

Jahresbericht

AROSA TOURISMUS 2016/17



Arosa   Lenzerheide

Lässt Herzen höher schlagen.

Inhalt

PRÄSIDENT Christian Menet	4
KURDIREKTOR Pascal Jenny	6
MARKETING Nicole Hemmi	6
KOMMUNIKATION Jannine Kamm / Yvonne Wüthrich	14
SALES Manuela Pargätzi	18
EVENTS Roland Schuler	20
TOURISTISCHE PRODUKTE / ANLAGEN Roland Schuler	26
SPORT- UND KONGRESSZENTRUM / MICE Miriam Frei	28
IT / TECHNISCHE DIENSTE Rochus Caluori	30
VEREIN AROSA KULTUR Andri Probst	32
GÄSTESERVICE Andrea Mende	34
FINANZEN Sandra Kamber	38
BILANZ	40
GÄSTETAXENRECHNUNG	42
MARKETING-RECHNUNG	43
BUDGET 2017 / 2018	44
ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG	46
KONTROLLSTELLE Geschäftsprüfungskommission	46
TOURISMUS STATISTIK Logiernächte	47
ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE	48
MILESTONE FÜR AROSA	50
VORSTAND / DIREKTION	52
MITARBEITENDE	54

Arosa

Impressum:
Herausgeber, Konzeption, Realisation: Arosa Tourismus
Grafik, Konzeption: Küttel Laubacher Werbeagentur
Bilder: Arosa Tourismus
Druck: Stämpfli Druck

Belohnung für konsequente Verfolgung der Strategie

Milestone Destination Arosa

Arosa Tourismus hat sich in den vergangenen Jahren bewusst und entsprechend der strategischen Ausrichtung zu einer Eventorganisation und Arosa selber zu einer Eventferienregion entwickelt. Die Ziele, welche man mit den Veranstaltungen verfolgt, sind vielfältig. Natürlich stehen die Wertschöpfung und die Erhöhung der Auslastung von verschiedenen Saisonzeiten im Zentrum. Aber in den letzten Jahren haben sich viele weitere Mehrwerte eingespielt. Sei es die flexible Arbeitsweise der Mitarbeitenden oder die vielen neuen, eventbasierten Kontakte auf Geschäftsleitungsebene von Firmen, aber auch die Akzeptanz der Veranstaltungen im Dorf bei den Partnern und Leistungsträgern.

So liegt es auch auf der Hand, dass der MILESTONE als Sieg von ganz Arosa zu werten ist. Auf Seite 50/51 haben wir den renommiertesten Tourismuspreis bewusst auch mit verschiedenen Exponenten aus Arosa in Szene gesetzt.

Der Dank gilt im Sonnenlicht vom Erfolg noch viel mehr den Leistungsträgern in Arosa, den Bergbahnen, der Gemeinde und auch unseren Mitarbeitenden bei Arosa Tourismus. Die Motivation, die Hartnäckigkeit und vor allem auch die von guter Laune geprägte Leidenschaft bilden die Basis für die grosse Auszeichnung im Geschäftsjahr 2016/17.

Nach dem Milestone ist vor dem Milestone

Der Titel bringt mich zum Schmunzeln und ist natürlich nicht als erstes Ziel zu verstehen. Nichts desto trotz stehen Projekte an, welche durchaus auch wieder Milestone-Potential für Arosa mit sich bringen. Wichtig erscheint mir, dass wir in Arosa auch in den kommenden Jahren gemeinsam den eingeschlagenen Weg, die fixierte Strategie mit Nachdruck und grosser Konsequenz weiterverfolgen. Tourismusdirektor Pascal Jenny wird in seinem Bericht aufzeigen, wie aus Arosa nach dem Event-Dorf nun auch ein Bären-Dorf werden soll.

Ich wünsche mir, die kommenden Arbeiten und Zukunftsvisionen gemeinsam mit dem erfahrenen und erfolgreichen Vorstand und der engagierten Geschäftsleitung von Arosa Tourismus anpacken zu können. An dieser Stelle ist es mir ein Anliegen, den KollegInnen im AT-Vorstand für die spannende Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr zu danken.

Christian Menet
Präsident



alternativen netzwerk
flexibilität know-how
humor struktur bereitschaft
durchsetzungswille
überzeugungskraft
kommunikation mut out of the box
integration kreativität

Stichworte mit Wirkung für die Evententwicklung der Tourismusorganisation und den Gewinn vom Milestone «Innovation» 2016.

Die Bären kommen



Rückblick

2010 inspirierte uns die Mitteilung aus dem Bärenpark Bern, dass man die Jungbären Urs und Berna wohl in absehbarer Zeit weggeben müsse, zur Idee in Arosa Bären anzusiedeln. Lange sieben Jahre sind inzwischen vergangen. Viele, sehr viele Hürden und Gegner traten auf den Plan. Aus aktueller touristischer Sicht in den Alpen, dem Kanton Graubünden und Arosa völlig unverständlich. Die Herausforderungen, um unser Tourismus-Wertschöpfungsniveau zu halten, vermehrten sich jährlich. Gute Ideen, veränderte Produkte und neue Marketinglösungen wurden allenthalben gefordert. Oftmals fragte ich mich in den vergangenen Jahren, ob man nur darum andere Wege fordert, um diese dann als «falsch» oder «nicht umsetzbar» gleich wieder abzuschliessen?!

Es hatte einige frustrierende Tage mit dabei in den letzten sieben Jahren. Diese hatten aber selten mit dem eigentlichen Kernthema «Tierschutz und Tourismus am Beispiel Arosa Bärenland» zu tun. Was der neue Ansatz in der Branche, in den Medien aber auch bei vielen Menschen auslöste war beeindruckend. Auch deshalb blieben wir stets am Ball und liessen uns nicht beirren. Was dann in Arosa im letzten Geschäftsjahr zwischen Juni und Novem-

ber 2016 geschah, war etwas vom motivierendsten der letzten neun Jahre. Ein ganzes Dorf entwickelte sich zu interessierten Bärenfreunden. Externe Fachleute unterstützten uns auf unserer intensiven Informations- und Aufklärungstour im Schanfigg. Nur noch selten begegnete man der Idee der «Arosa Bären» mit Kritik oder Unbehagen. Viel mehr entwickelte sich eine Begeisterung. Das Projekt wurde von jung bis alt, von Molinis bis Arosa und weit über die Tourismusgremien hinaus unterstützt. Man verkündete überall und hörbar, dass wir uns diese Chance am 27. November 2016 an der Urne nicht entgehen lassen wollen. Die gut besuchten Informationsveranstaltungen trugen Früchte, die informative und mit Emotionen gelebte Facebook-Seite war in Arosa eine Weile lang die wohl meistgelesene Plattform und am 27. November 2016 stimmte Arosa mit einer überwältigenden Mehrheit von knapp 80 % für die Umzonung in eine Bärenzone und damit den Bau vom neuen Sommer Leuchtturm. Arosa hat gesprochen.

Aus Ja, wurde Ja, aber...:

Mit Abschluss vom Geschäftsjahr 2016/2017 steht das Datum vom Baustart noch nicht fest. Wir in der Schweiz haben durch

unsere Gesetzlichkeiten einen Urwald von Möglichkeiten geschaffen, welche nach einer Abstimmung – egal wie deutlich diese ausfällt – immer noch zig Ansatzpunkte zulassen, um ein Projekt zu verzögern, hinterfragen oder gar zu Fall zu bringen. Auch das «Arosa Bärenland» hatte nach der Abstimmung ein paar solcher Hürden zu überwinden. Noch steht der Spatenstichtermine nicht fest. Erfreulich ist aber, dass (bisher) alle Hürden genommen werden konnten. Dies wird auch so weitergehen und im Juni 2018 soll die neue Sommer-Attraktion als Auftakt zur Entwicklung von Arosa in ein Bären Dorf eröffnet werden. 8 Jahre nachdem die Idee entstanden ist. Schon damals hätte wohl Victor Hugo gesagt: «Nichts in der Welt ist stärker als die Idee, für die die Zeit gekommen ist».

Bärenstarkes Dankeschön

Neben dem Dank an die Mitarbeitenden von Arosa Tourismus, allen Mitwirkenden Bewohner und Leistungsträger im Tourismusort Arosa möchte ich noch zwei weitere «Merci» explizit hervorheben: Danke an unsere «Zweitheimischen»: Am Gesamtertrag der Gästetaxenrechnung (ohne Marketingrechnung) von rund 9,5 Mio. CHF tragen die Jahrespauschalen und damit die Zweitwoh-

nungsbesitzer knapp 1,8 Mio. CHF, resp. rund 19 % der Gesamtkosten. Mit Bedacht setzen wir diese Gelder für Gästeangebote in Arosa ein. Der regelmässige Austausch mit Exponenten von VivArosa ist erfreulich.

Zweitens ist es für mir gerade mit Blick auf das Bärenland ein Anliegen, den beiden Co-Projektleitern vom Arosa Bärenland, namentlich Hans Schmid und Stephan Oetiker danke zu sagen. Die Zusammenarbeit ist beeindruckend, nicht zuletzt auch dank der Tatsache, dass uns die Geldgeber und Partner VIER PFOTEN, WK Stiftung für das Tier und die Hans Vontobel Stiftung zur Förderung des Gemeinwohls den Rücken frei halten.



Pascal Jenny
Kurdirektor Arosa Tourismus

<p>Arosa bietet an, die beiden Jungbären aus dem Bärenpark Bern aufzunehmen. Skizze einer ersten Projektidee.</p> <p>JULI 2010</p>	<p>Die Bürgergemeinde Arosa spricht sich dagegen aus, das Gelände «Bärad» für die Erstellung eines Bärenparks zur Verfügung zu stellen. Die Projektgruppe prüft alternative Standorte.</p> <p>JULI 2011</p>	<p>Verschiedene Standort- und Konzeptabklärungen und Evaluation des «perfekten» Standorts.</p> <p>2013 / 2014</p>	<p>Überwältigendes Ja der Arosener Bevölkerung zum Arosa Bärenland. Mit knapp 80 % Zustimmung bei sehr hoher Abstimmungsbeteiligung ist die Vorfriede nach einem perfekten Informations-Wahlkampf im Vorfeld überall spürbar.</p> <p>NOVEMBER 2016</p>	<p>Ausarbeiten der weiterführenden Erlebniselemente (Bärenspielplatz, Edutainment, Bären-Events, etc.) zum Arosa Bärenland. Dies mit dem Ziel, Arosa als «Bären-Dorf» zu positionieren.</p> <p>APRIL 2017</p>	<p>Unterzeichnung des Pachtvertrages zur Nutzung und zum Betrieb vom Arosa Bärenland zwischen der Stiftung Arosa Bären und der Bürger- und Stadtgemeinde Chur.</p> <p>JULI 2017</p>
<p>Arosa erhält eine beträchtliche Summe als Legat, welches zweckgebunden für das Projekt Arosa Bärenland eingesetzt werden darf.</p> <p>HERBST 2010</p>	<p>Die Tierschutzorganisation VIER PFOTEN nimmt mit Arosa Tourismus Kontakt auf und signalisiert Interesse an einer Zusammenarbeit im Projekt Arosa Bärenland.</p> <p>NOVEMBER 2012</p>	<p>Zustimmung der Bürgergemeinde Chur, den Perimeter bei der Mittelstation der Weisshornbahn für das Arosa Bärenland zu nutzen.</p> <p>JUNI 2015</p>	<p>– Gründung Stiftung «Arosa Bären» – Ausarbeitung der Baueingabe (Gehege, Stall, Besucherinstallationen)</p> <p>DEZEMBER 2016</p>	<p>Zustimmung der Regierung des Kantons Graubünden zur Teilrevision Ortsplanung «Arosa Bärenland».</p> <p>MAI 2017</p>	<p>Geplante Erteilung der Baubewilligung durch die Gemeinde Arosa. Spatenstich zur Erstellung vom Arosa Bärenland.</p> <p>AUGUST 2017</p>

NEU AB SOMMER 2018



Marketing

Marke Arosa Lenzerheide wird weiter gestärkt

Um sich durch die unterschiedlichen Strukturen über den Berg nicht zu verzetteln, haben die Führungsebenen der vier Unternehmen (LBB, LMS, ABB und AT) entschieden, sich künftig gemeinsam auf klar definierte Projekte zu fokussieren. Die im Markenprozess erarbeiteten Arbeitsgruppen werden daher aufgelöst. So hat man sich aufgrund der geografischen Distanz und des unterschiedlichen Teamaufbaus darauf geeinigt, die Zusammenarbeit im Eventbereich nicht weiter zu vertiefen. Die Kompetenzzentren auf beiden Seiten können sich so auf die jeweilige Eventstrategie in der eigenen Destination konzentrieren. Nichts desto trotz werden neue Eventideen gemeinsam geprüft und wo sinnvoll zusammen umgesetzt. So findet im Sommer 2017 erstmals der Familienevent Klapperlapapp über den Berg in Arosa Lenzerheide statt.

Gemeinsame Website als Herzstück

Das Herzstück der gemeinsamen Projekte ist der Aufbau einer gemeinsamen Website, welche alle Inhalte der vier Unternehmen abdeckt. Zukunftsorientiert werden nicht nur die Inhalte zusammengelegt, sondern auch neue Technologien integriert. So werden eine gemeinsame Datenbank sowie ein direkt buchbarer Marktplatz aufgebaut. Ziel ist es, die Inhalte auf der Website und die direkte Ansprache unserer Gäste konkret auf deren Bedürf-

nisse auszuspielen. Ein spannendes Projekt, welches Ende kommenden Geschäftsjahr aufgeschaltet wird.

Damit die Markenstärke Arosa Lenzerheide gegen aussen getragen werden kann, wird die Marktbearbeitung im In- und Ausland unter dem Dach beider Destinationen geführt und die Zusammenarbeit intensiviert. Die Sales-Abteilungen auf beiden Seiten haben den Auftrag, bei jedem Auftritt im Markt als Arosa Lenzerheide aufzutreten.

Neben der bereits etablierten Wintermarke Arosa Lenzerheide wird ab Sommer 2017 nun auch die Bike-Kommunikation unter dem Dach Arosa Lenzerheide vermarktet. Arosa und seine neuen Bike-Elemente, welche mit der erfreulichen Abstimmung zu den Umzonungsthemen angepackt werden können, werden die Angebotspalette für die Gäste von Arosa Lenzerheide im Markt für beide Partner erweitern und stärken.



Nicole Hemmi
Projektleiterin Marketing



Kampagnenkommunikation anhand des Beispiels Novemberhoch

ABLAUF DER KAMPAGNE NOVEMBERHOCH

BUDGETPLANUNG ▶	KAMPAGNENPLANUNG ▶	ABSPRACHE PARTNER ▶	PACKAGEPLANUNG ▶	WEBSITEPLANUNG ▶	KAMPAGNUMSETZUNG ▶	KONTROLLE
<ul style="list-style-type: none"> ■ Budgetvorgabe ■ Budgetabsprache 	<p>Klassische Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Plakate, Flyer, Inserate <p>Online Werbung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Facebook-Werbung ■ Adwords-Kampagnen ■ Weitere Online-Kampagnen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lenzerheide ■ Leistungsträger vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Buchbare Angebote ■ Rahmenprogramm ■ Packages der Lenzerheide integrieren 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inhalte abfüllen ■ Buchbare Angebote platzieren ■ Klickrate auf der Website kontrollieren 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umsetzung der Werbung: klassisch und online 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zufriedenheit Partner ■ Zahlen analysieren ■ Klickraten ■ Buchungen ■ Logiernächte
Geschäftsleitung	Kommunikation / Marketing	Marketing	Deskline / Buchungsplattform / Marketing	Kommunikation / Deskline	Kommunikation / Marketing	Marketing / Kommunikation / Deskline / Partner

REPORTING NOVEMBERHOCH

Logiernächte Total Hotel/Ferienwohnungen: **8 837**
Schweiz: **7 653** / Deutschland: **629** / Weitere Nationalitäten: **555**

Websiteclicks ab Kampagnenstart: **18 686**

Erfolgreichste Video-Posts auf Facebook mit den Reichweiten:

Eichhörnchen Case
 So real war Virtual Reality noch nie.
 2 Videos (beworbene Beiträge):

995 949

erreichte Personen

452 829 Videoaufrufe

2 154 Likes 👍

406 Kommentare, 260 Mal geteilt



Helvetia 4 The Win
 Elias Ambühl,
 Weltrekord im Rückwärts-Skifahren:

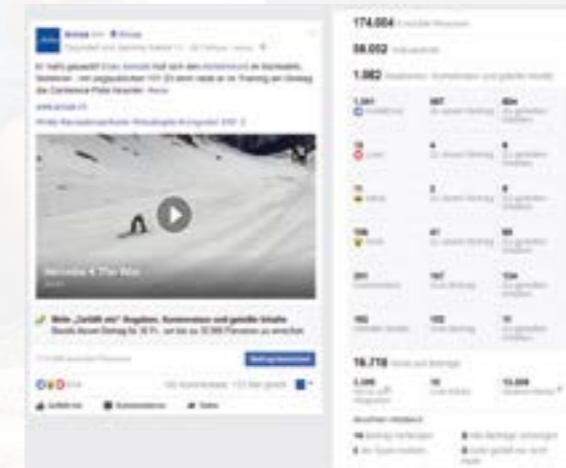
174 004

erreichte Personen

58 052 Videoaufrufe

1 520 Likes

301 Kommentare, 163 Mal geteilt



Schwarzeis
 auf dem Obersee:

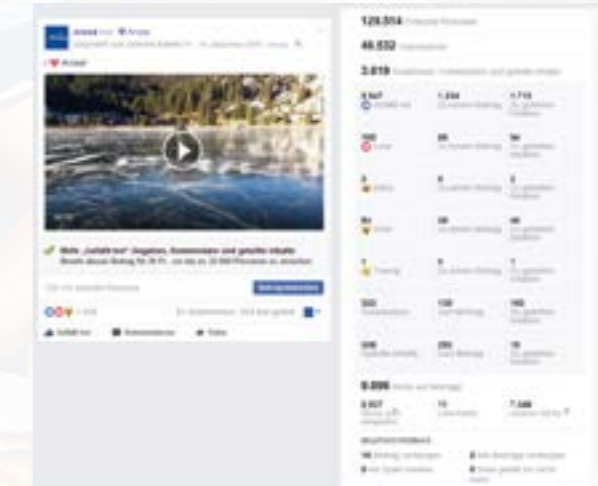
129 514

erreichte Personen

46 532 Videoaufrufe

3 225 Likes 👍

323 Kommentare, 308 Mal geteilt

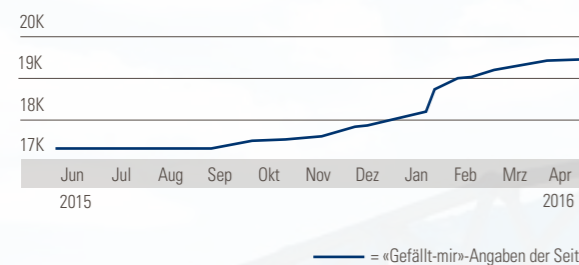


Kommunikation

Vergleichszahlen Facebook-Likes
(Saisons 2015/16 und 2016/17):

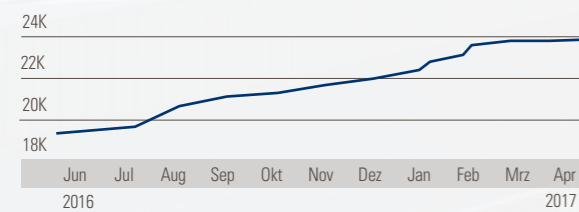
1. MAI 2015: 17 090 LIKES
30. APRIL 2016: 19 457 LIKES

+2 367 



1. MAI 2016: 19 457 LIKES
30. APRIL 2017: 23 916 LIKES

+4 459 



Jannine Kamm
Projektleiterin Kommunikation



Yvonne Wüthrich
Leiterin Kommunikation und HR

23 916  **Facebook-Fans**

3 021  **Twitter-Follower**

Zusammenschluss mit @Lenzerheide,
seit 11. August 2016 @ArosaLenzerheid
1. Mai 2016: 1 470 / 30. April 2017: 3 021

+1 551 Follower

5 932  **Instagram-Follower**

@arosalenzerheide
1. Mai 2016: 3 142 / 30. April 2017: 5 932

+2 790 Abonnenten

254 599 415
Medienartikel

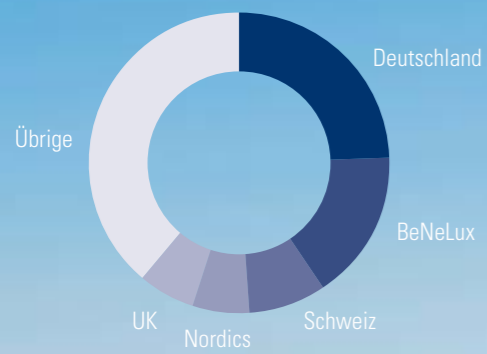
Total Medienartikel des vergangenen Geschäftsjahres:
Reichweite: 254 599 415 / Auflage: 115 730 175

Reichweite
Medienartikel Events

Arosa ClassicCar 2016: 2 033 000
Audi FIS Skicross Weltcup 2016: 2 392 000
Arosa Humorfestival 2016: 27 159 417
Arosa IceSnowFootball 2017: 7 243 149



Herkunftsländer der Medienreisen nach Arosa



Sales

Im Geschäftsjahr 2016/17 konnte die Abteilung Sales erneut viele Auftritte wahrnehmen und Arosa Lenzerheide an diversen Messen vertreten. So waren wir an Promotionen in den Ländern Schweiz, Deutschland, BeNeLux, Nordics und China unterwegs. Neben den Auftritten an Messen standen auch mehrere Sales Calls, Business Dinner und Lunches in unserem Terminkalender. An all diesen Anlässen stehen wir nicht nur mit dem Individual-Gast in Kontakt, sondern immer auch mit Firmen, Incentive Büros, Agenturen oder Reiseveranstaltern. Der direkte Kontakt bietet uns die Möglichkeit, unsere Destination bekannt zu machen, unsere Produkte und Dienstleistungen aufzuzeigen, sowie unsere USP's hervorzuheben. Der persönliche Kontakt offeriert aber immer auch die Chance, langfristig im Austausch zu bleiben und laufend neue Themen, Angebote oder Produkte zu platzieren, so dass Arosa Lenzerheide nicht in Vergessenheit gerät. Denn neben der Neugewinnung von Adressen ist auch das permanente Dranbleiben und Nachfassen enorm wichtig. Alle Meetings bringen Kunden mit sehr unterschiedlichen Bedürfnissen und Wünschen mit sich. Diese gilt es abzuholen und entsprechende Angebote zu kreieren. Und doch haben alle Termine etwas gemeinsam, es zeigt sich immer wieder, wie wichtig es ist, aktiv unterwegs zu sein und die Destination zu präsentieren.

Manuela Pargätzi
Leiterin Sales



Wienachtsdorf Zürich
Hauptmarkt Schweiz
30 Tage Präsenz
300 verkaufte Tagesskipässe

ITB Berlin
Zweitwichtigster Markt, Deutschland
5 Tage Präsenz
109'000 Fachbesucher
Grösste B2B Messe weltweit



9.5. Meeting Swiss Brand Museum, Bern
24.5. The Club, Labor Bar, Zürich
26.5. Business Lunch, Luxembourg
30./31.5. IOX, Shangri-la, Japan / China

1.7. – 3.7. Züri Fäscht, Zürich
13.7. – 14.7. Business Dinner
(Stuttgart / München)

1.9. Sales Calls, Frankfurt, Hannover, Berlin
9.9. Stand SMR, Arosa
30.9. Informationstag SCIB, Zürich

2.11.–3.11. Markplatz Hilti, Schaan
4.11.–6.11. Swiss Brand Museum, Bern
9.11.–10.11. Sport.Forum, Luzern
11.11.–13.11. Messe Zukunft Alter, Luzern
17.11. Label Tag, St. Gallen
18.11.–20.11. Automesse, St. Gallen
24.11.–30.11. Wienachtsdorf, Zürich
25.11. Intercultural Training, Zürich

10.1.–5.2. Viva la Grischa, Zürich
14.1.–22.1. CMT, Stuttgart

8.3. – 12.3. ITB, Berlin
11.3. – 12.3. Ferienmesse Diga Möbel, Zürich
21.3. Nordbündner Hotelierskitag

MAI 16

JULI 16

SEPTEMBER 16

NOVEMBER 16

JANUAR 17

MÄRZ 17

JUNI 16

1.6.–7.6. IOX, Shangri-la, Japan/China
13.6.–17.6. Einführung Lenzerheide
16.6. VIP-Anlass, TDS, Weesen
17.6. VIP-Anlass, TDS, Arbon
24.6.–26.6. Airport Trophy, Kloten
28.6. The Club, Zirkus Nock, Bülach
30.6.–3.7. Meeting Trophy, Lausanne

AUGUST 16

26.8. – 28.8. FAM-Trip Holland, Arosa
29.8. – 31.8. Sales Calls
(Frankfurt, Hannover)

OKTOBER 16

6.10. Winter Launch, Amsterdam
8.10. – 9.10. Swiss Brand Museum, Bern
19.10. – 21.10. The Alps, Innsbruck
22.10. – 30.10. Swiss Indoors, Basel

Winter Launch Amsterdam
Viertwichtigster Markt Niederlande
60 Besucher
Direkter Kontakt B2B / Medien



DEZEMBER 16

1.12. – 23.12. Wienachtsdorf, Zürich
8.12. – 11.12. Asia Workshop, Basel
14.12. – 15.12. Business Dinners, Nordics

Business Dinners, Nordics
Stockholm, Oslo
55 Besucher
Fokus Schneesportgebiet
Arosa Lenzerheide
(hohe Affinität Skigebietsgrösse)
Direkter Kontakt B2B



FEBRUAR 17

11.2. – 12.2. Hike and Bike, Utrecht
22.2. – 26.2. f.re.e, München

APRIL 17

19.4. – 20.4. Pressegespräche, München
28.4. Workshop Ochsner Sport, Chur



Tourismuspreis Milestone – Innovation

Im November 2016 wurde Arosa Tourismus der Milestone (wichtigster Tourismuspreis der Schweiz) in der Kategorie «Innovation» verliehen. Ausgezeichnet wurde die Event-Strategie, welche Arosa seit vielen Jahren konsequent verfolgt.

Die siebenköpfige Jury hat damit die umfassende und sehr bewusst gelebte Strategie von Arosa Tourismus ausgezeichnet. Überzeugt hat vor allem die Nachhaltigkeit und Vielseitigkeit der Arosa Events. Nebst den bekannten Grossanlässen, wie dem Arosa Humorfestival und der Arosa ClassicCar wurde der C-Level-Eventbereich mindestens genauso stark gewichtet. So sprechen Events wie z.B. die CEO Olympiade, das Handball Unternehmerforum, der Swiss Management Run die Entscheider aus der Wirtschaft nicht nur zur Teilnahme an. Vielmehr bauen die Teilnehmenden eine Beziehung zu Arosa auf und werden in vielen Fällen mit ihren Firmen oder Familien zu begeisterten Arosa-Gästen und generieren auch Jahre nach der Teilnahme Wertschöpfung in unserer Ferienregion.

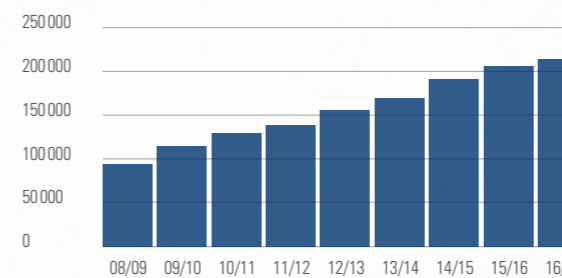
Arosa Tourismus hat sich dabei von einer klassischen Tourismusorganisation zu einem Event-Team mit Tourismus-Kompetenz entwickelt. Das ist sicherlich der zentrale Erfolgsfaktor in unseren Bemühungen rund um Event-Kreation, -Umsetzung und -Akquise. Schön, dass unsere Strategie, welche wir seit bald 9 Jahren konsequent verfolgen, nun in der Tourismusschweiz ausgezeichnet wurde.

Positive Event-Logiernächteentwicklung

Die Auswirkungen der Eventstrategie zeigen sich aber nicht nur in Ehrungen oder in der Aussenwahrnehmung, sondern auch in der Logiernächte-Entwicklung über die letzten neun Jahre.

So durften wir dank den vielseitigen Anlässen eine 125 prozentige Steigerung der Nächtigungszahlen erfahren. Davon sind ein Grossteil, gegen 60 %, Neugäste, welche durch die Events Arosa kennenlernen und ihre Erlebnisse bei einem zukünftigen Ferienentscheid miteinbeziehen.

EVENTLOGIERNÄCHTE



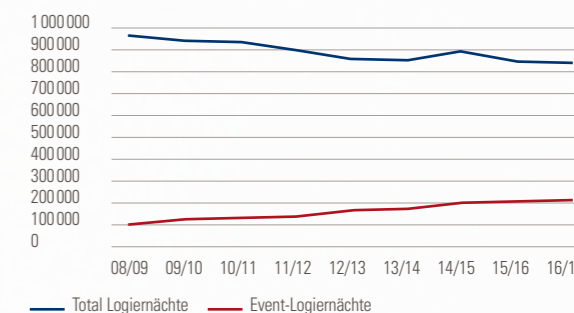
Diese statistischen Zahlen stärken natürlich unsere strategische Ausrichtung und tragen dazu bei, dass wir in Zukunft noch gezielter und umfassender auf die Eventschiene setzen.

Grossevents

Unsere vier Grossevents bilden weiterhin das Herzstück des Veranstaltungsjahres. Das Arosa Humorfestival feierte im Dezember 2016 sein Vierteljahrhundert. Entsprechend fanden die Zuschauer ein vielseitiges und breites Programm vor. Dies wirkte sich natürlich auch auf die Besucherzahlen aus, welche über 10 % höher gegenüber dem Vorjahr lagen. Mit dem Jubiläum wurde gleichzeitig ein Weihnachtsmarkt zusammen mit dem Handel- und Gewerbeverein lanciert, welcher auch mehr Leben ins Dorf bringen soll. Nach der letztjährigen erstmaligen Sprint-Skicross-Austragung hat sich das Format etabliert. Arosa konnte als Firstmover den Sport weiterentwickeln und den Sprint in der Nacht unter Flutlicht austragen. Neben den sportlichen Höchstleistungen haben viele Zuschauer vor Ort und vor den Bildschirmen, an der Liveübertragung vom SRF, dazu beigetragen, dass der Anlass ein voller Erfolg wurde und auch zukünftig in diesem Stil ausgetragen werden soll.

Bei der Arosa ClassicCar und dem Arosa IceSnowFootball war Petrus erneut ein Arosener und unter besten Wetterbedingungen konnten wir die Veranstaltungen durchführen. Die langjährigen Erfahrungen der Mitarbeiter, OK-Mitglieder und Helfer tragen dazu bei, dass die meisten Abläufe einwandfrei über die Bühne gehen und man sich dadurch vermehrt um Details und Verbesserungen kümmern kann. Die inoffizielle Schneefussball-WM wurde dieses Jahr erstmals dank dem Hauptsponsor Champions Club ohne Ticketgebühren durchgeführt. Die Besucher dankten es mit grossem Aufmarsch, bereits bei den Vorrundenspielen.

EVENT-LOGIERNÄCHTE IM VERGLEICH



Spezialanlässe

Im Sommer 2016 durften wir einen aussergewöhnlichen Anlass stemmen: Die 19. Austragung des Internationalen Walsertreffens. Alle drei Jahre treffen sich die Walser, um gemeinsam an einem Walsertort ihr Brauchtum zu zelebrieren und natürlich den Ort kennenzulernen. Zusammen mit der Talbevölkerung hat die Grossgemeinde während drei Tagen bis zu 2500 Personen begrüsst und sich in verschiedenen Programmpunkten und Aktivitäten von der schönsten Seite gezeigt.

Aber auch im Winter wurde einiges geboten. So organisierten wir zusammen mit dem Schweizer Hockeyverband die Olympische Qualifikation im Damen-Hockey. Während drei Tagen kämpften vier Nationen um die Teilnahme. Die Schweizer Damen begeisterten das zahlreiche Publikum und holten mit dem Turniersieg das begehrte Olympia-Ticket.

Danach ging es Schlag auf Schlag weiter. Das Schweizer Fernsehen führte die äusserst beliebte Fernsehsendung «SRF bi de Lüt» in Arosa durch. Auf dem Post- und Bahnhofplatz wurde über Tage vorbereitet, so dass am Samstagabend in der Live-Sendung auch alles klappte. Perfekte und stimmige Bilder gingen über die Mattscheibe und die Dorfaufgabe wird sicher auch dem einen oder anderen in Arosa noch länger in Erinnerung bleiben.

Weitere Veranstaltungen

Die Arosa-Veranstaltungen sind inzwischen so zahlreich, dass beinahe an jedem Wochenende ein Anlass auf dem Programm steht. Organisiert von Arosa Tourismus sowie durch lokale Vereine und Institutionen bereichern grosse und kleine Events die Destination. Die ein- und mehrtägigen Anlässe (einmalig oder wiederkehrend) bringen den Gästen einen bedeutenden Mehrwert. Diese Events verdanken wir allen, die sich in irgendeiner Form beteiligen: den freiwilligen Helfern, den Arosener Vereinen, dem Handel und Gewerbe, der Hotellerie (mit Spezialpreisen) und natürlich weiteren Leistungsträgern, wie den Arosa Bergbahnen, Arosa Energie und der Gemeinde Arosa. All diesen gilt es zu danken, dass wir weiterhin als die «Eventdestination» der Alpen wahrgenommen werden.



Roland Schuler
Leiter Kongresse und Events



Veranstaltungen

	Teilnehmer 2015/16	Teilnehmer 2016/17	Besucher/ Zuschauer
SOMMER			
Arosa Musikkurswochen	1300	1380	
Wandorama		80	
Arosa Beach Volleyball Turnier	50	50	
Trampolin Nissen Cup		250	500
Ländlertreffen	70	70	500
Bündner Holzhauermeisterschaft		61	150
Tennis Jungsenioren Open Turnier Arosa	120	120	100
Motorrad: Orientierungsfahrt	120	120	
Arosa Unihockeyturnier «7eck Cup»	1500	1500	500
Fussball: Grümpeltturnier EHC Arosa Fan-Clubs	300	300	100
Kultursommer			1784
Arosa Dorfmarkt			2000
Arosa Sommerfest			350
Bundesfeier mit Höhenfeuer			800
Kinderland Openair	1500	1500	
Kombinierte Sportstafette	480	430	500
Arosa Jasstage	50	50	700
Swiss Irontrail	1000	1000	
Arosa Musik Academy	41	55	
Swiss Management Run	200	250	50
Grischa Trail RIDE	50	50	
Suzuki Beach Soccer League	200	200	150
Arosa ClassicCar	160	160	20000
Rad: Bergrennen Chur-Arosa	250	250	300
Arosa Zweitwohnungs-Gästeplausch	50	40	
Internationales Walsertreffen		1600	1000
Arosa Trailrun	225	230	200
Wurstfest Innerarosa			200
OL: Red Bull Alpitude		100	50
Ochsner Hockey Academy	216	230	150
Jahreskonzert Musikschule Schanfigg	50	50	150
Jahreskonzert Musikgesellschaft Arosa	50	50	100

	Teilnehmer 2015/16	Teilnehmer 2016/17	Besucher/ Zuschauer
WINTER			
Schneesport: Oerlikon FIS Rennen	220	200	
Advents Apéro	20	20	150
Weihnachtsmarkt		18	300
Arosa Humorfestival	70	70	18240
Schneesport: Audi FIS Ski Cross World Cup	300	200	2000
Weihnachtskonzert	40	40	250
Neujahrskonzert Kammerphilharmonie	40	40	250
Eishockey: Turnier EHC Arosa Fanclubs	120	120	100
Swiss Snow Walk & Run	1300	1400	200
WinterRAID		30	
Arosa IceSnowFootball	100	100	1500
Arosa Gay Ski Week	400	400	100
Pferderennen auf Schnee		30	2000
Eishockey: Qualifikationsturnier Olympia Damen		140	3000
Curling: Arosa Tourismus Trophy	40	40	50
Schneeshows	180	180	3500
SRF bi de Lüt		150	1000
Schneesport: Grand Prix Migros		400	500
Alpine Ballonwoche	60	60	300
Schneesport: Nostalgierennen Skiclub Arosa	45	45	
Piccolo-Turnier Hansi-Cup	200	200	100
Curling: Sunna-Cup	170	170	150
Arosa Electronica	50	70	250
Event der Arosa Chefköche			300
Arosa Musik Festival	80	80	686
Schneesport: Mungga Trophy	80	60	
Ärztetkongress	360	360	100
Schneesport: JUNIOR Masterrennen SSSA	130	130	200
Schneesport: 7. Arosa CEO Olympiade	30	30	50
Curling: Grümpeltturnier für Einheimische	100	100	50
Eishockey: Beni-Grümpi	200	200	100

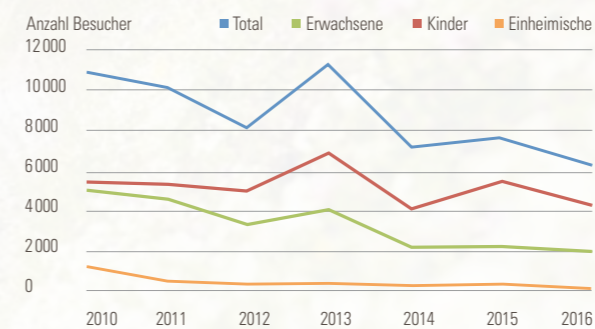


Touristische Produkte | Anlagen



Seilpark

In der ersten Sommerhälfte mussten wir im Seilpark einen starken Besucherrückgang in Kauf nehmen. Die zweite Hälfte verlief leicht besser, so dass wir knapp über der Sommerauslastung von 2014 blieben. Der Seilpark, mit beinahe 6500 Besuchern, ist und bleibt vor allem für Familien ein attraktives Produkt innerhalb des All-Inclusive-Angebotes. Um die Attraktivität hoch zu halten, sind weitere Um- und allenfalls Ausbauten in den Folgejahren wichtig.



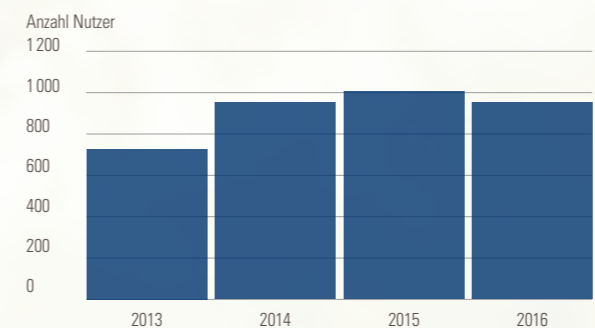
Wander- und Bikewege

Andi Heilmann war im Sommer 2016 oft und sehr aktiv mit dem Unterhalt der Wander- und Bikewege beschäftigt. Eine Woche durfte er auf die Unterstützung des Zivilschutzes zurückgreifen und grössere Unterhaltsarbeiten mit viel Manpower vornehmen. Hans-Jürg Rehli war zudem im geplanten Turnus besorgt, dass die Markierungen zwischen den Wegweisern neu bemalt werden.

Trottinett

Im Sommer 2016 wurden wieder 40 Trottinetts für die Gäste bereitgestellt. Die Nutzerzahlen blieben knapp unter 1000 Vermietungen, was in etwa den Vorjahren entspricht. Im Sommer 2017 können die Trottinetts neu bei Luzi Sport gemietet werden.

TROTTINETT-NUTZER



SPORT

Eissporthalle

Auch der Sommer 2016 konnte mit den Trainingslager-Buchungen der Vorjahre mithalten. Wir mussten dabei jedoch eine geringe Umsatzeinbusse einnehmen, da wir durch die nicht alljährlich stattfindenden Anlässe, wie das internationale Walsertreffen, den Trampolin Nissen Cup und die Seilbahn-Fachtagung die Eissporthalle nicht an allen Wochenenden komplett vermieten konnten. Die Ochsner Hockey Academy mit uns als Hostpartner wird von Jahr zu Jahr erfolgreicher und die Teilnehmerzahl konnten erneut gesteigert werden. So durften wir über alle Trainingslager hinweg betrachtet gegenüber 2015/2016 über 15% mehr Teilnehmer auf dem Eis begrüßen, was sich natürlich auch in den Logiernächten positiv niederschlagen hat.

Im Winter organisierten wir wiederum ein internationales Eishockey-Turnier in Arosa. Die Olympische Qualifikation mit der Schweizer Damen-Nationalmannschaft und deren direkten Qualifikation war ein besonderes Highlight. Inmitten der Hochsaison durften wir an allen Spielen auch viele Gäste begrüßen, was zu einer tollen Atmosphäre und guter Stimmung beigetragen hat.

Die Eissporthalle war vom 4. Juni 2016 – 16. April 2017 durchgehend geöffnet.

Roland Schuler
Leiter Kongresse und Events



Sport- und Kongresszentrum / MICE



MICE (Meeting Incentive Convention Events)

Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben die MICE-Buchungen (Kongresse, Seminare sowie Incentives) abgenommen. Es konnten total 92 Buchungen generiert werden, was 24 Buchungen weniger sind als im Vorjahr. Die Umsatzentwicklung von direkten und indirekten Buchungen konnte hingegen gehalten werden.

Kongress & Seminar

Von total 92 Anfragen durften 66 Anlässe in den Räumlichkeiten des Sport- und Kongresszentrums durchgeführt werden, was fast dem Buchungsstand des Vorjahres entspricht (70 Anlässe). Die durchschnittliche Gruppengrösse betrug 101 Personen. Leider zeigt sich auch bei uns der Trend nach kürzeren Aufenthalten und die Übernachtungsdauer hat sich auf 0.9 Nächte reduziert (Vorjahr 1.1 Nächte). Positiv ist die Entwicklung der Logiernächte, welche um über 1500 Nächte auf total 9081 Nächte gesteigert werden konnte (7455 LN im Vorjahr). Ausschlaggebend für diese Steigerung war sicher das Walsertreffen, welches ca. 1200 zusätzliche Logiernächte generiert hat.

Die Vielfalt der Veranstaltungen war wiederum gross und setzt sich wie folgt zusammen:

Kongresse	3	Konzerte	4
Seminar / Tagungen	7	Versammlungen	15
Gesellschaftliche Anlässe	6	Sport- / Tanzanlässe	12
Informationsanlässe	6	Theater / Comedyanlässe	2
Kurse / Schulungen	11		

Incentive

Die Gruppenbuchungen über die Incentive-Abteilung sind mit 26 Buchungen im Vergleich zu 46 im Geschäftsjahr 2015/16 stark gesunken. Aufgrund der ausbleibenden Buchungen musste hier ein Logiernächterückgang in Kauf genommen werden. Gründe für die wenigen Buchungen im Incentive sind zum einen die ausbleibenden Anfragen aus dem nahen Ausland. Zum anderen konzentriert sich die MICE-Branche vorwiegend auf städtische Gebiete, was auch zu einer Verminderung der Buchungen im alpinen Raum führt. Um dem entgegen zu wirken, verstärken wir unsere Akquise und werden noch mehr und gezielt auf unsere persönlichen Netzwerke zurückgreifen. Zudem wurde der strategische Entscheid getroffen, dass zukünftige MICE-Promotionsgelder ausschliesslich im Inlandmarkt eingesetzt werden.

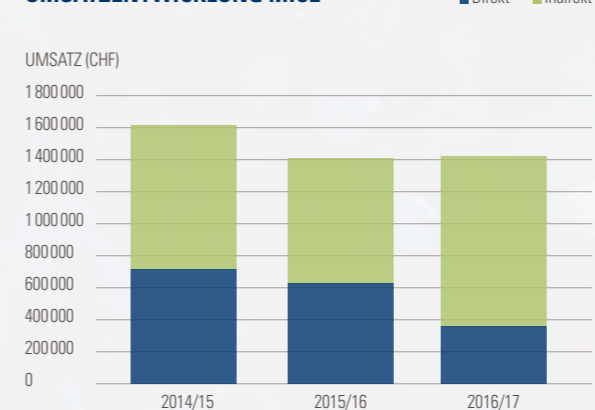
Wertschöpfung in Arosa durch MICE-Gäste

Arosa MICE Brutto	CHF	1 468 864.-
Hotels (direkt und indirekt)	CHF	1 229 483.-
Bergbahnen	CHF	18 458.-
Diverse	CHF	101 701.-
Arosa Tourismus	CHF	119 222.-



Miriam Frei
Projektleiterin MICE

UMSATZENTWICKLUNG MICE



TOTAL LOGIERNÄCHTE MICE



IT / Technische Dienste

IT: Hardware/Software

In diesem Geschäftsjahr mussten wir dank der guten Zusammenarbeit mit der UMB AG keine grösseren Investitionen im Bereich EDV tätigen. An vielen Orten haben wir bestehende Serviceverträge und automatische Lizenzmodelle, die uns das Budget gut kalkulieren lassen. Ein Desktop-PC und zwei Notebooks wurden altershalber ersetzt. Zudem erweiterten wir die Speicherkapazität unserer Server, damit in Zukunft keine Engpässe entstehen.

Telefon

Die Telefonanlage müssen wir im nächsten Geschäftsjahr entweder anpassen oder ersetzen. Sie basiert aktuell noch auf der ISDN-Technik. Diese Technik hat Swisscom auf Ende 2017 gekündigt. Wir sind hier im Zugzwang und evaluieren bereits mögliche neue Lösungen.

Kongress-Technik

Im Rahmen des normalen Unterhaltsbudgets konnten wir diverse technische Geräte für den Kongresssaal aufrüsten. Dies waren unter anderem eine neue Leinwand in der Mitte sowie einen Video-Scaler. So können wir die Bedürfnisse unserer Kongressgäste noch besser erfüllen.

Technischer Unterhalt Eissporthalle

In diesem Geschäftsjahr haben wir die Eisfläche in der Eissporthalle das erste Mal nicht abgetaut und neu aufgebaut, sondern durchlaufen lassen. Der Stromverbrauch war zwar dadurch höher als in früheren Jahren, aber die Kosten für die «Aufeisung», Markierung und Reinigung konnten dadurch eingespart werden. Dies war ein Versuch und hat gezeigt, dass es keinen grossen Unterschied macht, ob man abtaut oder durchlaufen lässt. Allerdings konnten viele Mannstunden eingespart und an anderen Orten eingesetzt werden. Auf das neue Geschäftsjahr wird das Eis wieder abgetaut, um eine gute Eisqualität zu gewährleisten.



Rochus Caluori
Leiter IT und Technische Dienste



Verein Arosa Kultur

Von Angela Buxhofer (Präsidentin) und Andri Probst (Geschäftsführer)

Der Verein Arosa Kultur kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2015/16 zurückblicken. Die Musik-Kurswochen erreichten mit 1380 Teilnehmenden einen absoluten Rekord und die Veranstaltungen boten eine hohe künstlerische Qualität und waren gut besucht.

Musik-Kurswochen Arosa

Zum 30. Jubiläum der Musik-Kurswochen konnten wir mit 1380 Teilnehmenden einen absoluten Rekord verzeichnen. Das sind 127 Teilnehmende mehr als im letzten Jahr. Mit diesem Rekord konnten wir im Angesicht der schwierigen Wirtschaftslage nicht rechnen.

Bei der Durchführung der Musik-Kurswochen Arosa konnten wir wieder auf die gute Zusammenarbeit mit der Arosener Hotellerie zählen. Mit ihrer Provision leisten die Hotels einen namhaften Beitrag an die Musik-Kurswochen Arosa.

Auch die im August und September stattfindende «Arosa Music Academy», in welcher mehrere Meisterkurse angeboten werden, ging erfolgreich über die Bühne und wurde wieder von rund 55 Studierenden belegt (14 mehr als im letzten Jahr). Die Arosa Music Academy wurde auch dieses Jahr vom Bundesamt für Kultur (BAK) unterstützt.

Arosa Musik Festival und Kultursommer Arosa

Das Arosa Musik Festival 2016 fand vom 27. Januar – 18. März statt. 7 klassische Konzerte, drei davon mit Teilnehmern der Arosa Music Academy, 3 Jazzkonzerte und ein Rockkonzert wurden durchgeführt. Die Gästezahl konnte gesteigert werden, auch wurde die Verteilung des Festivals über die ganze Wintersaison positiv aufgenommen.

Der Kultursommer fand vom 8. Juni bis 21. Oktober mit folgenden Veranstaltungen statt: 17 Bergkirchli-Konzerte, 1 Theateraufführung, 1 musikalische Lesung, 1 Tanzabend, 2 volkstümliche Konzerte, 3 Lesungen, 2 Jazzkonzerte, 2 klassische Konzerte, 3 Opernaufführungen, 2 Volksmusikkonzerte, 6 Kinderanlässe, 6 Vorträge sowie 1 Gala-Abend. Dazu kommen 10 grosse Konzerte und 45 Kurspräsentationen im Rahmen der Musik-Kurswochen. Die insgesamt 102 Veranstaltungen wurden von über 2700 Personen besucht.

Unterstützung anderer Veranstalter

AROSA KULTUR hat 2015/16 unter anderem bei der Pro Juventute Schanfigg/Arosa Briefmarken im Wert von einigen hundert Franken bezogen und die Ausstellung «Alpa im Schanfigg» unterstützt. Auch wurde das neugegründete Kulturhuus Schanfigg in

Langwies mit Beiträgen unterstützt. Im Rahmen des internationalen Walsertreffens wurde das Chorkonzert mit dem Jugendchor Graubünden in Form einer Co-Produktion unterstützt.

Jahresrechnung

In finanzieller Hinsicht verlief das vergangene Geschäftsjahr sehr erfreulich. Bei einem Umsatz von rund 1,32 Millionen Franken konnte ein kleiner Gewinn von Fr. 1738.75 erzielt werden.

Stabile Mitgliederzahlen

Die Zahl der Mitglieder von Arosa Kultur blieben auf hohem Niveau konstant: Per Ende Vereinsjahr 2016 zählte der Verein 9 Donatoren, 176 Gönner, 124 Familien und 114 Einzelmitglieder. Da Familienmitglieder, Gönner und Donatoren doppelt gezählt werden, beträgt die Zahl der Vereinsmitglieder 732.

Zusammensetzung Vorstand Arosa Kultur

Dem Vorstand von Arosa Kultur gehören an: Angela Buxhofer (Präsidentin), Renzo Semadeni, Jacqueline Egli, Rahel Hubmann (alle von der GV gewählt); Rolf Bucher (Delegierter der Gemeinde), Noldi Heiz (Delegierter Arosa Tourismus) und Pfr. Thomas Müller (Delegierter der Evang. Kirchgemeinde). Revisoren sind Jürg Butzerin und Alexander Boner. Geschäftsführer ist Andri Probst. Das Sekretariat wird von Angela Buxhofer geführt. Dabei wird sie von Rahel Hubmann (Konzertorganisation) und Sandra Hartmann (Musik-Kurswochen) unterstützt.

Herzlichen Dank!

Der Vorstand dankt allen die zum Gelingen der verschiedenen Projekte von Arosa Kultur beigetragen haben: Beide Kirchgemeinden, Gemeinde Arosa, Arosa Tourismus, Kulturförderung Graubünden, Arosa Bergbahnen, verschiedene Stiftungen, Donatoren, Gönner und Vereinsmitglieder und allen, die unserem Verein tatkräftig finanziell oder ideell zur Seite stehen! Herzlichen Dank!

Andri Probst

Geschäftsführer Arosa Kultur



Gästeservice

Allgemein

Das Team der Gästeinformation ist verantwortlich für die Betreuung der Gäste und die Sicherstellung eines laufenden Informationsflusses. Es kümmert sich um die Abrechnung der Gästetaxen, bucht und bewirtschaftet Hotels und Ferienwohnungen im Buchungssystem Desklina, unterstützt bei der Prospekterstellung und verkauft sowohl Artikel, als auch Eventtickets. Die Gästeinfo bespielt diverse Schnittstellen und ist zuständig für den reibungslosen Informationsfluss zwischen Arosa Tourismus Gästen und den Leistungsträgern.

Im Geschäftsjahr 2016/17 nahmen die Gästeanfragen per Telefon, Mail und am Schalter um 20% zu. Besonders häufig waren Fragen zum All-Inclusive-Angebot, dem Eichhörnl- und anderen Wanderwegen sowie zu diversen Events. Ausserdem bestand zum Angebot der Arosa Bergbahnen ein grosser Informationsbedarf und es wurden zahlreiche Prospekte versandt und Gutscheine ausgestellt. Zudem hatten wir im Dezember und Januar viele Anfragen und Umbuchungen in Folge des Posthotel-Brandes in Arosa.

Um die Anfragen an der Gästeinfo über alle Kanäle zu reduzieren, erfassen wir in Outdooractive (Tourenportal) alle Touren von den verschiedenen Aktivitäten im Winter und Sommer (wie z.B. Wandern, Biken, Schlitteln, Langlaufen, Schneeschuhwandern etc.) und schalten diese auf der Webseite auf. Der Gast hat die Möglichkeit alle Informationen (zum Beispiel zu einer Wandertour) im Detail auszudrucken, die GPS Daten herunterzuladen oder diese online abzurufen.

Kontakte Informationsbüro 15/16 16/17 Veränderung

E-Mails	5 171	6 183	19.57 %
Telefon	9 336	11 318	21.23 %
Schalterkontakte	14 048	17 003	21.04 %
Total	28 555	34 504	20.83 %

Online-Buchungen Desklina

Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden insgesamt 630 Buchungen, davon zusätzlich 86 Package-Buchungen, über das Reservationssystem Desklina getätigt, dadurch ist insgesamt eine leichte Umsatzsteigerung zu verzeichnen.

6383 Logiernächte wurden über Desklina generiert.

Im Bereich Online-Buchbarkeit sind die Kommissionseinnahmen zurückgegangen, dies bei gesunkenem Umsatz (exklusive Package-Buchungen) und einer Abnahme der generierten Logiernächte. Der Verkauf über die angegliederten Onlineportale war ebenfalls rückläufig.

Einen grossen Einfluss hat sicher auch der Verlust des Posthotels Holiday Villa und weiterhin auch die bestehenden Preisdifferenzen zum EU-Raum.

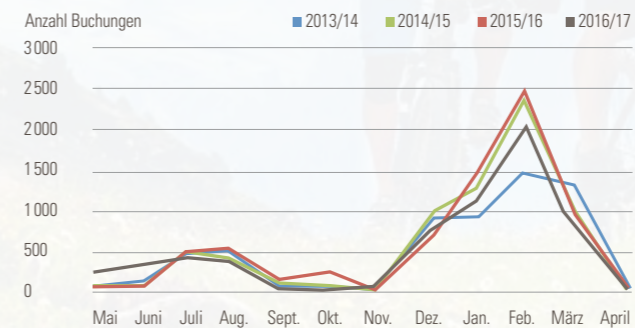
Umso deutlicher wird, wie wichtig das Engagement in Bereichen Angebot, Information, Promotion, Imagepflege, Service, Vermittlung und Verkauf ist. Die Qualität ist das A und O für Buchungserfolge.

UMSATZ DESKLINE 2016/17 mit Vorjahresvergleich (Aufsplittung nach Verkaufskanälen und Leistungsträgern)

	Total 2015/16	Total 2016/17	% zu VJ	Hotel 2015/16	Hotel 2016/17	% zu VJ	FEWO 2015/16	FEWO 2016/17	% zum VJ
Schalter	CHF 109 160	CHF 97 730	-10	CHF 50 403	CHF 48 123	-5	CHF 58 757	CHF 49 607	-16
Internet	CHF 372 089	CHF 353 234	-5	CHF 182 544	CHF 209 603	15	CHF 189 545	CHF 143 631	-24
Sonstige	CHF 106 605	CHF 73 760	-30	CHF -	CHF -	-	CHF 105 605	CHF 73 760	-30
Packages	CHF -	CHF 84 794	-	CHF -	CHF -	-	CHF -	CHF -	-
Total	CHF 586 854	CHF 609 518	4	CHF 232 947	CHF 257 726	+11	CHF 354 906	CHF 266 998	-25

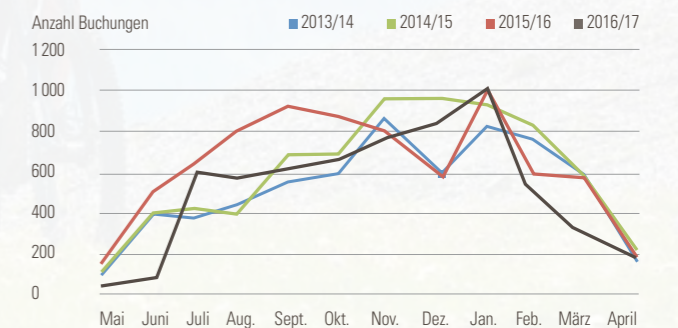
LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG DESKLINE

ausbezahlte Buchungen (4-Jahres-Vergleich)



LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG DESKLINE

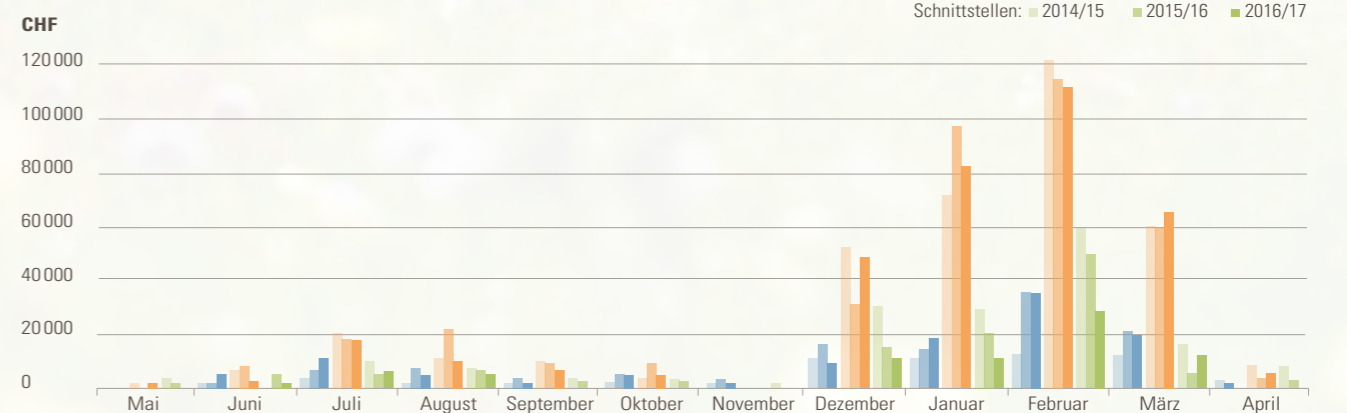
generierte Buchungen (4-Jahres-Vergleich)



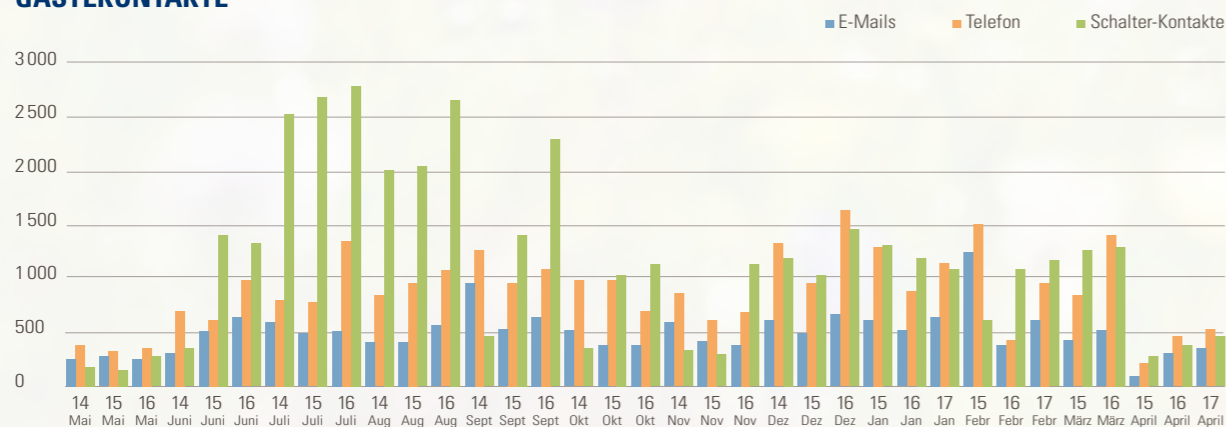
GESAMTUMSATZ

2015/16	2016/17	% zu VJ	Plus/Minus
CHF 587 853	CHF 613 370	4%	CHF 25 517 (Vergleich 15/16 zu 16/17)

EFFEKTIVER UMSATZ



GÄSTEKONTAKTE



Gästeservice

Zivilschutzanlage

Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden insgesamt 1836 Übernachtungen für Wochenlager und 674 Übernachtungen für Kurzaufenthalte gebucht. Total haben 48 Gruppen in der Zivilschutzanlage übernachtet. In der Auflistung der Wochenlager haben wir einen Rückgang zu verzeichnen. Bei den Gruppen-Kurzaufenthaltern ist die Belegung gleich geblieben. Die Gemeinde Arosa schliesst aufgrund zu hoher Strom- und Heizkosten mit Beginn des neuen Geschäftsjahrs die Zivilschutzanlage für Kurzaufenthalter. Ausweichmöglichkeiten sind mit den Gruppenhäusern Downtown Backpacker, Mountain Lodge und dem Pfadiheim gegeben. Für bereits reservierte Schul- und Sportlager steht die Anlage im Geschäftsjahr 2017/18 weiterhin zur Verfügung.

Personal

Im Geschäftsjahr 2016/17 wurde die Leitung der Gästeinformation von Louis Anthamatten durch Andrea Mende übernommen. Zudem unterstützt Kerstin Schöffler mit ihrer langjährigen Erfahrung an der Gästeinfo die Teamleitung als Stellvertretung. Das Gästeinformations-Team startet mit 430 Stellenprozenten, wobei 100 % für Deskline entfallen, in das Geschäftsjahr. Zudem wurde das Gästeinfo team im Sommer 2016 durch die Lernende Maja Manojlovic (3. Lehrjahr) unterstützt. Fabienne Simmen bezog von Mitte August 2016 bis Ende Februar 2017 Mutterschaftsurlaub und begann im März 2017 wieder mit 20 % an der Gästeinformation. Während der Wintersaison 2016/17 unterstützte Vreni Danuser mit 50 % und Kathrina Rickli mit 20 % bis Ende März das Gästeinfo team. Vielen Dank Vreni und Kathrina für den Einsatz und die Unterstützung.

Sylvia Weber ging Ende Oktober 2016 in Pension. Wir danken Ibi (Sylvia) für den langjährigen Einsatz an der Gästeinfo und wünschen ihr alles Gute im Ruhestand.

Auch im Bereich Deskline gab es einen Wechsel. Dorothea Davidson-Mattli hat Arosa Tourismus per Ende April 2017 auf Grund einer neuen Herausforderung verlassen. Wir danken Dorothea für ihren Einsatz und den Aufbau und Weiterentwicklung des Buchungssystems Deskline bei Arosa Tourismus. Ab dem 1. Mai 2017 wird Kerstin Schöffler zu 50 % den Bereich Deskline übernehmen und zu 50 % weiterhin das Gästeinfo team unterstützen. Zudem wird Claudia Schmidlin, bis anhin Praktikantin im Bereich Kommunikation, 100 % an der Gästeinformation starten, gleichzeitig als Stellvertretung im Bereich Deskline amten und diverse weitere Projekte bearbeiten.

Verkaufsgegenstände

Arosa Fans haben an der Gästeinformation die Gelegenheit verschiedene Souvenirs zu besorgen. Von A wie Autoaufkleber, über Sackmesser, Schlüsselanhänger, Nostalgieposter bis Z wie Zip Hoody «We love Arosa», können diverse Erinnerungsstücke oder Geschenke am Infoschalter erworben werden. Im April 2017 sind die neuen Arosa Lenzerheide T-Shirts in frischen Farben eingetroffen. Zudem sind auch Fischerpatente, Langlaufpässe, Eventtickets und weitere Verkaufsartikel an der Gästeinfo erhältlich.

Ticketverkauf

An der Gästeinformation wurden im Geschäftsjahr 2016/17 diverse Tickets für grosse und kleine Events aller Art vertrieben. Für das Humorfestival verkaufte das Team insgesamt 479 Tickets an der Gästeinfo, für das Arosa Classic Car 90 Tickets und für das Walsertreffen wurden 45 Tickets verkauft. Für die Spiele des EHC Arosa wurden insgesamt 245 Tickets ausgegeben. Zudem wurden diverse Tickets für Arosa Kultur an der Gästeinformation verkauft.

Gästeerhungen

Langjährige Gäste in Arosa erhalten nach 10, 25 und 50 Jahren eine Gästeerhungsurkunde sowie ein Geschenk als Dankeschön für ihre Treue. Im Gästeinfo team ist Rebekka Herger seit November 2015 für die Gästeerhungen zuständig. Die Gäste erhalten für 10 Jahre Treue zu Arosa einen Arosa-Pin, für 25 Jahre ein Steinbockbrettli und für 50 Jahre eine Wappenscheibe. Im Geschäftsjahr 2016/17 wurden 35 Gäste für ihre Treue geehrt, davon 26 Personen für 10 Jahre, drei Personen für 25 Jahre und sechs Gäste erhielten eine Ehrung für 50 und mehr Jahre.

Das Gästeerhungskonzept wird neu aufgegleist. In Zukunft haben langjährige Gäste in Arosa die Möglichkeit, selber einen Antrag für ihre Treue zu Arosa zu beantragen. Bis anhin war dies ausschliesslich über den/die Beherberger/in möglich.



Andrea Mende
Leiterin Gästeinformationscenter



BILANZ PER 30. APRIL 2017

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 3 386 228.06 aus. Das Eigenkapital beträgt per 30. April 2017 CHF 299 360.28.

Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von CHF 561 154.70 und beträgt per 30. April 2017 CHF 3 342 218.06, resp. 98.70 % der Bilanzsumme.

Das Anlagenvermögen beträgt nach Abschreibungen von CHF 22 001.00 und der Neuinvestitionen in die China Connect AG CHF 44 010.00 per 30. April 2017.

Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Zunahme von CHF 474 222.98 und beträgt per 30.04.2017 CHF 3 086 867.78 resp. 91.16 % der Bilanzsumme.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben per Ende Geschäftsjahr 2016/17 um CHF 96 207.48, die passiven Abgrenzungen um CHF 71 871.65 zugenommen.

Während die Rückstellung Walsertreffen 2016 aufgelöst wurde, konnten Rückstellungen für das Bärenland Arosa, die Arosa ClassicCar, das Arosa Humorfestival sowie für die Infrastruktur getätigt werden.

Die Rückstellung Delkredere wurde auf CHF 100 000.00 erhöht.

Nach der Zusammenlegung der Gästetaxen- und der Sport- und Kultur-Rechnung verzeichnet das Eigenkapital durch den Ertrags-Überschuss der Gästetaxenrechnung von CHF 63 955.33 sowie dem Ertrags-Überschuss der Marketingrechnung von CHF 976.39 im Geschäftsjahr 2016/17 eine Zunahme von insgesamt CHF 64 931.72 und beträgt per 30. April 2017 neu CHF 299 360.28, resp. 8.84 % der Bilanzsumme.

ERFOLGSRECHNUNG 2016/17

Gästetaxenrechnung

Nach der Zusammenlegung der Gästetaxenrechnung und der Sport- und Kultur-Rechnung zur Gästetaxenrechnung verzeichnet diese bei Einnahmen von CHF 9 425 636.89 und Ausgaben von CHF 9 361 681.56 einen Gewinn von CHF 63 955.33.

Dank der höher als budgetiert ausgefallenen Logiernächte und dank einem guten Kostenmanagement schliesst die Gästetaxenrechnung besser als budgetiert ab.

Marketingrechnung

Bei Einnahmen von CHF 2 392 913.61 und Ausgaben von CHF 2 391 937.22 schliesst die Marketingrechnung 2016/17 mit einem Ertrags-Überschuss von CHF 976.39 ab.

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

Sandra Kamber
Finanzen



Bilanz

	30.04.2017	30.04.2016
Aktiven	3 386 228.06	2 847 073.36
Umlaufvermögen	3 342 218.06	2 781 063.36
Kassa	4 405.50	3 970.15
Postfinance	1 320 449.33	516 833.09
Banken	1 415 336.87	1 502 171.16
Flüssige Mittel	2 740 191.70	2 022 974.40
Steuern + Beiträge	325 464.55	256 049.10
Diverse	135 272.56	352 852.51
Forderungen	460 737.11	608 901.61
Verkaufsmaterial	1.00	1.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
Vorräte	3.00	3.00
Aktive Abgrenzungen	141 286.25	149 184.35
Anlagenvermögen	44 010.00	66 010.00
Fahrzeuge	1.00	1.00
Möbiliar / Kunststrassen	44 001.00	66 001.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
Wasserspiel	0.00	1.00
Sachanlagen	44 004.00	66 005.00
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Aktien Golf Arosa AG	1.00	1.00
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile Holzmeise	1.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
Aktien China Connect AG	1.00	0.00
Finanzanlagen	6.00	5.00

	30.04.2017	30.04.2016
Passiven	3 386 228.06	2 847 073.36
Fremdkapital	3 086 867.78	2 612 644.80
Laufende Verpflichtungen	527 273.56	538 346.46
Vorauszahlungen	1 055 285.07	948 004.69
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1 582 558.63	1 486 351.15
Rückstellungen	1 225 000.00	918 856.15
Passive Abgrenzungen	279 309.15	207 437.50
Eigenkapital	299 360.28	234 428.56
Reserven		
Gästetaxen	266 480.11	76 766.22
Sport und Kultur	0.00	125 758.56
Marketing	32 880.17	31 903.78
Erarbeitetes Kapital	299 360.28	234 428.56

Gästetaxenrechnung

BUDGET 16/17 RECHNUNG 16/17

Aufwand	BUDGET 16/17	RECHNUNG 16/17
Gästetaxen	1 675 000	2 198 269.57
Beiträge	125 000	113 604.00
Informationsmaterial	145 000	162 630.51
Gästeangebot	1 352 000	1 880 241.25
Ruhebänke/Wanderwege	53 000	41 793.81
Verwaltung	2 624 000	2 646 206.77
Verwaltung	20 000	24 938.57
Personalkosten	2 009 000	1 921 812.23
Kanzleikosten	390 000	410 980.36
Verwaltungskosten	205 000	288 475.61
Anlagen	916 000	826 189.77
Sportanlagen Obersee	311 000	373 171.77
Angestelltenhaus	5 000	4 392.00
Seminar/Kongress/Incentive	600 000	448 626.00
Sport und Kultur	2 748 300	3 691 015.45
Sportanlässe Sommer	223 300	282 393.33
Sportanlässe Winter	525 000	552 464.63
Beiträge	95 000	95 000.00
Kulturelle Anlässe	1 902 500	2 758 368.68
Allgemeiner Aufwand	2 500	2 788.81
Gesamtaufwand	7 963 300.00	9 361 681.56
Ertrag		
Gästetaxen	4 482 000	5 007 222.10
Gästetaxen	4 062 000	4 226 681.25
Informationsmaterial	45 000	53 817.70
Gästeangebot	355 000	719 273.15
Ruhebänke	20 000	7 450.00
Verwaltung	187 500	262 259.90
Verwaltung	130 000	128 204.08
Personalkosten	55 000	56 912.04
Verwaltungskosten	2 500	77 143.78
Anlagen	901 000	803 650.68
Sportanlagen Obersee	371 000	458 651.90
Angestelltenhaus	5 000	2 655.00
Kongress / Incentiv	525 000	342 343.78
Sport und Kultur	2 392 800	3 352 504.21
Sportanlässe Sommer	155 800	223 076.70
Sportanlässe Winter	465 000	497 593.17
Kulturelle Anlässe	1 772 000	2 631 834.34
Gesamtertrag	7 963 300	9 425 636.89
Gewinn	0	63 955.33

Marketingrechnung

BUDGET 16/17 RECHNUNG 16/17

Aufwand	BUDGET 16/17	RECHNUNG 16/17
Aufwand	2 050 000	2 391 937.22
Promotion	1 495 000	1 636 248.29
Product	47 000	46 921.59
Markets Development	320 000	346 151.09
PR und Events	95 000	201 823.69
Sales/Messen	48 000	106 706.05
Administration	45 000	54 086.51
Ertrag	2 050 000	2 392 913.61
Promotion	785 000	863 977.66
Markets Development	–	20 901.62
PR und Events	65 000	176 409.89
Sales/Messen	3 000	71 137.56
Tourismustaxen H/G	250 000	252 426.95
Tourismusbeitrag Gemeinde	500 000	500 000.00
Tourismustaxen Hotel/Fewo	382 000	418 567.80
Firmensponsoren	65 000	89 492.13
Gewinn	0	976.39

Bemerkung

Im Gegensatz zum Budget wurden in der Rechnung 2016/17 die effektiven Ein- und Ausgaben der Konti erfasst. Durch diese Massnahme wird der effektive Gesamtaufwand und -ertrag dargestellt.

Budget 2017/18

Für das Geschäftsjahr 2017/18 wurde das Budget weiterentwickelt, so dass beim Aufwand und Ertrag die Bruttobeträge verwendet werden. So wird ersichtlich, wie gross das Volumen einer Position ist und gewährt detaillierteren Einblick in die Rechnung.

In der Rechnung 2016/17 wurden bereits grossteils die Bruttobeträge verwendet – im Gegensatz zum Budget 2016/17.

MARKETINGRECHNUNG

Aufwand	
Promotion	1 555 000
Product	96 000
Markets Development	250 000
PR und Events	100 000
Sales/Messen	50 000
Administration	55 000
Aufwand total	2 106 000
Ertrag	
Promotion	850 000
PR und Events	60 000
Tourismustaxen H/G	250 000
Tourismusbeitrag Gemeinde	500 000
Tourismustaxen Hotel/Fewo	381 000
Firmensponsoren	65 000
Ertrag total	2 106 000
Gewinn	0

GÄSTETAXENRECHNUNG

Aufwand	
Gästetaxen	1 740 000
Beiträge	122 000
Informationsmaterial	190 000
Gästeangebot	1 370 000
Ruhebänke/Wanderwege	58 000
Verwaltung	2 724 000
Verwaltung	20 000
Personalkosten	2 004 000
Kanzleikosten	400 000
Verwaltungskosten	300 000
Anlagen	803 000
Sportanlagen Obersee	366 000
Angestelltenhaus	5 000
Seminar/Kongress/Incentive	432 000
Sport und Kultur	2 658 250
Sportanlässe Sommer	126 500
Sportanlässe Winter	510 000
Beiträge	80 000
Kulturelle Anlässe	1 939 250
Allgemeiner Aufwand	2 500
Gesamtaufwand	7 925 250
Ertrag	
Gästetaxen	4 537 000
Gästetaxen	4 062 000
Informationsmaterial	45 000
Gästeangebot	410 000
Ruhebänke	20 000
Verwaltung	288 500
Verwaltung	131 000
Personalkosten	55 000
Verwaltungskosten	102 500
Anlagen	796 000
Sportanlagen Obersee	425 500
Angestelltenhaus	5 000
Seminar/Kongress/Incentive	365 500
Sport und Kultur	2 303 750
Sportanlässe Sommer	35 000
Sportanlässe Winter	445 000
Kulturelle Anlässe	1 823 750
Gesamtertrag	7 925 250
Gewinn	0



Anhang zur Jahresrechnung

Allgemein

Unter dem Namen Arosa Tourismus wird eine Genossenschaft mit Sitz in Arosa geführt. Die Jahresrechnung wird in Schweizerfranken geführt und jeweils per 30. April abgeschlossen.

Arosa Tourismus ist als Genossenschaft organisiert und im Handelsregister Graubünden mit dem Firmennamen Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa eingetragen.

Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl der Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 250.

Verpfändungen

Zur Sicherstellung des Kontokorrentkreditrahmens bei der Credit Suisse von CHF 300'000 sind Wertschriften mit einem Buchwert von CHF 1 verpfändet. Der Kontokorrentkredit wird aktuell nicht beansprucht.

Es bestehen keine weiteren nach Art. 959c OR ausweisbaren Tatbestände.

Kontrollstelle



Tourismusstatistik

LOGIERNÄCHTE

Nationen	Sommer 2016	Winter 2016/17	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
HOTELS					
Schweiz	76 159	149 113	225 272	229 698	-1.9 %
Deutschland	10 354	48 963	59 317	58 800	0.9 %
Benelux	1 673	12 408	14 081	13 331	5.6 %
Grossbritannien	1 190	13 229	14 419	15 718	-8.3 %
Israel	609	2 909	3 518	4 424	-20.5 %
USA	1 044	2 836	3 880	2 889	34.3 %
Frankreich	421	1 829	2 250	2 252	-0.1 %
Australien/Ozeanien	166	441	607	699	-13.2 %
Russland	214	1 805	2 019	2 018	0.0 %
Skandinavien	260	1 761	2 021	1 941	4.1 %
Italien	844	641	1 485	1 218	21.9 %
Oesterreich	482	571	1 053	809	30.2 %
Diverse	2 508	6 496	9 004	8 726	3.2 %
Total	95 924	243 002	338 926	342 523	- 1.05%

Nationen	Sommer 2016	Winter 2016/17	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
PARAHOTELLERIE					
Schweiz	18 091	71 495	89 586	93 600	-4.3 %
Deutschland	3 620	13 799	17 419	20 269	-14.1 %
Benelux	1 902	3 254	5 156	5 099	1.1 %
Skandinavien	193	823	1 016	1 021	-0.5 %
Grossbritannien	1 110	1 032	2 142	2 486	-13.8 %
Frankreich	237	330	567	1 003	-43.5 %
Israel	928	91	1 019	1 216	-16.2 %
USA	425	359	784	642	22.1 %
Oesterreich	30	70	100	284	-64.8 %
Russland	45	66	111	113	-1.8 %
Italien	323	246	569	871	-34.7 %
Diverse	816	968	1 784	2 140	-16.6 %
Total	27 720	92 533	120 253	128 744	- 6.6%

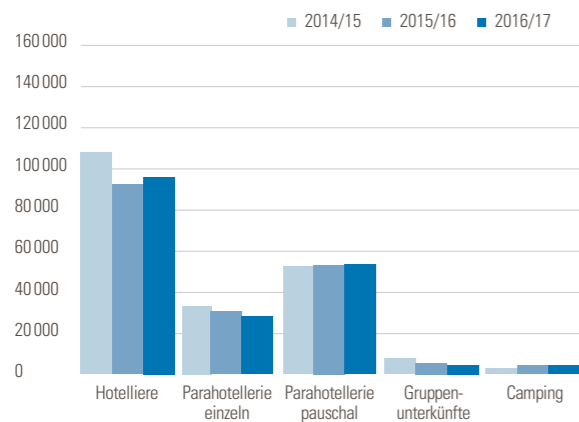
Backpackers	2 914	14 628	17 542	19 875	-11.7 %
Gruppenunterkünfte	1 114	4 084	5 198	5 050	2.9 %
Camping	3 628	1 876	5 504	5 958	-7.6 %
Parahotellerie Pauschal	52 970	249 707	302 677	301 197	0.5 %
Total	184 270	605 830	790 100	803 347	- 1.6%

Entwicklung Logiernächte

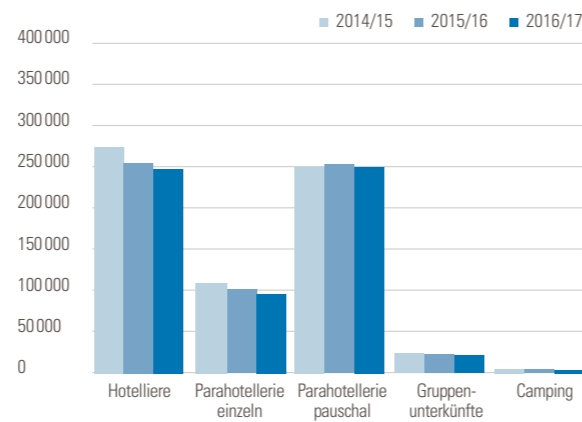
Entwicklung Logiernächte

1964 – 2016

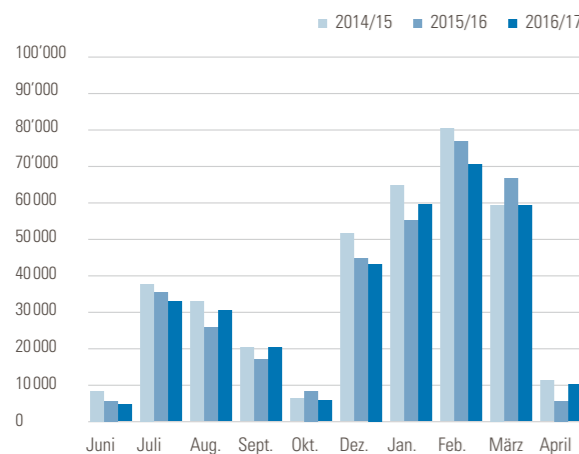
SOMMER



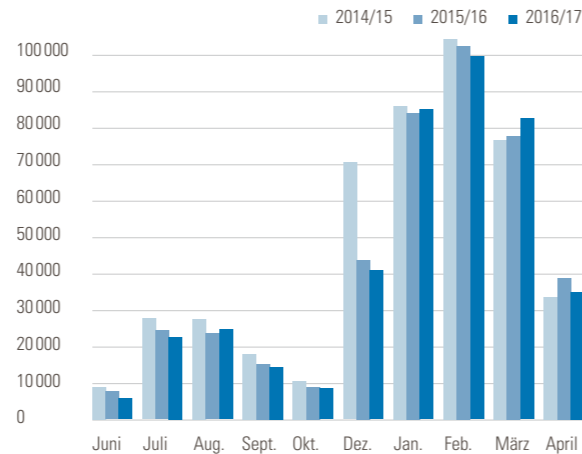
WINTER



HOTELLERIE

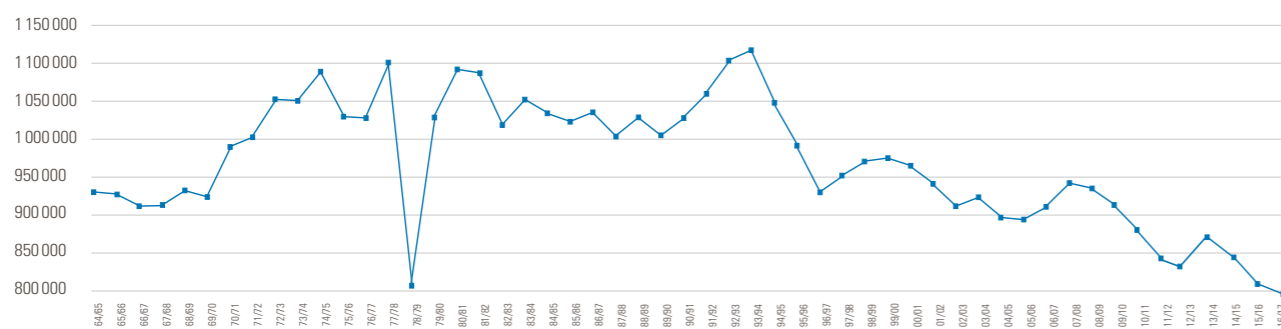


PARAHOTELLERIE (EINZEL UND PAUSCHAL)*



* 2014/15 inkl. Camping und Gruppenunterkünfte

ENTWICKLUNG GESAMTLOGIERNÄCHTE AROSA



Geschäftsj.	Hotellerie	%	Parahotellerie	%	Sanatorien	%	Gruppenunterk.	%	Jugendherberge	%	Camping	%	Total	%
1964/65	540552	10.4	268105	19.4	71774	-7.5	49209	15.3					929640	11.4
1965/66	522062	-3.4	284836	6.2	72767	1.4	47116	-4.3					926781	-0.3
1966/67	507974	-2.7	284183	-0.2	66916	-8.0	51766	9.9					910839	-1.7
1967/68	509093	0.2	291565	2.6	63191	-5.6	47819	-7.6					911668	0.1
1968/69	529579	4.0	290031	-0.5	66915	5.9	45182	-5.5					931707	2.2
1969/70	518924	-2.0	287639	-0.8	69356	3.6	46833	3.7					922752	-1.0
1970/71	575756	11.0	309222	7.5	66382	-4.3	37683	-19.5					989043	7.2
1971/72	619571	7.6	298810	-3.4	62335	-6.1	21421	-43.2					1002137	1.3
1972/73	674352	8.8	290284	-2.9	66035	5.9	20927	-2.3					1051598	4.9
1973/74	643711	-4.5	321981	10.9	64153	-2.9	19980	-4.5					1049825	-0.2
1974/75	709964	10.3	300786	-6.6	60087	-6.3	18225	-8.8					1089062	3.7
1975/76	655212	-7.7	302395	0.5	56271	-6.4	14990	-17.8					1028868	-5.5
1976/77	676907	3.3	288443	-4.6	61615	9.5	bis 1975/76						1026965	-0.2
1977/78	742297	9.7	312442	8.3	46112	-25.2	Kinderheime						1100851	7.2
1978/79	514837	-30.6	268880	-13.9	21573	-53.2							805290	-26.8
1979/80	631838	22.7	367035	36.5	28444	31.8							1027317	27.6
1980/81	709134	12.2	352478	-4.0	29692	4.4							1091304	6.2
1981/82	686689	-3.2	351124	-0.4	28580	-3.7			18233		1718		1086344	-0.5
1982/83	613278	-10.7	356670	1.6	27320	-4.4			18320	0.5	1512	-12.0	1017100	-6.4
1983/84	617891	0.8	388102	8.8	25991	-4.9			18382	0.3	1704	12.7	1052070	3.4
1984/85	613230	-0.8	376442	-3.0	24741	-4.8			17320	-5.8	1510	-11.4	1033243	-1.8
1985/86	594307	-3.1	384268	2.1	25369	2.5			16497	-4.8	1603	6.2	1022044	-1.1
1986/87	596972	0.4	393459	2.4	25575	0.8			17231	4.4	1731	8.0	1034968	1.3
1987/88	559185	-6.3	398745	1.3	24595	-3.8			17593	2.1	2416	39.6	1002534	-3.1
1988/89	565260	1.1	415616	4.2	26076	6.0			18871	7.3	2543	5.3	1028366	2.6
1989/90	540626	-4.4	416671	0.3	26589	2.0			16029	-15.1	3318	30.5	1003233	-2.4
1990/91	553112	2.3	424783	1.9	27527	3.5			16972	5.9	4693	41.4	1027087	2.4
1991/92	566790	2.5	441306	3.9	27792	1.0			17360	2.3	6065	29.2	1059313	3.1
1992/93	594713	4.9	456966	3.5	25862	-6.9			19059	9.8	6086	0.3	1102686	4.1
1993/94	610747	2.7	454705	-0.5	26144	1.1			19592	2.8	5790	-4.9	1116978	1.3
1994/95	556111	-8.9	439225	-3.4	25906	-0.9			18435	-5.9	7072	22.1	1046749	-6.3
1995/96	510551	-8.2	431117	-1.8	23433	-9.5	ab 1998/99		19366	5.1	6304	-10.9	990771	-5.3
1996/97	484830	-5.0	410098	-4.9	8948	-61.8	Gruppen-		18450	-4.7	6329	0.4	928655	-6.3
1997/98	504151	4.0	412289	0.5	9596	7.2	unterkünfte		18267	-1.0	6647	5.0	950950	2.4
1998/99	515482	2.2	405894	-1.6	*		16618		*25251	38.2	6777	2.0	970022	2.0
1999/00	526828	2.2	401029	-1.2	*		17572	5.7	*23003	-8.9	6043	-10.8	974475	0.5
2000/01	517484	-1.8	398386	-0.7	*		19923	13.4	*21897	-4.8	6392	5.8	964082	-1.1
2001/02	502675	-2.8	387892	-3.4	*		22276	11.8	*21001	-4.1	6443	0.8	940287	-2.4
2002/03	476708	-5.2	390689	0.1	*		21190	-4.9	**15326	-27.0	6412	-0.5	910325	-3.2
2003/04	482677	1.3	394827	1.1	*		22331	5.4	**15328	0.0	7677	19.7	922840	1.4
2004/05	467032	-3.2	384073	-2.7	*		25095	12.4	**13227	-13.7	6612	-13.9	896039	-2.9
2005/06	469032	0.4	381660	-0.7	*		35254	40.5	***		7028	6.3	892964	-0.3
2006/07	481225	2.6	388590	1.8	*		33008	-6.4			7402	5.3	910225	1.9
2007/08	504732	4.88	396643	2.07	*		32837	-0.52			7379	-0.31	941591	3.45
2008/09	492136	-2.5	408964	3.1	*		26572	-19.5			6602	-10.5	934274	-0.8
2009/10	460176	-6.5	416533	1.8	*		28456	7.1			7092	7.4	912257	-2.3
2010/11	432831	-5.9	414675	-0.5	*		24718	-13.1			7177	1.2	879401	-3.6
2011/12	390758	-9.7	422291	1.8	*		23762	-3.9			6586	-8.2	843397	-4.1
2012/13	383350	-1.9	424165	0.4	*		27330	15.0			6313	-4.1	841158	-0.3
2013/14	401897	4.8	430021	1.4	*		29249	7.0			5383	-14.7	866550	3.0
2014/15	376816	-6.2	436425	1.5	*		27669	-5.4			4849	-9.9	845759	-2.4
2015/16	342523	-9.1	429941	-1.5	*		24925	-9.9			5958	22.9	803347	-5.0
2016/17	338926	-1.1	422930	-1.6	*		22740	-8.8	***		5504	-7.6	790100	-1.6

* ab 1998/99 werden die Logiernächte der Sanatorien und Jugendherberge in der Spalte «Jugendherberge» gemeinsam ausgewiesen.
 ** ab 2002/03 werden in der Spalte «Jugendherbergen» nur noch Logiernächte der Jugendherberge ausgewiesen. Keine Erfassung von Sanatorien mehr.
 *** ab 2005/2006 keine Jugendherberge mehr und somit keine Erfassung von Logiernächten in der Spalte «Jugendherberge».

Einen Milestone für Arosa

Am Dienstag, 15. November 2016 durfte eine Delegation von Arosa Tourismus stellvertretend für die Destination Arosa den Tourismuspreis Milestone in der Kategorie «Innovation» für ihre Event-Strategie entgegennehmen.

An den vielen grossen und kleinen Veranstaltungen in Arosa wirken verschiedene Leistungsträger mit und sind Aroserrinnen und Arosener in unterschiedlichsten Funktionen eingebunden – der Milestone ist darum eine Auszeichnung für die ganze Destination Arosa und nicht für eine Einzelperson oder ein Unternehmen. Dass das ganze Dorf diesen Preis gewonnen hat, soll in dieser Foto-Collage dargestellt werden; stellvertretend für alle, sind ein paar spontan ausgewählte Personen Ende November 2016 mit dem Milestone fotografiert worden.

Die Arosener dürfen stolz sein – nicht nur auf die Auszeichnung, sondern auch auf den Umstand, dass gerade ausserhalb der Gemeindegrenze ein hohes Mass an Anerkennung und Bewunderung für die gemeinsame Schaffenskraft in der Grossgemeinde Arosa spürbar ist.



Vorstand / Direktion

Vorstand

von der Generalversammlung 2014 für 3 Jahre gewählt
Christian Menet, Hotelier, 1998, seit 2001 Präsident
Thomas Blatter, Hotelier, Präsident hotellerieuisse Arosa, 2005
Noldi Heiz, Skischulleiter, Vertreter H&G, 2008
André Salamin, Hotelier, 2010
Corinne Marty, Präsidentin arosaApartments, 2011–2016
Rolf Bucher, Hotelier, Gemeindevorstand, 2011

Direktion

Pascal Jenny, seit 1.7.2008

Ehrenmitglieder

Dr. Hermann Ambühl
Herbert Geeser
Alois Rüttsche
Ernst Traber



Pascal Jenny, Thomi Blatter, Christian Menet, André Salamin, Noldi Heiz, Rolf Bucher, (es fehlt Corinne Marty)



Mitarbeitende im Einsatz für Arosa

«Nichts ist so beständig wie der Wandel» – dieser Ausspruch von Heraklit gilt auch für das Team von Arosa Tourismus. Die Mannschaft von Arosa Tourismus verändert sich laufend: Auf das Ende jeder Saison treten Mitarbeitende aus und neue Gesichter kommen ins Team. Die Fluktuationsrate bei Arosa Tourismus liegt im nationalen Vergleich unter dem Durchschnitt. Dies ist erfreulich und sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass durch die klare Strategie von einer reinen Tourismusorganisation hin zu einer Tourismus- und Eventorganisation die Arbeit sehr vielfältig ist und Mitarbeitende in der Tendenz länger bleiben, weil man in sehr viele verschiedene Tätigkeitsgebiete Einblick erhält. In diesem Zusammenhang werfen wir gerne einmal einen Blick auf die langjährigen Mitarbeiter und den Weg, den sie bei Arosa Tourismus bisher gemacht haben:

...**Miriam Frei** hat im Dezember 2013 eine 60 %-Anstellung am Gästefoschalter von Arosa Tourismus angetreten. In der Zwischenzeit hat sie die Höhere Fachschule für Tourismus in Luzern abgeschlossen und arbeitet bei Arosa Tourismus als Projektleiterin MICE.

...**Rochus Caluori** ist anfangs September 2011 zu Arosa Tourismus gestossen als Verantwortlicher IT/EDV, mit technischer Verantwortung über das Sport- und Kongresszentrum. Heute ist er Leiter Infrastrukturen und Technik, koordiniert gemeinsam mit Oskar Leimgruber die Einsätze des Sportanlagen- und Event-Teams und hat die Hoheit über die gesamte Events-, Seminar- und Kongressinfrastruktur im Sport- und Kongresszentrum.

...**Nicole Hemmi** hat am 1. Juli 2011 bei Arosa Tourismus ihre Stelle als Projektleiterin MICE/Sport angetreten. Im Jahr 2015 hat sie diesen Bereich an Miriam Frei weitergegeben, die Marketingplaner-Ausbildung gemacht und per Mai 2016 die Projektleitung Marketing übernommen. Sie ist auch die operative Verantwortliche für den Entwicklungsprozess mit der Lenzerheide.

...**Yvonne Wüthrich** ist am 1. August 2010 aus dem Unterland für die Stelle als Leiterin PR/Medien/Messen nach Arosa gekommen. Nach drei Jahren wurde sie in die Geschäftsleitung von Arosa Tourismus aufgenommen, seit 2015 gehört auch das Personalwesen in ihren Zuständigkeitsbereich. Heute ist Yvonne Wüthrich für die Strategische Planung der Kommunikation verantwortlich, in enger Zusammenarbeit mit den Projektleiterinnen Marketing und Kommunikation.

Der Wandel und der Personalwechsel sind wichtig. Jede neue Person, die in das Arosa Tourismus-Team eintritt, bringt neue Ideen, neue Ansichten und neue Energie mit, die das Team beflügeln. Wer bei Arosa Tourismus arbeitet, tut dies mit viel Leidenschaft und Herzblut, oft auch über die regulären Arbeitszeiten hinaus. Die Mitarbeitenden verinnerlichen diese Arbeitsweise und verfolgen sie während einigen Jahren. Und wenn dann der Moment kommt, in dem sie einen anderen Arbeitsstil oder eine neue Herausforderung suchen, dann freuen wir uns, einen kompetenten Mitarbeitenden mit einem prall gefüllten «Arosa-Rucksack» in die weite Berufswelt ziehen zu lassen.



Ein Teil des Arosa Tourismus-Teams präsentiert sich in der sommerlichen Landschaft von Arosa

Geschäftsführung

Pascal Jenny (1.7.2008)

Kommunikation, Marketing, Verkauf

Yvonne Wüthrich, Mitglied der Geschäftsleitung (1.8.2010)

Jannine Kamm (3.8.2015)

Claudia Schmidlin (1.5.2016 – 30.4.2017)

Nicole Hemmi, (1.7.2011)

Markus Guler (1.1.2013)

Manuela Pargätzi (15.7.2013)

Grafik

Nina Mattli (1.5.2014)

Informationscenter

Andrea Mende (1.3.2016)

Kerstin Schöffler (1.5.2013)

Rebekka Herger (2.11.2015)

Fabienne Simmen (1.6.2010)

Sylvia Weber (25.11.2013 – 31.10.2016)

Finanzen, Gästetaxen

Jann Butzerin (1.12.2014 – 28.2.2017)

Sandra Kamber (9.1.2017)

EDV/IT, Web, Techn. Dienste

Rochus Caluori (5.9.2011)

Lernende

Maja Manojlovic (1.8.2013 – 31.7.2016)

Marko Nikolic (1.8.2015)

Sport & Kongress, Events

Roland Schuler, Mitglied der Geschäftsleitung (1.2.2010)

Miriam Frei (2.12.2013)

Silvia Kuster (1.12.1982 – 30.6.2016)

Dorothea Mattli (1.6.2014 – 30.4.2017)

Kathrina Rickli (1.12.2015 – 30.4.2017)

Christian Roth (1.9.2008)

Patrick Kiener (15.6.2016)

Ricardo Beeli (3.10.2016)

Anlagen, Gästeangebot

Oskar Leimgruber (1.6.1990)

Michael Schmid (1.12.2013)

Roman Krättli (16.11.1998)

Claudio Massalongo (1.1.2014)

Urban Rostislav (Wintersaison 2008/09)

Beatrice Heller-Gerber (2.11.2015 – 31.10.2016)

Seilpark

Ernst Gadmer (Sommer 2010 – Sommer 2016)

Harald Umscheid (Sommer 2010)

Markus Buchner (Sommer 2015)

Gästeprogramm

Ruth Licht (Sommer 1985)

Raumpflege

Lilly Reber (1.2.2010)

Kontrollstellen / Geschäftsprüfungskommission

von der Generalversammlung gewählt

Patric Iten (2014)

Jan Twietmeyer (2014)

vom Gemeindevorstand delegiert

Lorenzo Schmid, Gemeindepräsident (2012)

Revisionsstelle

Allenspach & Felix AG, Chur, 2008/09



Arosa Tourismus
Sport- und Kongresszentrum Arosa
7050 Arosa
T +41 81 378 70 20
F +41 81 378 70 21
arosa@arosa.ch
arosa.ch

