



# Jahresbericht

Arosa Tourismus 2021/22



# Inhalt

PRÄSIDENT: Pascal Jenny	4
DIREKTOR: Roland Schuler	6
NACHHALTIGKEIT: Claudio Föhn	8
MARKETING UND KOMMUNIKATION: Tanja Hengartner	10
MICE: Janine Ryser	14
GÄSTESERVICE: Andrea Mende	16
DESKLINE UND DIGITALISIERUNG: Silvano Ottiger	18
EVENTS	20
IT / ANLAGEN: Rochus Caluori	22
VEREIN AROSA KULTUR: Angela Buxhofer	25
FINANZEN	26
BILANZ	28
GÄSTETAXEN-RECHNUNG 21/22 – BUDGET 22/23	30
MARKETING-RECHNUNG 21/22 – BUDGET 22/23	32
ANHANG zur Jahresrechnung / Kontrollstellen	34
TOURISMUSSTATISTIK	35
ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE	36
VORSTAND / DIREKTION	38
TEAM AROSA TOURISMUS	39

*Arosa*

IMPRESSUM  
Herausgeber, Konzeption, Realisation: Arosa Tourismus  
Grafik, Konzeption: Küttel Laubacher Werbeagentur  
Bilder: Arosa Tourismus  
Druck: Casutt Druck & Werbetechnik AG



# Arosa, wo Tourismus prosperiert – Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg.



**Pascal Jenny**  
Präsident Arosa Tourismus

Arosa Tourismus blickt auf eine intensive Zeit zurück. Herausforderungen wie Corona, touristische Unsicherheiten durch Krieg und grosser Nachholbedarf beim Freizeitkonsum prägten das vergangene Geschäftsjahr. Mit Blick auf Logiernächte und Ersteintritte am Berg wohl eines der allerbesten in der langen und traditionsreichen Geschichte von Arosa.

Der Vorstand von Arosa Tourismus blickt auf alles andere als übliche strategische Tätigkeiten zurück. Das oberste Gremium von Arosa Tourismus war gefordert, sich immer wieder anzupassen, einzubringen und das operative Team auf allen möglichen Ebenen zu unterstützen. Dies ist gelungen. Einerseits dank grossem Einsatz der Vorstandsmitglieder, andererseits auch deshalb, weil Flexibilität und Wissen in den Spezialgebieten gerade in turbulenten Zeiten notwendig sind, um wegweisende Entscheide zu treffen. Als Präsident möchte ich mich bei den Vorstandsmitgliedern und deren Mitgliederverbänden für die konstruktive Arbeit bedanken. Unternehmerischer Erfolg basiert immer auf Menschen, die sich mit dem Blick für das Ganze engagieren.

Auch die Zusammenarbeit mit der Direktion, seit einem Jahr in den Händen von Tourismusdirektor Roland Schuler und Vize-Direktorin Marion Schmitz, kann mit «intensiv, wirkungsvoll und unvergesslich» beschrieben werden. Das Arosa-Tourismus-Geschäftsjahr war geprägt von internen Wechseln, Übergaben, Neuerungen und sehr viel Kommunikation. Diese internen Prozesse nach dem Wechsel in der operativen und strategischen Führung waren intensiv und wichtig, standen aber am Ende – zu Recht – im Schatten der Arbeit für die Gäste und Leistungsträger. Gerade gegen Ende des Geschäftsjahres verlangten die Grossevents jedem Teammitglied alles ab. Was Arosa Tourismus zugunsten der Ferienregion rund um die Grossanlässe von JET Just Eat Takeaway und dem Schweizer Ferientag – neben dem üblichen Tagesgeschäft – geleistet hat, löst bei mir höchsten Respekt aus. Von ganzem Herzen möchte ich mich beim Team und bei den Führungspersonen für diesen Sondereinsatz bedanken! Arosa hat die Grossanlässe vor Corona mit viel Aufwand und aus Überzeugung akquiriert und nun auch in der Umsetzung gut sichtbar und nachhaltig wirkungsvoll geliefert und begeistert!

## **Arosa 2030 und Nachhaltigkeitsaktivitäten nehmen Fahrt auf**

Ob dem intensiven Tagesgeschäft tendiert man zu vergessen, dass Arosa Tourismus vor einem Jahr – in enger Abstimmung mit allen Leistungsträgern vor Ort – die Strategie Arosa 2030

ins Leben gerufen hat. Mit dem klaren Ziel, nachhaltige Aktivitäten zu fördern, zu initiieren und vor allem rund um die Angebotspalette zu etablieren. Mit dem neuen Projektleiter Arosa 2030, Claudio Föhn, sind viele Projekte gestartet und eine Gesamtstrategie erarbeitet worden. Die Notwendigkeit dieser Ausrichtung ist unbestritten. 53 % der Schweizer:innen möchten nicht für einen Arbeitgeber tätig sein, der nicht ihren Vorstellungen bezüglich Nachhaltigkeit entspricht (JobCloud, 2020), und für 86 % der Schweizer Unternehmen ist Nachhaltigkeit notwendig für die Zukunftsfähigkeit (Commerzbank Schweiz, 2020/21). Gerade mit Blick auf einen intakten Tourismus im ganzen Tal ist die Aktivitätenwahl zwingend in eine stimmige Form zwischen ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit zu bringen. Lange haben unsere Initiativen rund um nachhaltige Themen (Klimaneutrale Winterferien, Wiedereinsteiger-Paket etc.) zu wenig potenzielle Gäste angesprochen. Nun scheint das Pendel in die andere Richtung auszuschielen. So wünschen sich z. B. 64 % der Menschen in der Schweiz ein umfassenderes Angebot an nachhaltigen Lebensmitteln im Detailhandel (Deloitte, 2021). Das bringt grosse Chancen mit sich für unsere Leistungsträger vor Ort. Diese Chancen haben wir im letzten Geschäftsjahr bewusst beim Schopf gepackt. Weiter so, Arosa!

## **Arosa – Ikone im Schweizer Tourismus. Ehrliche Kommunikation ins Zentrum stellen**

Arosa ist unterdessen zu einem der allerwichtigsten Schweizer Tourismus-Brands geworden. Gerade anlässlich des Schweizer Ferientages wurden wir mit Komplimenten für unsere Arbeit der letzten Jahre überhäuft. Ob Event-Kompetenz, Bärenland, Schneesportgebiet (in Zusammenarbeit mit der Lenzerheide), moderne Strukturen (Tourismusgesetz) oder diese hohe Qualität der Interaktion zwischen Bergbahnen, Tourismus und Gemeinde – unsere Stärken sind heute gut sichtbar. Einige beneiden uns um unseren Weg. Erfolg und der aktuelle Boom bringen aber auch Herausforderungen zutage. Neben Wohnraum, Fachkräftemangel, Klimawandel bleibt zentral, dass wir uns nicht von jedem Trend und überraschenden Krisen verunsichern lassen. Im intensiven (persönlichen und digitalen) Austausch und frei von egoistischen Sichtweisen müssen wir auch in Zukunft rasch, konsequent und gemeinsam auf mögliche «Steine im Weg» reagieren. Mit der heute in der Verantwortung stehenden Crew erachte ich das als garantiert. Hopp, Arosa.

**Pascal Jenny**  
Präsident



Der Golfclub Arosa setzt sich besonders für einen naturbelassenen Golfplatz und eine nachhaltige Zukunft ein und wurde im November 2021 mit dem GEO-Zertifikat ausgezeichnet.





**Roland Schuler**  
Direktor Arosa Tourismus

# Alles neu macht der Mai!

**Das Volkslied «Alles neu macht der Mai» war etwa gleichbedeutend mit der Situation bei Arosa Tourismus zu Beginn des Tourismusjahres. Obwohl man mit dem bekannten Gespann Jenny/Schuler in neuen Positionen durchaus auch die Konstanz suchte, ergaben sich ab Mai 2021 übers ganze Jahr viele Neuerungen, neue Gesichter, und auch Corona bescherte stetige Wechselgefühle.**

Über 14 Jahre hat Pascal Jenny als Tourismusdirektor in Arosa erfolgreich gewirkt und sein Team miteinbezogen. Dass mit seiner Veränderung auch weitere verdiente Mitarbeiter neue Aufgaben suchten, ist ein normaler Wechselprozess. Entsprechend zogen neue Kollegen und Kolleginnen ins Büro im Sport- und Kongresszentrum ein. Die Motivation und das Engagement, gemeinsam als Team Arosa Tourismus weiterzukommen, waren sofort spürbar.

Mit der Ruhebahn-Aktion konnten wir in Zürich eine erste Duftnote setzen und auch als Team zusammenwachsen. Eine Guerillaaktion, welche uns drei Tage nationale Präsenz für den kommenden Sommer bescherte. Arosa war definitiv in aller Munde.

## **Neues Tourismusgesetz per 1. Juni 2021 in Kraft**

Was am 1. Januar 2013 auf dem politischen Parkett mit der Fusion von Arosa und den sieben Talgemeinden entstand, fand nach mehr als acht Jahren nun auch auf der touristischen Ebene zusammen. Arosa und das Tal Schanfigg sind eins. Ich würde lügen, wenn ich behaupten würde, dass dies ab der ersten Sekunde bestens funktioniert hätte. Selbstverständlich mussten wir uns zuerst kennenlernen, Vertrauen auf beiden Seiten aufbauen und uns immer und immer wieder austauschen. Zusammen mit den Vertretern der früheren Verkehrsvereine konnte man gemeinsam das Fundament schaffen, auf welchem nun die gemeinsame Zukunftsstrategie für einen nachhaltigen Tourismus im Tal gelegt wird.

Mit dem Tourismusgesetz verabschiedete man sich auch von der auf effektiven Logiernächten basierenden Gäste-Kurtaxe. Neu besteht eine Pauschalbesteuerung, welche die Gemeinde Arosa einzieht. Weiter wurde mittels erneuerter Leistungsvereinbarung der Rahmen für Aufgaben und Zielsetzungen von Arosa Tourismus definiert und gleichzeitig die Tätigkeitsfelder zwischen Arosa Tourismus und der Gemeinde noch besser abgesteckt.

## **Digitaler Sommerstart mit Dörfer- und Ricola-Erlebnisweg**

2020 durften wir einen Rekordsommer erleben. Die Zuversicht auf einen ähnlichen Sommer war gross. Die Reisetätigkeit ins Ausland war noch immer stark eingeschränkt. Unser Sommerleuchtturm, das Arosa Bärenland, zog wie bisher die Leute in seinen Bann. Leider mussten wir einen schweren Dämpfer hinnehmen und uns im Sommer von Jambolina verabschieden. Trotz der kurzen Zeit in Arosa wird sie allen in Erinnerung bleiben.

Das All-inclusive-Angebot punktet weiterhin mit einer unglaublichen Vielfalt und ist und bleibt für den Übernachtungsgast ein grosser Mehrwert. Gleich zwei neue Attraktionen sind für unsere Wanderer und Spaziergänger entstanden. Mit dem Dörferweg sind alle acht Gemeinden miteinander verbunden. Der Weg zeigt die Naturvielfalt, eine grosse Biodiversität und natürlich die Geschichte der einzelnen Dörfer. Der Ricola-Erlebnisweg wiederum führt uns auf Entdeckungsreise rund um die Kräuter und Naturelemente von Arosa.

Mit der Einführung der digitalen Gästekarte innerhalb einer Rekordumsetzungszeit wurde auch ein neues Zeitalter für den Gast und unsere Partnerbetriebe eingeläutet. Schon im ersten Sommer haben rund 60 % die Gästekarte digital genutzt und von der einfacheren Handhabung profitiert.

## **Covid-19 hat uns nie losgelassen**

Wir alle hatten die Hoffnung, dass mit dem Sommer 2021 alles vorbei ist. Doch es war ein Auf und Ab. Zum Sommerstart gab es noch diverse Einschränkungen, ab Juli wurde es besser, und kurz vor Weihnachten musste dann sogar 2-G eingeführt werden. Beim Sport- und Kongresszentrum errichteten wir ein Testzentrum und haben Impfkampagnen mitgetragen. Gleich zu Beginn des neuen Jahres hat es auch Arosa heftig durchgeschüttelt. Viele Betriebe respektive deren Mitarbeitende infizierten sich, und teilweise entstanden Ressourcenengpässe, was da und dort gar zu betrieblichen Teilschliessungen führte. Ab Mitte Winter konnten wir dann aufatmen, und per Ende März sind gar alle Restriktionen vollumfänglich aufgelöst worden.

Die monatlichen Covid-Calls übers ganze Jahr waren daher ein wichtiger Bestandteil in der Absprache und im Aufbereiten von Massnahmen untereinander.

## **Events bleiben wichtiger Eckpfeiler von Arosa**

Auch in der Pandemie zeichnete sich Arosa als Eventveranstalter aus. Ein Grossteil der Anlässe konnte durchgeführt werden. Oft innerhalb entsprechender Schutzkonzepte, welche von allen mitgetragen wurden. Das Arosa ClassicCar war erneut ein Sommerhöhepunkt, das Humorfestival lockte trotz Maskenpflicht viele Besucher nach Arosa, der Skicross-Weltcup brachte perfekte Schneebilder in die Schweizer Stuben, und zum Jahresschluss im April konnte der grösste Firmenanlass, welchen Arosa jemals organisierte, mit total 4500 Personen über zehn Tage durchgeführt werden. Der finale Abschluss fand dann mit dem grössten nationalen Tourismus-Branchentreffen, dem Schweizer Ferientag, statt.

## **Wir machen weiter und geben alles für unser Paradies**

Ein einzigartiger Winter mit immer genügend Schnee, tollen Pistenverhältnissen und perfektem Wetter bescherte den Arosa Bergbahnen und vielen Beherbergern beste Resultate. Diesen Schwung wollen wir nutzen und mit den gesammelten Erfahrungen und dem gleichen Elan und der gleichen Passion das kommende Jahr bestreiten. Mein erstes Jahr als Tourismusdirektor hat mich gefordert, aber hat mir gleichzeitig auch viel Spass bereitet. Dies vor allem dank dem Team von Arosa Tourismus und der hervorragenden Zusammenarbeit mit allen Arosa-Stakeholdern.

**Roland Schuler**  
Tourismusdirektor



# Nachhaltigkeit im Tourismus Arosa 2030

**Arosa 2030 fördert die Nachhaltigkeit im Tourismus mit Projekten in den Handlungsfeldern Management, Natur, Gesellschaft und Wirtschaft.**

**Claudio Föhn**

Fachverantwortung Nachhaltigkeit  
Arosa 2030



In Arosa sind wir steile Aufstiege und lange Wege gewohnt. Nachhaltigkeit ist kein Tagesausflug und kein Sprint. Wir müssen uns an die Tugenden der Gründer von Arosa erinnern. Die Walser hatten Ausdauer, Mut und Ideenreichtum. Das Leben in den Bergen erfordert spezielle Strategien. Wir leben nicht mit oder in der Natur. Sondern die Menschen sind Teil der Natur und prägen die Landschaft seit Jahrhunderten.

Arosa 2030 legt den Grundstein für die Zukunft im Schanfigg. Nachhaltigkeit heisst dabei: bewusster Umgang mit den vorhandenen Ressourcen und gleichzeitiger Fokus auf Natur, Gesellschaft und Wirtschaft. Die Zukunft liegt in unseren Händen, und gemeinsam können wir es ermöglichen, dass zukünftige Generationen die notwendigen Ressourcen zur Verfügung haben und die beeindruckende Naturvielfalt erleben können. Der Weg ist lang und steil, aber Schritt für Schritt erreichen wir das Ziel: Arosa – die nachhaltigste Destination in Graubünden.

Um unser Ziel zu erreichen, müssen wir wissen, wo wir herkommen. Im Projekt KlimDest berechnen die Destinationen Arosa, Davos und Val Poschiavo ihren touristischen CO<sub>2</sub>-Fussabdruck. Dies bietet die Grundlage zur Einschätzung der Ist-Situation von Arosa. So erkennen wir, wo wir den Hebel ansetzen müssen, um die CO<sub>2</sub>-Reduktion zu erzielen. Was (noch) nicht reduziert werden kann, kann finanziell kompensiert werden. Diese Kompensation ermöglicht die Finanzierung von Klimaschutzprojekten in Arosa, welche wiederum zur CO<sub>2</sub>-Reduktion beitragen. So entstehen in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Graubünden und myclimate die ersten klimaneutralen Destinationen der Schweiz.

Wie Wirtschaft und Biodiversität gemeinsam gefördert werden können, zeigt die Kooperation mit Ricola, ein wertvoller und innovativer Partner für Arosa. Die Firmenphilosophie und die Werte von Ricola passen zur Nachhaltigkeitsstrategie Arosa 2030. Gemeinsam werden nachhaltige Aktivitäten realisiert und kommuniziert. Nebst der Partnerschaft für das Arosa Humorfestival ist Ricola zurzeit informativ und erlebbar im Arosa Natur Labor vertreten, und auf dem Ricola-Erlebnisweg ist das XXL-Bienenhotel entstanden, welches Bienen und weiteren Insekten Nistplätze bietet.

Weitere Verbindungen schafft das Kollektiv arvae. Durch die Zusammenarbeit von Vertretern aus den Bereichen Kunst sowie Wissenschaft/Restaurierung und den Bürgern vor Ort werden messbare und sinnvolle Lösungen zur Bewältigung des Klimawandels und zur Wiederherstellung von natürlichen Ökosystemen entwickelt. Die Gruppenarbeit hat zwei kreative und spannende Projekte ins Leben gerufen: «Schpensa» und «Funghi». Beim Schpensa-Projekt geht es um das Potenzial der alpinen Kulturpflanzen und darum, die Sorgfalt in der Lebensmittelproduktion zu veranschaulichen. Beim Funghi-Projekt erforscht die ETH die Möglichkeit, dass essbare Pilze aus dem in Arosa gesammelten Klärsand wachsen werden.

Auch am One Young World Caucus arbeiteten junge, engagierte Personen aus einem unternehmen- und branchenübergreifenden Ökosystem in Arosa, um Lösungen für die Nachhaltigkeit im Tourismus zu finden. Dabei entwickelten sie ein Punktesystem, welches Gäste für Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit belohnt.

Der Zweitagesevent fand in einem hybriden Format (digital und physisch) statt. Zu den Veranstaltungen am Samstagabend und am Sonntag waren nur ausgewählte junge Delegierte eingeladen, welche dafür nach Arosa reisten. Hier fanden Workshops zu drei Themen statt. Ziel war es, Lösungen zu kreieren, welche auch nach dem Event langfristige Wirkung erzielen.

Dass CO<sub>2</sub>-Reduktion die Wirtschaft fördern kann, zeigt die Kooperation mit Energie Schweiz. Der Fokus liegt hierbei auf den beiden Kampagnen «MakeHeatSimple» und «erneuerbar heizen», welche sich den Themen Energie und Sanierungen widmen. Energie Schweiz war mit einem Informationsstand in der Indoor-Lounge des Arosa Humorfestivals präsent und informiert Gäste im Arosa Natur Labor. Im Herbst 2021 wurden Zweitwohnungsbesitzer mit einem Schreiben über die Möglichkeiten von Fernsteuerungssystemen für Heizungen und zur Energieberatung informiert. Eigentümer können so ihren Energieverbrauch senken und Kosten sparen ohne Komfortverlust. Der Rücklauf zeigt grosses Interesse an dieser Innovation. Die Handwerker in Arosa erhalten zusätzliche Aufträge, indem sie die Umsetzung bilateral mit den Eigentümern planen.

Dank der Diversität und Inklusion entstand ein touristisches Angebot. Der geländegängige JST-Multidrive-Rollstuhl ermöglicht es auch Menschen, die beim Gehen eingeschränkt sind, die Bergwelt zu erleben. Dies ist ein gutes Beispiel für barrierefreien Tourismus in Arosa.

All diese Aktivitäten manifestieren sich im Arosa Natur Labor. Hier sind die Drehscheibe und der Begegnungsort für Nachhaltigkeit im Dorf. Einheimische und Gäste finden hier Inspiration und können eigene Ideen einbringen. In der Ausstellung zeigen Kooperationspartner vorbildliche nationale und regionale Beispiele. Die Kurse, Führungen und Workshops der Arosa-Akademie sind hier zu Hause. Zudem können individuelle Arbeitsplätze oder ein Gruppenarbeitsraum gemietet werden.

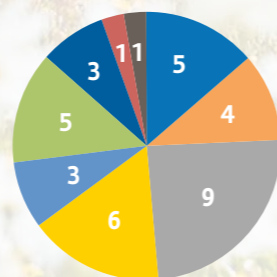
Was alle diese Projekte gemeinsam haben, ist die Kooperation. Nachhaltigkeit ist kein Alleingang. Ohne Kooperationen wären diese Ideen nicht umsetzbar. Nur gemeinsam können wir die Zukunft gestalten. In diesem Sinne kann Arosa 2030 auf starke und engagierte Partner zählen. Wenn die Gemeinde, Bergbahnen, Hotellerie, Gastronomie, Handel und Gewerbe sowie jeder Gast, Zweit- und Einheimische seinen wertvollen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung in Arosa leistet, können wir Grosses erreichen. Einmal mehr sieht Arosa die Zeichen der Zeit und übernimmt die Führung.

Wir sind auf dem Weg in eine genussvolle Zukunft, ohne Verzicht, aber mit Verantwortung und gutem Gewissen.

In folgenden Handlungsfeldern wurden Projekte umgesetzt.

**Anzahl Projekte Arosa 2030**

- Sensibilisierung und Bildung
- Kommunikation
- Angebotsoptimierung und -entwicklung
- Abfall und Energie
- Biodiversität und Wasser
- CO<sub>2</sub>-Reduktion
- Diversität und Inklusion
- Kultur und Tradition
- Kooperation



<b>MANAGEMENT</b> Kommunikation Sensibilisierung und Bildung Angebotsoptimierung und -entwicklung		
<b>NATUR</b> – CO <sub>2</sub> -Reduktion – Abfall und Energie – Biodiversität und Wasser	<b>GESELLSCHAFT</b> – Diversität und Inklusion – Kooperation – Kultur und Tradition	<b>WIRTSCHAFT</b> – Innovation – Investition – Regionalität





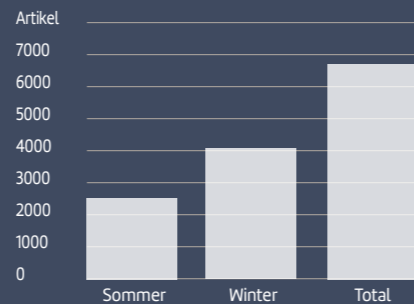
## Marketing und Kommunikation

**Tanja Hengartner**  
Teamleiterin Marketing  
und Kommunikation

# Präsenz dank Medienarbeit

Arosa überrascht und sorgt mit kreativen Aktionen immer wieder für Schlagzeilen. Dass wir in den Medien stets präsent sind, hängt nicht nur mit dem überzeugenden Produkt, sondern auch mit der aktiven Medienarbeit im Hintergrund zusammen. Dabei gilt: Medienanfragen umgehend beantworten, die Medienschaffenden persönlich je nach Interesse und Schwerpunkt abholen, mit kompetenten Ansprechpartnern unterstützen und das Material so aufbereiten, dass Fotos und Texte möglichst ohne grossen Aufwand weiterverarbeitet werden können.

Über 6700 Artikel sind zwischen dem 1. Mai 2021 und dem 30. April 2022 im Zusammenhang mit Arosa erschienen.



**BERICHTERSTATTUNG SOMMERSAISON**  
01.05.2021 – 23.10.2021

**2 639 Artikel**

**BERICHTERSTATTUNG WINTERSAISON**  
24.10.2021 – 30.04.2022

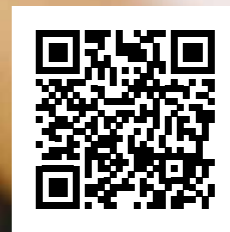
**4 074 Artikel**

**BERICHTERSTATTUNG TOTAL (WINTER UND SOMMER)**  
01.05.2021 – 30.04.2022

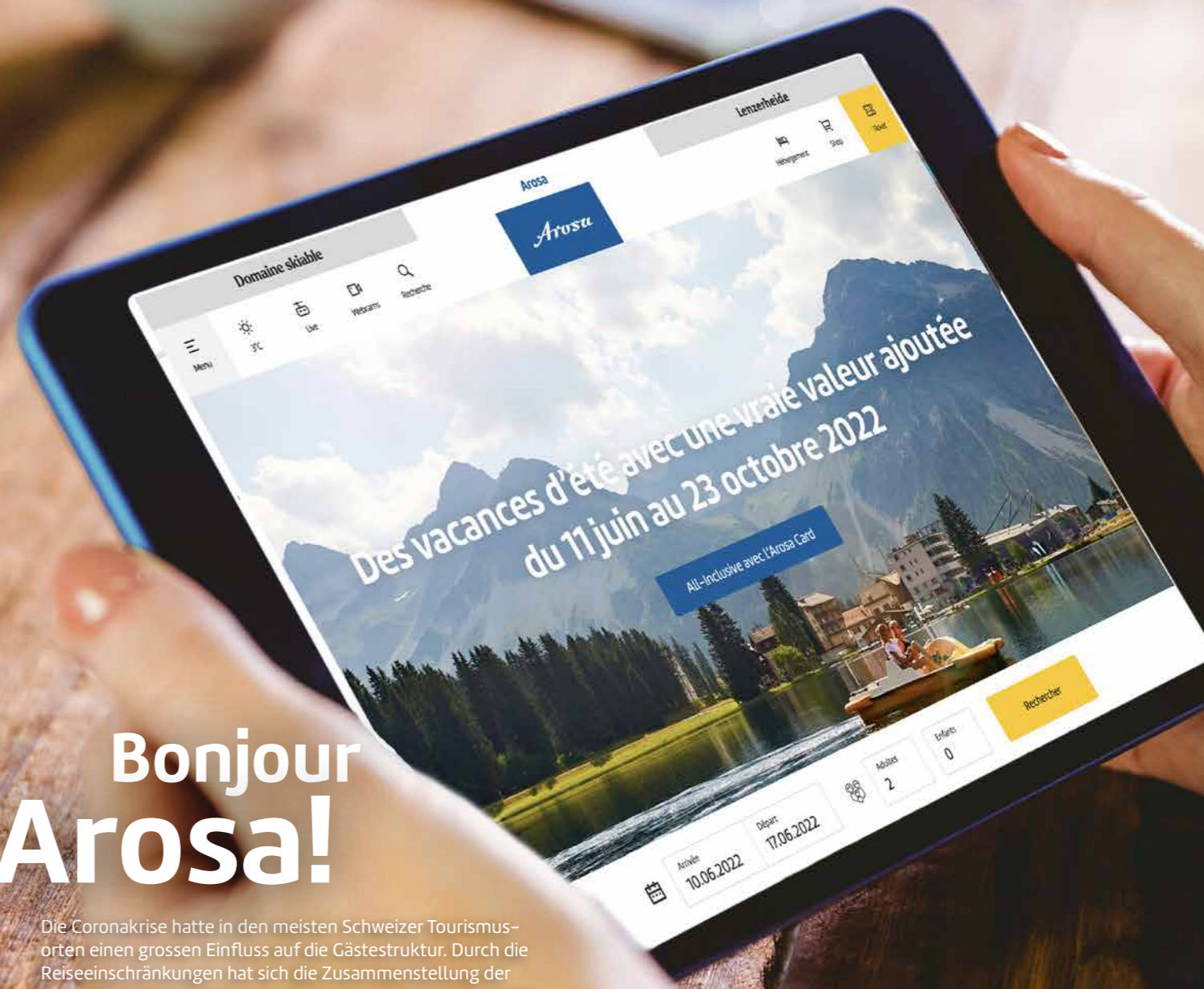
**6 713 Artikel**

# Bonjour Arosa!

Die Coronakrise hatte in den meisten Schweizer Tourismusorten einen grossen Einfluss auf die Gästestruktur. Durch die Reiseeinschränkungen hat sich die Zusammenstellung der Herkunftsländer verändert, ausländische Gäste konnten nicht in die Schweiz einreisen. Die Schweizerinnen und Schweizer waren fast gezwungen, ihre Ferien in der Schweiz zu verbringen. In Arosa war dieser Effekt nicht ganz so ausgeprägt. Unsere Gäste kommen bereits hauptsächlich aus der Schweiz. Und doch konnte man eine Veränderung wahrnehmen. Denn plötzlich hörte man auch bei uns vermehrt französisch sprechende Gäste. Die Romandie hat Graubünden und Arosa entdeckt. Aus diesem kurzfristigen Effekt soll sich eine möglichst langfristige neue Zielgruppe entwickeln. Arosa soll auch in der französischen Schweiz ein Versprechen für einzigartige Ferienerlebnisse werden. Dafür wurden verschiedene Massnahmen umgesetzt. Nicht nur die Webseite wurde überarbeitet. Nach einer Plakat- und Onlinekampagne zum All-Inclusive Angebot im Sommer folgte im Winter dann ein Push für Skischule inklusive. Natürlich ist auch weiterhin geplant, Arosa mit auffallenden Kommunikationsmassnahmen bei den Romands zu positionieren.



arosaweb.com/fr







# Ein Tal, das verbindet

Die Einführung des neuen Tourismusgesetzes per 1. Juni 2021 bedeutete auch für die touristische Vermarktung des Schanfiggs eine grosse Änderung. Nach jahrelanger Zusammenarbeit und punktueller Unterstützung der verschiedenen Tourismusvereine ging die Marketingverantwortung vollständig zu Arosa Tourismus über. Gemeinsam mit verschiedenen Exponenten, Leistungsträgern und Partnern konnten im ersten Jahr der neuen Konstellation bereits wirkungsvolle Massnahmen umgesetzt werden. Wie beispielsweise die Integration der Angebote und Erlebnisse in die Kommunikation, Drucksachen und Webseite. Somit hat sich die Sichtbarkeit für den Gast stark verbessert. Auch wurde intensiv an der künftigen Ausrichtung gearbeitet. So wurde in einem Strategiepapier Schwerpunkte

definiert, an denen sich die weiteren Massnahmen und Produktentwicklungen orientieren. Das wilde Bergtal zwischen Chur und Arosa punktet vor allem im Bereich Authentizität, Gastlichkeit und Entschleunigung.

### Highlight:

Nicht nur das Tal verbindet. Seit letztem Sommer schlägt der Dörferweg Schanfigg auf 52 Kilometern eine symbolische Brücke zwischen den Ortschaften des Bergtals zwischen Chur und Arosa. Unterwegs warten viele Entdeckungen: Naturschätze, grandiose Aussichten, geschichtsrreiche Kultur und authentische Dörfer.

# Produktinnovation

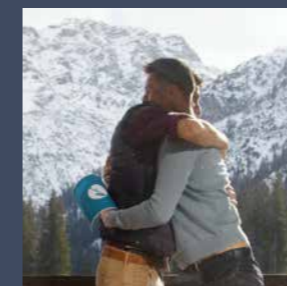
## BUCKET LISTS

Ziel: bestehende Produkte spannender und mit Storytelling dem Gast zu präsentieren und entsprechend zu kommunizieren (Fokus Online-Kommunikation).



## HOME-OFFICE

Corona hat auch neue Arbeitsmodelle hervorgebracht. Home-Office macht flexibles und orts-unabhängiges Arbeiten möglich. Weshalb also nicht in Arosa?



## FRÜHLINGSSKIFAHREN

Lange Saison mit einer entsprechenden Online-Kampagne sympathisch kommunizieren.

### Social Media (organic & paid)



## PASSENDE EVENT-FORMATE

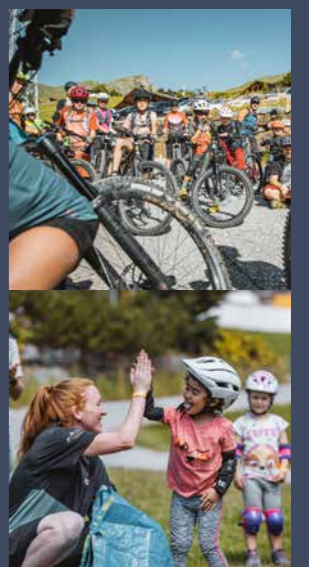
Aus Produktinnovation entstehen passende Event-Formate, wie zum Beispiel die Family Bike Vibes.

Der Fokus beim Produkt Bike liegt auf den Familien, daraus entstanden der Hörnli Trail, das Skill Center oder die Bären Bikebande.

Als Weiterentwicklung wurde im Sommer 2021 erstmals ein Produkt-event lanciert:

### Family Bike Vibes Festivalcharakter

- Integration der bestehenden Leistungsträger
- Rund 30 bikende Familien, welche ein Wochenende in Arosa geniessen durften







**Janine Ryser**  
Teamleiterin MICE

## MICE

Die Welt erholte sich nur in kleinen Schritten von der Corona-pandemie – doch die Nachfrage nach Firmenausflügen, Ski-weekends und Geburtstagsfeiern stieg kontinuierlich wieder an. Es war spürbar, dass der Drang, Verpasstes nachzuholen, gross war und noch immer ist. Die Anfragen wurden mehr und das MICE-Business somit wieder belebter.

### Veranstaltungen im Vergleich

Sommer: Mit 68 erfolgreich durchgeführten Incentives und In-House-Veranstaltungen ist eine Steigerung um 16 Veranstaltungen gegenüber dem Sommer 2020 zu verzeichnen.

Winter: Markant erhöht hat sich dank den vielen Lockerungen hinsichtlich der Pandemie die Anzahl an Veranstaltungen in der Wintersaison 2021/22. Total wurden 61 Veranstaltungen durchgeführt, was einer Vervielfachung gegenüber den 16 Veranstaltungen im Winter 2020/21 entspricht. Vergleicht man die Anzahl mit dem letzten coronafreien Winter 2018/19, ist noch immer eine Steigerung von 15% festzustellen.

Spürbar ist auch die überaus gute Auslastung in den Arosener Hotels. Insgesamt 16 Anfragen konnten alleine für die Wintersaison aufgrund fehlender Angebote von Hotels nicht mit einer Offerte beantwortet werden.

Trotz noch bestehenden Massnahmen während des 30. Arosa Humorfestivals durften wir für 19 Firmen und Privatgruppen einen Ausflug ins Zirkuszelt organisieren. Bereits jetzt ist absehbar, dass dies auch während der 31. Austragung der Fall sein wird.

### Spezialangebote

Weiterhin gut gebucht ist auch das Workation-Angebot im Sport- und Kongresszentrum sowie im Natur Labor. Insgesamt konnten während der Wintersaison 64 Tagesbuchungen verbucht werden.

Beim Comeback-Pack für Wiedereinsteiger konnten 5 von 8 Anfragen umgesetzt werden.

### Snowfest Just Eat Takeaway

Was einst 2020 mit 1500 Personen geplant war, durfte nach zwei Covid-19-bedingten Absagen nun 2022 nach einer intensiven Vorbereitungszeit – dank enormem Firmenwachstum als Gewinner der Corona-Pandemie – mit rund 4500 Personen stattfinden – das Snowfest des Food-Delivery-Anbieters Just Eat Takeaway.

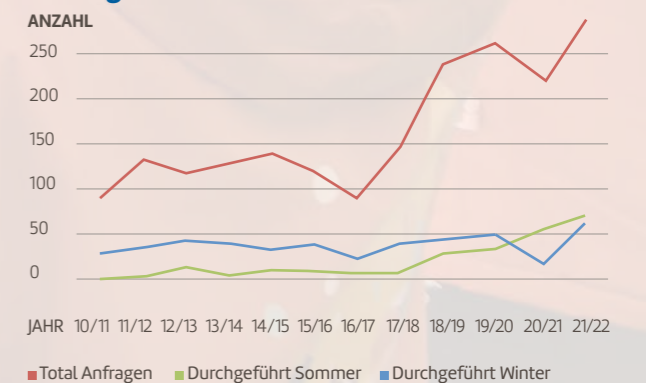
Die Veranstaltung war ein voller Erfolg für alle Beteiligten, und Arosa hat mit 4500 glücklich heimreisenden Besucher:innen viele potenzielle Gäste gewonnen.

### Folgende Fakten zeigen deutlich auf, was das Snowfest für Arosa während der Nachwintersaison bedeutet hat:

- 19 grösstenteils exklusiv gebuchte Hotels
- 3 Street Food Festivals am Obersee
- 3 Mountain Food Markets im Tschuggendörfli
- 3 Party Nights
- 40 Schneesportlehrer:innen
- rund 4500 Ski- und Snowboardvermietungen
- rund 4500 2-Tages-Skipässe und Eintritte ins Schneesportgebiet Arosa Lenzerheide
- 3,7 Millionen Franken Wertschöpfung für Arosa



### Durchgeführte Incentives







**Andrea Mende**  
Teamleiterin Gästeinformation

# Gästeservice

## Die Gästeinformation mit ihren Aufgabenbereichen

Herzlich willkommen am Gästeinformationsschalter! Zuvorkommend und herzlich empfangen wir unsere Partner und Gäste. Als erste Anlaufstelle ist eine unserer Hauptaufgaben bei Fragen oder Wünschen, die Gäste zu beraten, zu informieren und unser breites Wissen zu vermitteln. Wir können den Gästen das Sommer- und das Winterangebot bestens erklären und wissen, was es für grossartige Leistungsträger und Events gibt. Damit wir immer über die Geschehnisse Bescheid wissen, ist es wichtig, dass uns die Leistungsträger über ihre Neuigkeiten informieren. Zudem sind wir die Schnittstelle zu allen anderen Abteilungen bei Arosa Tourismus. Unsere Aufgabe liegt nicht nur darin, unsere Besucher zu informieren und zu beraten, es kommen noch viel mehr Arbeiten dazu. So werden zahlreiche Hintergrundarbeiten und Projekte auch von uns übernommen.

## Eine ausserordentliche Zeit

Verständnis, Engagement und Teamspirit waren auch wegen Covid-19 in diesem Geschäftsjahr wieder gefragt. Die wechselnden Bestimmungen und Einschränkungen von Woche zu Woche waren eine grosse Herausforderung für das Gästeinformationsteam. Neben beliebten kurzfristigen Ferienaufenthalten und Buchungen waren auch spontane Absagen und Stornierungen Alltag. Die Wertschätzung für unseren Einsatz, unser Entgegenkommen und unsere einfühlsame Art durften wir mit positiven Rückmeldungen der Gäste und Leistungsträger entgegennehmen. Enorm schätzten die Gäste, dass sie ihre Ferien trotz der teilweise unsicheren Lage in Arosa geniessen konnten. So konnten die Sommer- und die Wintersaison erfolgreich durchgeführt werden und unsere Top-Events wie Arosa ClassicCar, Arosa Mundartfestival, Arosa Humorfestival und der Skicross wieder stattfinden. Mit den Durchführungen von einzelnen Veranstaltungen kehrten wir wieder einen Schritt zur Normalität zurück. Gegen Ende des Geschäftsjahrs durften wir unsere geschätzten Gäste, Einheimischen, Zweitwohnungsbesitzer und Leistungsträger ohne Maske wieder mit einem sichtbaren Lächeln begrüssen.

## Sommer 2021

Der Sommer 2021 brachte einige Neuigkeiten und Fortschritte mit sich. Mit dem Sommersaisonstart wurde die neue digitale Gästekarte / All-inclusive-Karte für die Gäste, Zweitheimischen sowie auch für die Einheimischen eingeführt. Durch die Talfusion im letzten Sommer können nun auch Übernachtungsgäste und Zweitwohnungsbesitzer aus dem Tal Schanfigg von der All-inclusive-Karte profitieren. Die Angebote und Veranstaltungen werden durch den Zusammenschluss breiter, vielfältiger und ergänzen sich gegenseitig.

Im letzten Sommer wurde symbolisch zur touristischen Verbindung der neue Dörferweg Schanfigg eröffnet. Der Weg verbindet die Dörfer des Tals Schanfigg von Chur nach Arosa auf beiden Talseiten für Wanderer. Da das Bedürfnis nach Ruhe, Natur und Rückzug bei den Gästen gestiegen ist, bietet der Weg eine perfekte Angebotsergänzung. Auch die Anfragen zum Thema E-Bike-Touren stiegen im letzten Sommer enorm. Mit dem Arosa Bärenland, dem Indoor-Spielplatz Bärenhöhle, diversen Kinderevents und den verschiedenen Themenwegen durften wir auch viele Nachwuchsgäste bei uns begrüssen.

## Winter 2021/2022

Der Start in die Wintersaison war eher unsicher, der Schluss hingegen ein absoluter Erfolg. Die Wintersaison durften wir mit dem 30-Jahr-Jubiläum des Arosa Humorfestivals eröffnen und mit dem Mitarbeiteranlass von Just Eat Takeaway abschliessen. Die Gäste schätzten es, die Wintersportarten und das gastronomische Angebot wieder ohne grosse Einschränkungen geniessen zu können. Die Nachfrage nach Langlaufstieg, und geführte Schneeschuh- und Wandertouren waren gefragt. Heute blicken wir auf einen herausfordernden, jedoch sehr erfolgreichen Winter in allen Bereichen zurück und freuen uns auf die kommende Sommersaison.





**Silvano Ottiger**  
 Fachverantwortung Digitalisierung /  
 Deskline und Data Manager

# Deskline und Digitalisierung

## Einführung elektronisches Meldewesen und digitale Gästekarte

Auf das Geschäftsjahr 2021/22 hin wurden in Rekordzeit das elektronische Meldewesen und eine digitale Gästekarte der Firma feratel eingeführt.

Jeder aktive Beherberger der Gemeinde Arosa hat so nun die Möglichkeit, seine Gäste online in einem Melde-Client für die Gästemeldung anzumelden sowie im Sommer seinen Gästen digitale Gästekarten auszustellen. Die Einführung lief ohne grössere Probleme ab und kann als sehr erfolgreich bezeichnet werden. Auf das neue Geschäftsjahr hin sind weitere Optimierungen und Erweiterungen in diesem Bereich geplant.

## Strukturanpassungen und französischer Content

Auf der Website arosalenzheride.swiss wurden Struktur- anpassungen vorgenommen, um die Usability weiter zu verbessern und die Gäste noch klarer auf ihrem Customer Journey zu begleiten.

Um schneller zum gewünschten Inhalt gelangen zu können, erfolgte eine klare Trennung der Bereiche Arosa, Lenzerheide und Skigebiet. Ausserdem wurden die Inhalte auf den Arosa-Seiten auf Französisch übersetzt.

## Positive Entwicklung der Umsatz- und Buchungszahlen

Wie schon im Vorjahr hatte auch dieses Jahr die Situation um das Coronavirus einen Einfluss auf Buchungsabschlüsse und Stornierungen.

Erfreulicherweise konnte der effektive Umsatz aller Kanäle um 25,64 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert und somit erstmals mehr als 2 Millionen Franken Umsatz generiert werden. Total konnten so 1143 Unterkunftsbuchungen vorgenommen werden.

Es konnte über jeden Verkaufskanal eine Umsatzsteigerung erzielt werden. Weitere Zahlen entnehmen Sie den Statistiken.

## Logiernächte-Entwicklung feratel Deskline

Die gebuchten Logiernächte sind gegenüber dem Vorjahr um 4 993 Nächte angestiegen. Dies entspricht einem Plus von 21%.

## Umsatz und Infos zu Aktivitäten

Der Umsatz der gebuchten und durchgeführten Buchungen von touristischen Aktivitäten auf dem Marktplatz betrug 48 661 CHF. Dies entspricht einem Minus von knapp 20 % gegenüber dem Vorjahr. Das Minus ist auf gewisse Einschränkungen beim Durchführen von Leistungen aufgrund der Covid-19-Situation zurückzuführen. Total wurden so 306 Buchungen generiert.

## aL.digital

Im Rahmen des neuen digitalen Transformationsprojekts wollen die vier Unternehmen Arosa Bergbahnen, Arosa Tourismus, Lenzerheide Bergbahnen und Lenzerheide Marketing und Support AG sämtliche touristische Angebote und Services in einem gemeinsamen und kundenzentrierten digitalen Ökosystem verfügbar machen. Bei dem Transformationsprojekt «aL.digital» geht es um die Optimierung von Daten und Abläufen aus den unterschiedlichsten Abteilungen der vier Unternehmen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Ein gemeinsames digitales Ökosystem schafft die technischen und organisatorischen Voraussetzungen, um die digitale Revolution gemeinsam zu stemmen und neue Möglichkeiten zu erschliessen. Nach der Setup Phase, welche die Erstellung eines Zielbildes, eines Business Plan sowie die Evaluation des besten Ansatzes beinhaltet, geht es im kommenden Jahr um konkrete Umsetzungen. Dies selbstverständlich unter starkem Einbezug weiterer Leistungsträger und dem gemeinsamen Ziel, die Gäste von morgen näher an die Destinationen Arosa und Lenzerheide sowie an das Sommer- und Sommer- und Wintersportgebiet zu binden. Vereinfachte und übersichtliche Zugänge zu sämtlichen Leistungen, beginnend mit der Anreise über die Sportausrüstung und die Bergbahntickets bis zu Zimmer- und Tischreservierungen und individuelle Packages sollen die «Customer Journey» personalisierter gestalten und Such- und Vergleichsprozesse minimieren.

**Umsatz Deskline** 2021/22 mit Jahresvergleich (Aufsplittung nach Verkaufskanälen und Leistungsträgern)

	Total 2020/21	Total 2021/22	% zu VJ	Hotel 2020/21	Hotel 2021/22	% zu VJ	FeWo 2020/21	FeWo 2021/22	% zu VJ
Gästeinfo	CHF 125 135.36	CHF 158 147.70	26,38%	CHF 16 073.90	CHF 13 044.25	-18,85%	CHF 109 061.56	CHF 145 103.45	33,05%
Internet	CHF 768 390.38	CHF 895 345.01	16,52%	CHF 157 080.80	CHF 147 180.22	-6,30%	CHF 611 311.58	CHF 748 164.79	22,39%
Schnittstellen*	CHF 868 645.75	CHF 1 076 437.13	23,92%				CHF 868 645.75	CHF 1 076 437.13	23,92%
Packages**	CHF 17 727.00	CHF 106 294.00	499,62%	CHF 17 727.00	CHF 106 294.00	499,62%			
<b>Total</b>	<b>CHF 1 209 319.81</b>	<b>CHF 1 296 411.62</b>	<b>7,20%</b>	<b>CHF 247 748.45</b>	<b>CHF 236 086.89</b>	<b>-4,71%</b>	<b>CHF 961 571.36</b>	<b>CHF 1 054 079.43</b>	<b>9,62%</b>

\* Es bestehen nur Schnittstellen zu Ferienwohnungen. Hotels haben über Arosa Tourismus keine Schnittstellen zu z. B. E-Domizil.  
 \*\* Packages wurden nur für Hotels angeboten.



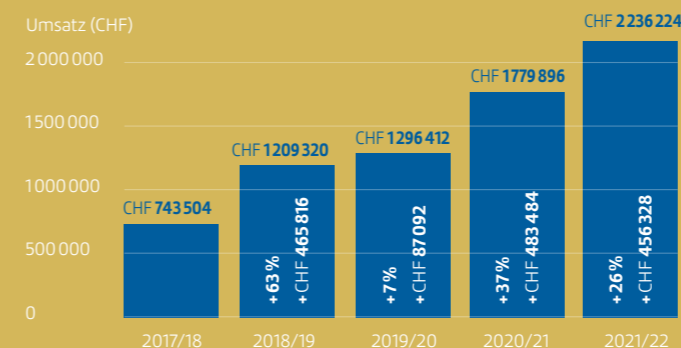
**48 661 CHF** ↘ **-20%**  
 Umsatz Marktplatz



**28 824** ↗ **+4 993**  
 Logiernächte Buchungen  
 über feratel Deskline

## Gesamtumsatz Deskline

Buchungen Hotels, Ferienwohnungen, Packages





# Events

Im Eventteam stand ein grosser Umbruch an. Alle Projektleiterstellen wurden nach und nach neu besetzt. Die neuen Mitarbeiter haben sich mit sehr viel Engagement und Motivation in dieses Abenteuer gestürzt und die bisherige Eventqualität hochgehalten.

Doch ganz so einfach war es gar nicht. Zu Jahresbeginn war immer noch nicht klar, ob die Grossevents wieder durchgeführt werden können oder unter welchen Bedingungen sie stattfinden werden. Im Juni und Anfang Juli 2021 ergaben sich nochmals diverse Absagen. Doch ab Mitte Sommer wurden die Events nachgeholt. Dies war auch bei unseren Gästen spürbar. Man genoss die Event-Momente und Erlebnisse wieder voll und ganz. Die Swiss O-Week brachte über eine ganze Woche rund 2000 OL-Läufer:innen nach Arosa, welche in der ganzen Destination im Gelände unterwegs waren.

Danach durften wir Bikeanlässe, Familienveranstaltungen, Comedy-Events und natürlich unsere Arosa ClassicCar durchführen. Am Oldtimer-Rennen säumten wieder sehr viele Besucher:innen die Rennstrecke und genossen das Wetter sowie die tollen Autos. Auch das Mundartfestival überzeugte ein weiteres Mal mit einem spannenden Programm.

Auf den Winter hin wurden die Schutzkonzepte weiter verschärft. Schon früh musste entschieden werden, in welcher Art respektive unter welchen Sicherheitsleitplanken wir das Arosa Humorfestival durchführen können. Der finale Entscheid der Maskenpflicht ermöglichte uns die Durchführung, und Besucher:innen wie auch Künstler:innen waren einfach unglaublich dankbar, dass es wieder stattfand und man einige Stunden lachen konnte.

Zur gleichen Zeit organisierten wir zusammen mit den Arosa Bergbahnen und der Schweizerischen Schneesportschule den Audi FIS Ski Cross World Cup. Dieses Mal an zwei Renntagen in der einzigartigen Abendkulisse in Innerarosa.

Mit der Einführung der 2-G-Regeln musste leider zum zweiten Mal im Januar das Arosa IceSnowFootball abgesagt werden. Doch für die März- und April-Events gab es wieder positive Vorzeichen. So fanden die Rivella Mountain Challenge, das Horizont Snowmasters, das Live Is Life und auch der Schweizer Ferientag statt und brachten viel Leben und neue Gäste nach Arosa.



## Durchgeführte Events 2021/22

**14. – 15. Dezember 21**  
Audi FIS Ski Cross World Cup – die Nightsession ist für alle Zuschauer:innen ein Highlight

**17. – 24. Juli 21**  
Swiss O-Week – grossartiger Startschuss in den Eventsommer

**30. Juli / 1. August 21**  
Appenzeller Welttournee und Bundesfeier – Comedy für einmal im Sommer

**13. – 15. August 21**  
Family Bike Vibes – die Bikefamilien entdecken Arosa

**20. – 22. August 21**  
Hörnli Trailjagd – rund 260 Biker:innen geniessen unsere Singletrails

**2. – 5. September 21**  
Arosa ClassicCar – grosser Publikumsaufmarsch und 170 Oldtimer

**7. – 10. Oktober 21**  
Arosa Mundartfestival – Erneut ist das Festival selbst der Star

**8. – 19. Dezember 21**  
Arosa Humorfestival – 30-Jahr-Jubiläum mit vielen Künstler:innen





**Rochus Caluori**  
Teamleiter Anlagen und Eventsupport,  
Koordination IT

## IT / Anlagen

### IT: Hardware/Software

In diesem Geschäftsjahr wurde das Hauptaugenmerk auf die Arbeitsplätze in den Büros gelegt. Es konnten fast alle Arbeitsplätze mit Dockingstation und Doppelbildschirm ausgestattet werden, was ein ergonomisches Arbeiten für die Mitarbeitenden möglich macht. Auch im Bereich Konferenztechnik wurde die Hardware verbessert, damit «hybride» Sitzungen bei uns im Sport- und Kongresszentrum ohne grossen Aufwand möglich sind.

Durch diverse Personalwechsel mussten auch die einen oder anderen Notebooks ersetzt werden, welche doch auch schon fünf bis sechs Jahre alt waren.

Im Softwarebereich wurden dieses Jahr keine grossen Investitionen getätigt, da wir mit Microsoft365 automatisch immer auf dem neusten Stand der Technik sind.

### Kongresstechnik

Im Kongressbereich hätten wir in diesem Jahr die Mikrofon-Funkstrecken ausgewechselt, um auch da die zehn Jahre alte Technik zu erneuern. Leider kam es wegen Corona und des Kriegs in der Ukraine zu Lieferproblemen. Die neuen Mikrofone werden also erst im neuen Geschäftsjahr einsatzbereit sein. Nichtsdestotrotz haben wir für die verschiedenen Veranstaltungen im Kongresssaal zwei Mikrofone für das Rednerpult angeschafft, und auch die Audioverbindung wurde komplett erneuert. Im Bereich Video gab es ebenso Erneuerungen, dort wurden die Lampen aller Beamer ersetzt.

### Anlagen: technischer Unterhalt Eishalle/OKEB

Im Sport- und Kongresszentrum durften wir dieses Jahr einen Teil der digitalen KABA-Schliessanlage ersetzen, welche nach zwölf Jahren ans Ende ihrer Lebenszeit gelangte. Weiter wurden die zwei Ölheizungen, welche früher die Eishalle und das Kongresszentrum separat beheizt haben, in einem Verbund zusammengefasst. An diesem Verbund wird auch das neue Hotel Carmenna hängen. Betrieben wird diese neue Heizungsanlage mit einer integrierten Wärmerückgewinnung aus der Eisaufbereitungsanlage durch das EWZ. Den Unterhalt dieser Anlage übernimmt das Team Sportanlagen. Diese Zusammenlegung bringt uns den grossen Vorteil, dass wir die Investitionen in neue Heiz- und Kühlanlagen nicht mehr finanzieren und auch alle Serviceverträge nicht doppelt haben müssen. Der Ölverbrauch wird sich durch die neue Heizung auch stark reduzieren, da wir die Abwärme der Eisaufbereitungsanlage zum Heizen mitverwenden können. Im Bereich Nachhaltigkeit haben wir uns auch weiter verbessert. So wurden unter anderem alle Garderoben auf der offenen Kunsteisbahn inkl. Garage auf LED-Beleuchtung umgestellt, und auch im Kongresszentrum wurden alle Gänge frisch gestrichen und bei der Gelegenheit ebenfalls auf LED-Beleuchtung umgestellt.







**Angela Buxhofer**  
Geschäftsführende Präsidentin

## Arosa Kultur

Der Verein Arosa Kultur kann trotz der Pandemie auf ein einigermaßen erfolgreiches Vereinsjahr 2020/21 zurückblicken. Die Musik-Kurswochen erreichten mit 1281 Teilnehmenden zwar 100 Anmeldungen weniger als vor der Pandemie, aber angesichts der unsicheren Lage ist der Verein überaus zufrieden mit diesem Resultat. Bei den Konzerten war es schwieriger. Alle Konzerte von Dezember 2020 bis April 2021 mussten abgesagt werden. Leider fanden auch die Konzerte der «Jungen Talente» nicht statt. Umso erfreulicher war der Kultursommer, welcher gut besucht stattfinden konnte.

### PROJEKTE

#### Musik-Kurswochen Arosa

Bei den 35. Musik-Kurswochen Arosa konnten wir angesichts der unsicheren und schwierigen Covid-19-Situation mit 1281 Teilnehmenden ein beachtliches Resultat erzielen. So kamen nur rund 100 Teilnehmende weniger als vor Corona an die über 130 Kurse. Im Einsatz standen fast 200 Kursleitende. 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.

#### Winterfestivals

Infolge der Pandemie war die Durchführung von Veranstaltungen von Mitte Dezember bis April untersagt. So konnte kein einziges Konzert des Kulturwinters und der beiden Festivals Arosa Sounds und Arosa Klassik stattfinden.

#### Kultursommer Arosa

Der Kultursommer 2021 fand vom 9. Juni bis 16. Oktober mit folgenden Veranstaltungen statt: 17 Bergkirchli-Konzerte, 1 Tanzabend, 2 Volksmusikkonzerte, 1 Rockkonzert, 3 Lesungen und 1 virtuelle Lesung, 2 Vorträge, 1 Jazzkonzert, 2 Klassikkonzerte, 3 Operaufführungen und 6 Kinderanlässe. Dazu kamen 50 Konzerte und Kursabschlusskonzerte der Musik-Kurswochen Arosa sowie das Kammermusik-Labor. Die Veranstaltungen konnten dank einem aufwendigen Schutzkonzept durchgeführt werden. Dieses beinhaltete auch eine Reduktion der Sitzplätze, was sich auf die Anzahl Besucher:innen ausgewirkt hat. Auch konnten nicht alle ursprünglich geplanten Abschlusskonzerte der Musik-Kurswochen Arosa durchgeführt werden. Die insgesamt 88 Veranstaltungen wurden von 2134 Personen besucht.

### Junge Talente im Konzert

Das Projekt «Junge Talente im Konzert» mussten wir leider absagen. Für die Zukunft ist eine neue Ausrichtung des Projektes geplant.

### JAHRESRECHNUNG

In finanzieller Hinsicht verlief das vergangene Geschäftsjahr erfreulich. Bei einem Umsatz von rund 1,33 Millionen Franken musste nur ein kleiner Verlust von 2436.99 CHF ausgewiesen werden.

### STABILE MITGLIEDERZAHLEN

Die Zahl der Mitglieder von Arosa Kultur ist im Vergleich zum Vorjahr (663) leicht gesunken: Per Ende Vereinsjahr 2021 zählte der Verein 8 Donator:innen (-1), 147 Gönner:innen (-1), 114 Familien- (-1) und 112 (-7) Einzelmitglieder. Da Familienmitglieder, Gönner:innen und Donator:innen doppelt gezählt werden, beträgt die Zahl der Vereinsmitglieder 650.

### ZUSAMMENSETZUNG VORSTAND UND GESCHÄFTSSTELLE AROSA KULTUR

Dem Vorstand von Arosa Kultur gehören an: Angela Buxhofer (Präsidentin), Jacqueline Egli, Rahel Hubmann, Renzo Semadeni (alle von der GV gewählt); Noldi Heiz (Delegierter der Gemeinde), Pascal Jenny (Delegierter Arosa Tourismus) und Pfr. Thomas Müller (Delegierter der evang. Kirchgemeinde). Revisoren sind Jürg Butzerin und Alessandro Minnella. Geschäftsführerin ist Angela Buxhofer. Die künstlerische Leitung obliegt Andri Probst, und das Sekretariat wird von Rahel Hubmann (Konzerte und Festivals) und Sandra Hartmann (Musik-Kurswochen) geführt. Betreffend Technik können wir auf das Fachwissen von René Padrun und Reto Clavadetscher zählen. Zudem unterstützen uns bei den Konzerten zahlreiche Helfer:innen. Die Kulturfachstelle Arosa-Schanfigg, welche organisatorisch ebenfalls bei Arosa Kultur angesiedelt ist, wird von Erika Holenweger geleitet.



# Finanzen

## BILANZ PER 30. APRIL 2022

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 8 082 290 aus. Das Eigenkapital beträgt per 30. April 2022 CHF 567 182.

### Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von CHF 2 648 616 und beträgt per 30. April 2022 CHF 8 072 882, resp. 99,88 % der Bilanzsumme. Das Anlagevermögen beträgt CHF 9 408 per 30. April 2022.

### Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Zunahme von CHF 2 623 172 und beträgt per 30. April 2022 CHF 7 515 107 resp. 92,98 % der Bilanzsumme.

Zugenommen haben die kurzfristigen Verbindlichkeiten per Ende Geschäftsjahr 2021/22 um CHF 2 221 710. Die passiven Abgrenzungen haben um CHF 306 475 zugenommen, während die Rückstellungen gesamthaft um CHF 94 987 erhöht wurden.

Das Eigenkapital verzeichnet durch das Ertrags-Defizit der Gästetaxen-Rechnung von CHF 200 131 sowie dem Ertrags-Überschuss der Marketing-Rechnung von CHF 234 973 im Geschäftsjahr 2021/22 eine Zunahme von insgesamt CHF 34 842 und beträgt per 30. April 2022 neu CHF 567 182, resp. 7,02 % der Bilanzsumme.

## ERFOLGSRECHNUNG 2021/22

### Gästetaxen-Rechnung

Die Gästetaxen-Rechnung verzeichnet bei Einnahmen von CHF 12 047 093 und Ausgaben von CHF 12 247 570 einen Verlust von CHF 200 131.

### Marketing-Rechnung

Bei Einnahmen von CHF 2 355 473 und Ausgaben von CHF 2 120 500 schliesst die Marketing-Rechnung 2020/21 mit einem Ertrags-Überschuss von CHF 234 973 ab.

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



# Bilanz

	30.04.2022	30.04.2021
<b>Aktiven</b>	<b>8 082 290</b>	<b>5 424 275</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>8 072 882</b>	<b>5 424 266</b>
Kassa	5 060	5 931
Postfinance	221 938	180 641
Banken	5 746 466	4 821 538
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>5 973 463</b>	<b>5 008 110</b>
Steuern + Beiträge	0	279 693
Diverse	1 749 624	66 657
<b>Forderungen</b>	<b>1 749 624</b>	<b>346 350</b>
Verkaufsmaterial	1.00	1.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
<b>Vorräte</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>
<b>Aktive Abgrenzungen</b>	<b>349 791</b>	<b>69 803</b>
<b>Anlagenvermögen</b>	<b>9 408</b>	<b>9.00</b>
Fahrzeuge	9 400	1.00
Möbiliar / Kunstrasen	1.00	1.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
<b>Sachanlagen</b>	<b>9 403</b>	<b>4.00</b>
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 MTS Samedan	1.00	1.00
<b>Finanzanlagen</b>	<b>5.00</b>	<b>5.00</b>

	30.04.2022	30.04.2021
<b>Passiven</b>	<b>8 082 290</b>	<b>5 424 275</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>7 515 107</b>	<b>4 891 935</b>
Laufende Verpflichtungen	4 430 946	1 308 405
Vorauszahlungen	634 521	1 535 352
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>5 065 466</b>	<b>2 843 756</b>
<b>Rückstellungen</b>	<b>1 796 003</b>	<b>1 701 016</b>
<b>Passive Abgrenzungen</b>	<b>653 637</b>	<b>347 162</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>567 182</b>	<b>532 340</b>
Gästetaxen-Reserve	127 590	327 721
Marketing-Reserve	439 592	204 619
<b>Erarbeitetes Kapital</b>	<b>567 182</b>	<b>532 340</b>



## Gästetaxen-Rechnung 2021/22 – Budget 2022/23

### Aufwand

Gästetaxe-Rechnung	BUDGET 2021/22	RECHNUNG 2021/22	BUDGET 2022/23
<b>Beiträge</b>	<b>110 000.00</b>	<b>125 123.90</b>	<b>110 000.00</b>
Verbände / Vereine		65 123.90	
Heimatmuseum		5 000.00	
Arosa Kultur		55 000.00	
<b>Gäste-Information</b>	<b>160 000.00</b>	<b>187 300.61</b>	<b>135 000.00</b>
Prospektmaterial		52 146.87	
Webseiten		25 958.38	
Marktplatz		46 482.70	
IT / Internet		22 468.78	
Gästeinformationsbetrieb		40 243.88	
<b>Gäste-Angebot</b>	<b>1 330 000.00</b>	<b>1 485 144.89</b>	<b>1 555 000.00</b>
All-Inclusive		1 155 762.56	
Digitalprodukte		90 001.16	
Gästeinbindung		4 367.62	
Nachwuchsangebote		59 267.87	
Aktivitäten Sommer		11 674.25	
Aktivitäten Winter		7 120.01	
Erlebnisangebote		73 494.14	
Langlauf-Bus		21 882.73	
Wandern / Biken		24 582.62	
Ruhebänke		36 991.93	
<b>Personalkosten</b>	<b>2 335 000.00</b>	<b>2 556 293.88</b>	<b>2 616 750.00</b>
Gehälter		2 046 561.49	
Sozialleistungen		257 548.00	
Leistungsaufträge		221 193.87	
Personalentwicklung		30 990.52	
<b>Verwaltungskosten</b>	<b>631 000.00</b>	<b>580 067.68</b>	<b>706 000.00</b>
Verwaltung		225 865.13	
Mietkosten		80 299.80	
Betriebskosten		273 902.75	
<b>Sportanlagen</b>	<b>514 000.00</b>	<b>565 225.73</b>	<b>526 000.00</b>
Betrieb Anlagen		40 548.29	
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen		142 857.99	
Strom, Heizkosten, Treibstoff		370 712.26	
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial		11 107.19	
<b>Kongress</b>	<b>347 500.00</b>	<b>3 981 670.45</b>	<b>343 500.00</b>
MICE		3 835 258.19*	
Miete Räumlichkeiten		119 546.70	
Catering		8 949.56	
Unterhalt, Ersatz, Nebenkosten		17 916.00	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Sommer</b>	<b>332 000.00</b>	<b>699 801.79</b>	<b>293 000.00</b>
Arosa ClassicCar		9 587.41	
Familienanlässe		30 476.25	
Sportanlässe		281 956.04	
Kulturanlässe		113 834.94	
Gesellschaftsanlässe		30 273.05	
Diverse Anlässe/Events		233 674.10**	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Winter</b>	<b>2 620 000.00</b>	<b>1 903 628.26</b>	<b>2 489 500.00</b>
Arosa Humorfestival		1 674 797.08	
Schneesportevents		204 142.95	
Arosa IceSnowFootball		13 709.72***	
Diverse Anlässe/Events		10 978.51	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Diverses</b>	<b>60 000.00</b>	<b>163 313.07</b>	<b>60 000.00</b>
Erneuerungsfonds		20 000.00	
Beiträge		20 000.00	
Subventionen Vereine/Verbände		20 000.00	
Diverser Aufwand		103 313.07****	
<b>GESAMTAUFWAND</b>	<b>8 439 500.00</b>	<b>12 247 570.26</b>	<b>8 834 750.00</b>

\*Vollkostenrechnung (inklusive Anlass «JET») \*\*inklusive Anlass «Schweizer Ferientag» \*\*\*Absage ISF 2021 \*\*\*\*Reservebildung «Events»

### Ertrag

Gästetaxe-Rechnung	BUDGET 2021/22	RECHNUNG 2021/22	BUDGET 2022/23
<b>Gästetaxen-Ertrag</b>	<b>4 863 000.00</b>	<b>4 633 809.61</b>	<b>5 155 000.00</b>
Anteil Gästetaxen aus TG Arosa		4 598 444.70	
Firmenpartner/Destinationspartner		35 364.91	
<b>Gäste-Information</b>	<b>10 000.00</b>	<b>1 318.48</b>	<b>10 000.00</b>
IT / Internet		1 318.48	
<b>Gäste-Angebot</b>	<b>62 000.00</b>	<b>122 091.60</b>	<b>63 000.00</b>
All-Inclusive		25 786.38	
Digitalprodukte		47 600.00	
Nachwuchsangebote		3 250.71	
Aktivitäten Sommer		1 800.74	
Aktivitäten Winter		3 312.40	
Ruhebänke		40 341.37	
<b>Personalerträge</b>	<b>289 500.00</b>	<b>338 365.78</b>	<b>262 900.00</b>
Leistungsaufträge		78 265.78	
Personalgutschriften Events		260 100.00	
<b>Verwaltungserträge</b>	<b>168 000.00</b>	<b>271 926.64</b>	<b>243 000.00</b>
Betriebserträge		6 974.74	
DIRES - Provisionen		201 266.23	
Klassifikation Fewo		3 628.36	
Gebühren Beherberger		19 034.00	
Mitglieder-Beiträge		37 050.00	
Verkaufsmaterial		3 973.31	
<b>Sportanlagen</b>	<b>277 000.00</b>	<b>376 942.84</b>	<b>359 350.00</b>
Betrieb Anlagen		46 546.40	
Eissport		237 202.40	
Kunstrasen		3 100.00	
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen		8 237.52	
Strom, Heizerträge, Treibstoff		79 755.23	
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial		2 101.29	
<b>Kongress</b>	<b>266 000.00</b>	<b>4 149 850.20</b>	<b>266 000.00</b>
MICE		4 109 340.78*	
Miete Räumlichkeiten		8 532.34	
Catering		4 563.81	
Unterhalt, Ersatz		27 413.27	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Sommer</b>	<b>135 000.00</b>	<b>402 415.06</b>	<b>140 500.00</b>
Sportanlässe		175 248.91	
Kulturanlässe		78 220.02	
Gesellschaftsanlässe		2 338.40	
Diverse Anlässe/Events		146 607.73**	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Winter</b>	<b>2 340 000.00</b>	<b>1 750 718.92</b>	<b>2 335 000.00</b>
Arosa Humorfestival		1 670 183.99	
Schneesportevents		78 473.65	
Arosa IceSnowFootball		2 061.28***	
<b>GESAMTERTRAG</b>	<b>8 410 500.00</b>	<b>12 047 439.13</b>	<b>8 834 750.00</b>
<b>Verlust</b>	<b>-29 000.00</b>	<b>-200 131.13</b>	<b>0.00</b>



## Marketing-Rechnung 2021/22 – Budget 2022/23

Marketing-Rechnung	BUDGET 2021/22	RECHNUNG 2021/22	BUDGET 2022/23
<b>Marketing-Aufwand</b>	<b>2 226 000.00</b>	<b>2 120 499.58</b>	<b>1 971 000.00</b>
Marketing / Kommunikation	1 940 000.00	1 813 863.51	1 675 000.00
Arosa 2030	90 000.00	67 700.33	80 000.00
PR / Events	120 000.00	130 234.67	105 000.00
Sales / Messen	30 000.00	31 034.18	65 000.00
Administration	46 000.00	77 666.89	46 000.00
<b>Marketing-Ertrag</b>	<b>2 255 000.00</b>	<b>2 355 472.80</b>	<b>1 971 000.00</b>
Marketing / Kommunikation	805 000.00	935 899.70	676 000.00
PR / Events	50 000.00	69 573.10	45 000.00
Anteil TFA aus TG Arosa	800 000.00	800 000.00	650 000.00
Marketingbeitrag Gemeinde	600 000.00	550 000.00	600 000.00
<b>GEWINN</b>	<b>29 000.00</b>	<b>234 973.22</b>	<b>0.00</b>





## 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



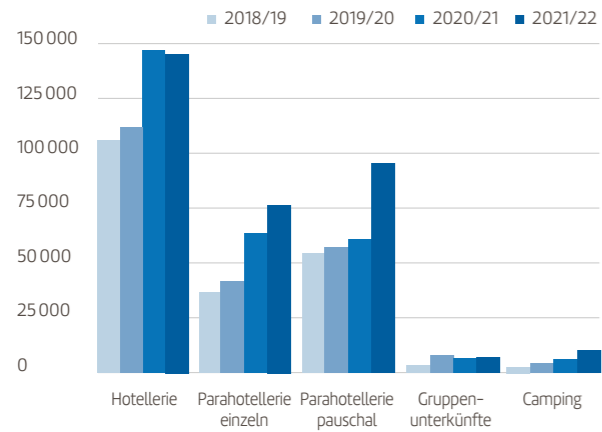
Nationen	Sommer 2021	Winter 2021/22	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
<b>HOTELS</b>					
Schweiz	123 206	172 946	296 152	295 227	0,3 %
Deutschland	15 671	51 708	67 379	31 188	116,0 %
Benelux	1 492	16 448	17 940	4 639	286,7 %
Grossbritannien	254	11 039	11 293	815	1285,6 %
Israel	123	639	762	30	2440,0 %
USA	312	1 357	1 669	165	911,5 %
Frankreich	443	1 850	2 293	1 628	40,8 %
Australien/Ozeanien	0	151	151	84	79,8 %
Russland	8	403	411	279	47,3 %
Skandinavien	177	2 613	2 790	382	630,4 %
Italien	210	504	714	613	16,5 %
Österreich	346	861	1 207	1 006	20,0 %
Polen	44	916	960	4 727	-79,7 %
Diverse	3 364	8 364	11 728	2 994	291,7 %
<b>Total</b>	<b>145 650</b>	<b>269 799</b>	<b>415 449</b>	<b>343 777</b>	<b>20,85 %</b>

<b>PARAHOTELLERIE</b>					
Schweiz	63 976	66 894	130 870	132 729	-1,4 %
Deutschland	6 025	12 655	18 680	11 305	65,2 %
Benelux	1 888	3 231	5 119	1 934	164,7 %
Skandinavien	343	698	1 041	426	144,4 %
Grossbritannien	459	1 083	1 542	498	209,6 %
Frankreich	366	291	657	356	84,6 %
Israel	381	100	481	42	1045,2 %
USA	107	299	406	124	227,4 %
Österreich	274	140	414	236	75,4 %
Russland	0	0	0	7	-100,0 %
Italien	242	81	323	368	-12,2 %
Polen	40	364	404		
Diverse	1 182	938	2 120	7 272	-70,8 %
<b>Total</b>	<b>75 283</b>	<b>86 774</b>	<b>162 057</b>	<b>155 297</b>	<b>4,4 %</b>

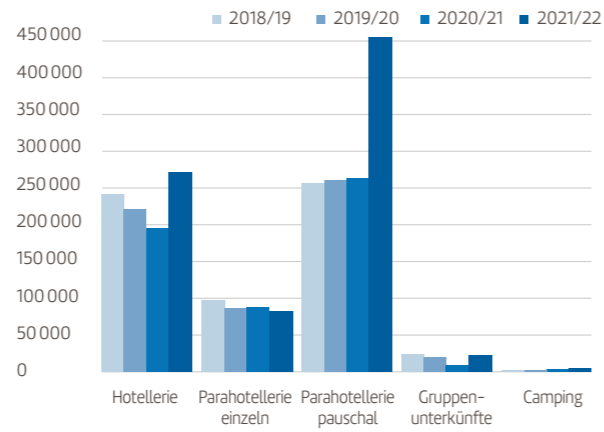
Backpackers	4 754	14 213	18 967	8 512	122,8 %
Gruppenunterkünfte	1 029	7 239	8 268	5 295	56,1 %
Camping	8 398	3 414	11 812	8 177	44,5 %
Parahotellerie pauschal	95 690	451 111	546 801	323 574	69,0 %
<b>Total</b>	<b>330 804</b>	<b>832 550</b>	<b>1 163 354</b>	<b>844 632</b>	<b>37,7 %</b>



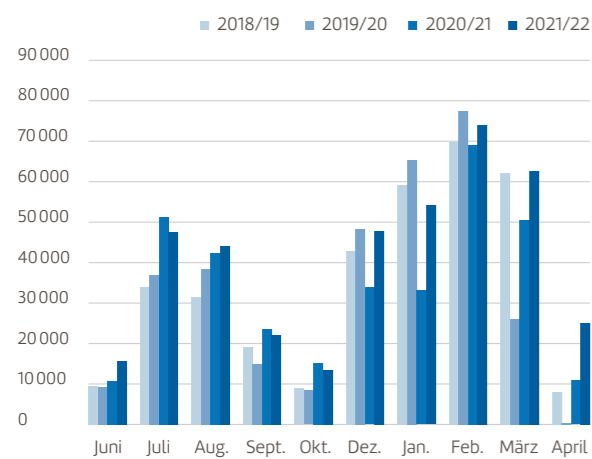
## SOMMER



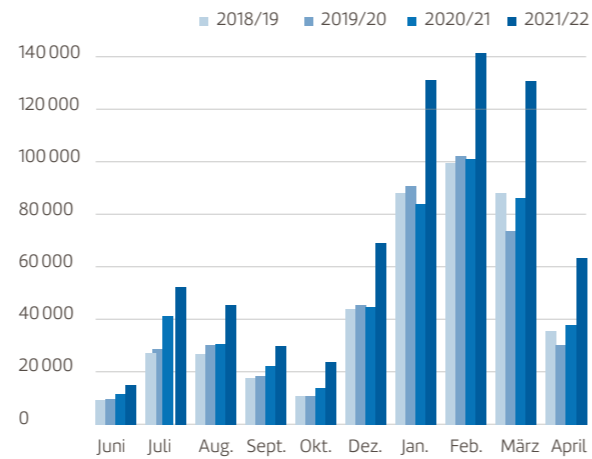
## WINTER



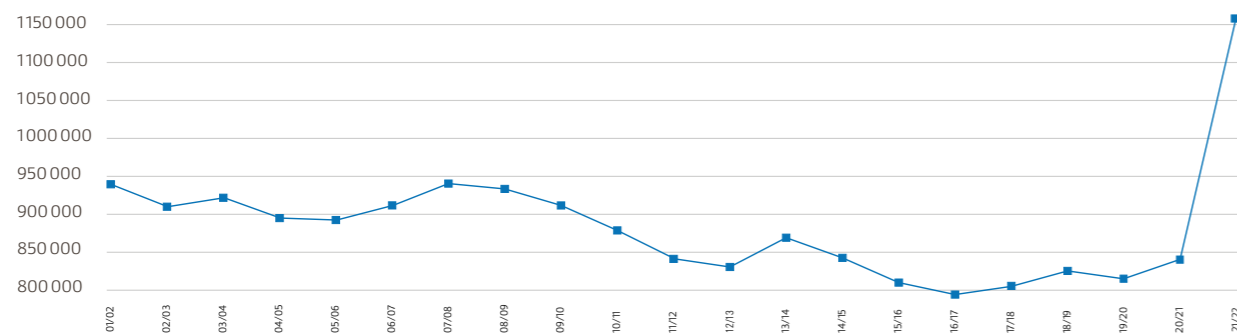
## HOTELLERIE



## PARAHOTELLERIE EINZELN UND PAUSCHAL



## ENTWICKLUNG GESAMTLOGIERNÄCHTE AROSA (LETZTE 20 JAHRE)



Geschäftsj.	Hotellerie	%	Parahotellerie	%	Gruppenunterkunft	%	Sanatorien / Jugendherberge	%	Camping	%	Total	%
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	*		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	32 837	-0,52	*		7 379	-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
2011/12	390 758	-9,7	422 291	1,8	23 762	-3,9	*		6 586	-8,2	843 397	-4,1
2012/13	383 350	-1,9	424 165	0,4	27 330	15,0	*		6 313	-4,1	841 158	-0,3
2013/14	401 897	4,8	430 021	1,4	29 249	7,0	*		5 383	-14,7	866 550	3,0
2014/15	376 816	-6,2	436 425	1,5	27 669	-5,4	*		4 849	-9,9	845 759	-2,4
2015/16	342 523	-9,1	429 941	-1,5	24 925	-9,9	*		5 958	22,9	803 347	-5,0
2016/17	338 926	-1,1	422 930	-1,6	22 740	-8,8	*		5 504	-7,6	790 100	-1,6
2017/18	338 450	-0,1	433 083	2,4	25 353	11,5	*		5 277	-4,1	802 163	1,5
2018/19	346 894	2,5	448 156	3,5	25 230	-0,5	*		5 697	8,0	825 977	3,0
2019/20	331 282	-4,5	448 996	0,2	27 039	7,2	*		6 946	21,9	814 263	-1,4
2020/21	343 777	3,8	478 871	6,7	13 807	-48,9	*		8 177	17,7	844 632	3,7
2021/22	415 449	20,8	**708 858	48,0	27 235	97,3	*		11 812	44,5	1 163 354	37,7

\* Ab 2005/06 keine Jugendherberge mehr und somit keine Erfassung von Logiernächten in der Spalte «Sanatorien / Jugendherberge».

\*\* 2021/22 Einführung neues Tourismusgesetz mit Inkludierung aller Parahotellerie-Angebote Arosa und Talschaft Schanfigg (einzeln und pauschal).



# Vorstand / Direktion

# Team Arosa Tourismus



v. l. n. r. Noldi Heiz, Patric Iten, Pascal Jenny, Roy Zanin, Thomi Blatter, Roman Geiser, Sven Bodenmann

## Vorstand

Von der Generalversammlung 2020 für drei Jahre gewählt

Pascal Jenny, Präsident

Thomas Blatter, Vizepräsident

Noldi Heiz, Vertreter HGV

Roy Zanin, Vertreter Ferienwohnungen

Sven Bodenmann, Vertreter Gastro Arosa

Roman Geiser, Vertreter Zweitheimische

Patric Iten, Delegierter Gemeindevorstand

## Direktion

Roland Schuler, Direktor, seit Mai 2021

Marion Schmitz, Vizedirektion, seit Mai 2021

## Ehrenmitglieder

Dr. Hermann Ambühl

Herbert Geiser

Alois Rüttsche



Mitarbeitende Arosa Tourismus





*Arosa*

Arosa Tourismus  
Poststrasse 27  
7050 Arosa  
T +41 81 378 70 20  
arosa@arosa.swiss  
arosalenzzerheide.swiss