



Arosa



Jahresbericht 2011/12



graubünden erweitert den Horizont.



Inhaltsverzeichnis

Präsident Christian Menet	3
Tourismusdirektor Pascal Jenny	4
PR/Medien/Marketing Yvonne Wüthrich	6
Statements	9
Events Markus Markwalder	10
IT/Web/Techn. Dienste Rochus Caluori	11
Sport Silvia Kuster	12
Veranstaltungen	13
Kultur Christian Buxhofer	14
Incentive Nicole Hemmi	15
Sport- und Kongresszentrum Arosa Roland Schuler	16
Gästeservice Karin Schärli / Fabienne Mathis	18
Finanzen Urs Schmid	19
Bilanz	20
Gäsetaxen-Rechnung	22
Sport- und Kultur-Rechnung/Marketing-Rechnung	23
Kontrollstelle Geschäftsprüfungskommission	24
Tourismusstatistik Logiernächte 2011/12	25
Entwicklung der Logiernächte Sommer und Winter nach Beherbergungsart	26
Entwicklung der Logiernächte Sommer und Winter nach Monaten	27
Entwicklung der Logiernächte	28
Organigramm	29
Vorstand	30
Mitarbeitenden	31



Präsident Christian Menet

Dynamik als Zauberwort für Alpendestinationen

Noch hat sich der Mut von Arosa zum Aufbruch zu neuen Ufern, welchen ich uns vor einem Jahr an dieser Stelle gewünscht habe, nicht genügend durchgesetzt.

Neue Produkte und Angebote werden zwar mutig von verschiedenen Leistungsträgern ausgearbeitet und zur Diskussion gestellt. Doch einheitlich hinter neuen Ideen kann Arosa noch immer nicht stehen. Immerhin löst jede breit gestreute Idee viel Arbeit für unseren Tourismusdirektor aus. So darf er alle Fragen, Kritiken – zum Glück auch Lob – ausführlich per Mail, Telefon oder persönlichem Gespräch beantworten. Viel Arbeit, vielleicht ein bisschen wenig Ertrag. Denn oft ändern auch einleuchtende Argumente wenig an der Einstellung, Projekte mit aller Konsequenz umzusetzen.

Vielleicht müssen wir auch nochmals ein Feld zurück gehen und wieder vermehrt die einzelnen Leistungsträger in die Pflicht nehmen. Es zeigt sich – entgegen anderen Meinungen, wie z.B. seitens des Kantons – dass am Ende die innovativsten und erfolgreichsten Projekte ins Leben gerufen werden, wenn Gremien alleine entscheiden können.

In Arosa zeigt sich dies explizit. Waren doch in den letzten Jahren beim All-Inclusive, dem Wasserspiel oder auch bei der Rettung der Arosa ClassicCar wenige Entscheidungsträger dafür verantwortlich, dass Nägel mit Köpfen gemacht wurde. Wir können für einmal auch weit in die Vergangenheit zurückgehen. Kurz vor der 100 Jahr Feier der Bahn Chur – Arosa macht dieser Rückblick Sinn, denn den Bau dieser Bahn beschlossen lediglich eine Handvoll Personen. Das Wichtigste an jedem Prozess, jeder Idee ist die Entscheidung anzufangen. Dabei muss auch die Grenze der Marke Arosa gekannt werden. Die Marke ist nicht etwa dann gut, wenn sie sämtliche Wünsche der Kunden und Einheimischen erfüllt. Projekte, welche unser Arosa und die Marke stärken sollen aber durchaus bestmöglich von uns allen getragen werden. Denn sind wir mal ehrlich: Wer will schon eine Marke als (Ferien-)partner, die die meiste Zeit herumjammert?!

Zweitwohnungsbau gestoppt, aber immens wichtig

Die Annahme der Zweitwohnungsinitiative hat vielfältige und weitreichende Folgen für den Tourismus im Berggebiet. Für Arosa kommen diese Änderungen zu einem ungünstigen Zeitpunkt. Haben wir doch unsere Hausaufgaben gemacht und mit dem eigenen Gesetz, die Weichen im Sinne Landschaft, Ortsbild und vernünftiger Bautätigkeit gemacht. Heute äussern sich ironischerweise auch die damaligen Gegner des Arosa-Gesetzes

in sehr wohlwollenden Tönen über unser Gesetz, wenn das Thema «Weber-Initiative» diskutiert wird.

Nichts desto trotz ist es mir ein grosses Anliegen die Zweitwohnungsbesitzer und Vermieter in Arosa hervorzuheben. Sehr viele unserer Wohnungsbesitzer sind echte Arosa Fans und nutzen ihr «Heim» oft und gerne. Wo man sich wohl fühlt, hält man sich gerne auf. Immer und immer wieder. Deshalb gebührt den Zweitwohnungsbesitzern in Arosa ein grosses Dankeschön für ihre Treue zu Arosa.

Investitionen und Neuerungen stehen für ein aktives Arosa!

Trotz einem, in Bezug auf den wirtschaftlichen Erfolg, durchzogenen Jahr für die Destination Arosa wird seitens der unterschiedlichsten Leistungsträger weiterhin kräftig investiert. In der Hotellerie, der Gastronomie, bei Ferienwohnungen oder auch bei den Arosa Bergbahnen kann die Liste von Neuerungen, Erweiterungen oder auch Sanierungen beliebig ergänzt werden. Die Leuchttürme sind sicherlich das neue Weisshorn Gipfelrestaurant und die bevorstehende Skigebietsverbindung Arosa – Lenzerheide. Zusammen mit dem Bild einer innovativen, aktiven und sympathischen Destination, welches Arosa im Markt genießt, sind das beste Voraussetzungen, um die nach wie vor aktuelle wirtschaftliche Baisse im Tourismus erfolgreich zu überstehen. Ein gutes Zeichen ist auch die Rechnung 2011/12 von Arosa Tourismus, welche zum wiederholten Male besser als erwartet abschliesst. Dies zeigt auch die Flexibilität von Arosa Tourismus in Bezug auf marktgerechtes Reagieren auf Indikatoren und überraschend eintretende Szenarien.

Danke!

Das ganze Team von Arosa Tourismus hat auch mit dem Umzug ins neue Sport- und Kongresszentrum per März 2012 nichts an Drive verloren. Es ist mir ein Anliegen im Namen des ganzen Vorstandes jedem einzelnen Mitarbeitenden zu danken. Arosa Tourismus ist erste Anlaufstelle in Arosa und es ist schön, immer wieder zu hören, dass Arosa Tourismus mit grösst möglichem Arbeitseinsatz am Werk ist. Weiter so!

An dieser Stelle gebührt aber auch dem (teilweise neu) gewählten Vorstand ein grosses Dankeschön. Die intensiven und immer zielführenden Gespräche im Rahmen der monatlichen Vorstandssitzungen helfen, die Zukunft auch weiterhin mit Elan und Freude in Angriff zu nehmen.



Direktor Pascal Jenny

Schwungvoll ins neue Sport- und Kongresszentrum

Mitte März 2012 war es endlich so weit. Alle Mitarbeitenden von Arosa Tourismus setzen sich nun täglich «aus einer Hand» für die Ferienregion Arosa ein. Die neuen Büroräumlichkeiten im Sport- und Kongresszentrum Arosa (SKZA) bieten gute Voraussetzungen für künftige Erfolge. Das Team der Sportanlagen ist nun auch am touristischen Puls der Vermarktungs- und Verwaltungszentrale. Die Kombination mit den verschiedensten Räumlichkeiten und das offene Foyer machen es möglich, dass für Arosa Tourismus die Nähe zum Gast während den vielen Events in den Lokalitäten der neuen «altherwürdigen» Eissporthalle angestiegen ist.

Eine wahre Freude während dem Ärztekongress, dem Nissen Cup oder dem Länderspiel Schweiz – Finnland im SKZA zu arbeiten. Die offene Arbeitskultur wird dafür sorgen, dass Arosa Tourismus als wichtige Marketing- und Verkaufsunternehmung in Arosa auch künftig ideenreich und mutig agieren wird.

Mitarbeitende sind entscheidend

Viel (viel zu viel) wird in der Schweiz von Herzlichkeit, Freundlichkeit und Qualität gesprochen. Es gibt sogar Tourismusorganisationen, welche für die Mitarbeitenden Herzlichkeit-Workshops mit Pflichtkonsum eingeführt haben. Das ist sicher gut und recht, aber sind wir doch mal ganz ehrlich. Als Gast erwarte ich Qualität, egal wie hoch der Preis für eine Dienstleistung ist. Ebenso erwarte ich freundliche und aufgestellte Menschen in einer Ferienregion, egal ob sich die Gastgeber gerade wohlfühlen oder nicht. Diese Ansprüche werden jedoch nur mit motivierten Mitarbeitenden erreicht. Motivation ist der Schlüssel zum Erfolg. Deshalb versucht Arosa Tourismus seinen geschätzten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Rahmen des Aufgabenportfolios von jedem Einzelnen, möglichst viel Spielraum zu gewähren. Diese Arbeitsweise schafft auch immer wieder Boden für Ideen – im Kleinen wie im Grossen.

Arosa Tourismus will weiterhin Ideenfabrik sein und ist froh um Inputs, Ideen und Anregungen, aus welcher Ecke diese auch immer stammen mögen.

Marketing und Events

Das Geschäftsjahr 2011/12 stand (wie auch das kommende Geschäftsjahr) unter dem Stern antizyklischen Agierens. In einem rückläufigen alpinen Tourismusumfeld hat Arosa Tourismus zusätzlich in verschiedene Felder investiert. Nichts desto trotz konnte der budgetierte Verlust um beinahe 50% unterboten werden. Dies auch weil die vielen Marketing- und Eventmassnahmen in sich selber oft deutlich besser als budgetiert abschliessen konnten. Dies war einerseits dank dem grossen Zuspruch der Zuschauer und Teilnehmer möglich. Zum anderen aber auch der Tatsache zu verdanken, dass für viele Aktivitäten Partner und Sponsoren gefunden werden konnten. Die Bereitschaft inner- und ausserhalb von Arosa Projekte der Tourismusregion Arosa zu unterstützen, erstaunt immer wieder. Dies ist eine echte Qualität, welche auch nicht so einfach kopierbar ist, wie vielleicht andere Arosa-Projekte (z.B. Arosa All-Inclusive).

Es zeigt sich, dass die verstärkte Ausrichtung auf Events in allen Bereichen Früchte trägt. Einerseits wird ein Teil der Logiernächterverluste beim Individualgast kompensiert, zum anderen etabliert sich Arosa in der Wahrnehmung von Gästen und Medien weiter als aktive und innovative Destination. Der Zuspruch im Bereich von Voluntari und Einsitznahmen in den OKs vom Dorf und den Leistungsträgern wird weit herum bewundert. Dafür gebührt Arosa – einmal mehr – ein grosses Dankeschön.

Fusion – was bringst du uns? Skigebietsverbindung Arosa – Lenzerheide im Fokus

Arosa Tourismus hat im vergangenen Jahr die Strategie in Bezug auf die mögliche Talfusion mit touristischen Kooperationsfeldern ergänzt. Noch lässt sich aber nicht abschätzen, was die nun Tatsache gewordene Fusion mit sich bringen wird. Was geschieht mit dem All-Inclusive Angebot, wie können touristische Angebote mit den «neuen» Arosenerinnen und Arosern rasch zu verkaufbaren Produkten entwickelt werden, wie steht «Gross-Arosa» zum TAG (Tourismusabgabe Gesetz)? Viele Fragen sind offen und müssen möglichst rasch angepackt werden. Denn auch der Ort Arosa mit der neu «längsten Dorfstrasse der Welt» wird zu grössten Teilen vom Tourismus abhängig sein und bleiben.



Auf der anderen Seite beschäftigte uns im letzten Geschäftsjahr ein klar skizziertes Projekt. Die Skigebietsverbindung Arosa – Lenzerheide. Die Organisationen Lenzerheide Marketing & Support AG, die Lenzerheide Bergbahnen, die Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus arbeiten gemeinsam an den Themenfeldern Marketing, Kommunikation und Produkt. Diese Arbeit wird im kommenden Geschäftsjahr den Tätigkeitskalender von Arosa Tourismus bestimmen. Sowohl personell wie auch finanziell. Diese Jahrhundertchance wollen wir bestmöglich nutzen. Das «neue Traumpaar» wird auf vielen Ebenen (Hochzeiten) für Furore sorgen. Die Zusammenarbeit mit den Kollegen von der Lenzerheide ist hervorragend und zeigt exemplarisch auf, wie dank einem guten Grund (Skigebietsverbindung) ohne künstliche Strukturen und Vorgaben in Bezug auf Destinationsbildungen rasch und zielführend zusammen gearbeitet werden kann. Pragmatismus und eine immense Vorfreude treiben die Projektmitarbeitenden an. Wir freuen uns schon heute auf die (geplante) Eröffnung im Winter 2013/14.

Währung – die Schweiz ist teurer denn je

Nicht nur gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge beeinflussen den Tourismus. Auch wenn wir es alle fast nicht mehr hören können, aber die Stärke des Schweizer Frankens hat einen grossen Einfluss auf das Volumen der ausländischen Übernachtungen. Die Gäste aus den verschiedensten Märkten reagieren unterschiedlich auf Wechselkursveränderungen. Leider sind die europäischen Nahmärkte sehr sensibel in Bezug auf Schwankungen der Währung. Besonders ausgeprägt reagieren Touristen aus den Niederlanden und Deutschland. Exakt die beiden wichtigsten ausländischen Märkte in Arosa. Deutschland weist (wie Belgien) eine Wechselkurselastizität von -1.82^* aus und die Elastizität der Reisenden aus den Niederlanden liegt gar bei -2.32 .

Auch weil eine Verbesserung des Währungskurses im Sinne von Arosa und der Schweiz nicht absehbar ist, werden der Sommer und ein Fokus auf neue Märkte immer wichtiger. Der Sommer liegt in der Gunst der schweizerischen Wachstumsmärkte (gemäss Schweiz Tourismus) hoch im Kurs. Die Fernmärkte reagieren deutlich weniger auf den Wechselkurs als die Gäste aus Europa.

Dank an den Vorstand und die Leistungsträger

Dem Vorstand von Arosa Tourismus möchte ich persönlich danken. Die touristische Arbeit in einem rauen Umfeld ist für die ganze Crew von Arosa Tourismus nicht immer einfach, aber mit der Gewissheit, dass ein objektiver und marktnaher Vorstand dem Team jederzeit den Rücken stärkt, bildet für alle Aktivitäten eine Position der Stärke. Der Vorstand unter Präsident Christian Menet ermöglicht die oft gehörte Wahrnehmung ausserhalb von Arosa, einer starken touristischen Bewegung in unserem Ferienort. Auch die weiteren Leistungsträger, ob gross oder klein, stehen hinter der Arbeit von Arosa Tourismus. Mal aktiv, mal passiv. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit und wünschen uns noch mehr aktive Beteiligungen. Gemeinsam wird es uns gelingen, das (welt- und europaweite) Interesse für das touristische Arosa weiterhin zu wecken. Das sind Tätigkeiten, welche auch in den herausfordernden Zeiten Spass machen. Freude im Job führt zum Lächeln ohne Ansage. Unsere Gäste schätzen das enorm.

*Eine Elastizität von -1 bedeutet, dass die Logiernächte aus dem Quellmarkt längerfristig um 1% zurückgehen, wenn der Kurs des Schweizer Frankens um 1% ansteigt (das heisst, der Schweizer Franken wird für den ausländischen Gast teurer).

Quelle: KOF ETH Zürich, 2011



PR/Medien/Marketing Yvonne Wüthrich

Der Schwerpunkt im Bereich PR/Medien/Marketing lag im Jahr 2011/12 einerseits auf den Plakatkampagnen und der damit zusammenhängenden Promotion sowie andererseits auf der Medienarbeit. Arosa Tourismus hat versucht, durch aussergewöhnliche Geschichten die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Im vergangenen Geschäftsjahr lag ein starker Medien-Fokus auf zwei der für den Tourismus wichtigen vier W's – Währung und Wetter. Die Thematik um den schwachen Euro und dessen Auswirkung auf das Gästeaufkommen in der Schweiz, sowie der starke Schneefall anfangs 2012 hat Arosa unweigerlich in die Medienaufmerksamkeit gerückt.

PR/Medien

Über 100 **Medienmitteilungen** wurden im vergangenen Geschäftsjahr von Arosa Tourismus verschickt. Dabei werden jeweils Print- und Online-Medien, sowie Radio- und TV-Stationen der ganzen Schweiz angeschrieben. Für eine starke **Medienpräsenz** sorgten neben den grossen Arosa-Events das Rekordspiel im Hallenstadion Zürich, die Plakatkampagne mit den Nostalgiesujets im Winter 2011/12 und der grosse Schneefall. Hervorgehoben werden kann sicher die starke Präsenz in den Gratis-Zeitungen Blick am Abend und 20Minuten; dank persönlichen Kontakten wurden hier mehrmals spontane Ideen von Arosa Tourismus kurzfristig abgebildet (Holland-Plakataktion, Arosa-Taler, Schneefall im Oktober, etc.). Weiter zeigt sich auch die Branchenzeitung hotelrevue (htr) stets interessiert in die Arosa-Themen und publizierte im vergangenen Geschäftsjahr über 20 Artikel mit Inhalten aus Arosa. Eine besondere Präsenz erhielt Arosa in der Dezember-Ausgabe der Schweizer Illustrierten-Beilage «al-dente»: auf 11 Seiten wurde über das Gastronomie-Angebot am Berg und im Dorf berichtet. Neben den zahlreichen Beiträgen mit Arosa-Themen auf dem regionalen Sender «Tele Südostschweiz», konnte Arosa Ende November auch einen Auftritt in der Schweizer Nachrichtensendung «10 vor 10», in einem Bericht über den fehlenden Schnee in den Schweizer Alpen, generieren. Zudem war Arosa auf verschiedenen ausländischen Fernsehsendern präsent: Arosa-Reportage im Reisemagazin «Heaven on Earth» auf dem englischen Fernsehsender Channel 5; Arosa-Beitrag zum Thema Währungsproblematik im ARD-Mittagsmagazin; Reportage über den Golfclub Arosa auf Sport1. Auf dem Schweizer Radiosender DRS3 wurde das All-

Inclusive-Angebot von Arosa im März 2012 in der Reisesendung «Uf u dervo» vorgestellt.

Arosa Tourismus realisierte in diesem Geschäftsjahr in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien rund 20 **Medienreisen** mit über 40 Journalisten aus den Hauptzielmärkten Deutschland, Holland und Belgien, sowie aus England, Russland und China. Unter anderem wurde eine Gruppenmedienreise mit Journalisten aus Deutschland durchgeführt, welche das Winterwandern und die Sonnenterrassen von Arosa zum Thema hatten, sowie eine internationale Gruppenmedienreise, unter anderem mit Journalisten aus den USA und Kanada, anlässlich der Arosa Gay Ski Week. Als Output aus den Medienreisen konnten zahlreiche Print- und Online-Berichte in den Zielmärkten generiert werden. Zusätzlich zu den Medienreisen wurde im Sommer 2011 ein **Fam-Trip** mit 12 holländischen Travel-Agents durchgeführt. Den Teilnehmern wurden neben der Destination im Allgemeinen, drei Hotels und der Golfplatz präsentiert, so dass die Travel-Agents in Zukunft beim Verkauf von Arosa auf ihre eigenen Erfahrungen zurückgreifen können.

Online

Arosa Tourismus entwickelt sich im Bereich der Online Medien und Social Media ständig weiter. Im Frühjahr 2011 lancierte Arosa das Bewegtbild-Portal **arosatv.ch**. Auf arosatv.ch werden Videos und Kurz-Filme, welche von Arosa Tourismus selbst gedreht worden sind oder von Partnern angeliefert wurden, präsentiert. Gäste und Arosa-Freunde können sich auf dem Bewegtbild-Portal einen ersten Eindruck über die Destination verschaffen oder sich auf den kommenden Aufenthalt einstimmen. arosatv.ch wurde im Frühling 2012 am World Media Festival in Hamburg in der Rubrik «WebTV Infotainment» ausgezeichnet. Zum Start der Wintersaison 2011/12 realisierte Arosa Tourismus zudem eine **mobile Website** für iPhones, welche auf die aktuellen Bedürfnisse und Wünsche der Smarthpone-User angepasst ist. Die herkömmliche www.arosa.ch-Website wird dort in einer vereinfachten Form und mit Schwerpunkt auf die Informationen, welche vor allem während dem Aufenthalt in der Destination nützlich sind, dargestellt. Anlässlich des Arosa Humor-Festival wurde ein **Twitter-Account** erstellt, über welchen mehrmals täglich aktuelle Kurz-Infos über den Event verschickt worden sind. Auf einem Arosa Humor-Festival-**Blog** wurde zudem über



jeden Event-Tag ein ausführlicher Beitrag publiziert. Der monatliche Arosa-Newsletter wird neu über das CRM-Tool verschickt, was eine attraktivere Gestaltung der Informationen, sowie eine gezieltere Ansprache der gewünschten Gäste-Zielgruppe ermöglicht.

Events

Die drei grössten und bekanntesten Arosa-Events, wie auch die neue CEO-Olympiade und die zusätzlichen Sport- und Kultur-Anlässe ermöglichten der Destination einmal mehr eine starke Medienpräsenz im In- und Ausland.

Die siebte **Arosa ClassicCar** wurde von 30 Medienschaffenden, hauptsächlich aus dem Motorsport-Bereich, besucht. Aus deren Recherchen, sowie den von Arosa Tourismus verschickten Medienmitteilungen entstanden über 60 Medienauftritte. Die Jubiläumsausgabe des **Arosa Humor-Festival** im 2011 erreichte fast 500 Medien-Auftritte in Print-, Online-, Radio- und TV-Kanälen. Der grösste Fernsehauftritt des Festivals konnte dank der Vorstellung von Giacobbo/Müller, welcher noch am gleichen Abend im Schweizer Fernsehen übertragen worden ist, erreicht werden. Die zweite Durchführung des **Arosa IceSnowFootball** wurde dank der Teilnahme von Star-Trainer Giovanni Trapattoni in den Medien stark abgebildet. Über die inoffizielle Schneefussball-Weltmeisterschaft wurde unter anderem in der Sportreportage von ZDF und auf RTL in der Sportzusammenfassung berichtet. Vom 30. März bis zum 1. April 2012 ist die erste **Arosa CEO-Olympiade mit nostalgischem Touch** durchgeführt worden. Mit fünf Medienmitteilungen hat Arosa Tourismus über den Event informiert und konnte damit Print-Beiträge in der Sonntagszeitung, dem 20Minuten, der hotelrevue, der Coopzeitung und anderen generieren. Zusätzlich berichtete sowohl das Schweizer Sportfernsehen wie auch die People-Sendung «Glanz&Gloria» von der Event-Neuheit aus Arosa. Aufgrund der Absage vom Swiss Snow Walk&Run und den Pferderennen auf Schnee blieben Berichterstattungen über diese bekannten Arosa-Anlässe aus.

Zielmärkte Schweiz / Deutschland / Benelux und neue Märkte

Arosa Tourismus hat per Ende 2011 die Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien hinsichtlich der gemeinsamen Marktbe-

arbeitung Deutschland und Benelux beendet. Einzig die Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien im Bereich Golf wird weiterhin aufrecht erhalten, zudem wird auch die erfolgreiche Kooperation bei den Medienreisen fortgeführt. Verstärkt wurde hingegen die Kooperation mit **Schweiz Tourismus**, in Bezug auf die Bearbeitung des heimischen Marktes mit den Sommer- und Winterkampagnen. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wird Arosa als Marketingpartner in alle offiziellen Kommunikationsmittel von Schweiz Tourismus eingebunden: Print-Broschüren, eBroschüren für Tablet-Computers, eMarketing und Social Media, Homepage myswitzerland.com. In all diesen Medien wird Arosa ab Sommer 2012 als eigenständige Destination, unabhängig von Graubünden, präsentiert.

Punktuell werden zudem auch gemeinsame Aktivitäten in den Märkten Deutschland und Benelux umgesetzt; wie zum Beispiel der Aushang von Arosa-Plakaten in Amsterdam oder eine Online-Präsentation in Luxemburg vom Arosa-Frühlingsangebot auf der stark frequentierten Homepage www.rtl.lu. Die Kampagnen-Themen von Schweiz Tourismus werden von Arosa Tourismus mitgetragen, so dass sich für die Gäste ein Wiedererkennungswert ergibt. In diesem Sinne steht der Sommer 2012 auch in Arosa im Zeichen des Wassers und der Winter 2012/13 steht unter dem Motto «Winterwandern, Genuss Entschleunigung».

Die Märkte werden weiterhin mit klassischen Plakatkampagnen, Online Kampagnen und saisonalen Angeboten bearbeitet. Im Vorfeld der Sommersaison 2011 wurde das All-Inclusive Angebot beworben, hinsichtlich der Wintersaison 2011/12 wurden drei Nostalgie-Sujets zu Plakaten aufbereitet und mit dem Slogan «Schnee wie eh und je» versehen. Die Winterkampagne wurde unterstützt durch eine Geschenk-Gutschein-Aktion, welche auch auf den Plakaten kommuniziert worden ist. Im Rahmen der Aktion wurden Gutscheine für über CHF 80'000.00 verkauft. Die Gäste zeigten sich von den Nostalgie-Plakaten so begeistert, dass diese nachgedruckt und am Schalder zum Verkauf angeboten worden sind. Von Mitte März bis Mitte April wurde die «Sonnenaktion» lanciert, welche hauptsächlich online promotet worden ist: 4 Tage buchen, 3 bezahlen (inklusive Skipass). An der Aktion haben 21 Arosa-Hotels teilgenommen, es konnten dabei 17 Buchungen mit 160 Logiernächten generiert werden.



Promotionen und Spezialaktionen

Arosa präsentierte sich im vergangenen Geschäftsjahr im Rahmen von **Messen** und anderen **Promotions-Auftritten** im In- und Ausland. Im Sommer 2011 fuhr Arosa im Werbetross der Tour de Suisse mit und konnte mit einem Stand in den Start-Orten der Tour auf sich aufmerksam machen. Am 24. September 2011 organisierte Arosa Tourismus zusammen mit anderen Leistungsträgern einen «Arosa-Tag» im Hallenstadion. Der Zuschauer-Rekord anlässlich des Spiels EHC Uzwil – EHC Arosa wurde zwar nicht erreicht, nichts desto trotz konnte sich Arosa mit dieser Aktion bei den Eishockey-Fans und Arosa-Freunden in Zürich präsentieren. Im Oktober wurde in Arosa die Hauptversammlung von den Alpine Pearls durchgeführt und die Mitglieder konnten sich vor Ort von den Bemühungen von Arosa Tourismus im Bereich Nachhaltigkeit ein Bild machen. Im November trat Arosa Tourismus gemeinsam mit den Arosa Bergbahnen und dem Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa in der Diners Club Arena Rapperswil, am Spiel der Rapperswil-Jona Lakers gegen die ZSC Lions, auf. Im Januar 2012 präsentierte sich Arosa wiederum gemeinsam mit Schweiz Tourismus an der holländischen Ferienmesse Vakantijebours in Utrecht. Und an einem von Alpine Pearls organisierten Medienanlass an der ITB Berlin konnte Arosa Tourismus im März 2012 die Destination und deren Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit präsentieren. Daraus resultierte unter anderem in der SonntagsZeitung ein Hinweis auf das All-Inclusive-Angebot von Arosa.

Während des ganzen Jahres werden Arosa Broschüren in den Prospektfächern von den Bahnhöfen Chur und Zürich, sowie den Autobahnraststätten Glarnerland und Heidiland aufgelegt. Dank dem gemeinsamen **Sponsoring** der Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus von Swiss Ice Hockey konnte am Karfreitag das Länderspiel Schweiz – Finnland im Sport- und Kongresszentrum Arosa durchgeführt werden. Die «neue Eissporthalle» war ein erstes Mal ausverkauft und Arosa konnte sich den Eishockey-Fans und dem Verband erfolgreich präsentieren. Eine Weiterführung des Sponsorings wird angestrebt, insbesondere auch darum, weil das Vier-Länder-Turnier Arosa Challenge im Dezember 2012 erstmals in Arosa durchgeführt werden soll.

Nachhaltigkeit

Arosa Tourismus bemüht sich weiterhin, seine Anstrengungen im Bereich «**Nachhaltiges Arosa**» zu optimieren und neue Projekte zu realisieren, welche Arosa als nachhaltige und verantwortungsbewusste Destination positionieren.

Die bestehenden Projekte (klimaneutrale Winterferienpauschale, Energieeffizienz-Initiative, kurvensicher.ch, Mitgliedschaft Alpine Pearls) werden im kommenden Jahr «unter die Lupe genommen» und wo nötig verbessert. Ein Schwerpunkt wird auf ein neues Projekt gelegt: Um die verschiedenen, bereits bestehenden Projekte zu bündeln und Arosa in Zukunft noch stärker als nachhaltige Destination positionieren zu können, beteiligt sich Arosa Tourismus als Pilotdestination an einem Projekt der Hochschule Luzern (HSLU). Die HSLU plant, ein **Nachhaltigkeitsmanagementsystem für Destinationen** zu entwickeln, anhand dessen konkrete, nachhaltige Angebote erarbeitet und umgesetzt, sowie notwendige Anpassungen an Infrastrukturen vorgenommen werden können. Das langfristige Ziel dieses Managementsystems ist die Positionierung eines Ferienortes als nachhaltige Destination. Gemäss Projektplan startet im Herbst 2012 die Hauptprojektphase, welche die Entwicklung und erste Anwendung des Managementsystems in den Pilotdestinationen beinhaltet – Fortsetzung folgt.



Statements Welche Rolle spielt in Arosa die Marketing - und Eventtätigkeit?

« Marketing- und Eventtätigkeiten sind wichtige Faktoren der Akquisition neuer Gäste-segmente wie z.B.: Potente Sponsoren für Grossanlässe, Grosskunden wie Banken, Versicherungen, Autofirmen etc. Zusätzlich muss sich ein Touristenort wie Arosa gegen Aussen transparent vermarkten, ob in den Medien wie TV, Radio und Zeitungen, wie auch über Arosa Tourismus selber. »

Jakob Fahrni - Posthotel Arosa AG

« Arosa ist bekannt für Events aller Art. Von der Tour de Suisse über das Arosa ClassicCar zum Pferderennen auf Schnee sowie dem Fussball auf dem Obersee und Wintersportanlässen auf höchstem Niveau (WM). Somit ist Arosa auch für Firmen prädestiniert, die Infrastruktur zu nutzen. Mit dem Kongresszentrum können wir nun auch grössere Veranstaltungen professioneller bewirtschaften – das SKZA ist professioneller als die Mehrzweckhalle mit Gummiboden ;-). Hotels mit viel Erfahrung (Arosa Kulm Hotel & Alpin Spa, Sporthotel Valsana, Waldhotel National, Tschuggen Grand Hotel, Blatter's Bellavista Hotel u.a.) sind sicher erfahrene TOP-Partner zur Unterstützung dieser Anlässe. »

Steffen Volk - Waldhotel National

« AROSA muss sich für die neuen Herausforderungen im TOURISMUS rüsten. Mehr EVENTS, die über die Grenzen hinaus ihre Wirkung haben, müssen angestrebt werden. Sogenannte 0815 Events bringen meines Erachtens keine Wirkung. Lieber einen TOP SHOT als «me too»- Veranstaltungen. Gutes Marketing bringt neue Gäste nach Arosa - Stammgäste haben wir viele, und zu diesen Gästen müssen wir Sorge tragen. NEUE GÄSTE braucht AROSA - Kapazitäten haben wir noch genügend. »

Peter Simmen - Clubdirektor Robinsonclub

« Die Marketing- und Eventtätigkeit hat für unseren Kleinbetrieb einen sehr grossen Stellenwert. Für ein wirksames überregionales Marketing ist unser Budget viel zu klein. Wir begrüssen die Situation sehr, unter dem «Marketingschirm» von Arosa Tourismus operieren zu können. »

Martin Häfeli - Arosa Vetter Hotel

« Arosa muss als ganze Einheit verkauft werden, Arosa Tourismus amtet dabei als Schlüsselstelle. Events in und rund um Arosa beleben das Dorf und sind zentrales Verkaufsargument für jede Jahreszeit. »

Jan Twietmeyer - Hotel Cristallo & Restaurant «Le Bistro»

« Events sind unvergessliche Ferienerlebnisse. Marketing sollte unsere Gäste immer wieder dazu verführen, bei uns Unvergessliches, Erholung und Ruhe oder eben Erlebnisse zu suchen. Auf Marketing kann man nicht verzichten. »

Heinrich Schwendener - Hotel Arlenwald

« Die Marketing- und Eventtätigkeit spielt in Arosa eine überaus zentrale Rolle: ohne Marketingpower und Events jeglicher Art würden wir es verpassen, Neugäste nach Arosa aufmerksam zu machen und (noch viel wichtiger) unsere treue Stammkundschaft weiterhin für uns zu begeistern. »

Oliver Schmid, Hotel Astoria

« Damit der Name Arosa weiterhin als grosse Marke in den Köpfen der Leute bleibt, ist gutes Marketing unbedingt wichtig. Tolle Events wie das Arosa Humor-Festival und das Arosa ClassicCar Bergrennen sind hierfür ausgezeichnete Instrumente. »

Jüge Matthes, Hotel Seehof

« Marketing ist immens wichtig. Übrigens nicht nur für Arosa. Events auch. Nur stellt sich die Frage was für Events? Grosse, Kleine, Zielpublikum, Nachhaltig, etc. Meines Erachtens ist die wichtigste Frage: Mit was wollen wir unsere (Event) Gäste überraschen? Eine Überraschung muss nicht immer etwas Neues sein, aber etwas sehr Gutes, etwas Spezielles, an das sich der (Event)Gast für immer an Arosa erinnert, wieder kommt und unser Dorf weiterempfiehlt! »

Francisca Gredig - Ferienwohnungsbesitzerin



Events Markus Markwalder

Geschäftsbericht Events

Ein weiteres Jahr zieht vorbei mit unzähligen unvergesslichen und tollen Augenblicken. Arosa als Eventdestination hat sich weiter in den Köpfen der Menschen verankert und löst mit seinen Events positive Emotionen aus.

Bei den Events nehmen die Medien und die daraus folgenden Publikationen stets einen sehr hohen Stellenwert ein. So wird unsere schöne Feriendestination einem möglichst breiten Publikum zugänglich gemacht. Anzahl Logiernächte und Umsatzzahlen sind ein Gradmesser für den Erfolg eines Anlasses. So erfreuen uns Aussagen von Gastronomiebetrieben, die während der Arosa ClassicCar von Neujahrsumsätzen schwärmen. Gute Abschlüsse und Finanzzahlen sind wichtig, aber das Zwischenmenschliche bei Events ist ebenso von grösster Bedeutung. Arosa rückt näher zusammen, die Menschen laufen zu Höchstleistungen auf. Jeder hilft dem Anderen, der einzelne Anlass verbindet. Freundschaften werden intensiviert und neue geschlossen. Sei dies bei anstehenden Arbeiten, aber auch bei einem Bier danach.

Ein grosser Dank gebührt allen Arosern, Schanfiggern und Arosa-Fans, die mit Herzblut und Schweiss alle Events immer wieder von Neuem unterstützen.

Arosa ClassicCar

Die Arosa ClassicCar hat erneut den Bergsommer vom 8. bis 11. September zurück ins Schanfigg gebracht. Während es eine Woche vorher beim Gästegrill heftig schneite, durfte man über die vier Eventtage bei herrlichstem Sonnenschein über 20'000 Besucher begrüssen.

Bereits im Vorfeld hat sich gezeigt, wie sehr sich der Bekanntheitsgrad des Events erhöht hat. Über 200 Fahrernennungen wunderschöner Oldtimer sind bis zum Rennschluss beim Sekretariat eingegangen, wovon 152 bestätigt werden konnten. Auch in diesem Jahr gehörte das Race-Dinner am Samstagabend bei Fahrern, VIP's und Sponsoren zu den Highlights des Events. Der wachsende Anlass durfte neu auf die Unterstützung des Blatter's Bellavista Hotel zählen, welches seit 2011 auch im Sommer geöffnet ist. Die Partnerschaft mit dem 7. ACC Partnerhotel ist dem Veranstalter enorm wichtig und so freut sich die Rennleitung rund um Ueli Schneiter über das neue Zuhause während der Eventtage.

Auf den grössten Sommeranlass von Arosa darf mit Stolz zurück geblickt werden. Nicht nur die Leute, die in den Genuss einer Renntaxifahrt gekommen sind, schwärmten einmal mehr von der speziellen Atmosphäre des «little Monacos der Berge».

Arosa Humor-Festival

Das Arosa Humor-Festival, welches als Startschuss für die Event-Strategie von Arosa Tourismus angesehen werden darf, feierte vom 8. bis 18. Dezember das 20-Jahre-Jubiläum. Ein grosser Moment für Festival, Mitbegründer, langjährige Sponsoren und treue Besucher. Was 1992 als waghalsige Idee startete, entwickelte sich zum bekanntesten Event von Arosa. Das Festival hat sich über die Jahre stets weiterentwickelt, was

deutlich in den Bereichen Infrastruktur, Rahmenprogramm und Sponsorenstruktur ersichtlich ist.

Mit der guten Sponsorenstruktur und grossem Support von den 21 Arosa Partnerhotels, werden viele Gäste zum Start der Wintersaison nach Arosa gelockt.

Highlights wie Mummenschanz und Ursus & Nadeschkin waren die Publikumsmagneten und innerhalb weniger Tage nach Start des öffentlichen Vorverkaufs ausverkauft. Mit über 18'000 Besuchern am Arosa Humor-Festival 2011 feierte man am Jubiläum erneut einen Besucherrekord. Wir freuen uns auf weitere humorvolle Jahre!

Arosa IceSnowFootball

Im Januar waren die Wetterbedingungen für die Arosa-Events nicht optimal. Der nasse Schnee und die hohen Temperaturen führten dazu, dass der Obersee nie komplett zugefroren war. Aus Sicherheitsgründen wurden die beiden Pferderennen auf Schnee und der Swiss Snow Walk & Run von den jeweiligen Organisationskomitees abgesagt.

Beim Arosa IceSnowFootball bestand die Möglichkeit, auf die offene Kunsteisbahn auszuweichen. Die Spieler fanden anstelle der Zelte nun Garderoben und die Sportfans Tribünen vor. Das Eventareal wirkte auf alle Anwesenden kompakter und entpuppte sich so als Glücksfall. Der Star des Turniers war der Trainer des All-Star Teams, Giovanni Trapattoni, der Monate später an der EURO 2012 die Iren coachte. In Arosa konnte er sein Team nicht zum inoffiziellen Schneefussball WM-Titel führen, er musste sich mit dem dritten Platz zufrieden geben. Seine Interviews und Sprüche waren dafür weltmeisterlich.

Die Schweizer – mit Stéphane Chapuisat deutlich besser als an der Premiere – kämpften mit den Deutschen um den Titel. Ulf Kirsten sicherte den Deutschen den Sieg mit seinem Tor in den letzten Sekunden der Spielzeit. Die Spielqualität war sehr hoch – ebenso das Medienecho im Nachbarland, dank dem Sieg der Deutschen. Vor Ort sorgten Waldemar «Waldi» Hartmann und Dani Wyler als Speaker für beste Unterhaltung.

Die zweite Austragung des internationalen Turniers darf als Erfolg gewertet werden. Ehemalige Nationalspieler, Sponsoren, Medien und Besucher genossen gemeinsam auf und neben dem Spielfeld eine tolle Zeit in Arosa.

Arosa CEO-Olympiade

Mit der CEO-Olympiade wurde ein neuer Event ins Leben gerufen, der mit nostalgischem Touch ganz auf die Schiene der Sommer- und Winterkampagne von Arosa Tourismus setzt. Wirtschaftsgrössen haben in Arosa um den Titel «sportlichster CEO der Schweiz» gekämpft. Ob sie sich nun auf Holzskiern durch den Hindernis-Parallel-Parcours bemühten, um die Wette schlittelten oder mit einem Lancia Delta Integrale einen Slalom bewältigen mussten, Spass und Ehrgeiz waren stets hoch. Arosa freut sich über diesen weiteren Event kurz vor Ende der Wintersaison, der nochmals auf Arosa und sein umfassendes Angebot aufmerksam macht.



IT/Web/Technische Dienste Rochus Caluori

Infrastruktur/Hardware

Im vergangenen Geschäftsjahr mussten einige Investitionen getätigt werden, die den direkten Arbeitsbereich von Arosa Tourismus betrafen. Die beiden PC's in der Buchhaltung wurden ersetzt und an den PC's der Gästeinfo mussten kleinere Reparaturen vorgenommen werden.

Auch der alte ca. 8-9 jährige Server quittierte den Dienst und wurde durch eine leistungsfähigere Maschine ersetzt. Dank einer guten Datensicherung konnte dies aber ohne Datenausfall ausgeführt werden.

Software

Um weiterhin im Grafik- und Design- Bereich mit unseren Partnern und externen Grafikern zusammenarbeiten zu können, rüsteten wir 5 PC's mit neuer Software (Adobe CS5.5) aus.

Web

Im Vergleich zum letzten Geschäftsjahr waren die Zahlen der Besuche auf unserer Homepage leicht rückläufig. Allerdings konnte die Qualität der Inhalte verbessert werden. So bleibt nun ein Besucher im Durchschnitt drei Minuten auf unserer Homepage bevor er wieder auf eine andere wechselt. Dies ist eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr um 30 Sekunden. Auch die eindeutigen Besucher (die Anzahl der nicht duplizierten (nur einmal gezählten) Besucher auf unserer Website) sind um 4.78% gestiegen. Im Geschäftsjahr 2011/12 waren es 490'173 im Vergleich zu 467'586 eindeutige Besuche zum Vorjahr. Dies zeigt klar, dass www.arosa.ch von immer mehr Gästen genutzt wird.

Herkunft der Web-Besucher

Schweiz: 69.00%	England: 1.88%
Deutschland: 18.21%	Holland: 2.61%
Belgien: 1.52%	Sonstige: 6.11%

Benutzer mobiler Geräte

Ein interessanter Trend konnte bei den Mobile-Nutzern erkannt werden. iPad, iPhone, BlackBerry und weitere mobile Geräte sind sehr stark am Kommen. Dies macht sich auch bei den Zugriffen auf unsere Homepage bemerkbar:

Gerät	2009/10	2010/11	2011/12
iPad	15	12132	53671
iPhone	5880	22478	29779
Android	141	3739	10940
iPod	290	1142	1397
SymbianOS	322	1229	887
BlackBerry	110	466	395
Windows Phone	0	25	195

Sport- und Kongresszentrum (Technik)

Die Hauptarbeitsprozesse des vergangenen Geschäftsjahres drehten sich um den Umzug ins neue Sport- und Kongresszentrum. Angefangen im September mit der Planung der W-Lan Access-Points bis hin zum eigentlichen Umzug Mitte März.

Kongresssaal

Mit der Inbetriebnahme des Kongresssaals kam auch ein grosser Teil neuer EDV und Technik dazu. Eine neue Musikanlage mit digitalem Mischpult, ein neues Lichtsteuerungssystem, ein iPad zur Steuerung von Licht und Ton durch die Mieter oder Kongressteilnehmer, sowie mehrere PC's zur Steuerung der neuen Anlagen.

Hardware

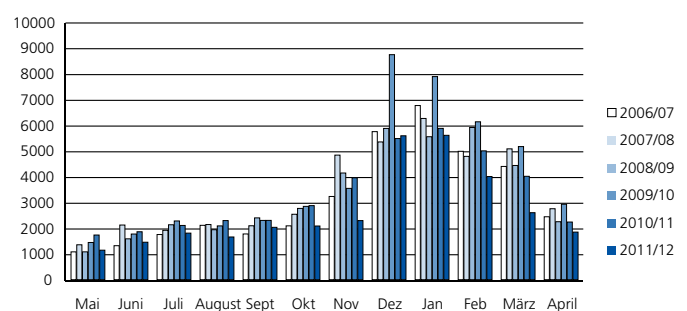
Für den neuen Standort wurde ebenfalls diverse neue Hardware angeschafft, vor allem um den Kongress- und Seminarbereich gut bedienen zu können. Das ganze Sport- und Kongresszentrum wurde mit W-Lan ausgestattet, welches bei jedem Event oder Kongress separat angepasst werden kann. Die Gäste gehen nun über ein separates Netz ins Internet, vom Netzwerk von Arosa Tourismus komplett getrennt. Weiter wurden mehrere Switch und Kabel angeschafft, um die Seminarbereiche auch mit Kabel-Netzwerk versorgen zu können.

Umzug

Aus technischer Sicht lief der Umzug ohne grosse Zwischenfälle ab. Am Freitagabend um 17.00 Uhr wurden alle Computer und Telefone ausgeschaltet und an den neuen Standort transportiert. Zusammen mit der Firma Deep und Alpic wurden die Datei- und Telefonserver verschoben und wieder in Betrieb genommen. Um 20.00 Uhr liefen die Server wieder und Alpic und Deep konnten ihre Arbeit beenden.

Nach einer Nachtschicht von Freitag auf Samstag konnte das Team bereits am Samstagmorgen wieder auf das Internet und die E-Mails zugreifen. Am Samstagnachmittag waren dann auch das Telefon und der Zugriff auf die Serverdaten wieder möglich. Diverse kleinere Korrekturen wurden dann in der folgenden Woche ausgeführt.

Tagesdurchschnitt der Besuche pro Monat auf arosa.ch (ordentliches Geschäftsjahr)





Sport Silvia Kuster

Arosa und seine sportliche Vielseitigkeit

Denksport ist jeweils zu Beginn der Sommersaison angesagt, wenn sich SchachspielerInnen – vorwiegend aus Deutschland und der Schweiz – zum Arosa Studententurnier treffen. Bei der 43. Austragung konnte sich in der Kategorie «Meister», der in Basel wohnhafte internationale Schachmeister Branco Filipovic, als Sieger feiern lassen.

Weitere traditionelle Anlässe, wie das Arosa Beachvolleyballturnier, bei welchem sich erneut 24 topmotivierte, volleyballbegeisterte Teams in der Badi trafen um sich untereinander zu messen, als auch die Motorrad Orientierungsfahrt, bei welcher bereits zum 30. Mal zur abwechslungsreichen Rundfahrt durch Graubünden mit Ziel in Arosa eingeladen wurde, lancieren Jahr für Jahr den Arosa Veranstaltungssommer.

Am 2. Sonntag im August stand Arosa dann ganz im Zeichen der polysportiven Bewegung, hatten sich doch erneut rund 60 Zehner-Teams zur Arosa Sportstafette angemeldet. Im Sommer 1947 ahnten die sportbegeisterten Arosener wohl noch nicht, dass die Sportstafette mit ihren 10 Disziplinen und dem besonderen Ambiente in der Gegend Unter-/Obersee mehr als 60 Jahre Bestand haben wird. Standen die ersten Jahre noch ganz im Zeichen einer dorfinernen Ausmarchung, so setzte Ende der 50er Jahre dann der grosse Aufschwung ein. Der Anlass etablierte sich als grosser Sommer-Sportanlass in Arosa und konnte seinen eigenen, ganz speziellen Charakter bis heute bewahren. Was die Disziplinen betrifft, so sind zwar seit den Anfangsjahren einige Korrekturen vorgenommen worden (Einheits-Tourenräder mit Rücktrittsbremse sind High-Tech-Rädern gewichen, das Schiessen mit Kleinkalibergewehren ist durch das Luftgewehr abgelöst worden und das Inline-Skaten hat den Crosslauf verdrängt), aber sonst ist vieles so geblieben wie es die Pioniere initiiert hatten und begeistert auch heute noch Teilnehmende wie auch Zuschauende.

Ebenfalls etabliert hat sich auch die Arosa ClassicCar. Das internationale Bergrennen von Langwies nach Arosa gehört heutzutage zu den absoluten Highlights des Eventsommers in Arosa – vollbesetztes Teilnehmerfeld mit automobilen Raritäten, zufriedene RennteilnehmerInnen sowie eine tolle Zuschauerkulisse.

Doch auch Sportanlässe wie das Unihockeyturnier «7-eck», Meisterschaftsspiele des EHC Arosa, Bambini- und Piccoloturnier, Curlingturniere, Schneesportrennen wie z.B. der Rivella Family-Contest, Mungga-Trophy etc. prägen seit Jahren den Veranstaltungskalender von Arosa. Währenddem die einen Sportanlässe Indoor oder Outdoor ausgetragen werden konnten, kämpften die Organisatoren des Swiss Snow Walk & Run,

der Pferderennen auf Schnee oder des Wintergolf-Turniers mit den Tücken des Winters und mussten vor der immensen Schneemenge aber auch vor der schlechten Eisbeschaffenheit auf dem Arosa Obersee kapitulieren und die Events schweren Herzens absagen.

Nachdem der Arosa Obersee aus den genannten Gründen nicht präpariert werden konnte, suchten die Verantwortlichen der Alpinen Ballonwoche nach Startalternativen. Eröffnet wurde die Ballonwoche mit einem speziellen «Night Gloomig» (Ballonglühen), für einmal nicht auf sondern rund um den Arosa Obersee, wo die Crews einen Teil der Ballone in der zunehmenden Dunkelheit aufstellten und als riesige Lampions leuchten liessen. Trotz der für Ballonfahrten teilweise ungünstigen Witterung präsentierten sich die Ballone täglich an diversen Orten dem Publikum und auch die Schule Arosa kam zu einer «Fesselfahrt» und zu einem interessanten Vortrag über Heissluftballone.

Als die Gebrüder Montgolfier vor über 200 Jahren den ersten Ballon mit einem Strohfeuer aufheizten und ein paar Haustiere als Testpiloten gegen Himmel schickten, entlehnten sie die passende Bezeichnung wohl aus der Seefahrt. Aus diesem Grunde spricht man auch heute noch vom Ballonfahren und nicht vom -fliegen. Und so fuhren oder besser gesagt schwebten die Ballone über dem Talkessel von Arosa.

Veranstaltungsmässig wurde die Wintersaison mit einem Event der besonderen Art abgeschlossen. Am Karfreitag stand - in Zusammenarbeit mit Swiss Ice Hockey und im Rahmen der Vorbereitung auf die WM 2012 in Finnland/Schweden – ein Länderspiel zwischen der Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft und dem amtierenden Weltmeister Finnland auf dem Programm. In der ausverkauften Eissporthalle spielten im Vorfeld die «Swiss Legends» gegen die «Arosa Legends» und sorgten bei den Zuschauern für den einen oder anderen Schmunzler. Der Sieg ging mit 11:6 klar an die «Swiss Legends». Beim anschliessenden Länderspiel zeigte die Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft ein engagiertes Spiel und führte bis zur 52. Minute mit 2:1. Die Finnen dominierten jedoch das dritte Drittel und auch die Verlängerung und gewannen schliesslich dieses Länderspiel mit 3:2.

Zum Schluss meines diesjährigen Berichtes möchte ich es nicht unterlassen, den Arosa Sportclubs, Vereinen, OK's und allen freiwilligen HelferInnen für die Initiative, den Einsatz bei Anlässen oder für deren Organisation bestens zu danken. Nur so ist es möglich, dem Gast Jahr für Jahr ein so abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm bieten zu können.



Veranstaltungen

Juni

- Golf: Opening Competition
- Arosa Musikkurswochen
- Schach: Int. Arosa Stunden- und Jugendturnier
- Harley Davidson Treffen
- Arosa Beachvolleyball-Turnier
- Tennis: Jungsenioren Open Turnier Arosa
- Orchester Jubiläumskonzert

Juli

- Arosa Musikkurswochen
- Motorrad: Orientierungsfahrt
- Ländlertreffen
- Tennis: Internationales Senior Open ITF
- Benefizabend Arosa Musik Theater
- Konzert Festival Chor Arosa
- Handwerkermarkt
- Arosa Unihockeyturnier «7eck Cup»
- Eishockey: U20 Trainingslager mit Spielen SUI-GER
- Arosa Jazztage
- Fussball: Grümpeltturnier des EHC Arosa Fan-Clubs
- Uraufführung der Komposition «Bärenstarkes Arosa» von Robert Oesch
- Dorfmarkt
- Arosa Musik Theater
- Grosse Geburtstagsparty «Arosa JUNIOR Club» beim Bergrestaurant Brüggerstuba
- Sommerfest

August

- Arosa Musikkurswochen
- Golf: Arosa Tourismus Prize
- Bundesfeier mit Höhenfeuer
- Handwerkermarkt
- Arosa Sportstafette
- Tennis: Arosa Open Turnier
- Orchesterkonzert
- Grischa TrailRIDE
- Arosa Grill-Plausch für Gäste
- Rad: Bergrennen Chur - Arosa
- Wettfischen am Obersee

September

- Arosa Musikkurswochen
- Oktoberfest bei der Brüggerstuba
- Arosa Musik Academy
- Golf: Bündner Meisterschaften
- Eishockey: Rekordspiel EHC Arosa - EHC Uzwil in Zürich
- Tennis: European Seniors Club Championship - 50+
- Herbstkonzert der Musikgesellschaft Arosa
- Museumstag des Schanfigger Heimatmuseums
- Arosa ClassicCar Int. Bergrennen Langwies - Arosa

Oktober

- Arosa Musikkurswoche
- Chorkonzert
- Volleyball: Junioren Mini-Turnier

November

- Eishockey: Bambini Turnier
- Advents Apéro

Dezember

- Curling: Ausscheidung für die SM Open Air
- 20. Arosa Humor-Festival
- Curling: OpenAir Eröffnungsturnier des CC Arosa Inter
- Curling: Valsana Weihnachts-Turnier
- Eishockey: Trainingslager der U20 Nationalmannschaft
- Weihnachtskonzert mit dem Gospeltrain Felsberg

Januar

- Neujahrskonzert mit der Kammerphilharmonie GR
- Snowboard: Chill&Destroy Tour
- Arosa Gay Ski Week
- Eishockey: Turnier des EHC Arosa Fanclubs GR
- Arosa IceSnowFootball
- Konzert mit dem Heidelberger Kammerorchester

Februar

- Curling: Arosa Tourismus Trophy
- Alpine Ballonwoche
- Schneeshows
- Schlittelrennen des Skiclubs Langwies
- Ski: Nostalgie Rennen des Skiclub Arosa

März

- Eishockey: PiccoloTurnier um den «Hansi-Cup»
- Curling: Arosa Sunna-Cup
- Ski: JUNIOR Masterrennen der SSSA
- Event der Arosa Chefköche
- Ärztekongress
- Arosa Musik Festival
- Schneesport: Bündner Bergbahnen Meisterschaften
- Schneesport: Mungga Trophy
- Schneesport: 1. Arosa CEO Olympiade

April

- Schneesport: Rivella Family-Contest
- Eishockey: Länderspiel SUI - FIN
- Curling: Offene Clubmeisterschaft des CCA
- Curling: Grümpeltturnier für Einheimische
- Eishockey: Grümpeltturnier des EHC Arosa
- Nachtschwärmerrennen
- Höchster Guggentreff Europas



Kultur Christian Buxhofer

Der Kulturkreis Arosa kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2011/12 zurückblicken. Im Zentrum standen die Aktivitäten zum 25-jährigen Bestehen der Musik-Kurswochen Arosa.

Neuer Teilnehmerrekord bei den Musik-Kurswochen Arosa

Bei den Musik-Kurswochen, die im Sommer 2011 zum 25. Mal stattfanden, wurden 1294 Teilnehmende registriert. Damit wurde die Rekordzahl aus dem Jahr 2006 (1229) deutlich übertroffen. Die vor drei Jahren eingeleitete Qualitätsoffensive hat sich ein erstes Mal bezahlt gemacht. Erstmals konnten auch im September unter dem Titel «Arosa Music Academy» mehrere Meisterkurse angeboten werden, die von immerhin rund 50 Studierenden belegt wurden. Bis dieses neue Angebot genauso etabliert sein wird wie die Musik-Kurswochen Arosa, wird es noch einige Jahre dauern und es sind dazu grosse Anstrengungen erforderlich.

Rund 140 Veranstaltungen

Der Kulturkreis Arosa hat im Geschäftsjahr 2011/12 insgesamt rund 140 Veranstaltungen organisiert, darunter etwa 40 Bergkirchli-Konzerte. Im Rahmen des AROSA MUSIK THEATERS wurden im Sommer unter dem Titel «Eine grosse Harlekinade»

kurze Opern von Gaetano Donizetti und von Antonio Salieri aufgeführt. Die kühle Witterung liess ein Spiel auf der Waldbühne leider nicht zu. Der Panoramasaal des «Arosa Kulm Hotels» erwies sich aber als ideale Ausweichstätte. Beim Winterfestival AROSA MUSIK FESTIVAL konnte im 2012 gegenüber dem Vorjahr wieder ein leichter Besucheranstieg registriert werden.

Finanzen im Griff

In finanzieller Hinsicht war das vergangene Geschäftsjahr für den Kulturkreis erneut eine grosse Herausforderung. Bei einem Umsatz von rund 1,17 Millionen Franken konnte eine ausgeglichene Rechnung erzielt werden, wobei für die verschiedenen Jubiläumskonzerte Rückstellungen eingesetzt werden mussten. Obwohl die Mitgliederbeiträge vor drei Jahren markant erhöht wurden, ist die Zahl der Kulturkreis-Mitglieder mit rund 600 konstant geblieben. Um das grosse Angebot des Kulturkreises aufrecht erhalten zu können, hat der Vorstand des Kulturkreises Arosa beschlossen, die Vereinsstrukturen per 2013/14 zu ändern und die Geschäftsführung, die trotz der starken Entwicklung des Angebots, noch immer ehrenamtlich erfolgte, zu professionalisieren.





Incentive Nicole Hemmi

Im Geschäftsjahr 2011/12 konnte Arosa Incentive wieder diverse Gruppenanlässe organisieren und betreuen. Die Kunden waren wie in den vergangenen Jahren mit den Diensten von Arosa Incentive zufrieden und lobten den Service diverser Leistungsträger in Arosa. Entgegen den vergangenen Jahren, erzielte Arosa Incentive im 2011/12 mehr Gruppenbuchungen. Zudem konnte seit dem Geschäftsjahr 2006/07 erstmals wieder eine zunehmende Anfrageanzahl vermerkt werden.

Zahlen

Insgesamt wurden zwei Sommer- sowie 33 Winter-Incentives durchgeführt, welche zusammen 1'651 Logiernächte generierten. Dies entspricht 20.7% mehr Incentives aber einem Logiernächte-Rückgang von 39.1% gegenüber dem Vorjahr. Dieser Rückgang hängt hauptsächlich damit zusammen, dass in der Saison 2010/11 ein Grossanlass, welcher alleine 750 Logiernächte generiert hat, durchgeführt werden konnte. Der Trend die Übernachtung direkt und nicht über Arosa Incentives zu organisieren, hielt auch in diesem Jahr an.

Der 2011/12 direkt über Arosa Incentive erzielte Umsatz von CHF 233'628.30 verteilt sich wie folgt auf die diversen Anbieter in Arosa:

• Hotels	CHF	106'719.80
• Bergbahnen	CHF	22'015.60
• Diverse	CHF	84'337.50

(Berghütten, Skischule, Schlittenvermietung, Schneeschuhwanderung, Kutschen-Fahrten, Outdoorpartner sowie diverse Restaurants)

Der erwirtschaftete Betrag durch Bearbeitungsgebühren erreichte rund CHF 20'555.40.

Gruppen

Bei insgesamt 135 Gruppenanfragen (45 mehr Anfragen als 2010/11) buchten 35 Firmen und Gruppen ihren Anlass zumindest teilweise über Arosa Incentive. 22 Gruppen haben durch die Hilfe von Arosa Incentive ihren Anlass selber in Arosa durchgeführt und 78 kamen nicht nach Arosa.

Insgesamt musste dieses Jahr fünf interessierten Firmen (ca. 750 Personen und ca. 2'390 LN) eine Absage erteilt werden, weil keine geeigneten Unterkünfte oder Verpflegungsmöglichkeiten gefunden werden konnten. Vier Firmen mussten den Event aus finanziellen Gründen absagen. 43 Gruppen haben einer anderen Destination den Zuschlag für ihren Event gegeben.

Die Gründe sind oftmals auf den Anfahrtsweg nach Arosa zurückzuführen. 16 Gruppen haben sich auch nach wiederholtem Nachfragen nicht mehr gemeldet und bei 10 Gruppen waren es diverse Gründe, welche zu einer Absage führten.

Kundenprofil

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei den Firmen- und Gruppenanfragen war mit circa 26 Personen im Vergleich zu 2010/11 (32) etwas tiefer. Die Gruppen kamen hauptsächlich aus der Deutschschweiz und waren durchschnittlich 2.3 Tage (1.4 LN, im Vorjahr 1.7 LN) in Arosa. Die Ausgaben fielen auf CHF 285.00 pro Person. Im Verhältnis zum Geschäftsjahr 2009/10, in welchem ebenfalls ein Grossanlass durchgeführt wurde, hat sich dieser Wert massiv erhöht (Vergleich 2009/10 CHF 151.18, 10/11 CHF 347.00).

Auch in diesem Jahr wurden die Events hauptsächlich im Winter durchgeführt. Beliebt waren wie in den vergangenen Jahren die Hüttenabende im Skigebiet kombiniert mit einer Pistenbullyfahrt und einer anschließenden Schlittelabfahrt, Kutschenfahrten sowie Schneeschuhwanderungen und natürlich die verschiedenen Teamevents. In diesem Winter wurde erstmals der Huskyplausch ins Angebot aufgenommen. Diese Aktivität kristallisierte sich als echtes Highlight heraus und ist für Gruppen, welche etwas Spezielles erleben wollen, genau das Richtige. Die beiden Sommer-Incentive buchten Fackelwanderungen und den Flossbau-Event. Um den Sommer rund um das All-Inclusive Angebot in Zukunft zu stärken, werden für das kommende Geschäftsjahr vermehrt spezifische Marketingaktivitäten getätigt.

Auch in diesem Jahr konnten wir von einer optimalen Zusammenarbeit mit den diversen Dienstleistern profitieren. Dies führte dazu, dass die Kunden Arosa in guter Erinnerung behalten und zufrieden heimreisen.

Auszubildende

Laura Menet wird kommenden Sommer das zweite Lehrjahr der kaufmännischen Ausbildung beenden und sich im folgenden Geschäftsjahr auf die bevorstehende Lehrabschlussprüfung vorbereiten.

Im August 2012 wird Arosa Tourismus keinen neuen Auszubildenden einstellen. Die Schnupperlehren für eine Ausbildung von 2013 bis 2016 laufen jedoch bereits. So wird anfangs August 2013 ein neuer Auszubildender bei Arosa Tourismus seine Lehre antreten dürfen.



Sport- und Kongresszentrum Roland Schuler

Eissporthalle

Mit der Aussicht der Fertigstellung des Umbaus ging auch die Eissporthalle in ihren Jahresbetrieb über. Der Sommer litt nochmals beträchtlich unter dem Baueinfluss und führte im Betrieb zu grösseren Mehraufwendungen infolge Staub und Lärmbelastungen.

Nichts desto trotz konnten wir die Sommer-Trainingslager-Saison am 25. Juni 2011 starten und diverse Teams und Spieler auf dem Eis begrüßen. Höhepunkte waren das Vorbereitungscamp der Schweizer U20-Nationalmannschaft und das internationale Hockey-Camp mit einem Ice Skating-Trainer aus der NHL.

Auf den Winter stand die Eissporthalle als Heimstätte für den EHC Arosa, für Eishockey- und Curlingturniere, sowie Spezial-events (Arosa Humor-Festival Jubiläumsabend, Ausstellungsfläche) zur Verfügung. Speziell erwähnen möchte ich das Länderspiel der Schweizer Eishockey Nationalmannschaft gegen Finnland. Das neue Sport- und Kongresszentrum konnte zum ersten Mal einen Sportanlass als ausverkauft melden und mit der Integration der Hospitalities punkten.

Der Betrieb der Eissporthalle im vergangenen Jahr dauerte vom 25. Juni 2011 bis zum 15. April 2012.

Kongress & Seminar

Durch den Umbau ins Sport- und Kongresszentrum sind neu ein Kongresssaal, zwei Lounges, ein Foyer und fünf Seminarräume entstanden. Direkt mit der Fertigstellung per Mitte Dezember durfte ein erster Anlass durchgeführt werden. Der Jubiläumsabend des Arosa Humor-Festival war dann auch der Startschuss für weitere Events – Tag der offenen Tür, Mitgliederversammlung VivArosa, Gemeindeversammlung, Ärztekongress, Kulturaustausch China - Schweiz, klassische Konzerte, internationale Kongresse, Seminare, Sitzungen oder Zumba-Abende wurden in den ersten Monaten im Zentrum durchgeführt und brachten Leben in die neuen Räume.

Es zeigt sich nach der ersten Saison, dass das Zentrum vor allem als Ganzes überzeugt und die individuelle, flexible Raumsituation den Nutzer überzeugt. Speziell die Verbindung zur Eissporthalle und der Eisfläche werden für zukünftige Anlässe interessant sein.

Zukünftig werden wir sicher besorgt sein, weitere Events in unserer Infrastruktur umzusetzen und möglichst viele Gäste nach Arosa zu holen.

Offene Kunsteisbahn (OKEB)

Mitte November liessen die Temperaturen einen Eisaufbau auf dem OKEB zu. Natürlich nutzten die Wintersportler dieses Angebot frühzeitig, da der Schnee vorerst noch auf sich warten liess.

Das grosse Eisfeld der offenen Kunsteisbahn blieb weiterhin im Fokus von Eisläufern, Eisstockschiessenden und Curlern. Wäh-

rend sieben Tagen und zwei Abenden in der Woche konnten interessierte Eissportler die Steine ins Haus legen oder ihre Runden auf dem Open Air-Eisfeld drehen.

An den Wochenenden wurden hauptsächlich Curling-Turniere bei strahlendem Sonnenschein gespielt. Jedoch Ende Januar stand der Fussball im Mittelpunkt. Die Standort-Verschiebung des Arosa IceSnowFootball-Eventplatzes bedeutete einige Vorbereitungen auf dem OKEB. In wenigen Tagen entstand eine Event-Arena mit Fussball-Charakter, auf welcher die Sportler um den inoffiziellen Schneefussball-Weltmeisterschafts-Titel kämpften.

Mit den Konzerten des Guggentreffs ging das Jahr am 15. April auf dem OKEB zu Ende.

Kunstrasenanlage

Die Sommer Sportveranstaltungen in Arosa werden durch erfahrene und langjährige OK's organisiert und durchgeführt. Auch deshalb sind diese Veranstaltungen, wie das 7-eck-Unihockeyturnier, das Fussball-Grümpi oder die Sportstafette nicht mehr wegzudenken und gehören zu Arosa wie das Amen zur Kirche. Natürlich hoffen wir, dass diese Events noch lange bestehen bleiben und danken allen freiwilligen Helfern für die Unterstützung.

Daneben absolvierte auch der FC Arosa seine Trainingseinheiten und Heimspiele auf dem Kunstrasenplatz.

Mit dem neuen Kunstrasen, welcher im Sommer 2012 verlegt wird, hoffen wir auf bessere Trainingsvoraussetzungen für den einheimischen FC und natürlich die Buchung diverser Fussball-Trainingslagern. Mit der Bestätigung der Schweizerischen Schiedsrichterwoche konnte bereits ein erster Erfolg in diese Richtung erreicht werden.

Desweiteren wird der Sportplatz auch von anderen Teilnehmern genutzt, sei dies für einen Fussball-Kick am Sonntag oder zum rumrennen und Velofahren von Kindern unter der Woche.

Durch den Neubau des Hotel Carmenna's sind wir überzeugt, dass der Fussball-Platz noch mehr zur Begegnungsstätte wird und an Attraktivität gewinnt.

Seilpark

Nachdem das erste Jahr gut analysiert wurde, galt es diverse Details im Seilpark zu verbessern und umzusetzen. Das Seilparkteam der ersten Stunde sorgte für eine einheitliche Beschilderung, übersichtlichere Abläufe und konnte unter anderem Plattform-Patenschaften aufhängen.

Im Seilpark Arosa wird die Sicherheit der Gäste absolut in den Vordergrund gestellt. Die Mitarbeitenden vollzogen daher auch weitere Ausbildungen und lancierten einen übergreifenden Rettungstag mit Vertretern des SAC, der Feuerwehr, der Gemeinde- und Kantonspolizei. Dieser Übungstag wurde im August auch von vielen interessierten Besuchern beobachtet und



von den Teilnehmern mit viel Motivation umgesetzt. Trotz einem schwierigen Juni mit instabilen Wetterverhältnissen durften wir im Seilpark 10'000 Besucher begrüßen. Dass dabei keine nennenswerten Zwischenfälle und somit eine unfallfreie Saison vermeldet werden kann, freut uns besonders.

Camping

Mit kleinen, aber andauernden Investitionen versucht man den Campingplatz Arosa stetig aufzuwerten. Erstmals konnten wir auch einen neuen Flyer präsentieren und mehr auf uns aufmerksam machen.

Die nicht so tollen Witterungsbedingungen im Sommer und der wirtschaftlich schwierige Winter spürten wir auch auf dem Campingplatz. Die Stammgäste blieben uns treu und wir konnten fast identische Saison- und Jahresplätze verkaufen. Aber bei den Kurzaufenthalten mussten wir ein Minus an Logiernächten hinnehmen.

Durch tägliche Kontrollen und Unterhaltsarbeiten sind wir stets im Kontakt mit den Gästen und können bei Fragen oder für Hilfestellungen jederzeit da sein.

Bootsbetrieb Obersee

Der Bootsbetrieb gehört zu dem beliebtesten All-Inclusive-Angebot von Arosa. Armando Plaz und Mauro Ongaro organisieren beim Bootshaus die Abwicklung der 20 farbigen Boote (Pedalos und Ruderboote), informieren über das All-Inclusive-Angebot und bieten dem Gast einen kleinen Kiosk an.

Wasserspiel

Die Anschaffung der neuen Steuerung hat sich gelohnt und das Wasserspiel konnte die ganze Saison reibungslos abgespielt werden. Im nachfolgenden Winter wurde ein Teil der Wasserelemente fachmännisch überholt, was dazu beitragen soll, dass das Wasserspiel noch einige Jahre den vielen Besuchern während drei Abenden präsentiert werden kann. Dass das Wasserspiel nach 11 Jahren immer noch einen grossen Anklang findet, zeigt auch die Gegebenheit, dass eine französische Destination sich mit einer Delegation vor Ort informierte und ein ähnliches Produkt gerne lancieren würde.

Ruhebänke

Neben den vielen Angeboten, Attraktionen und Events in Arosa nutzen einige Gäste auch die Möglichkeit in Ruhe auf eine der vielen Parkbänke im ganzen Gebiet zu sitzen. Die angeschriebenen Bänke bleiben dabei natürlich nicht unbemerkt und das Interesse nach einer eigenen Parkbank ist gross. Die Standorte sind jedoch definiert und je nach Attraktivität des Platzes bestehen auch langjährige Wartelisten für den Ersatz einer neuen Ruhebank. Man ist bestrebt die Langlebigkeit der Ruhebänke so weit wie

möglich hinaus zu zögern, jedoch ist es nicht zu vermeiden, dass die Bänke nach acht bis zehn Jahren den äusseren Einflüssen zum Opfer fallen und nach und nach ersetzt werden müssen.

Feuerstellen

Über den Sommer hat man diverse Feuerstellen mit neuen Tischen, Bänken und Grillrosten aufgewertet.

Je nach Standort wurden die Feuerstellen auch rege benutzt, welches einen wöchentlichen Unterhaltsdienst (Holz auffüllen, Reinigung vollziehen) voraussetzt. Gerne kommen wir diesem Aufwand für unsere Gäste nach.

Zivilschutzanlage

Die Gruppenunterkunft weist noch immer eine gute Auslastung an Gästegruppen auf und man konnte den Logiernächteanteil halten. Die Gruppengrößen sind jedoch weiterhin rückläufig. Die Anlage ist in einem guten Zustand und kann den Gästen weiterhin bestens empfohlen werden.

Fahrzeugpark

Das im Vorwinter angeschaffte Allzweck-Fahrzeug, der Aebi KT80 hat auch im Sommer seine Vorteile herausgestrichen. Für viele Arbeiten konnten wir die Maschine einsetzen und nutzen. Der schneereiche Winter hat dann nochmals aufgezeigt, dass wir die richtige Lösung angeschafft haben.

Der in die Jahre gekommene Toyota-Pickup wurde im Sommer ausgeschrieben und wir durften nach dem Auswahlverfahren im Herbst einen neuen Ford Ranger Pickup in Empfang nehmen. Mit einer etwas grösseren Ladebrücke konnte das Fahrzeug im täglichen Einsatz bereits mehrmals punkten.

Lagerplätze

Per Ende Sommer sind wir mit unserem Material definitiv in die Koller Lagerhalle eingezogen. Dank der Halle werden verschiedenste Materialien aus den Events, das Wasserspiel, die Boote, die Abdeckungsböden Eissporthalle und vieles mehr zentral gelagert. Daneben kann die Halle auch als Umschlagplatz bei der Arosa ClassicCar und dem Arosa Humor-Festival genutzt werden.

Personal

Die Mitarbeitenden der Sportanlagen durften mit dem Umbau ein intensives Jahr erleben. Wir freuen uns sehr, dass die Bautätigkeit abgeschlossen ist und wir uns auf unsere Kernaufgaben konzentrieren und natürlich den Schwung des neuen Sport- und Kongresszentrums mit in die Zukunft nehmen können. Innerhalb des Jahres gab es zwei Stellenwechsel auf das Ende des Sommer-, bzw. Wintersaison. Beide Positionen konnten jeweils mit neuen Fachkräften bestens besetzt werden.



Gästeservice Karin Schärli / Fabienne Mathis

Gästeorientiert – Umzug ins Sport- und Kongresszentrum

Anfangs Dezember stand die Gäste-Information mit der Neu-eröffnung des Sport- und Kongresszentrums vor einer grossen Herausforderung. Der Gästeschalter im Dorfzentrum blieb bis zum grossen Umzug von Arosa Tourismus Mitte März geöffnet, somit betrieb Arosa Tourismus während 3 Monaten zwei Schalterzentralen. Dies erforderte eine gute Koordination und Organisation, um an beiden Orten gästeorientiert Auskunft zu geben. Diese Hürde hat das Gäste-Informations-Team mit Bravour gemeistert.

Die neue Einrichtung wie auch die grosse Eingangshalle begeistert nicht nur Gäste und Einheimische, sondern auch alle Arosa Tourismus Mitarbeitenden. Zudem ist die neue Lage ein grosser Pluspunkt für Arosa. Gäste holen sich bereits bei der Ankunft Informationen ab, um einen erlebnisreichen und spannenden Urlaub zu geniessen.

Neues Team – Frauenpower pur

Nach dem Weggang des langjährigen Leiters der Gäste-Information Arno Räth, setzt sich ab dem Winter 2011/12 das 5-köpfige Frauenpower-Team neu zusammen.

Die Leitung untersteht neu Karin Schärli (administrativ) und Fabienne Mathis (operativ).

Persönliche Betreuung versus Internet

Die Informationsquelle Internet ist heutzutage nicht mehr wegzudenken. Gäste informieren sich immer mehr über Online-Plattformen wie google.ch, booking.com oder Social Media-Anbieter wie Facebook und Twitter. Ein starker Internetauftritt ist unausweichlich. Auch in Arosa spürt man den Wandel des Gästeverhaltens. Wurden früher noch Informationen per Tele-

fon eingeholt, so schreibt heute jeder zweite eine elektronische Nachricht. Grundinformationen werden jedoch alle aus dem Internet gezogen. Mail-Anfragen beinhalten meistens detaillierten Fragen, wie persönliche Beurteilung eines Hotels oder detaillierte Wegbeschreibungen etc. Dennoch beantwortet das Gäste-Informations-Team bis zu 50 E-Mails täglich.

Der Gästekontakt bleibt uns aber vor Ort erhalten. Prospekte, Flyer, Wanderkarten werden trotz des immer stärker werdenden world wide web immer noch geschätzt.

All-Inclusive und Arosa Card

Das Sommerangebot wurde auch in diesem Jahr mit grosser Begeisterung von unseren Gästen und Einheimischen genutzt.

Arosa JUNIOR Club

Kinder sind die Zukunft/Gäste von Morgen. Kinder entscheiden über die Ferien oder sind zumindest aktiv an der Ferienplanung beteiligt. Arosa Tourismus möchte sich mit dem Arosa JUNIOR Club als der Familienort der Schweiz etablieren. Eine starke Markenbindung ist für dieses Vorhaben wichtig und notwendig. Erste Schritte zur Strategieverfolgung sind schon letzten Winter erbracht worden. Das Maskottchen Klexx wurde vermehrt in Hotels & Dorf gesichtet, so beispielweise besuchte Klexx im Februar über 20 Hotels, um die kleinen Gäste in Arosa willkommen zu heissen. Auch an Events wie dem Arosa IceSnowFootball freuten sich die Kinder über die Anwesenheit von Klexx.

Gästeerhungen

Letztes Jahr durften wir 24 Gäste für ihre Treue zu Arosa ehren. Davon erhielten 10 Personen eine Ehrung für 20-25 Jahre, 5 für 25-35 Jahre und 9 Gäste für 45-50 Jahre.



Finanzen Urs Schmid

Bilanz per 30. April 2012

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 2'655'739.00 aus. Das Eigenkapital beträgt neu per 30. April 2012 CHF 1'301'054.26.

Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Abnahme von CHF 1'366'464.54 und beträgt per 30. April 2012 CHF 2'093'729.00, resp. 78.8% der Bilanzsumme. Im Geschäftsjahr 2011/12 haben die flüssigen Mittel aufgrund von grösseren Investitionen im Sport- und Kongresszentrum sowie einem zinslosen Darlehen an die Gemeinde Arosa stark abgenommen.

Das Anlagevermögen beträgt – nach Investitionen von CHF 42'733.89 (Ersatz Jeep), einer Darlehens-Vereinbarung mit der Gemeinde Arosa von CHF 450'000.00 sowie Abschreibungen von CHF 55'731.89 – per 30. April 2012 CHF 562'010.00.

Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Abnahme von CHF 973'666.95 und beträgt per 30.04.2012 CHF 1'354'684.74 resp. 51.0% der Bilanzsumme. Die Rückstellungen nahmen im Geschäftsjahr 2011/12 um CHF 650'000.00 ab. Auf der einen Seite konnten die Rückstellungen nach abgeschlossenen Revisionen und Prozessen sowie Investitionen in das SKZA reduziert oder aufgelöst werden, andererseits wurden Rückstellungen im Bereich Oeko Fonds, Arosa Humor-Festival und Skigebietsverbindung Arosa/Lenzerheide getätigt.

Das Eigenkapital verzeichnet im Geschäftsjahr 2011/12 - durch die Verluste der Gästetaxen-Rechnung von CHF 82'356.30, der Sport- und Kulturrechnung von CHF 19'220.45 und der Marketing-Rechnung von CHF 54'218.84 bei einer Zuweisung von CHF 200'000.00 in die Marketing-Reserve - eine Zunahme von CHF 44'204.41 und beträgt per 30. April 2012 neu CHF 1'301'054.26, resp. 49.0%.

Die detaillierten Zahlen sind unter www.arosa.ch ersichtlich.
QR-Code Link für Smartphones:



Erfolgsrechnung 2011/12

Gästetaxen-Rechnung

Die Gästetaxen-Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 4'640'626.96 und Ausgaben von CHF 4'722'983.26 mit einem Verlust von CHF 82'356.30 (Budget: Verlust von CHF 150'000) ab.

Trotz einem Logiernächterückgang von 4.09% gegenüber dem Vorjahr konnte der Gesamt-Ertrag der Gästetaxen-Rechnung gesteigert werden. Da der Gesamt-Aufwand im Rahmen des Budget lag, konnte die Rechnung besser abgeschlossen werden als budgetiert.

Sport- und Kultur-Rechnung

Mit einem Ausgaben-Ueberschuss von CHF 19'220.45 (Budget: Verlust von CHF 25'000) schliesst die Sport- und Kultur-Rechnung 2011/12 bei Einnahmen von CHF 432'725.75 und Ausgaben von CHF 451'946.20 ab.

Marketing-Rechnung

Bei Einnahmen von CHF 1'311'615.33 (inkl. Auflösung von CHF 200'000.00 Rückstellung ACC) und Ausgaben von CHF 1'165'834.17 sowie einer Zuweisung von CHF 200'000.00 in die Marketing-Reserve schliesst die Marketing-Rechnung 2011/12 mit einem Ausgaben-Ueberschuss von CHF 54'218.84 ab.

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



Bilanz

	30.04.2012	30.04.2011
Aktiven	2'655'739.00	3'585'201.54
Umlaufvermögen	2'093'729.00	3'460'193.54
Kasse	8'401.80	3'883.75
Postcheck	748'903.43	1'066'421.93
Banken	720'547.74	1'782'218.55
Checks	0.00	6'080.00
Flüssige Mittel	1'477'852.97	2'858'604.23
Steuern und Beiträge	278'773.85	251'175.75
Diverse	214'718.46	210'539.74
Forderungen	493'492.31	461'715.49
Verkaufsmaterial	17'161.00	21'121.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
Vorräte	17'163.00	21'123.00
Aktive Abgrenzungen	105'220.72	118'750.82
Anlagevermögen	562'010.00	125'008.00
Sportanlagen	112'001.00	125'001.00
Verwaltung	1.00	1.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	0.00
Wasserspiel	1.00	1.00
Sachanlagen	112'005.00	125'004.00
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Aktien Golf Arosa AG	1.00	0.00
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile Holzmeise	1.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
Darlehen Gemeinde Arosa	450'000.00	0.00
Finanzanlagen	450'005.00	4.00



	30.04.2012	30.04.2011
Passiven	2'655'739.00	3'585'201.54
Fremdkapital	1'354'684.74	2'328'351.69
Laufende Verpflichtungen	384'909.54	502'920.99
Vorauszahlungen Sponsoren AHF	74'775.20	72'880.70
Kurzfristige Verbindlichkeiten	459'684.74	575'801.69
Steuerverwaltung (MwSt)	25'000.00	100'000.00
Sport- und Kulturevents	25'000.00	230'000.00
Öko Fonds	40'000.00	35'000.00
Delkredere	60'000.00	60'000.00
Grossinvestitionen	100'000.00	750'000.00
Skigebietsverbindung	200'000.00	0.00
Humorfestival	300'000.00	225'000.00
Rückstellungen	750'000.00	1'400'000.00
Passive Abgrenzungen	145'000.00	352'550.00
Eigenkapital	1'301'054.26	1'256'849.85
Gästetaxen – Reserve	982'356.29	1'064'712.59
Sport und Kultur – Reserve	119'489.03	138'709.48
Marketing – Reserve	199'208.94	53'427.78
Erarbeitetes Kapital	1'301'054.26	1'256'849.85



Gästetaxen-Rechnung

	Budget 2011/12	Rechnung 2011/12	Budget 2012/13
Gästetaxenaufwand	1'980'000	1'983'619.64	2'020'000
Beiträge	135'000	129'094.35	140'000
Informationsmaterial	175'000	179'886.82	170'000
Gästeangebot	1'595'000	1'598'344.03	1'640'000
Ruhebänke/Wanderwege	75'000	76'294.44	70'000
Verwaltungsaufwand	1'225'000	1'234'750.20	1'305'000
Personalkosten	875'000	904'793.51	965'000
Kanzleikosten	315'000	301'473.65	295'000
Verwaltungskosten	35'000	28'483.04	45'000
Anlagenaufwand	1'145'000	1'504'613.42	1'243'000
Sportanlagen Obersee	984'000	982'733.81	940'000
Angestelltenhaus	4'000	3'823.41	6'000
Seminar/Kongress/Incentiv	98'000	463'503.35	245'000
Camping	59'000	54'552.85	52'000
Gesamtaufwand	4'350'000	4'722'983.26	4'568'000
Gästetaxen-Ertrag	3'515'000	3'565'686.37	3'385'000
Gästetaxen	3'410'000	3'300'531.10	3'260'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-145'000	-135'164.64	-135'000
Auflösung Rückstellung MwSt		75'000.00	
Informationsmaterial	85'000	99'781.94	85'000
Gästeangebot	150'000	203'845.85	160'000
Ruhebänke	15'000	21'692.12	15'000
Verwaltungsertrag	115'000	111'787.43	95'000
Anlagen-Ertrag	570'000	963'153.16	663'000
Sportanlagen Obersee	431'500	471'264.94	425'000
Angestelltenhaus	4'500	6'522.50	6'000
Kongress/Incentiv	40'000	391'924.41	145'000
Camping	94'000	93'441.31	87'000
Gesamt-Ertrag	4'200'000	4'640'626.96	4'143'000
Verlust	150'000	82'356.30	425'000



Sport- und Kultur-Rechnung

	Budget 2011/12	Rechnung 2011/12	Budget 2012/13
Aufwand	465'000	451'946.20	471'000
Sportanlässe Sommer	80'000	82'020.31	63'000
Sportanlässe Winter	105'000	106'286.94	120'000
Beiträge	110'000	105'052.50	105'000
Kulturelle Anlässe	65'000	58'087.28	83'000
Diverser Aufwand	5'000	5'319.12	5'000
Administrations-Aufwand	100'000	95'180.05	95'000
Ertrag	440'000	432'725.75	426'000
Sport- und Kulturtaxen	460'000	450'781.70	446'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-20'000	-18'055.95	-20'000
Verlust	25'000	19'220.45	45'000

Marketing-Rechnung

	Budget 2011/12	Rechnung 2011/12	Budget 2012/13
Aufwand	1'200'000	1'365'834.17	1'235'000
Promotion	420'000	500'762.03	495'000
Product	55'000	44'562.77	55'000
Markets Development	200'000	205'969.79	285'000
PR und Events	125'000	115'951.60	130'000
Humor-Festival	200'000	109'947.33	100'000
Sales	75'000	78'455.06	45'000
Administration	125'000	110'185.59	125'000
Zuweisung Reserven		200'000.00	
Ertrag	1'125'000	1'311'615.33	1'085'000
Tourismustaxen H/G	275'000	265'000.00	255'000
Tourismusbeitrag Gemeinde	300'000	300'000.00	300'000
Tourismustaxen Hotel/Fewo	490'000	484'106.80	470'000
Kooperation Schanfigg	105'000	105'000.00	105'000
Rückstellung ACC		200'000.00	
Vorsteuerkürzung MwSt	-45'000	-42'491.47	-45'000
Verlust	75'000	54'218.84	150'000

Kontrollstelle

Geschäftsprüfungskommission

allenspach & felix

erhaltend
 erweiternd
 absichernd
 wirtschaftsprüfung
 Unternehmensberatung

Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
Genossenschaft
Arosa Tourismus, Arosa
über die Prüfung der Jahresrechnung 2011/2012

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) der **Arosa Tourismus, Arosa** für das am 30. April 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision 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, 30. Juli 2012


Franz Allenspach
 dipl. Wirtschaftsprüfer
 Revisionsexperte HAS
 leitender Revisor


Bruno Felix
 dipl. Immobilien-Treuhänder

Beläge:
Jahresrechnung bestehend aus
- Bilanz
- Betriebsrechnungen

allenspach & felix ag | Engstrasse 14 | 9000 Arosa | Tel. +41 81 833 03 77
 Fax +41 81 833 03 78 | info@allenspach-felix.ch | www.allenspach-felix.ch
 eingetragenes Unternehmen | Reg. Nr. 1514030001

Geschäftsprüfungskommission
Arosa Tourismus Genossenschaft

Generalversammlung
Arosa Tourismus Genossenschaft
Arosa, 3. August 2012

Bericht der Geschäftsprüfungskommission


Sehr geehrte Damen und Herren


Wir haben die Geschäftsführung und die Geschäftsbücher des Geschäftsjahrs 2011/2012 von Arosa Tourismus Genossenschaft gemäss den Bestimmungen der Statuten und Gesetze geprüft. Dabei haben wir folgende Punkte festgestellt:


- Die Beschlüsse der Organe von Arosa Tourismus Genossenschaft wurden ordentlich ausgeführt.
- Der Verlust aus Gästetaxen-, Sport- und Kultur- sowie Marketingrechnung beträgt CHF 155'795.59.
- Im Geschäftsjahres wurden Investitionen von 650'000.00 in das SKZ getätigt. Somit bleiben Rückstellungen von CHF 750'000.00.
- Die der Genossenschaft zur Verfügung stehenden Mittel wurden gemäss Statuten und Gesetz verwendet.
- Das Budget wurde grösstenteils eingehalten.
- Die Buchhaltung wurde ordnungsgemäss geführt.

Gestützt auf unsere Prüfung und mit Hinweis auf den internen Bericht an den Vorstand, beantragen wir, die Rechnung 2011/2012 zu genehmigen und den Verwaltungsorganen Einlassung zu erteilen.

Die Geschäftsprüfungskommission


Peter Simmen


Marie Therese Herwig


Walter Bajetz

Tourismus-Statistik

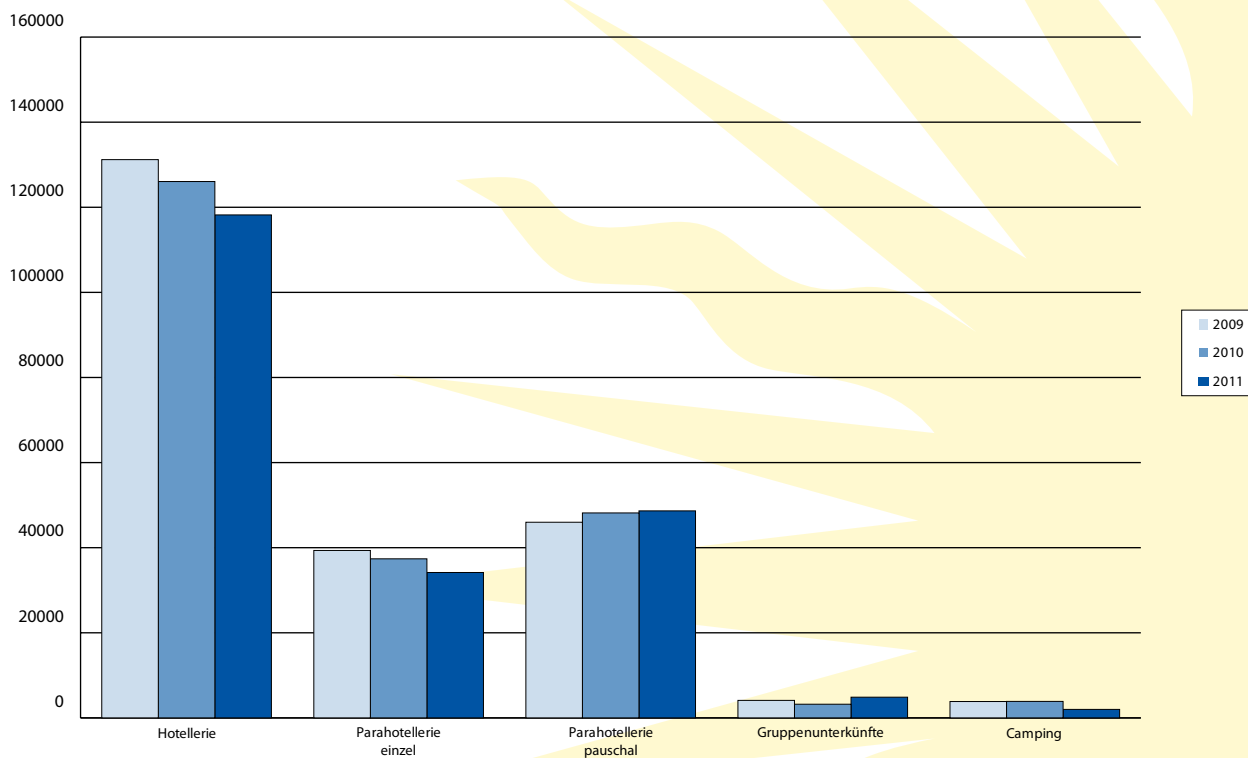
Logiernächte 2011/12

Nationen	Sommer 2011	Winter 2011/12	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
Hotels					
Schweiz	76'180	165'452	241'632	257'297	-6.09
Deutschland	26'748	61'601	88'349	104'281	-15.28
Benelux	6'438	16'994	23'432	28'378	-17.43
Vereinigtes Königreich	1'691	10'760	12'451	12'201	2.05
Israel	1'432	2'330	3'762	3'689	1.98
Frankreich	838	2'344	3'182	4'530	-29.76
USA	754	2'146	2'900	4'065	-28.66
Skandinavien	388	1'902	2'290	2'968	-22.84
Oesterreich	616	1'616	2'232	2'044	9.20
Italien	474	1'099	1'573	1'776	-11.43
Russland	491	801	1'292	2'343	-44.86
Australien/Ozeanien	525	561	1'086	1'872	-41.99
Diverse	1'627	4'950	6'577	7'387	-10.97
Total	118'202	272'556	390'758	432'831	-9.72
Parahotellerie					
Schweiz	20'662	78'349	99'011	106'020	-6.61
Deutschland	7'426	23'537	30'963	34'140	-9.31
Benelux	2'929	4'518	7'447	8'751	-14.90
Vereinigtes Königreich	1'059	1'066	2'125	3'243	-34.47
Israel	678	162	840	2'037	-58.76
Skandinavien	89	684	773	1'552	-50.19
Italien	532	103	635	958	-33.72
Frankreich	252	449	701	873	-19.70
USA	151	247	398	798	-50.13
Russland	79	95	174	127	37.01
Diverse	314	950	1'264	1'579	-19.95
Total	34'171	110'160	144'331	160'078	-9.84
Gruppenunterkünfte	4'868	18'894	23'762	24'718	-3.87
Camping	1'998	4'588	6'586	7'177	-8.23
Parahotellerie Pauschal	48'643	229'317	277'960	254'597	9.18
Total	207'882	635'515	843'397	879'401	-4.09

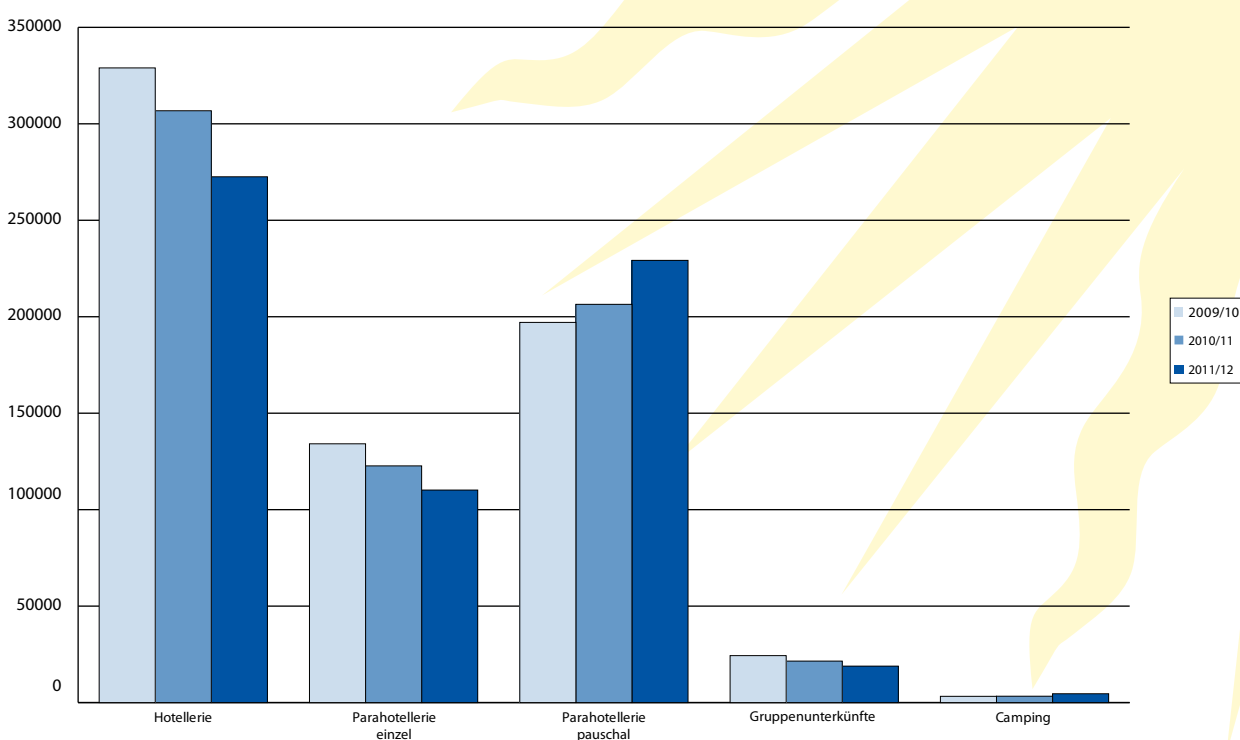
Entwicklung der Logiernächte

Sommer und Winter nach Beherbergungsart

Sommer



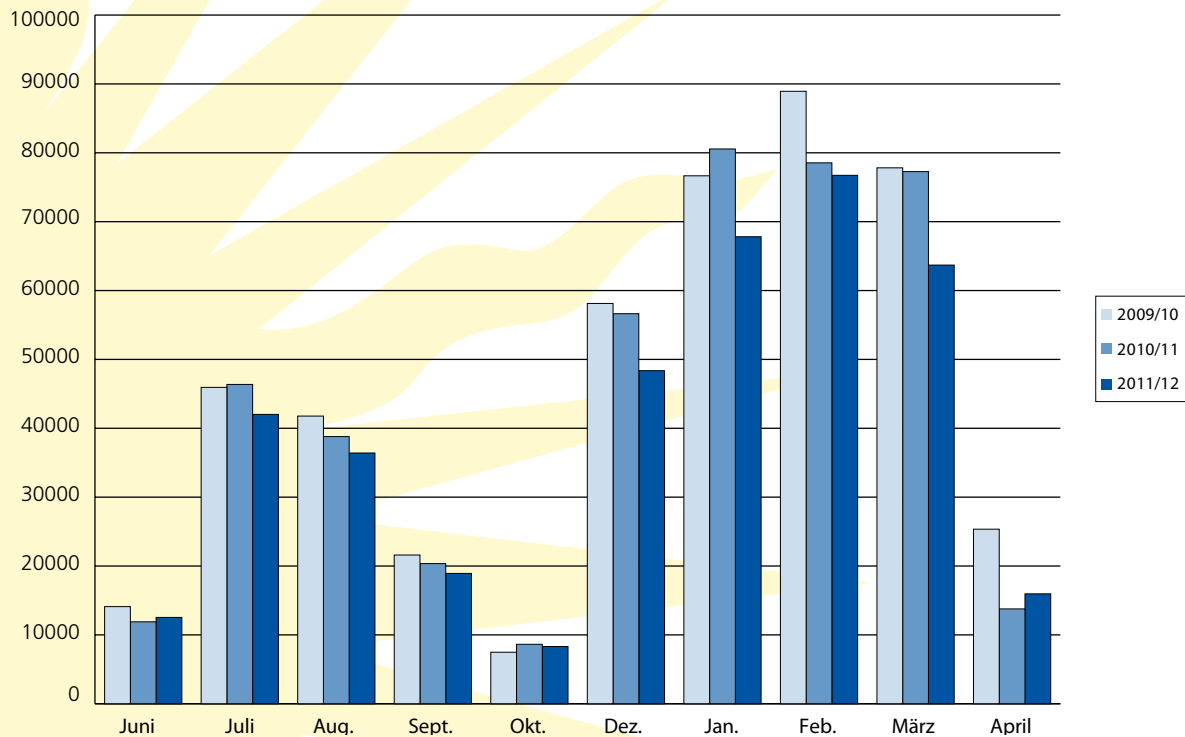
Winter



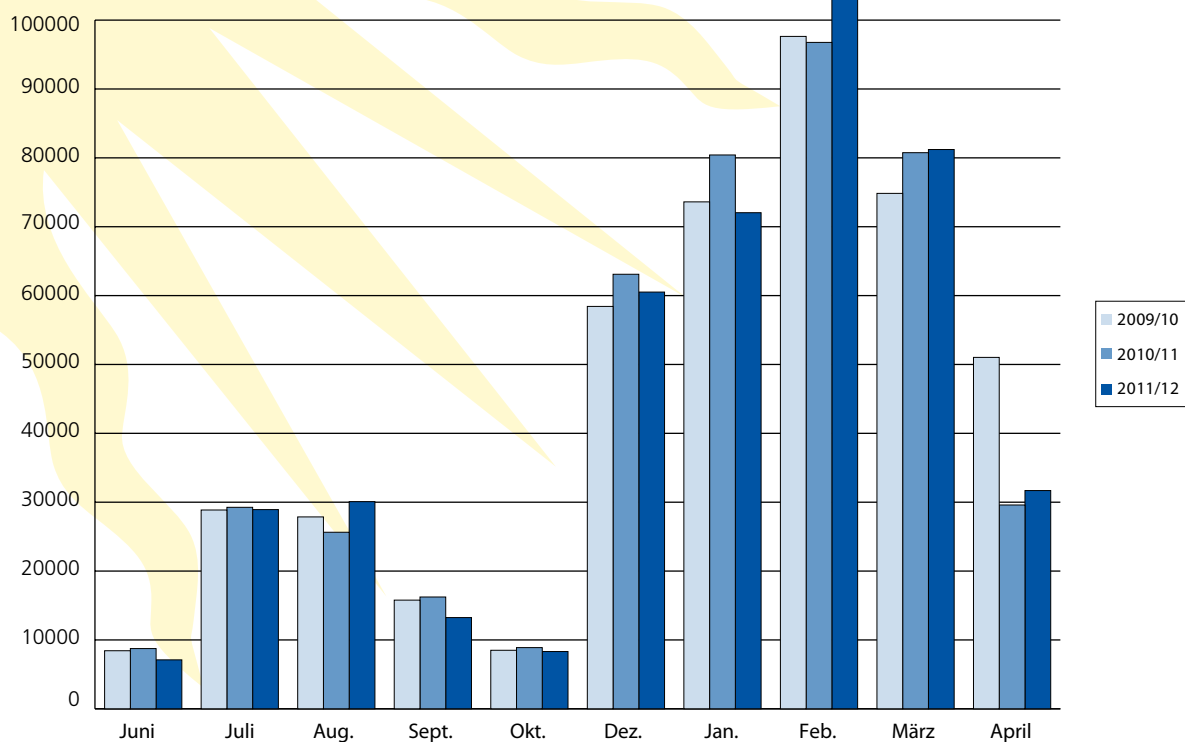
Entwicklung der Logiernächte

Sommer und Winter nach Monaten

Hotellerie



Parahotellerie (einzel und pauschal)

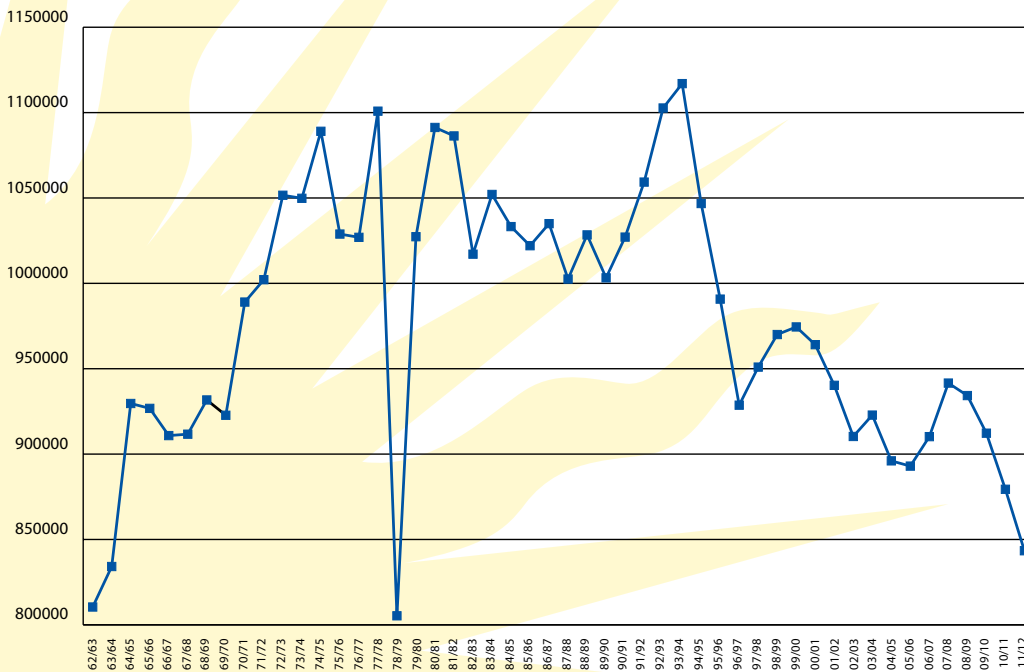


Entwicklung der Logiernächte

1963 - 2012

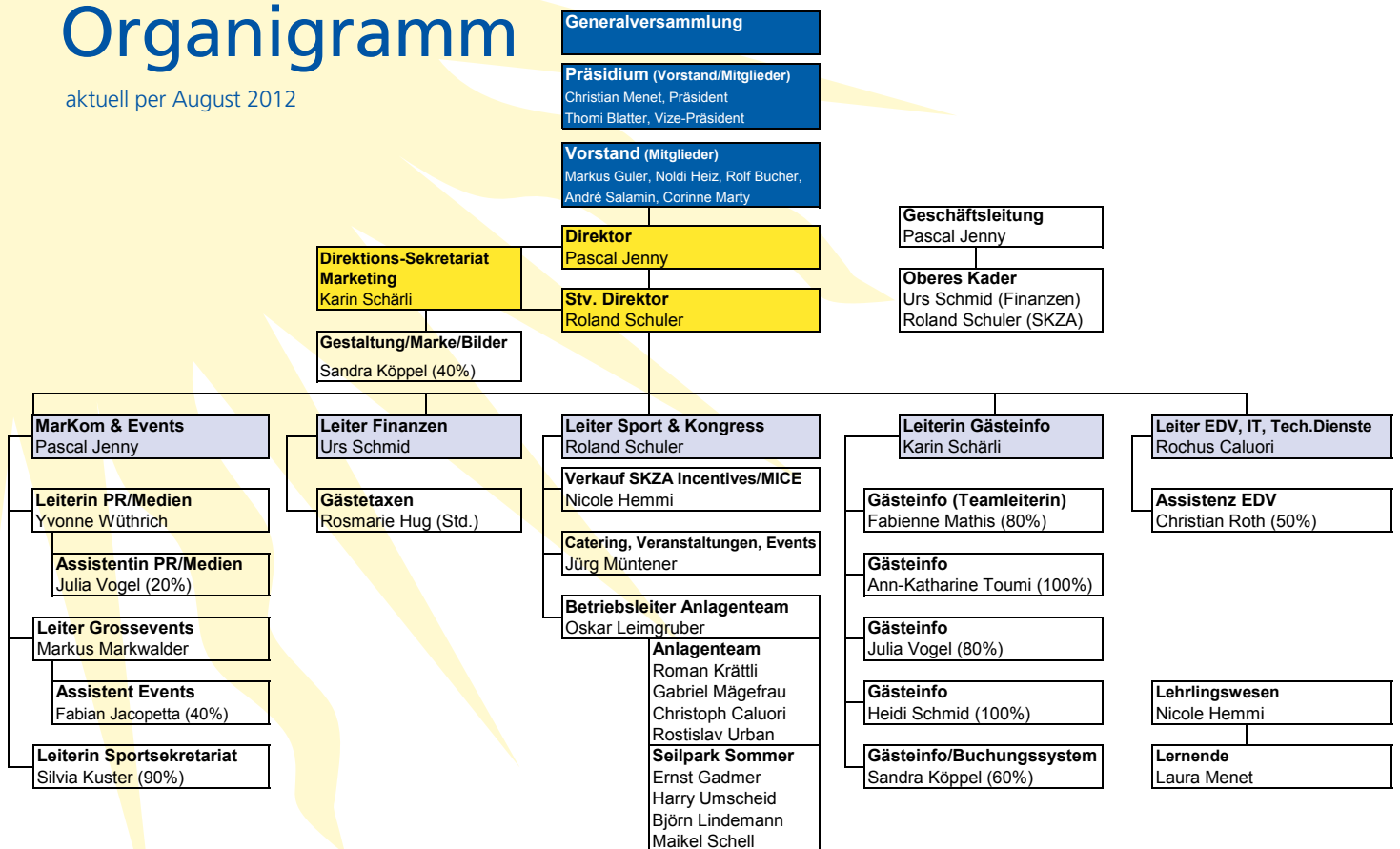
Geschäfts-jahr	Hotellerie	%	Parahotel-lerie	%	Sanatorien	%	Gruppen-unterk.	%	Jugendher-berge	%	Camping	%	Total	%	
1963/64	489'433	2.4	224'456	6.9	77'597	-1.8	42'671	-1.7					834'157	2.9	
1964/65	540'552	10.4	268'105	19.4	71'774	-7.5	49'209	15.3					929'640	11.4	
1965/66	522'062	-3.4	284'836	6.2	72'767	1.4	47'116	-4.3					926'781	-0.3	
1966/67	507'974	-2.7	284'183	-0.2	66'916	-8.0	51'766	9.9					910'839	-1.7	
1967/68	509'093	0.2	291'565	2.6	63'191	-5.6	47'819	-7.6					911'668	0.1	
1968/69	529'579	4.0	290'031	-0.5	66'915	5.9	45'182	-5.5					931'707	2.2	
1969/70	518'924	-2.0	287'639	-0.8	69'356	3.6	46'833	3.7					922'752	-1.0	
1970/71	575'756	11.0	309'222	7.5	66'382	-4.3	37'683	-19.5					989'043	7.2	
1971/72	619'571	7.6	298'810	-3.4	62'335	-6.1	21'421	-43.2					1'002'137	1.3	
1972/73	674'352	8.8	290'284	-2.9	66'035	5.9	20'927	-2.3	*ab 1998/99				1'051'598	4.9	
1973/74	643'711	-4.5	321'981	10.9	64'153	-2.9	19'980	-4.5	Sanatorien und				1'049'825	-0.2	
1974/75	709'964	10.3	300'786	-6.6	60'087	-6.3	18'225	-8.8	Jugendherberge				1'089'062	3.7	
1975/76	655'212	-7.7	302'395	0.5	56'271	-6.4	14'990	-17.8	zusammen				1'028'868	-5.5	
1976/77	676'907	3.3	288'443	-4.6	61'615	9.5	bis 1975/76						1'026'965	-0.2	
1977/78	742'297	9.7	312'442	8.3	46'112	-25.2	Kinderheime		**ab 2002/03				1'100'851	7.2	
1978/79	514'837	-30.6	268'880	-13.9	21'573	-53.2			nur noch				805'290	-26.8	
1979/80	631'838	22.7	367'035	36.5	28'444	31.8			Jugendherberge				1'027'317	27.6	
1980/81	709'134	12.2	352'478	-4.0	29'692	4.4							1'091'304	6.2	
1981/82	686'689	-3.2	351'124	-0.4	28'580	-3.7			18'233		1'718		1'086'344	-0.5	
1982/83	613'278	-10.7	356'670	1.6	27'320	-4.4			18'320	0.5	1'512	-12.0	1'017'100	-6.4	
1983/84	617'891	0.8	388'102	8.8	25'991	-4.9			18'382	0.3	1'704	12.7	1'052'070	3.4	
1984/85	613'230	-0.8	376'442	-3.0	24'741	-4.8			17'320	-5.8	1'510	-11.4	1'033'243	-1.8	
1985/86	594'307	-3.1	384'268	2.1	25'369	2.5			16'497	-4.8	1'603	6.2	1'022'044	-1.1	
1986/87	596'972	0.4	393'459	2.4	25'575	0.8			17'231	4.4	1'731	8.0	1'034'968	1.3	
1987/88	559'185	-6.3	398'745	1.3	24'595	-3.8			17'593	2.1	2'416	39.6	1'002'534	-3.1	
1988/89	565'260	1.1	415'616	4.2	26'076	6.0			18'871	7.3	2'543	5.3	1'028'366	2.6	
1989/90	540'626	-4.4	416'671	0.3	26'589	2.0			16'029	-15.1	3'318	30.5	1'003'233	-2.4	
1990/91	553'112	2.3	424'783	1.9	27'527	3.5			16'972	5.9	4'693	41.4	1'027'087	2.4	
1991/92	566'790	2.5	441'306	3.9	27'792	1.0			17'360	2.3	6'065	29.2	1'059'313	3.1	
1992/93	594'713	4.9	456'966	3.5	25'862	-6.9			19'059	9.8	6'086	0.3	1'102'686	4.1	
1993/94	610'747	2.7	454'705	-0.5	26'144	1.1			19'592	2.8	5'790	-4.9	1'116'978	1.3	
1994/95	556'111	-8.9	439'225	-3.4	25'906	-0.9			18'435	-5.9	7'072	22.1	1'046'749	-6.3	
1995/96	510'551	-8.2	431'117	-1.8	23'433	-9.5	ab 1998/99		19'366	5.1	6'304	-10.9	990'771	-5.3	
1996/97	484'830	-5.0	410'098	-4.9	8'948	-61.8	Gruppen- unterkünfte		18'450	-4.7	6'329	0.4	928'655	-6.3	
1997/98	504'151	4.0	412'289	0.5	9'596	7.2			18'267	-1.0	6'647	5.0	950'950	2.4	
1998/99	515'482	2.2	405'894	-1.6	*			16'618	*25'251	38.2	6'777	2.0	970'022	2.0	
1999/00	526'828	2.2	401'029	-1.2	*			17'572	5.7	*23'003	-8.9	6'043	-10.8	974'475	0.5
2000/01	517'484	-1.8	398'386	-0.7	*			19'923	13.4	*21'897	-4.8	6'392	5.8	964'082	-1.1
2001/02	502'675	-2.8	387'892	-3.4	*			22'276	11.8	*21'001	-4.1	6'443	0.8	940'287	-2.4
2002/03	476'708	-5.2	390'689	0.1	*			21'190	-4.9	**15'326	-27.0	6'412	-0.5	910'325	-3.2
2003/04	482'677	1.3	394'827	1.1	*			22'331	5.4	**15'328	0.0	7'677	19.7	922'840	1.4
2004/05	467'032	-3.2	384'073	-2.7	*			25'095	12.4	**13'227	-13.7	6'612	-13.9	896'039	-2.9
2005/06	469'032	0.4	381'660	-0.7	*			35'254	40.5	keine Jugend- herberge mehr		7'028	6.3	892'964	-0.3
2006/07	481'225	2.6	388'590	1.8	*			33'008	-6.4			7'402	5.3	910'225	1.9
2007/08	504'732	4.88	396'643	2.07	*			32837	-0.52			7379	-0.31	941'591	3.45
2008/09	492'136	-2.5	408'964	3.1	*			26'572	-19.5			6'602	-10.5	934'274	-0.8
2009/10	460'176	-6.5	416'533	1.8	*			28'456	7.1			7'092	7.4	912'257	-2.3
2010/11	432'831	-5.9	414'675	-0.5	*			24'718	-13.1			7'177	1.2	879'401	-3.6
2011/12	390'758	-9.7	422'291	1.8	*			29'762	-3.9			6'586	-8.2	843'397	-4.1

Gesamtlogiernächteentwicklung in Arosa



Organigramm

aktuell per August 2012





Vorstand / Direktion



v. l. n. r.

Pascal Jenny, André Salamin, Noldi Heiz, Thomas Blatter, Christian Menet, Corinne Marty, Markus Guler, Rolf Bucher



Mitarbeiter Für Arosa im Einsatz

Ehrenmitglieder

Dr. Ambühl Hermann
Geeser Herbert
Rütsche Alois
Traber Ernst

Vorstand

von der Generalversammlung gewählt
Menet Christian, Hotelier, 98
seit 2001 Präsident

Blatter Thomas, Hotelier, 05
Guler Markus, Kaufmann, 06
Heiz Noldi, Skischulleiter, 08
Salamin André, Hotelier, 10
Marty Corinne,
Präsidentin arosaApartments, 11

vom Gemeinderat delegiert
Bucher Rolf, Hotelier, 11

Team

Direktion

Jenny Pascal (01.07.08)

Marketing, Events, Gästeservice

Kuster Silvia (01.12.82)
Schmid Heidi (02.12.96)
Markwalder Markus (01.01.10)
Köppel Sandra (01.06.10)
Mathis Fabienne (01.06.10)
Wüthrich Yvonne (01.08.10)
Schärli Karin (17.10.11)
Iacopetta Fabian (17.10.11)
Toumi Ann-Katharine (01.12.11)
Vogel Julia (01.12.11)

Oeschger Fabienne (05.10.09-30.09.11)
Orlando Claudia (01.12.09-30.09.11)
Räth Arno (15.02.07-31.10.11)
Strittmatter Alex (01.09.09-31.10.11)
Buchli Sandra (01.06.07-31.12.11)
Fuchs Jana (01.12.11-30.04.12)

Finanzen/Fremdenkontrolle

Schmid Urs (22.09.81)
Hug Rosmarie (22.12.95)

EDV/IT, Web, Techn. Dienste

Roth Christian (01.09.08)
Caluori Rochus (05.09.11)

Lehrlinge

Menet Laura (01.08.10)
Fuchs Jana (01.08.08-31.07.11)

Sport- & Kongress

Schuler Roland (01.02.10)
Hemmi Nicole (01.07.11)

Anlagen

Leimgruber Oskar (01.06.90)
Krättli Roman (16.11.98)
Mägdefrau Gabriel (01.05.10)
Urban Rostislav (Wintersaison 08/09)
Moriggl Jürgen (01.12.04-30.09.11)
Da Silva Fernando (01.11.11-30.04.12)

Seilpark

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

Gästeprogramm

Licht Ruth (seit 85)

Raumpflege

Reber Lilly (01.02.10)

Kontrollstelle

von der Generalversammlung gewählt
Simmen Peter, Hotelier, 99
Bareit Walter, Hotelier, 05
vom Gemeinderat delegiert
Herwig Marie-Therese, 07
interne Kontrollstelle



Arosa Tourismus

Sport- und Kongresszentrum Arosa

7050 Arosa

Tel. +41 (0)81 378 70 20

Fax +41 (0)81 378 70 21

arosa@arosa.ch

www.arosa.ch

Impressum

Herausgeber, Konzeption, Realisation, Grafik

Bilder

Druck

Arosa Tourismus

Arosa Tourismus

Stämpfli Druck