



Arosa

Generalversammlung Arosa Tourismus

14. September 2021

Traktanden

1. Begrüssung und Wahl der Stimmenzähler
2. Protokoll der ordentlichen GV vom 15. September 2020
3. Rück- und Ausblick durch den Vorstand Arosa Tourismus
4. Wahl von Roman Geiser als zusätzliches Vorstandsmitglied von Arosa Tourismus
5. Statutenänderung
6. Präsentation und Abnahme Jahresbericht 2020/21, der Jahresrechnung 2020/21 und der Bilanz per 30. April 2021, des Revisorenberichts sowie Entlastung der Verwaltungsorgane
7. Erläuterung und Genehmigung des Budgets 2021/22
8. Die Direktion hat das Wort
9. Umfrage / Varia



Arosa

1. Begrüßungsworte & Wahl der Stimmenzähler

Pascal Jenny

Präsident Arosa Tourismus



2. Protokoll der ordentlichen GV vom 15. September 2020



3. Rück- und Ausblick durch den Vorstand Arosa Tourismus

Pascal Jenny, Präsident



[Hier geht es zum Video](#)

Arosa 2030



Arosa als nachhaltigste Destination in Graubünden und Top 5 begehrteste Feriendestination in der Schweiz



In Arosa gibt's Alles – einfach etwas besser und bewusster!
Genussvoller Konsum ohne Verzicht, mit Verantwortung und gutem Gewissen.

Arosa 2030
Genussvoll nachhaltig

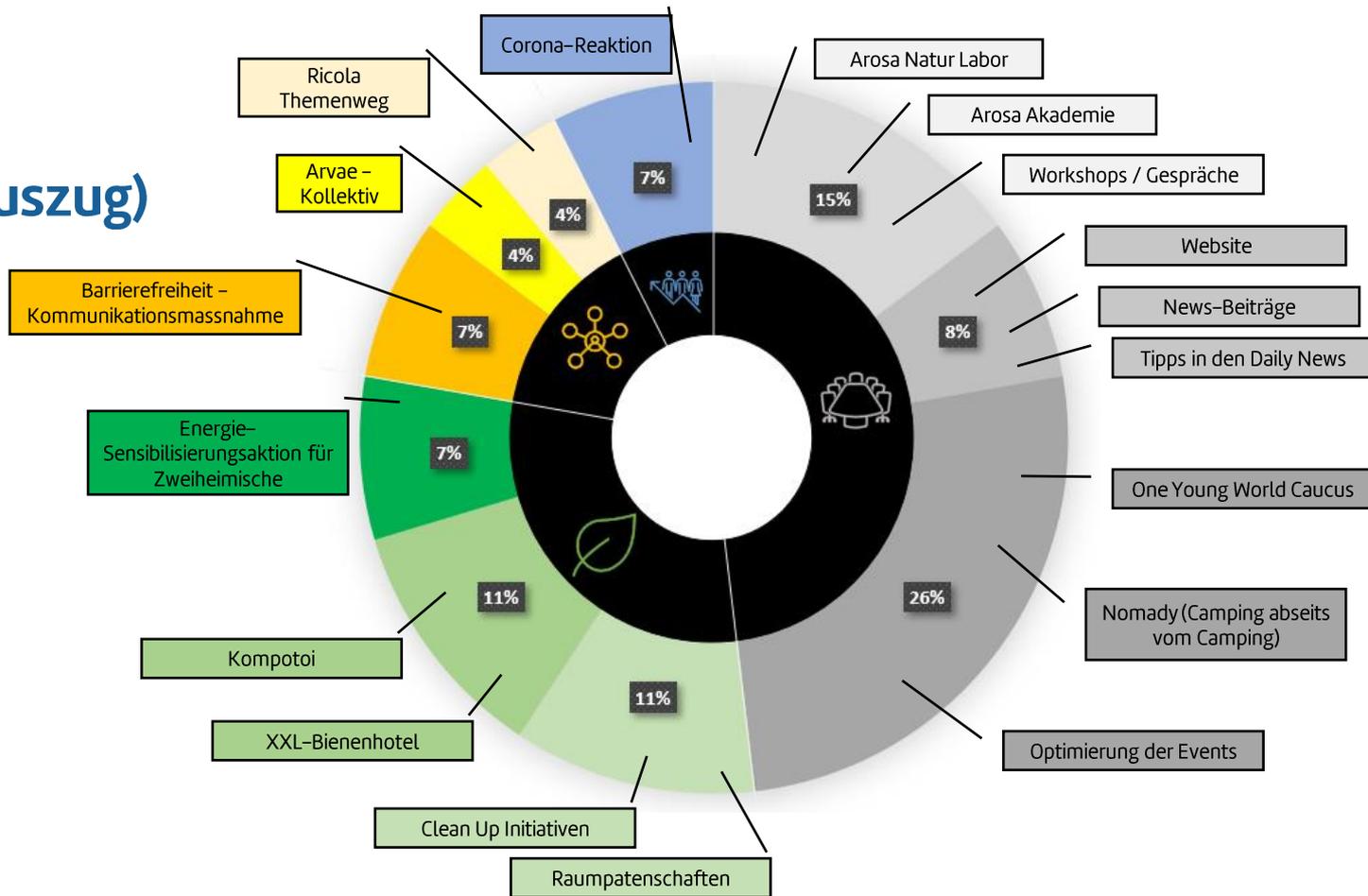
Wir leisten einen Beitrag zu

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Arosa 2030 Projekte (Auszug)

- Sensibilisierung & Bildung
- Kommunikation
- Angebote & Events
- Abfallmanagement
- Biodiversität
- CO2-Reduktion
- Diversität & Inklusion
- Kultur
- Kooperation
- Innovation



Trend zu Regionalität



Arosa Valley (Arbeitstitel inspiriert vom Silicon Valley)

Organisation

- Co-Organisation durch die Gemeindepräsidentin Yvonne Altmann und den Tourismuspräsidenten Pascal Jenny
- Tourismus-Austausch nach dem «Regnose-Prinzip»

Vorschlagsmodus

- Die AT-Stakeholder (Leistungsträger) unterbreiten in digitaler Form Teilnehmer-Vorschläge (Anmelde-Link)
- 20 Teilnehmende werden im Anschluss zufällig ausgewählt (mit Berücksichtigung der Herkunft)

Herkunft: Vielfalt & Divers

- Jung-alt-vermögend-weniger vermögend-Frau-Mann-Tourismus-Bau-Arosa-von auswärts-Hotel-FeWo-Zweitheimisch-H&G-BB-Schule-Gastro-Landwirtschaft...

Kongress Nachhaltigkeit «Be responsible!» (Arbeitstitel)

Der Kongress positioniert Arosa als Nachhaltigkeitsleader, schafft Aufmerksamkeit, fördert kreative Innovationen und generiert Übernachtungen.

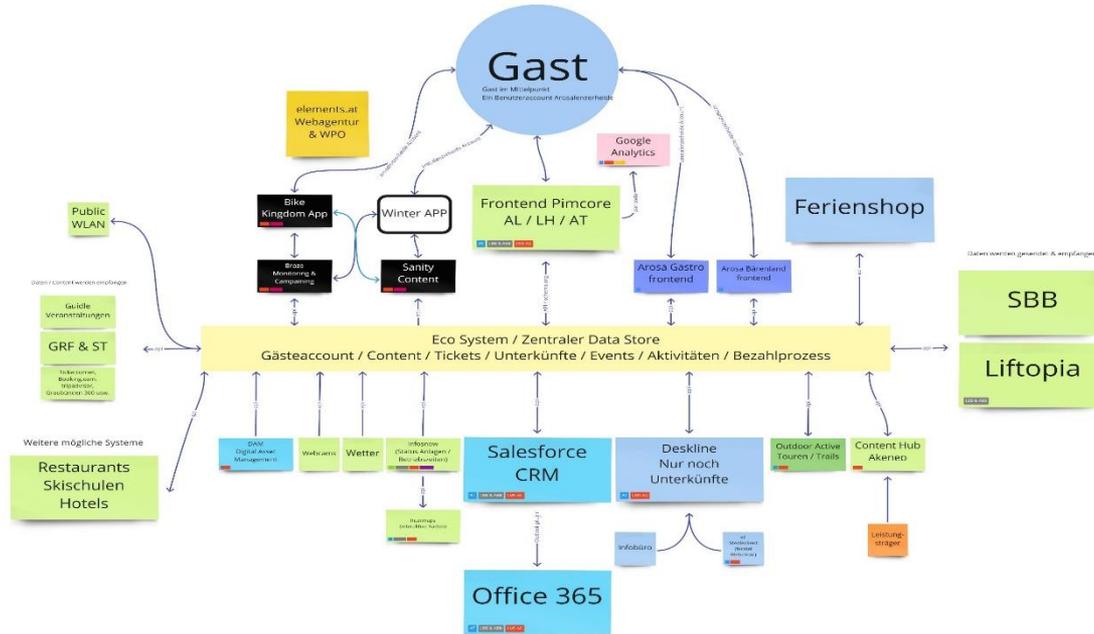
Themenfelder:

- Fokus auf die emotionalen Aspekte: CO2 Verbrauch (Klima), Food Waste, Plastikverbrauch, Tiere & Biodiversität und Nachwuchsförderung (next generation von Touristiker*innen)
- Praxisberichte von KMUs (nicht nur Tourismus, aber auch Hotels, Seilbahnen, Restaurants und Destinationen zu den definierte Schwerpunktthemen (zur erfolgreichen Plastikreduktion, zum Umfang mit Food Waste, zur Energieeffizienz, zu Marketing an Eco-Travellers, etc.)
- The future of travel / Marktchancen Eco-Travel im alpinen Tourismus
- Best Practices aus der KMU-Welt

aL.digital Digitalisierungsprojekt

Gemeinsames digitales Ökosystem für Arosa Lenzerheide

Mit einem digitalen Ökosystem soll das Gästeerlebnis in Zukunft in den Vordergrund gestellt werden, indem der Zugang zu sämtlichen Angeboten und Informationen vereinheitlicht, aufgewertet und vereinfacht wird.



Noldi Heiz, Vorstandsmitglied, Vertreter Handel & Gewerbe



[Hier geht es zum Video](#)

Themenwege und Aktivitäten im Dorf



Neue Themenwege wie der Krimispass, der Erlebnisweg Bärenland und der Themenweg Ricola lenken die Gäste ins Dorf

→ Mehrwert für Handel & Gewerbe

→ Immer wieder neue Angebote/Erlebnisse erhöhen die Besuchsfrequenz

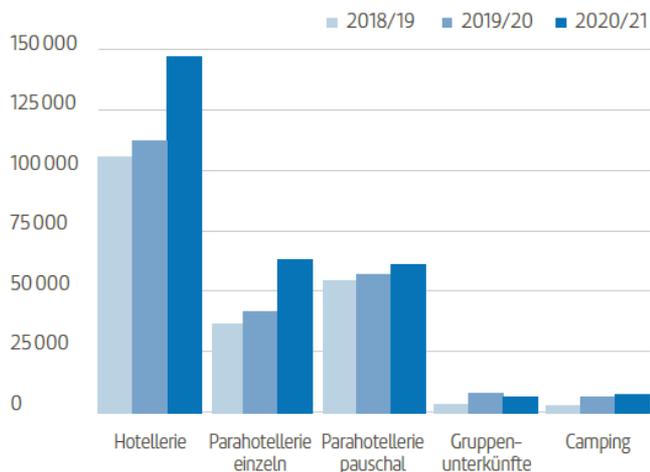
Roy Zanin, Vorstandsmitglied, Vertreter Ferienwohnungen



[Hier geht es zum Video](#)

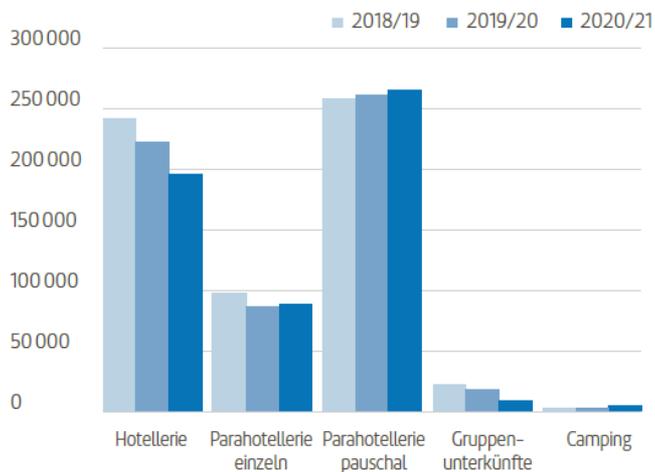
Entwicklung Logiernächte (Sommer-Boom)

SOMMER



2020/21: 63'532 Logiernächte
+ 51.4% gegenüber Vorjahr

WINTER



2020/21: 91'765 Logiernächte
+ 0.8% gegenüber Vorjahr

Märkte (Corona-Effekt polnischer Markt)

| Nationen | Sommer 2020 | Winter 2020/21 | Gesamt | Vorjahr | Differenz in % |
|-----------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| PARAHOTELLERIE | | | | | |
| Schweiz | 55'081 | 77'648 | 132'729 | 100'695 | 31.8% |
| Deutschland | 4'743 | 6'562 | 11'305 | 17'215 | -34.3% |
| Benelux | 1'675 | 259 | 1'934 | 4'234 | -54.3% |
| Skandinavien | 153 | 273 | 426 | 812 | -47.5% |
| Grossbritannien | 331 | 167 | 498 | 1'623 | -69.3% |
| Frankreich | 182 | 174 | 356 | 476 | -25.2% |
| Israel | 36 | 6 | 42 | 1'551 | -97.3% |
| USA | 50 | 74 | 124 | 498 | -75.1% |
| Oesterreich | 73 | 163 | 236 | 286 | -17.5% |
| Rusland | 195 | 173 | 368 | 128 | 187.5% |
| Italien | 7 | 0 | 7 | 594 | -98.8% |
| Polen | 14 | 3'832 | 3'846 | 172 | 2136.0% |
| Diverse | 992 | 2'434 | 3'426 | 4'736 | -27.7% |
| Total | 63'532 | 91765 | 155'297 | 133'020 | 16.7% |



Aus einer Bemerkung
wurde ein Projekt

Idee „Projekt Badi7050“



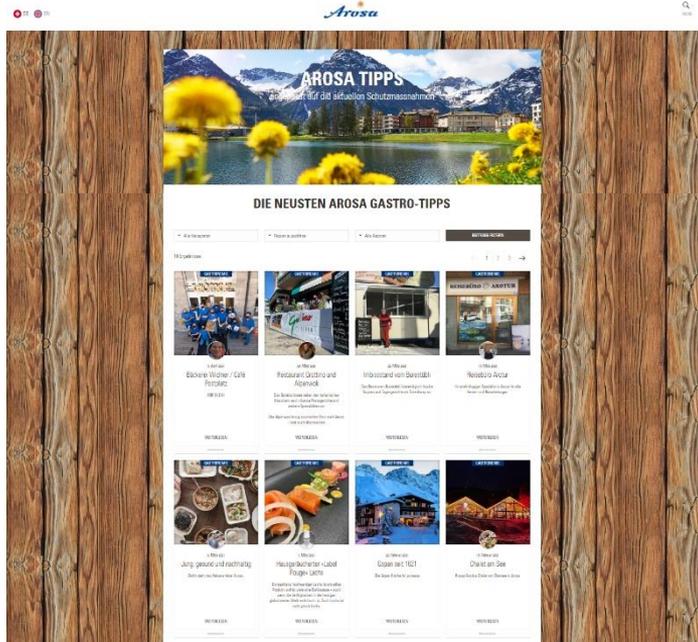
Die Badi, 2. November 2019

Sven Bodenmann, Vorstandsmitglied, Vertreter Gastro Arosa



[Hier geht es zum Video](#)

Gastronomie



[Hier geht es zum Video](#)

Patric Iten, Vorstandsmitglied, Vertreter Gemeinde Arosa



[Hier geht es zum Video](#)

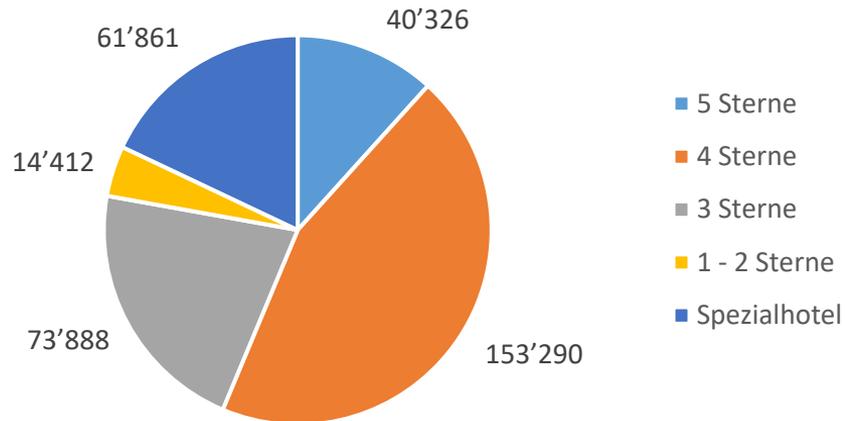
Thomas Blatter, Vizepräsident, Vertreter Hotelleriesuisse



[Hier geht es zum Video](#)

Hotellerie

Logiernächte 2020/21



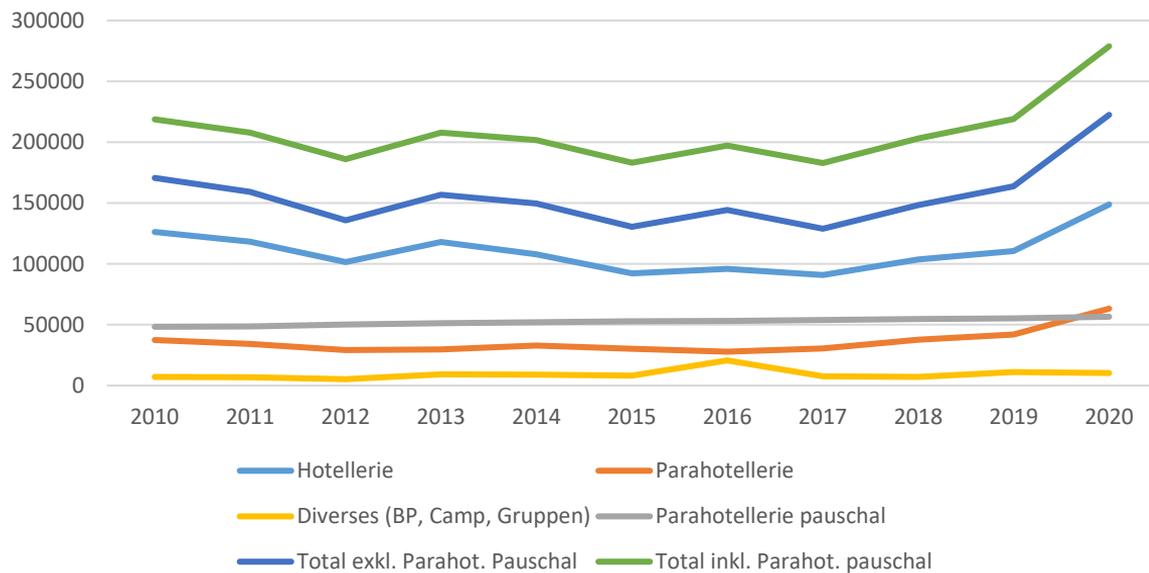
Flexible Corona Reaktionen

Individuelle Schutzkonzepte

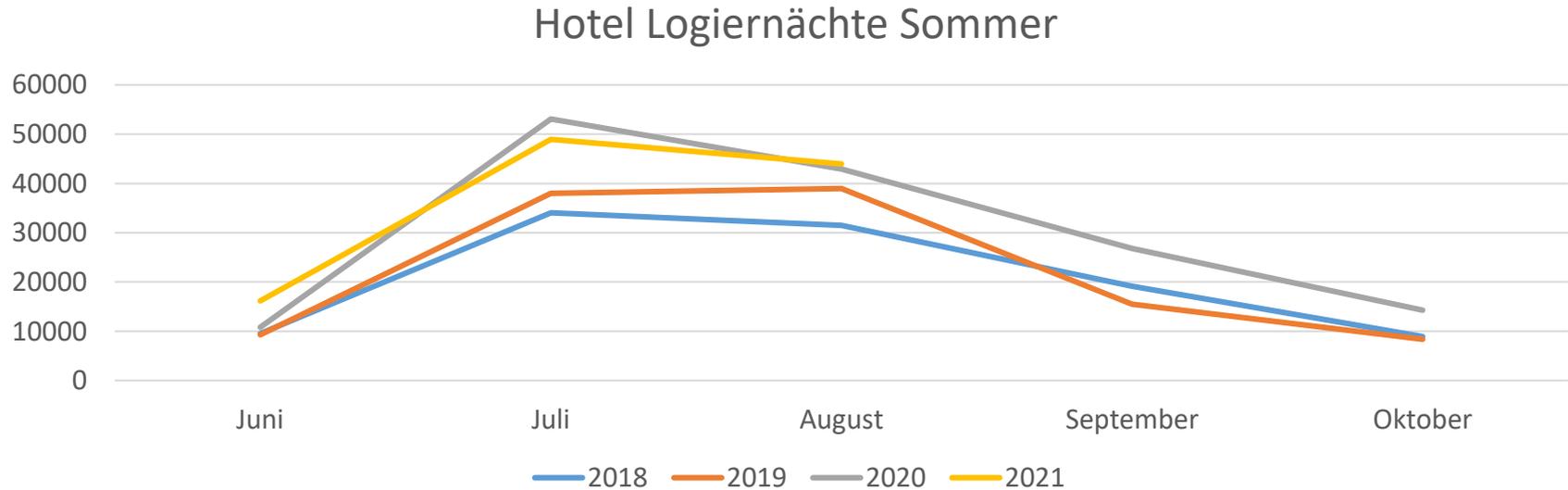
- Restaurant-Konzepte (Bspw. weniger Tische, Trennwände, mehrere Buchungszeitfenster, Digitalisierung Buchungssystem und Karten, etc.)
- Raum-Gestaltungen (Bspw. Empfang und Lobby)
- Spa (Bspw. Flexible Buchungszeiten im Wellness, Einzelnutzungen)
- Neue Hygiene Konzepte (Bspw. Reinigung, Maske, etc.)

Sommervergleich 10 Jahre

Entwicklung Logiernächte Arosa-Sommer



Hotellerie Vergleich Sommer-Monate



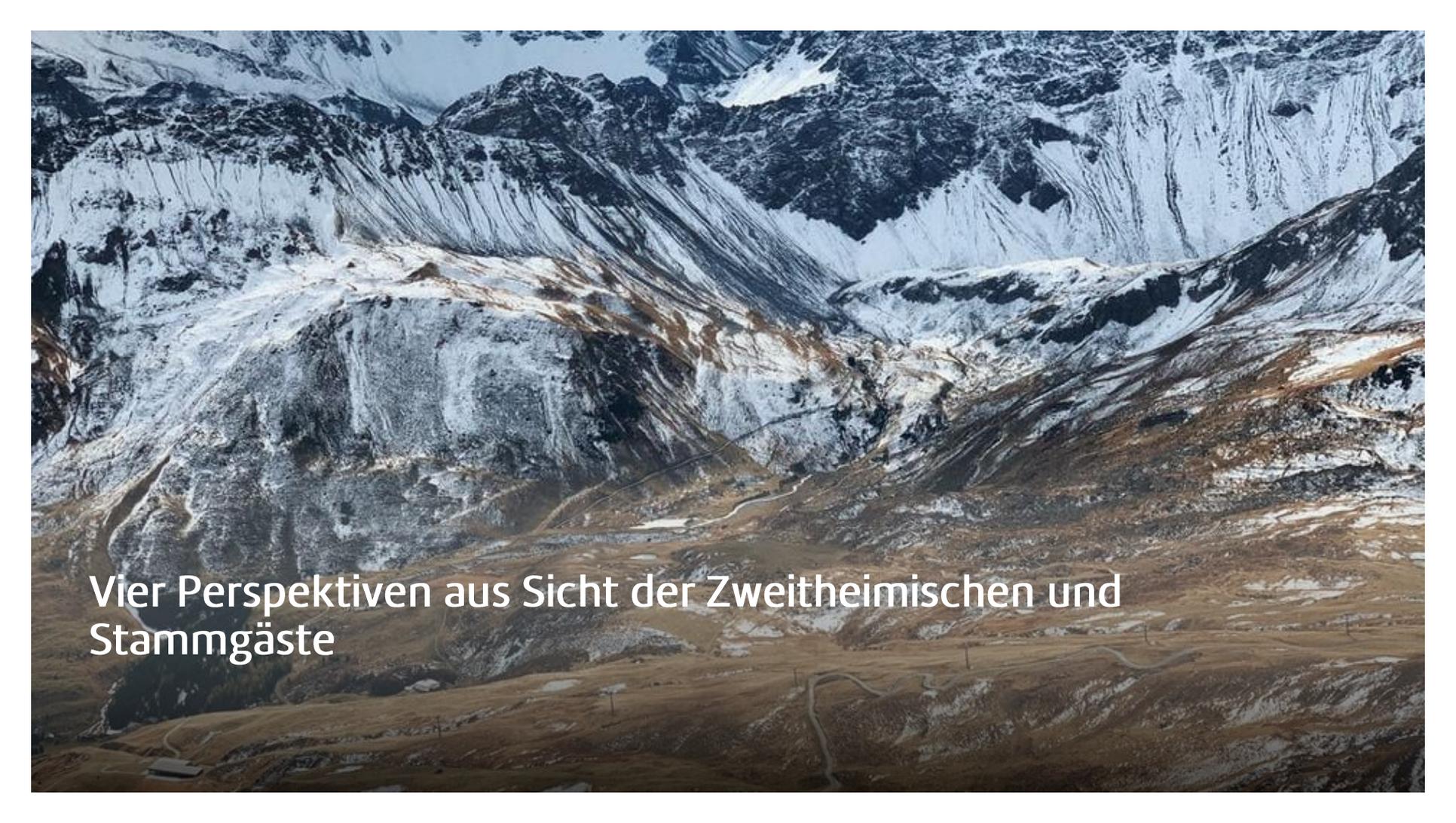
Blick in die Zukunft



Roman Geiser, Berater Vorstand Arosa Tourismus



[Hier geht es zum Video](#)

An aerial photograph of a mountain valley. The terrain is rugged and rocky, with patches of snow and brownish soil. A winding road is visible in the lower part of the image, and a small building is located in the bottom left corner. The text "Vier Perspektiven aus Sicht der Zweitheimischen und Stammgäste" is overlaid in white on the lower left side of the image.

Vier Perspektiven aus Sicht der Zweitheimischen und Stammgäste

Sich willkommen fühlen

#1

- Zweitheimische und Stammgäste wollen das spezielle Arosa-Gefühl leben
 - Wir wollen uns willkommen fühlen und von den Einheimischen aufgenommen werden
 - Wir alle haben unser Herz an dieses Tal und an Arosa verloren
- Ein schönes und gemeinsames Gefühl!

Zweitheimische wollen informiert sein

#2

- Über das Geschehen (Hol- und Bringschuld)
- Über die Investitionen, auch in den Tourismus
- Über die besonderen Arosa-Projekte, die Zweitheimische oft tatkräftig mitunterstützen
 - Bärenland
 - Diamond Slope
 - Arosa-Gutscheine
 - Badi

→ Im Dialog geht alles besser

Ein gutes Nebeneinander des Angebots

#3

- Ein nachhaltiges und breites Angebot genießen
- Im Sommer und im Winter
- Aber auch immer öfter in der Zwischensaison (siehe Lockdowns)
- Der richtige Mix
 - Ruhe und Aktivität
 - Natur und lebendiges Leben im Dorf
 - Wandern und Velofahren
 - Schneesport auf und neben der Piste

→ Entscheidend ist das Nebeneinander

In einem intakten Dorf leben

#4

- Sorgen tragen zu unserem Dorf
 - Eine attraktive Ladenstrasse
 - Ein gutes öffentliches Transportangebot
 - Freizeit- und Sportmöglichkeiten
 - Kultur
 - Ein gutes gastronomisches Angebot, auch in der Zwischensaison
 - Sinnvolle "Symbiose" für Zweitwohnungen -> Nutzungsdauer soll steigen (siehe Corona) und im Gegenzug treffen Zweitheimische auf eine gute Infrastruktur

→ Weniger "kalte Betten", dafür eine "warme Infrastruktur"



4. Wahl von Roman Geiser

Als zusätzlichen Vorstandsmitglied von Arosa Tourismus



5. Statutenänderung

Statutenänderung

- Art. 2 (Zweck), Art. 5 (Beiträge und Mitgliedschaftsausweis), Art. 14 (Befugnisse), Art. 17 (Bestand), Art. 18 (Obliegenheiten und Kompetenzen des Vorstandes), Art. 23 (Einberufung, Beschlussfähigkeit), Art. 27 (Geschäftsprüfungskommission), Art. 31 (Schiedsgericht), Art. 33 (Bestehende Mitgliedschaften) und Art. 34 (Inkrafttreten) sollen angepasst werden.
- Der neue Wortlaut der anzupassenden Statutenartikel lag der Einladung bei / konnte auf der Website (www.arosalenzerheide.swiss/gv2021) eingesehen werden bzw. bei Arosa Tourismus bezogen werden.

Erläuterung: Der Vorstand beantragt, die Statuten aufgrund des seit dem 1. Juni 2021 in Kraft stehenden neuen Tourismusgesetzes soweit notwendig anzupassen. Wie im November 2020 bereits mitgeteilt, sollen weiter die Statuten in dem Sinne bereinigt werden, als dass klargestellt wird, dass die im Jahre 2005 beschlossene Änderung von Art. 17 wieder rückgängig gemacht wird und die nach 1996 beschlossene Streichung von Abs. 2 von Art. 5 (gemäss Statutenversion vom 1996) nun in den neuen Statuten entsprechend beschlossen und festgehalten wird. Schliesslich beantragt der Vorstand einige weitere unwesentliche Bereinigungen und Klarstellung gemäss dem vorgeschlagenen neuen Statutenwortlaut.

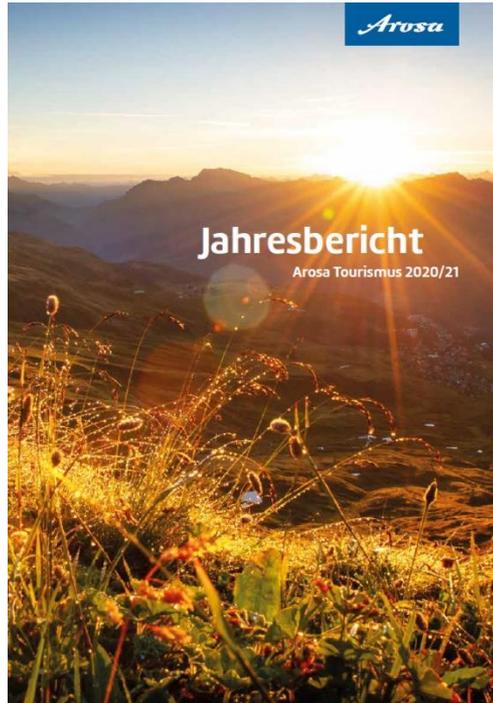


Arosa

Einführung zum Jahresbericht

Durch den Präsidenten von Arosa Tourismus, Pascal Jenny

6. Jahresbericht Arosa Tourismus 2020/21





Erläuterung und Genehmigung der Rechnung 2020/21

Erläuterung und Abnahme des Jahresberichtes 2020/21

Gästetaxen-Rechnung: Aufwand und Ertrag, Seite 30

| | BUDGET 2020/21 | RECHNUNG 2020/21 |
|---------------------------------|------------------|---------------------|
| Gästetaxen-Aufwand | 1503 500 | 1958 110.58 |
| Beiträge | 130 000 | 122 896.53 |
| Informationsmaterial | 102 500 | 171 432.36 |
| Gästeangebot | 1169 000 | 1 559 418.18 |
| Wander-/Bikewege & Ruhebänke | 102 000 | 104 363.51 |
| Verwaltungs-Aufwand | 2 844 500 | 3 095 610.39 |
| Verwaltung | 60 500 | 119 993.02 |
| Personalkosten | 2 232 000 | 2 370 000.19 |
| Kanzleikosten | 373 000 | 383 791.42 |
| Verwaltungskosten | 179 000 | 221 825.76 |
| Anlagen-Aufwand | 848 000 | 880 634.08 |
| Sportanlagen Obersee | 326 000 | 525 753.78 |
| Angestelltenhaus | 4 000 | 9 063.30 |
| Seminar/Kongress/Incentive | 518 000 | 345 817.00 |
| Sport und Kultur-Aufwand | 2 833 500 | 1 227 531.99 |
| Sportanlässe Sommer | 103 000 | 219 861.68 |
| Sportanlässe Winter | 588 000 | 116 621.62 |
| Beiträge | 80 000 | 80 000.00 |
| Kulturelle Anlässe | 2 060 000 | 809 778.76 |
| Allgemeiner Aufwand | 2 500 | 1 269.93 |
| Gesamt-Aufwand | 8 029 500 | 7 161 887.04 |

| | BUDGET 2020/21 | RECHNUNG 2020/21 |
|--------------------------------|------------------|---------------------|
| Gästetaxen-Ertrag | 4 080 000 | 5 066 014.19 |
| Gästetaxen | 3 732 000 | 4 698 967.45 |
| Informationsmaterial | 10 000 | 8 650.40 |
| Gästeangebot | 301 000 | 314 939.12 |
| Ruhebänke | 37 000 | 43 457.22 |
| Verwaltungs-Ertrag | 406 000 | 650 788.86 |
| Verwaltung | 156 500 | 216 871.29 |
| Personalkosten | 225 000 | 426 189.32 |
| Kanzleikosten | 23 000 | 7 674.95 |
| Verwaltungskosten | 1 500 | 53.30 |
| Anlagen-Ertrag | 787 000 | 595 455.94 |
| Sportanlagen Obersee | 311 000 | 406 812.71 |
| Angestelltenhaus | 1 000 | 0.00 |
| Kongress / Incentive | 475 000 | 188 643.23 |
| Sport und Kultur-Ertrag | 2 466 500 | 819 833.52 |
| Sportanlässe Sommer | 35 000 | 42 576.85 |
| Sportanlässe Winter | 515 000 | 42 627.58 |
| Kulturelle Anlässe | 1 916 500 | 734 629.09 |
| Gesamt-Ertrag | 7 739 500 | 7 132 092.51 |
| Verlust | 290 000 | 29 794.53 |

Erläuterung und Abnahme des Jahresberichtes 2020/21

Marketing-Rechnung: Aufwand und Ertrag, Seite 31

| | BUDGET 2020/21 | RECHNUNG 2020/21 |
|-----------------------------|------------------|---------------------|
| Aufwand | 1 980 000 | 2 010 783.93 |
| Marketing/Kommunikation | 1 740 000 | 1 744 658.41 |
| PR und Events | 135 000 | 165 393.11 |
| Sales/Messen | 55 000 | 61 214.29 |
| Administration | 50 000 | 39 518.12 |
| Ertrag | 1 950 000 | 2 072 723.80 |
| Marketing/Kommunikation | 765 000 | 769 738.53 |
| PR und Events | 55 000 | 66 632.13 |
| Sales/Messen | 0 | 7 465.99 |
| Tourismustaxen H/G | 240 000 | 249 998.65 |
| Tourismusbeitrag Gemeinde | 500 000 | 500 000.00 |
| Tourismusbeitrag Hotel/Fewo | 310 000 | 394 343.00 |
| Markenprozess | 10 000 | 10 000.00 |
| Firmensponsoren | 70 000 | 74 545.50 |
| Gewinn | -30 000 | 61 939.87 |

Erläuterung und Abnahme der Bilanz per 30.04.2021

Bilanz Aktiven Umlaufvermögen und Anlagevermögen, Seite 28

| | 30.04.2021 | 30.04.2020 |
|----------------------------|---------------------|---------------------|
| Aktiven | 5 424 276.11 | 6 216 329.98 |
| Umlaufvermögen | 5 424 266.11 | 6 216 319.98 |
| Kassa | 5 930.90 | 4 520.75 |
| Postfinance | 180 640.97 | 179 016.28 |
| Banken | 4 821 538.37 | 4 810 831.64 |
| Flüssige Mittel | 5 008 110.24 | 4 994 368.67 |
| Steuern + Beiträge | 279 693.05 | 816 908.70 |
| Diverse | 66 656.80 | 210 683.18 |
| Forderungen | 346 349.85 | 1 027 591.88 |
| Verkaufsmaterial | 1.00 | 1.00 |
| Diverses Material | 1.00 | 1.00 |
| Werbematerial | 1.00 | 1.00 |
| Vorräte | 3.00 | 3.00 |
| Aktive Abgrenzungen | 69 803.02 | 194 356.43 |

| | 30.04.2021 | 30.04.2020 |
|------------------------------------|--------------|--------------|
| Anlagenvermögen | 10.00 | 10.00 |
| Fahrzeuge | 1.00 | 1.00 |
| Möbiliar / Kunstrasen | 1.00 | 1.00 |
| Bootsbetrieb | 1.00 | 1.00 |
| Seilpark | 1.00 | 1.00 |
| Sachanlagen | 4.00 | 4.00 |
| 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 MTS Samedan | 1.00 | 1.00 |
| Finanzanlagen | 6.00 | 6.00 |

Erläuterung und Abnahme der Bilanz per 30.04.2021

Bilanz Passiven Fremdkapital und Eigenkapital, Seite 29

| | 30.04.2021 | 30.04.2020 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Passiven | 5 424 276.11 | 6 216 329.98 |
| Fremdkapital | 4 891 934.90 | 5 716 134.11 |
| Laufende Verpflichtungen | 1 308 404.82 | 1 255 906.58 |
| Vorauszahlungen | 1 535 351.50 | 2 873 516.85 |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten | 2 843 756.32 | 4 129 423.43 |
| Rückstellungen | 1 701 016.11 | 1 347 908.18 |
| Passive Abgrenzungen | 347 162.47 | 238 802.50 |

| | 30.04.2021 | 30.04.2020 |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Eigenkapital | 532 341.21 | 500 195.87 |
| Gästetaxen-Reserve | 327 721.99 | 357 516.52 |
| Marketing-Reserve | 204 619.22 | 142 679.35 |
| Erarbeitetes Kapital | 532 341.21 | 500 195.87 |

Revisionsbericht sowie Entlastung der Verwaltungsorgane, S.34

Bericht und Antrag der Geschäftsprüfungskommission über die Rechnungs- und Geschäftsprüfung 2020/21 der Arosa Tourismus Genossenschaft

Gestützt auf Artikel 27 Abs 2 der Statuten prüft die Geschäftsprüfungskommission spätestens nach jedem Jahresabschluss die Geschäfts- und Rechnungsführung, erstellt einen schriftlichen Bericht und stellt Antrag.

Rechnungsprüfung

Für die Jahresrechnung ist der AT-Vorstand verantwortlich. Unsere Aufgabe und Verantwortung besteht darin, die Rechnungsprüfung durchzuführen und darüber ein Prüfungsurteil abzugeben. Wir weisen darauf, dass die Rechnungsführung durch Allenspach & Felix geprüft worden ist. Die Geschäftsprüfungskommission hat die Jahresrechnung 2020/21 bestehend aus der Bilanz und Erfolgsrechnung geprüft.

Geschäftsprüfung

Die Geschäftsprüfungskommission hat die Geschäftsführung 2020/21 geprüft, hauptsächlich den korrekten Vollzug der Vorstandsbeschlüsse.

Antrag

Aufgrund unserer Prüfungsergebnisse beantragen wir, die Jahresrechnung 2020/21 zu genehmigen und den Vorstand Arosa Tourismus zu entlasten.

Datum: 12. Juli 2021

Die Geschäftsprüfungskommission
der Arosa Tourismus Genossenschaft

Jan Twietmeyer

Yvonne Allmann

Oliver Schmid

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa
über die Prüfung der Jahresrechnung 2020/2021

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) der Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa für das am 30. April 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

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

allenspach & felix ag

Chur, 29. Juli 2021

Franz Allenspach
dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsorgan RAB
leitender Revisor

Bruno Felix
dipl. Immobilien-Treuhänder

Beilage:
Jahresrechnung bestehend aus
- Bilanz
- Betriebsrechnungen
- Anhang

Arosa



Erläuterung und Genehmigung vom Budget 2021/22

Erläuterung und Genehmigung Budget 2021/22

GÄSTETAXEN-RECHNUNG

GÄSTETAXEN-AUFWAND

| | | | |
|---|------------------|---|------------------|
| Beiträge | 110 000 | Kongress | 347 500 |
| Verbände / Vereine | | MICE | |
| Heimatmuseum | | Miete Räumlichkeiten | |
| Arosa Kultur | | Catering | |
| Gäste-Information | 160 000 | Unterhalt, Ersatz, Nebenkosten | |
| Prospektmaterial | | Sport- & Kulturrechnung Sommer | 332 000 |
| Webseiten | | Arosa Classic Car | |
| Marktplatz | | Familienanlässe | |
| IT und Internet | | Sportanlässe | |
| Gästeinformation | | Kulturanlässe | |
| Gäste-Angebot | 1 330 000 | Gesellschaftsanlässe | |
| All-inclusive | | Diverse Anlässe/Events | |
| Digitalprodukte | | Sport- & Kulturrechnung Winter | 2 620 000 |
| Gästebindung | | Arosa Humorfestival | |
| Nachwuchsangebote | | Live is Life | |
| Aktivitäten Sommer | | Schneesportevents | |
| Aktivitäten Winter | | Arosa Ice Snow Football | |
| Erlebnisangebote | | Diverse Anlässe/Events | |
| Wandern / Biken | | Sport- & Kulturrechnung Diverses | 60 000 |
| Ruhebänke | | Erneuerungsfonds | |
| Personalkosten | 2 335 000 | Beiträge | |
| Gehälter | | Subventionen Vereine/Verbände | |
| Sozialleistungen | | Gesamtaufwand | 8 439 500 |
| Leistungsaufträge | | | |
| Personalentwicklung | | | |
| Verwaltungskosten | 631 000 | | |
| Verwaltung | | | |
| Mietkosten | | | |
| Betriebskosten | | | |
| Verwaltungskosten | | | |
| Vorsteuerkürzung / MWST | | | |
| Sportanlagen | 514 000 | | |
| Betrieb Anlagen | | | |
| Eissport | | | |
| Unterhalt, Mobiliar, Maschinen | | | |
| Strom, Heizkosten, Treibstoff | | | |
| Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial | | | |

Fortsetzung nächste Spalte

GÄSTETAXEN-ERTRAG

| | |
|---|------------------|
| Gästetaxen-Ertrag | 4 863 000 |
| Anteil Gästetaxen aus TG Arosa | |
| Auflösung Rückstellungen | |
| Firmenpartner/Destinationspartner | |
| Verwaltungs-Ertrag | 163 000 |
| DIRES - Provisionen | |
| Klassifikation Fewo | |
| Gebühren Beherbergung | |
| Mitglieder-Beiträge | |
| Eintritts-Beiträge | |
| Verkaufsmaterial | |
| Skipässe | |
| Gäste-Information | 10 000 |
| Prospektmaterial | |
| IT und Internet | |
| Gäste-Angebot | 62 000 |
| All-inclusive | |
| Aktivitäten Winter | |
| Ruhebänke | |
| Personalkosten | 289 500 |
| Leistungsaufträge | |
| Personalgutachten Events | |
| Verwaltungskosten | 5 000 |
| Betriebskosten | |
| Sportanlagen | 277 000 |
| Betrieb Anlagen | |
| Eissport | |
| Kunstrasen | |
| Unterhalt, Mobiliar, Maschinen | |
| Strom, Heizkosten, Treibstoff | |
| Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial | |
| Kongress | 266 000 |
| MICE | |
| Miete Räumlichkeiten | |
| Catering | |
| Sport- & Kulturrechnung Sommer | 135 000 |
| Familienanlässe | |
| Sportanlässe | |
| Kulturanlässe | |
| Gesellschaftsanlässe | |
| Sport- & Kulturrechnung Winter | 2 340 000 |
| Arosa Humorfestival | |
| Arosa Ice Snow Football | |
| Gesamtertrag | 8 410 500 |
| Verlust | 29 000 |

MARKETING-RECHNUNG

| | |
|---------------------------|------------------|
| Aufwand | 2 226 000 |
| Marketing/Kommunikation | 1 940 000 |
| Arosa 2030 | 90 000 |
| PR und Events | 120 000 |
| Sales/Messen | 30 000 |
| Administration | 46 000 |
| Ertrag | 2 255 000 |
| Marketing/Kommunikation | 805 000 |
| PR und Events | 50 000 |
| Anteil TFA aus TG Arosa | 800 000 |
| Marketingbeitrag Gemeinde | 600 000 |
| Gewinn | 29 000 |

Arosa



Die Direktion hat das Wort

Roland Schuler und Marion Schmitz

Roland Schuler, Tourismusdirektor



[Hier geht es zum Video](#)

Team



Ziele

Die Begeisterung der Gäste steht im Fokus aller Massnahmen. Mit Innovation, Passion, Trendbewusstsein, Agilität und Flexibilität möchte Arosa auch stets eine Vorreiterrolle einnehmen und für Bekanntheit sorgen. Dabei stehen die folgenden Ziele im Vordergrund:

1

Steigerung der **touristischen Wertschöpfung** in der Gemeinde Arosa mit Auslastung der vorhandenen Betten. Übernachtungen mit möglichst langem Aufenthalt und regelmässigem Wiederkommen. Steigerung der täglichen Ausgaben pro Gast

2

Unterstützung von Sport-, Kultur- und Eventorganisationen bei der **Durchführung von touristisch relevanten Anlässen** gemäss Beurteilungsverfahren der Event Strategie von Arosa Tourismus.

3

Angebotsbreite: Stetige **Ausweitung des Destinationsangebotes** für Gäste der Gemeinde Arosa

4

Umsetzung der definierten Strategie in enger **Ab- und Zustimmung** mit den Leistungsträgern von Arosa.

Markenhaus



Kooperation, Kommunikation, Qualität,
Innovation und Passion



Förderung der internationalen Strahlkraft vom
Brand Arosa (Markenstärke gestern, heute,
morgen)



Stärkung und Erhalt vom „klassischen und
idyllischen Bergdorf“ (ausgezeichnetes
Ferienenerlebnis)

Anders & doch zusammen

Arosa

| | | |
|--------------------|------------------|------------------------|
| Bärenland | All-Inclusive | Skischule inkl. |
| Hike | Bike | Novemberhoch |
| Nachwuchsförderung | Wiedereinsteiger | Berg-erlebnisse Sommer |

 Arosa_offical
 arosa_offical
 Bear Mountains Arosa
 + weitere Produkt- und Eventkanäle



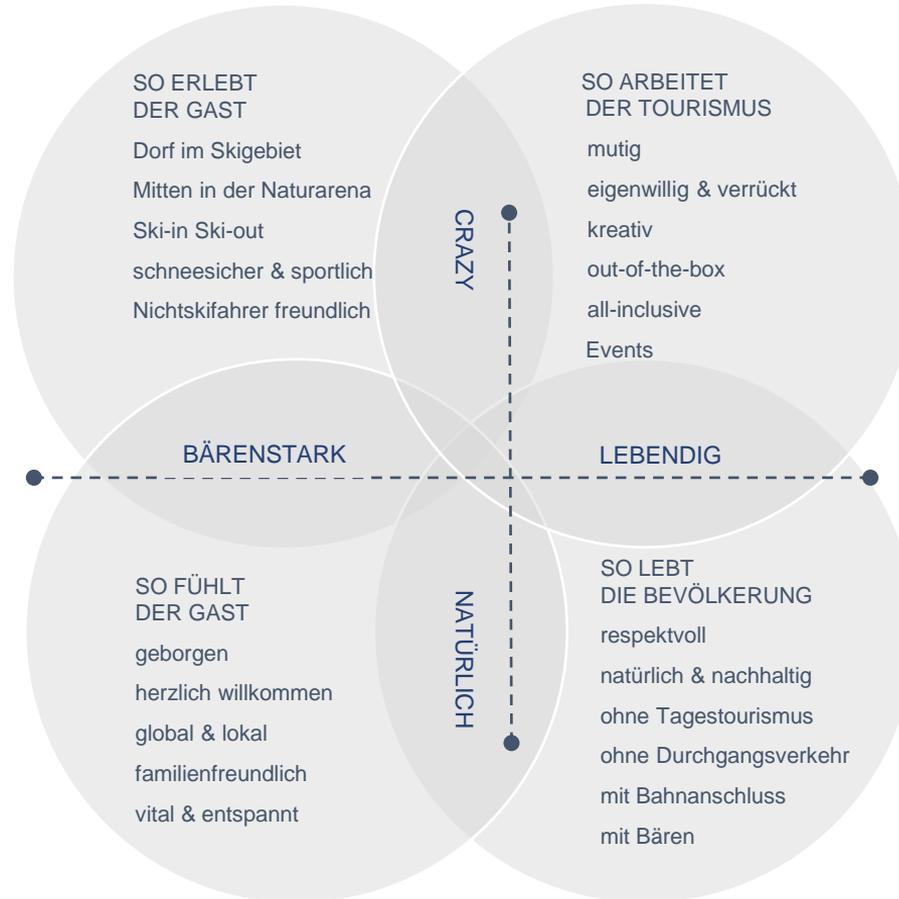
 Instagram Skigebiet Arosa Lenzerheide → @arosalenzerheide
 YouTube Skigebiet Arosa Lenzerheide



| | |
|------------------------|--------------|
| Alpin | Bike Kingdom |
| Nordic | Familien |
| Berg-erlebnisse Sommer | |

 Lenzerheide_offical
 lenzerheide_offical
 Bike Kingdom Lenzerheide
 + weitere Produkt- und Eventkanäle

Markenprofil



Finanzierung Arosa Tourismus

Einnahmen Arosa Tourismus

| | | |
|--|-----------------------|--------|
| Abgaben Tourismusgesetz | CHF 5'400'000 | 50.63% |
| Marketingbeitrag Gemeinde | CHF 600'000 | 5.62% |
| Betrieb Arosa Tourismus (Eiseinnahmen, Merchandise, etc.) | CHF 1'260'500 | 11.82% |
| Akquise Drittmittel (Sponsoring, Kooperationen, Beiträge etc.) | CHF 2'700'000 | 25.32% |
| Kooperation Arosa Lenzerheide | CHF 705'000 | 6.61% |
| Gesamtbudget : | CHF 10'665'500 | |

Wirkung

Arosa Tourismus beeinflusst mit der Arbeit ganz viele Faktoren. Die Wirkungsanalyse berücksichtigt folgende Parameter

1

Logiernächte generieren

2

Preissteigerungen Beherberger ermöglichen

3

Umsatz pro Gast während Aufenthalt steigern

4

Preise Wohneigentum nehmen zu

5

Gewinnung von Drittgeldern und Firmenpartner

6

Mediale Präsenz (Reichweite)

7

Steuereinnahmen der Gemeinde

8

Infrastrukturangebot (Erweiterungen, Erneuerungen)

Aufstellung Mitteleinsatz Marketing

Marketing / Kommunikation

Klassische Werbung

Kampagnen Wandern, Bike, Bärenland, Novemberhoch, Wiedereinsteiger, Golf, Langlauf, Westschweiz, Weitere Aktivitäten, Spezial Aktionen

Märkte Werbung

Schweiz Tourismus, Graubünden Ferien, Markt Deutschland, Prio 1 Märkte, Prio 2 Märkte, Markt Familien, Spezial Kooperationen

Arosa Lenzerheide

Marketing, Marktplatz (Website), AL.digital

Produktentwicklung

Digitalisierung

Produkt Werbung

Skischule Inklusive, All-Inclusive, Nachwuchsförderung etc.

Direct Marketing

Merchandising / Give Aways

Kongress Werbung

Erlebnis Werbung

Orientierungslauf, Bike Epic, Arosa Gay Ski Week, etc.

Storytelling

Storytelling, Film/TV/Produktionen

Social Media



Arosa 2030

Kommunikation
Entwicklung
Kooperationen
Natur Labor



PR / Events

Medienarbeit
Medienreisen
C-Level Events
Medienevents



Sales / Messen

Messen
Foren
Verkaufsaktivitäten
Produktion





Arosa

Umfrage / Varia