufgaben im Sport- und Kongresszentrum sowie in unseren Aussenanlagen vorzubereiten.

# Gästeservice Arno Räth



## Deskline/Buchungen/Offerten

Im Juli stellte Arosa Tourismus das Buchungs- und Informations-System Feratel von Deskline 2.0 auf die neue Version Deskline 3.0 um. Dieser Prozess entpuppte sich aufgrund zahlreicher Kinderkrankheiten und Programmierungsproblemen bei Feratel als äusserst problematisch und konnte per Ende Geschäftsjahr immer noch nicht ganz abgeschlossen werden.

Im Geschäftsjahr 2010/2011 konnten insgesamt 198 Buchungen sowie 4'131 Offerten übers Deskline verzeichnet werden. In diesen Zahlen widerspiegelt sich die schwierige Situation, welcher sich die ganze Branche stellen musste, waren es im Vorjahr noch 536 Buchungen und 5'477 Offerten.

Als Informationsplattform ist das Internet seit einigen Jahren unersetzlich, der Gast besorgt sich die Informationen zu Unterkünften, Preisen, Angeboten und Veranstaltungen online. Und dennoch sind Prospekte weiterhin gefragt. Vor allem der Gast vor Ort schätzt die Unterlagen in Papierform, aber auch per Post sind 2'753 Sendungen an Interessenten verschickt worden.

## Klimaneutrale Winterferienpauschale

Die Klimaneutrale Winterferienpauschale erlitt einen Einbruch auf einen Gesamtumsatz von CHF 140'000.00 und 740 Logiernächte. Nachfragen haben ergeben, dass viele Gäste die Klimaneutrale Winterferienpauschale einmalig buchen und für einen nächsten Aufenthalt direkt beim Hotel reservieren. Das Jahrestreffen im Sommer 2011 wird die weitere Zukunft der Pauschale weisen.

## All-Inclusive und Arosa Card

Seit der Sommersaison 2010 bietet Arosa dank All-Inclusive schweizweit als einzige Destination einen kostenlosen Seilpark an! An einen Sommer ohne All-Inclusive ist in Arosa nicht mehr zu denken, der Gast kennt und schätzt das Angebot ausserordentlich. Manch ein Gast hat am Schalder verraten, dass All-Inclusive den Ausschlag gegeben hat, die Ferien in Arosa zu verbringen.

## Gäste-Ehrungen

Im vergangenen Jahr durften wir 33 arosa-süchtige Gäste für ihre Treue zu Arosa ehren

und ihnen ein kleines Präsent überreichen. Davon erhielten 18 Personen eine Ehrung für 20 Jahre, 8 für 35 Jahre und 7 Gäste für gar 50 Jahre alljährliches Wiederkehren nach Arosa.

## Handy Safari

So richtig spannend wurde eine Wanderung für Jung und Alt bei der Handy Safari. Knifflige Fragen führten rund um Arosa und jede richtige Antwort lotste den Gast an einen neuen Punkt in Arosa und dem Preis immer näher. Jedes Jahr werden die Fragen erneuert, so bleibt die Handy Safari auch für Stammgäste spannend. Jeder Gast erhält einen von Coop gestifteten Sofortpreis und nimmt automatisch an der Verlosung des Hauptpreises teil, eine Woche Ferien für die ganze Familie in einer Ferienwohnung.

## Walk n' Hike

Drei Feriendestinationen – ein unvergessliches Wandererlebnis! In Zusammenarbeit mit den Feriendestinationen Davos/Klosters und Lenzerheide bietet Arosa seit einigen Jahren gepäckfreies Wandern an. Die Pauschale ist als 4- oder 7-Tages Tour buchbar und führt von Davos über Arosa auf die Lenzerheide und der Gast entdeckt zu Fuss die abwechslungsreichen Wanderrouten zwischen Davos, Arosa und Lenzerheide. In der Zwischenzeit wird das Gepäck mit Bahn und Postauto von Hotel zu Hotel transportiert. Um die Pauschale zu pushen, sind für die Sommersaison 2011 einige Inserate-Schaltungen geplant.

## Personal

Das motivierte Team der Gästeinformation freut sich auf viele schneesichere, kurvensichere und Arosa-süchtige Gäste!



# Finanzen Urs Schmid



## Bilanz per 30. April 2011

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 3'585'201.54 aus. Das Eigenkapital beträgt neu per 30. April 2011 CHF 1'256'849.85.

### Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Abnahme von CHF 724'457.33 und beträgt per 30. April 2011 CHF 3'460'193.54, resp. 96.5% der Bilanzsumme.

Im Geschäftsjahr 2010/11 haben die flüssigen Mittel, die Forderungen, die Vorräte sowie die aktiven Abgrenzungen abgenommen.

Bei Investitionen von CHF 159'504.13 (Erneuerung Telefonanlage, Ersatz Schneeschleuder) und Abschreibungen von CHF 121'506.13 beträgt das Anlagevermögen per 30. April 2011 CHF 125'008.00.

### Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Abnahme von CHF 461'838.74 und beträgt per 30.04.2011 CHF 2'328'351.69.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten nahmen um CHF 316'238.74 und die Rückstellungen um CHF 240'000.00 ab. Die Rückstellung Seilpark von CHF 300'000.00 wurde aufgelöst – dafür wurden Rückstellungen von CHF 60'000.00 für den Oeko Fonds, die Etappenankunft TdS 2012 sowie das Jubiläum Arosa Humor-Festival gebildet.

Das Eigenkapital verzeichnet im Geschäftsjahr 2010/11 durch die Verluste der Gästetaxen-Rechnung von CHF 115'800.38, der Sport- und Kulturrechnung von CHF 38'292.18 sowie der Marketing-Rechnung von CHF 70'528.03 eine Abnahme von CHF 224'620.59 und beträgt per 30. April 2011 neu CHF 1'256'849.85 resp. 35.1%.

## Erfolgsrechnung 2010/11

### Gästetaxen-Rechnung

Die Gästetaxen-Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 4'315'202.99 und Ausgaben von CHF 4'431'003.37 mit einem Verlust von CHF 115'800.38 (Budget: Verlust von CHF 185'000) ab.

Trotz einem Logiernächterückgang von 3.6% gegenüber dem Vorjahr konnte der Gesamtertrag der Gästetaxen-Rechnung leicht gesteigert werden. Obwohl auch der Gesamtaufwand rund 2.5% über dem Budget liegt, konnte die Rechnung rund 1/3 besser abgeschlossen werden als budgetiert.

### Sport- und Kultur-Rechnung

Bei Einnahmen von CHF 402'059.57 und Ausgaben von CHF 440'351.75 verzeichnet die Sport- und Kultur-Rechnung einen Ausgaben-Ueberschuss von CHF 38'292.18 (Budget: Verlust von CHF 23'000).

Auch die Sport- und Kultur-Rechnung bekam auf der Ertrags-Seite den Logiernächte-Rückgang zu spüren, doch dank dem grossen Einsatz der einzelnen Sportclubs konnte das Budget nahezu eingehalten werden.

### Marketing-Rechnung

Mit einem Ausgaben-Ueberschuss von CHF 70'528.03 (Budget: Verlust von CHF 110'000) schliesst die Marketing-Rechnung 2010/11 bei Einnahmen von CHF 1'068'729.09 und Ausgaben von CHF 1'139'257.12.

Trotz Zusatz-Aktionen schliesst die Marketing-Rechnung 2010/11 besser ab als budgetiert.

Weitere Einzelheiten können Sie den Tabellen auf den nächsten Seiten entnehmen.

# Bilanz

	30.04.2011	30.04.2010
<b>Aktiven</b>	<b>3'585'201.54</b>	<b>4'271'660.87</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>3'460'193.54</b>	<b>4'184'650.87</b>
Kasse	3'883.75	8'058.90
Postcheck	1'066'421.93	1'806'360.25
Banken	1'782'218.55	1'706'258.81
Checks	6'080.00	0.00
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>2'858'604.23</b>	<b>3'520'677.96</b>
Steuer- und Beiträge	251'175.75	346'755.68
Diverse	210'539.74	149'352.66
<b>Forderungen</b>	<b>461'715.49</b>	<b>496'108.34</b>
Verkaufsmaterial	21'121.00	39'571.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
<b>Vorräte</b>	<b>21'123.00</b>	<b>39'573.00</b>
<b>Aktive Abgrenzungen</b>	<b>118'750.82</b>	<b>128'291.57</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>125'008.00</b>	<b>87'010.00</b>
Sportanlagen	125'001.00	72'001.00
Verwaltung	1.00	1.00
Langlauf	0.00	15'001.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Wasserspiel	1.00	1.00
<b>Sachanlagen</b>	<b>125'004.00</b>	<b>87'005.00</b>
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Anteile Ski + Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile Holzmeise	1.00	1.00
Anteile Stiftung «Pro Arosa»	0.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
<b>Finanzanlagen</b>	<b>4.00</b>	<b>5.00</b>



	30.04.2011	30.04.2010
<b>Passiven</b>	<b>3'585'201.54</b>	<b>4'271'660.87</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>2'328'351.69</b>	<b>2'790'190.43</b>
Laufende Verpflichtungen	502'920.99	632'201.43
Vorauszahlungen Sponsoren AHF	72'880.70	259'839.00
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>575'801.69</b>	<b>892'040.43</b>
Oeko Fonds	35'000.00	30'000.00
Delkredere	60'000.00	60'000.00
Steuerverwaltung	100'000.00	100'000.00
Humor-Festival	225'000.00	175'000.00
Sportevents	230'000.00	225'000.00
Seilpark	0.00	300'000.00
Grossinvestitionen	750'000.00	750'000.00
<b>Rückstellungen</b>	<b>1'400'000.00</b>	<b>1'640'000.00</b>
<b>Passive Abgrenzungen</b>	<b>352'550.00</b>	<b>258'150.00</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1'256'849.85</b>	<b>1'481'470.44</b>
Gästetaxen – Reserve	1'064'712.59	1'180'512.97
Sport und Kultur – Reserve	138'709.48	177'001.66
Marketing – Reserve	53'427.78	123'955.81
<b>Erarbeitetes Kapital</b>	<b>1'256'849.85</b>	<b>1'481'470.44</b>

# Gästetaxen-Rechnung

	Budget 2010/11	Rechnung 2010/11	Budget 2011/12
<b>Gästetaxenaufwand</b>	<b>2'020'000</b>	<b>2'148'592.91</b>	<b>1'980'000</b>
Beiträge	135'000	140'058.55	135'000
Informationsmaterial	225'000	289'997.38	175'000
Gästeangebot	1'580'000	1'647'256.04	1'595'000
Ruhebänke/Wanderwege	80'000	71'280.94	75'000
<b>Verwaltungsaufwand</b>	<b>1'225'000</b>	<b>1'160'830.39</b>	<b>1'225'000</b>
Personalkosten	895'000	838'572.04	875'000
Kanzleikosten	295'000	291'459.27	315'000
Verwaltungskosten	35'000	30'799.08	35'000
<b>Anlagenaufwand</b>	<b>1'076'000</b>	<b>1'121'580.07</b>	<b>1'145'000</b>
Sportanlagen Obersee	1'011'000	1'057'999.98	984'000
Angestelltenhaus	5'000	3'998.75	4'000
Kongress/Incentive			98'000
Camping	60'000	59'581.34	59'000
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>4'321'000</b>	<b>4'431'003.37</b>	<b>4'350'000</b>
<b>Gästetaxenertrag</b>	<b>3'405'000</b>	<b>3'517'032.38</b>	<b>3'515'000</b>
Gästetaxen	3'310'000	3'231'307.04	3'410'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-150'000	-136'805.44	-145'000
Informationsmaterial	80'000	148'403.64	85'000
Gästeangebot	150'000	253'345.64	150'000
Ruhebänke	15'000	20'781.50	15'000
<b>Verwaltungsertrag</b>	<b>130'000</b>	<b>148'181.24</b>	<b>115'000</b>
<b>Anlagenertrag</b>	<b>601'000</b>	<b>649'989.37</b>	<b>570'000</b>
Sportanlagen Obersee	505'000	549'625.21	431'500
Angestelltenhaus	6'000	4'240.00	4'500
Kongress/Incentive			40'000
Camping	90'000	96'124.16	94'000
<b>Gesamtertrag</b>	<b>4'136'000</b>	<b>4'315'202.99</b>	<b>4'200'000</b>
<b>Verlust</b>	<b>185'000</b>	<b>115'800.38</b>	<b>150'000</b>

# Sport- und Kultur-Rechnung

	Budget 2010/11	Rechnung 2010/11	Budget 2011/12
<b>Aufwand</b>	<b>443'000</b>	<b>440'351.75</b>	<b>465'000</b>
Sportanlässe Sommer	92'000	62'729.71	80'000
Sportanlässe Winter	100'000	125'298.06	105'000
Beiträge	110'000	120'000.00	110'000
Kulturelle Anlässe	45'000	35'764.53	65'000
Diverser Aufwand	6'000	4'432.10	5'000
Administrations-Aufwand	90'000	92'127.35	100'000
<b>Ertrag</b>	<b>420'000</b>	<b>402'059.57</b>	<b>455'000</b>
Sport- und Kulturtaxen	432'000	419'635.35	460'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-12'000	-17'575.78	-20'000
<b>Verlust</b>	<b>23'000</b>	<b>38'292.18</b>	<b>25'000</b>

# Marketing-Rechnung

	Budget 2010/11	Rechnung 2010/11	Budget 2011/12
<b>Aufwand</b>	<b>1'135'000</b>	<b>1'139'257.12</b>	<b>1'200'000</b>
Promotion	355'000	480'923.33	420'000
Product	50'000	30'717.61	55'000
Markets Development	210'000	178'000.00	200'000
PR und Events	140'000	106'634.71	125'000
Humor-Festival	200'000	163'257.16	200'000
Sales	60'000	84'723.58	75'000
Administration	120'000	95'000.73	125'000
<b>Ertrag</b>	<b>1'025'000</b>	<b>1'068'729.09</b>	<b>1'125'000</b>
Tourismustaxen H/G	260'000	258'280.05	275'000
Tourismusbeitrag Gemeinde	300'000	300'000.00	300'000
Tourismustaxen Hotel/Fewo	495'000	483'412.05	490'000
Kooperation Schanfigg		70'000.00	105'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-30'000	-42'963.01	-45'000
<b>Verlust</b>	<b>110'000</b>	<b>70'528.03</b>	<b>75'000</b>

# Kontrollstelle Geschäftsprüfungskommission

Geschäftsprüfungskommission  
Arosa Tourismus Genossenschaft

Generativversammlung  
Arosa Tourismus Genossenschaft  
Arosa, 27. Juli 2011

**Bericht der Geschäftsprüfungskommission**




Sehr geehrte Damen und Herren

Wir haben die Geschäftsführung und die Geschäftsbücher des Geschäftsjahrs 2010/2011 von Arosa Tourismus Genossenschaft gemäss den Bestimmungen der Statuten und Gesetze geprüft. Dabei haben wir folgende Punkte festgestellt:

- Die Beschlüsse der Organe von Arosa Tourismus Genossenschaft wurden ordentlich ausgeführt.
- Der Verlust aus Güternutzen, Sport, Kultur, sowie Marketingrechnung beträgt CHF 224'620.59
- Im Geschäftsjahre wurden die Rückstellungen um CHF 240'000.00 reduziert (Investition Scipark) und somit verbleiben CHF 1'400'000.00.
- Die der Genossenschaft zur Verfügung stehenden Mittel wurden gemäss Statuten und Gesetz verwendet.
- Das Budget wurde grössenteils eingehalten.
- Die Buchhaltung wurde ordnungsgemäss geführt.

Gestützt auf unsere Prüfung und mit Hinweis auf den internen Bericht an den Vorstand, beantragen wir, die Rechnung 2010/2011 zu genehmigen und den Verwaltungsgangenen Entlassung zu erteilen.

Die Geschäftsprüfungskommission

Peter Sinner Marie Theresse Herwig Walter Dürren  




allenspach & felix

urnehend  
immobilien  
steuerberatung  
wirtschaftsprüfung  
unternehmensberatung

**Bericht der Revisionsstelle**  
zur eingeschränkten Revision  
an die Generalversammlung der  
Genossenschaft  
**Arosa Tourismus, Arosa**  
über die Prüfung der Jahresrechnung 2010/2011

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) der Arosa Tourismus, Arosa für das am 30. April 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision zu planen und durchzuführen, das wesentliche Fehlverhalten in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungsverfahren sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungsverfahren zur Aufdeckung betrüblicher Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte getrossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gemäss und Statuten entspricht.

**allenspach & felix ag** Chur, 25. Juli 2011

 Franz Allenspach  
dipl. Wirtschaftsprüfer  
Revisionspartner S&B  
Inhaber Revisor

 Bruno Felix  
dipl. Immobilien-Taxiductor

**Belegte:**  
- Jahresrechnung bestehend aus Bilanz  
- Betriebsrechnungen

allenspach & felix ag | Poststrasse 14 | 7000 Chur | Tel +41 81 1030 00 77  
 Fax +41 81 1030 00 70 | info@allenspach-felix.ch | www.allenspach-felix.ch  
 magasin 103000 | 10318 | e-mail: 103000@allenspach-felix.ch

# Tourismus-Statistik Logiernächte 2010/11

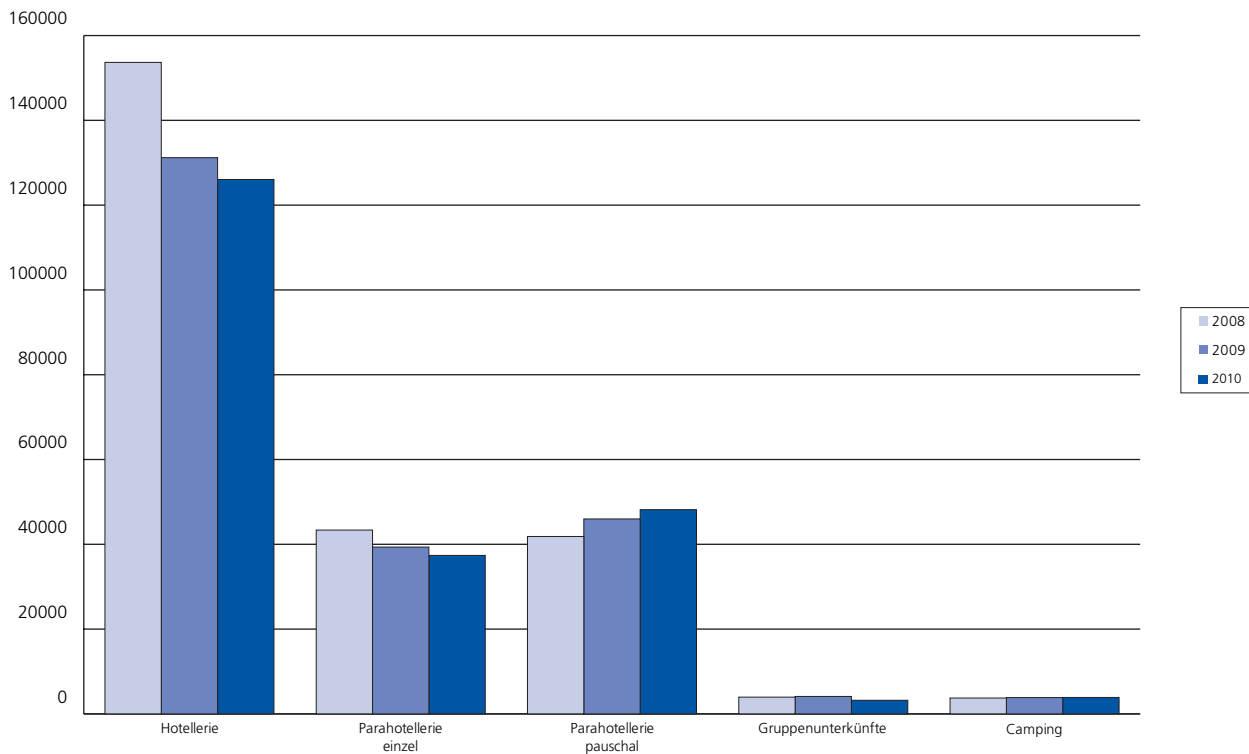
Nationen	Sommer 2010	Winter 2010/11	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
<b>Hotels</b>					
Schweiz	76'938	180'359	257'297	265'224	-2.99
Deutschland	31'626	72'655	104'281	119'080	-12.43
Benelux	7'011	21'367	28'378	31'996	-11.31
Vereinigtes Königreich	2'085	10'116	12'201	15'795	-22.75
Frankreich	1'448	3'082	4'530	4'298	5.40
USA	1'180	2'885	4'065	3'563	14.09
Israel	1'259	2'430	3'689	3'419	7.90
Skandinavien	528	2'440	2'968	1'778	66.93
Oesterreich	739	1'305	2'044	1'491	37.09
Italien	685	1'091	1'776	2'783	-36.18
Russland	169	2'174	2'343	1'946	20.40
Australien/Ozeanien	387	1'485	1'872	1'450	29.10
Diverse	1'996	5'391	7'387	7'353	0.46
<b>Total</b>	<b>126'051</b>	<b>306'780</b>	<b>432'831</b>	<b>460'176</b>	<b>-5.94</b>
<b>Parahotellerie</b>					
Schweiz	20'874	85'146	106'020	110'911	-4.41
Deutschland	7'563	26'577	34'140	43'147	-20.88
Benelux	3'077	5'674	8'751	9'084	-3.67
Vereinigtes Königreich	2'023	1'220	3'243	2'705	19.89
Israel	1'983	54	2'037	1'578	29.09
Skandinavien	98	1'454	1'552	1'325	17.13
Italien	846	112	958	856	11.92
Frankreich	206	667	873	1'073	-18.64
USA	363	435	798	491	62.53
Russland	67	60	127	506	-74.90
Diverse	283	1'296	1'579	1'810	-12.76
<b>Total</b>	<b>37'383</b>	<b>122'695</b>	<b>160'078</b>	<b>173'486</b>	<b>-7.73</b>
Gruppenunterkünfte	3'216	21'502	24'718	28'456	-13.14
Camping	3'877	3'300	7'177	7'092	1.20
Parahotellerie Pauschal	48'167	206'430	254'597	243'047	4.75
<b>Total</b>	<b>218'694</b>	<b>660'707</b>	<b>879'401</b>	<b>912'257</b>	<b>-3.60</b>



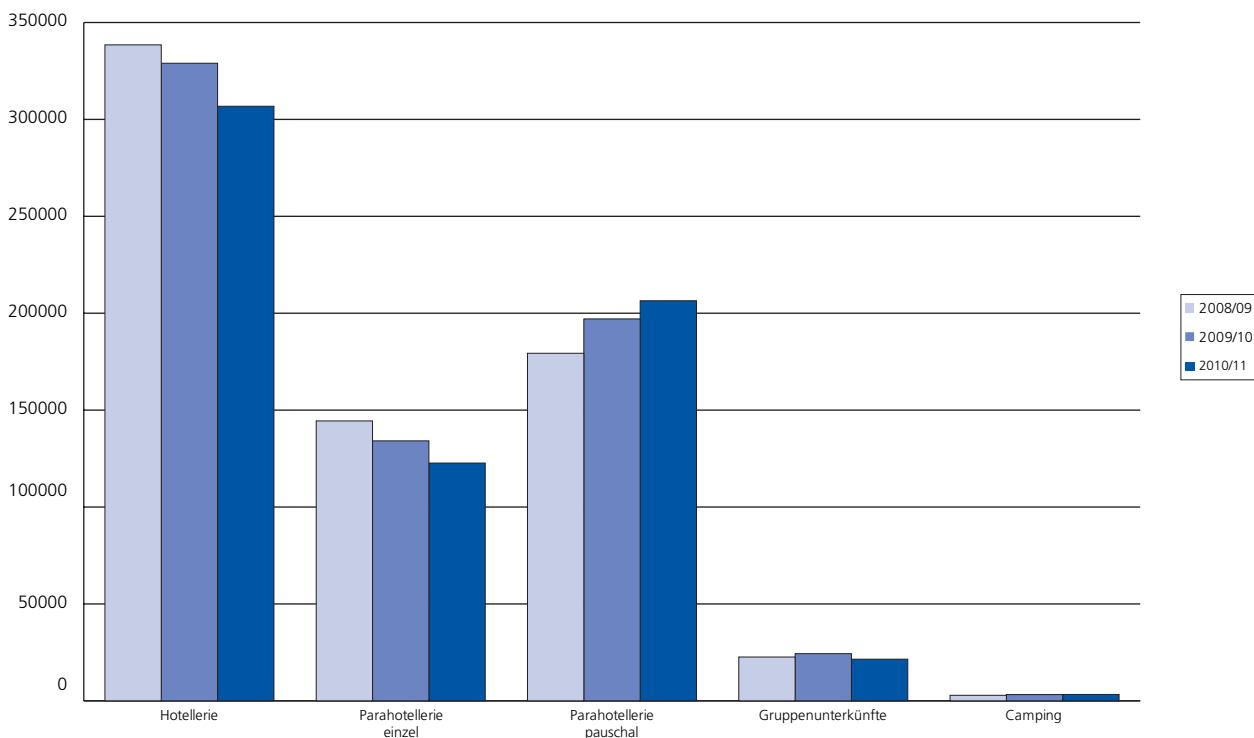
# Entwicklung der Logiernächte

## Sommer und Winter nach Beherbergungsart

### Sommer



### Winter

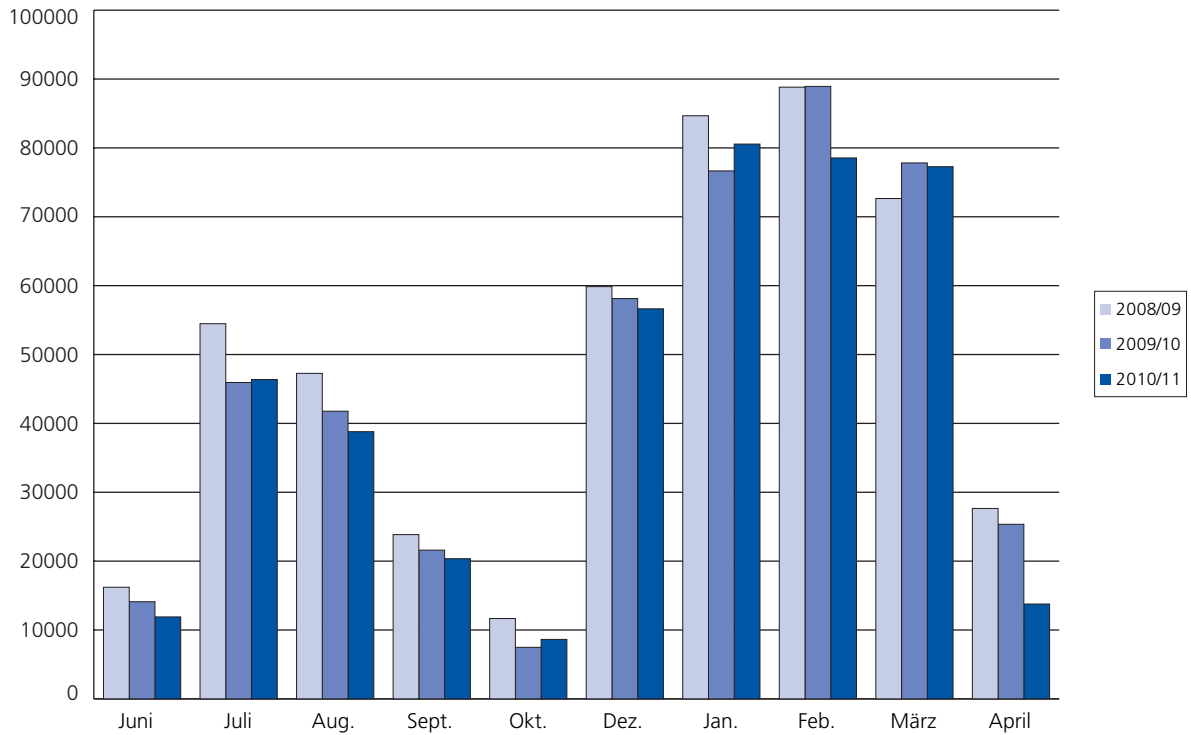




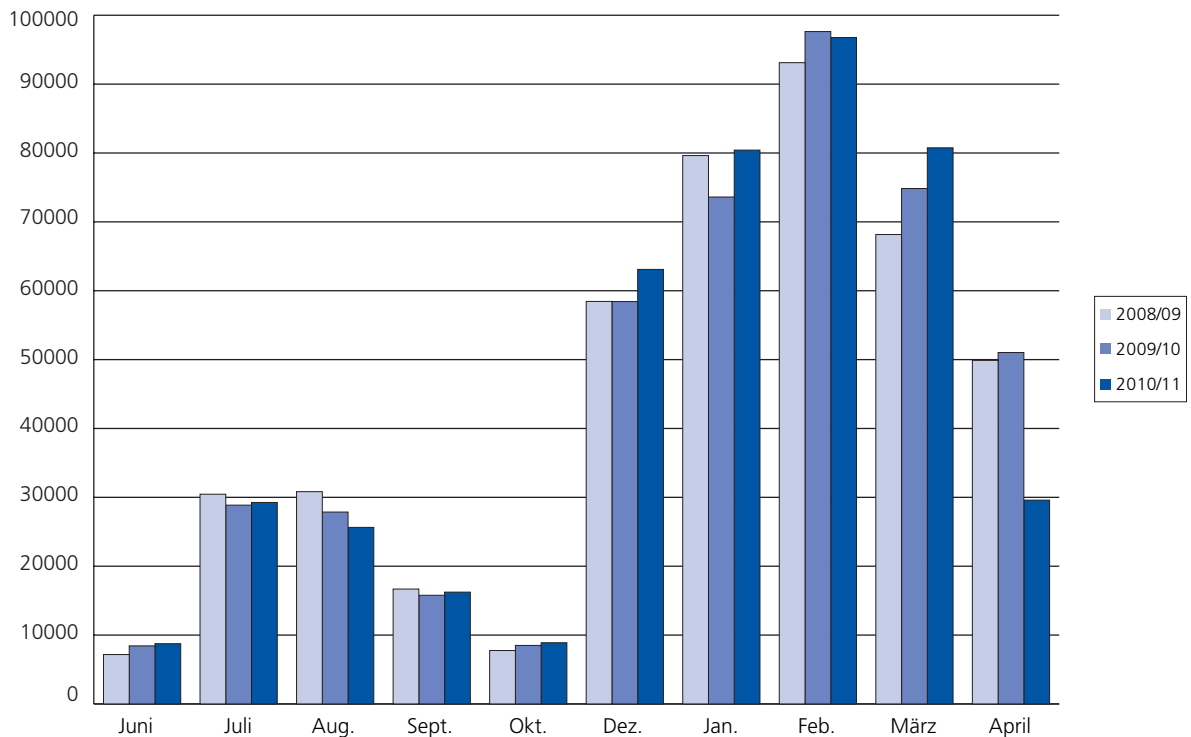
# Entwicklung der Logiernächte

## Sommer und Winter nach Monaten

### Hotellerie



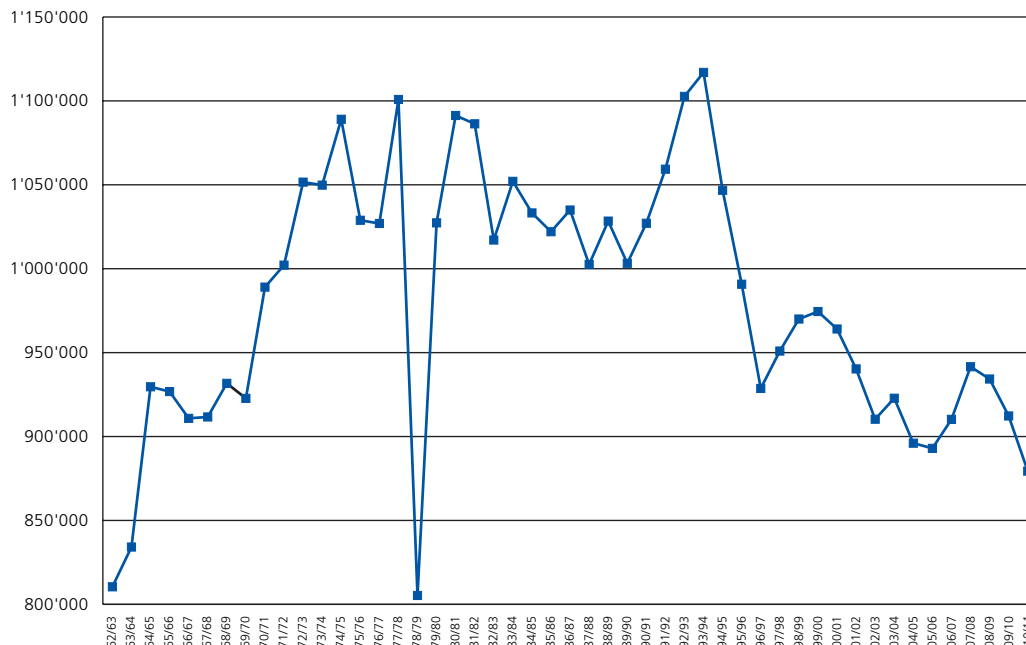
### Parahotellerie (einzel und pauschal)



# Entwicklung der Logiernächte

Geschäftsjahr	Hotellerie	%	Parahotellerie	%	Sanatorien	%	Gruppenunterk.	%	Jugendherberge	%	Camping	%	Total	%
1962/63	477'974		210'032		79'016		43420						810'442	
1963/64	489'433	2.4	224'456	6.9	77'597	-1.8	42'671	-1.7					834'157	2.9
1964/65	540'552	10.4	268'105	19.4	71'774	-7.5	49'209	15.3					929'640	11.4
1965/66	522'062	-3.4	284'836	6.2	72'767	1.4	47'116	-4.3					926'781	-0.3
1966/67	507'974	-2.7	284'183	-0.2	66'916	-8.0	51'766	9.9					910'839	-1.7
1967/68	509'093	0.2	291'565	2.6	63'191	-5.6	47'819	-7.6					911'668	0.1
1968/69	529'579	4.0	290'031	-0.5	66'915	5.9	45'182	-5.5					931'707	2.2
1969/70	518'924	-2.0	287'639	-0.8	69'356	3.6	46'833	3.7					922'752	-1.0
1970/71	575'756	11.0	309'222	7.5	66'382	-4.3	37'683	-19.5					989'043	7.2
1971/72	619'571	7.6	298'810	-3.4	62'335	-6.1	21'421	-43.2					1'002'137	1.3
1972/73	674'352	8.8	290'284	-2.9	66'035	5.9	20'927	-2.3	*ab 1998/99				1'051'598	4.9
1973/74	643'711	-4.5	321'981	10.9	64'153	-2.9	19'980	-4.5	Sanatorien und				1'049'825	-0.2
1974/75	709'964	10.3	300'786	-6.6	60'087	-6.3	18'225	-8.8	Jugendherberge				1'089'062	3.7
1975/76	655'212	-7.7	302'395	0.5	56'271	-6.4	14'990	-17.8	zusammen				1'028'868	-5.5
1976/77	676'907	3.3	288'443	-4.6	61'615	9.5	bis 1975/76						1'026'965	-0.2
1977/78	742'297	9.7	312'442	8.3	46'112	-25.2	Kinderheime		**ab 2002/03				1'100'851	7.2
1978/79	514'837	-30.6	268'880	-13.9	21'573	-53.2			nur noch				805'290	-26.8
1979/80	631'838	22.7	367'035	36.5	28'444	31.8			Jugendherberge				1'027'317	27.6
1980/81	709'134	12.2	352'478	-4.0	29'692	4.4							1'091'304	6.2
1981/82	686'689	-3.2	351'124	-0.4	28'580	-3.7			18'233		1'718		1'086'344	-0.5
1982/83	613'278	-10.7	356'670	1.6	27'320	-4.4			18'320	0.5	1'512	-12.0	1'017'100	-6.4
1983/84	617'891	0.8	388'102	8.8	25'991	-4.9			18'382	0.3	1'704	12.7	1'052'070	3.4
1984/85	613'230	-0.8	376'442	-3.0	24'741	-4.8			17'320	-5.8	1'510	-11.4	1'033'243	-1.8
1985/86	594'307	-3.1	384'268	2.1	25'369	2.5			16'497	-4.8	1'603	6.2	1'022'044	-1.1
1986/87	596'972	0.4	393'459	2.4	25'575	0.8			17'231	4.4	1'731	8.0	1'034'968	1.3
1987/88	559'185	-6.3	398'745	1.3	24'595	-3.8			17'593	2.1	2'416	39.6	1'002'534	-3.1
1988/89	565'260	1.1	415'616	4.2	26'076	6.0			18'871	7.3	2'543	5.3	1'028'366	2.6
1989/90	540'626	-4.4	416'671	0.3	26'589	2.0			16'029	-15.1	3'318	30.5	1'003'233	-2.4
1990/91	553'112	2.3	424'783	1.9	27'527	3.5			16'972	5.9	4'693	41.4	1'027'087	2.4
1991/92	566'790	2.5	441'306	3.9	27'792	1.0			17'360	2.3	6'065	29.2	1'059'313	3.1
1992/93	594'713	4.9	456'966	3.5	25'862	-6.9			19'059	9.8	6'086	0.3	1'102'686	4.1
1993/94	610'747	2.7	454'705	-0.5	26'144	1.1			19'592	2.8	5'790	-4.9	1'116'978	1.3
1994/95	556'111	-8.9	439'225	-3.4	25'906	-0.9			18'435	-5.9	7'072	22.1	1'046'749	-6.3
1995/96	510'551	-8.2	431'117	-1.8	23'433	-9.5	ab 1998/99		19'366	5.1	6'304	-10.9	990'771	-5.3
1996/97	484'830	-5.0	410'098	-4.9	8'948	-61.8	Gruppenunterkünfte		18'450	-4.7	6'329	0.4	928'655	-6.3
1997/98	504'151	4.0	412'289	0.5	9'596	7.2			18'267	-1.0	6'647	5.0	950'950	2.4
1998/99	515'482	2.2	405'894	-1.6	*		16'618		*25'251	38.2	6'777	2.0	970'022	2.0
1999/00	526'828	2.2	401'029	-1.2	*		17'572	5.7	*23'003	-8.9	6'043	-10.8	974'475	0.5
2000/01	517'484	-1.8	398'386	-0.7	*		19'923	13.4	*21'897	-4.8	6'392	5.8	964'082	-1.1
2001/02	502'675	-2.8	387'892	-3.4	*		22'276	11.8	*21'001	-4.1	6'443	0.8	940'287	-2.4
2002/03	476'708	-5.2	390'689	0.1	*		21'190	-4.9	**15'326	-27.0	6'412	-0.5	910'325	-3.2
2003/04	482'677	1.3	394'827	1.1	*		22'331	5.4	**15'328	0.0	7'677	19.7	922'840	1.4
2004/05	467'032	-3.2	384'073	-2.7	*		25'095	12.4	**13'227	-13.7	6'612	-13.9	896'039	-2.9
2005/06	469'032	0.4	381'660	-0.7	*		35'254	40.5	keine Jugendherberge mehr		7'028	6.3	892'964	-0.3
2006/07	481'225	2.6	388'590	1.8	*		33'008	-6.4			7'402	5.3	910'225	1.9
2007/08	504'732	4.88	396'643	2.07	*		32837	-0.52			7379	-0.31	941'591	3.45
2008/09	492'136	-2.5	408'964	3.1	*		26'572	-19.5			6'602	-10.5	934'274	-0.8
2009/10	460'176	-6.5	416'533	1.8	*		28'456	7.1			7'092	7.4	912'257	-2.3
2010/11	432'831	-5.9	414'675	-0.5	*		24'718	-13.1			7'177	1.2	879'401	-3.6

Gesamtlogiernächteentwicklung in Arosa



# Mitarbeiter

Für Arosa im Einsatz:

## Ehrenmitglieder

- Dr. Ambühl Hermann  
Geeser Herbert  
Rütsche Alois  
Traber Ernst

## Vorstand

- von der Generalversammlung gewählt  
Menet Christian, Hotelier, 98  
seit 2001 Präsident  
Blatter Thomas, Hotelier, 05  
Guler Markus, Kaufmann, 06  
Heiz Noldi, Skischulleiter, 08  
Salamin André, Hotelier, 10
- vom Gemeinderat delegiert  
Bucher Rolf, Hotelier, 11

## Kontrollstelle

- von der Generalversammlung gewählt  
Simmen Peter, Hotelier, 99  
Bareit Walter, Hotelier, 05
- vom Gemeinderat delegiert  
Herwig Marie-Therese, 07
- interne Kontrollstelle  
Allenspach & Felix AG, Chur, 08/09

## Info Arosa

- **Direktion**  
Jenny Pascal (01.07.08)
- **Kommunikation & Marketing, Events**  
Buchli Sandra (01.06.07)  
Oeschger Fabienne (05.10.09)  
Markwalder Markus (01.01.10)  
Wüthrich Yvonne (01.08.10)  
Jörg Lea (01.05.08 – 30.04.11)
- **EDV/IT, Web, Projekte**  
Roth Christian (01.09.08)  
Strittmatter Alex (01.09.09)
- **Sportsekretariat**  
Kuster Silvia (01.12.82)
- **Finanzen/Fremdenkontrolle**  
Schmid Urs (22.09.81)  
Hug Rosmarie (22.12.95)

## Gästeservice

- Räth Arno (15.02.07)  
Orlando Claudia (01.12.09)  
Köppel Sandra (01.06.10)  
Mathis Fabienne (01.06.10)

## Lehrlinge

- Fuchs Jana (01.08.08)  
Menet Laura (01.08.10)

## Gästeprogramm

- Licht Ruth (seit 85)  
Schütz Rosmarie (seit 07)

## Raumpflege

- Reber Lilly (01.02.10)

## Sportanlagen Arosa

### Anlagen

- Schuler Roland (01.02.10)  
Leimgruber Oskar (01.06.90)  
Schmid Heidi (02.12.96)  
Krättli Roman (16.11.98)  
Moriggl Jürgen (01.12.04)  
Mägdefrau Gabriel (01.05.10)  
Eugster Michael (01.06.93 – 30.04.11)  
Urban Rostislav (01.11.10 – 30.04.11)

### Seilpark

- Gadmer Ernst (seit 10)  
Lindemann Björn (seit 10)  
Schell Maikel (seit 10)  
Umscheid Harald (seit 10)



## Arosa Tourismus

Poststrasse

7050 Arosa

Tel. +41 (0)81 378 70 20

Fax +41 (0)81 378 70 21

[arosa@arosa.ch](mailto:arosa@arosa.ch)

[www.arosa.ch](http://www.arosa.ch)

Impressum

Herausgeber, Konzeption, Realisation, Grafik

Bilder

Druck

Arosa Tourismus

Arosa Tourismus

Stämpfli Druck