



*Arosa*



JAHRESBERICHT 2013/14

# Inhalt

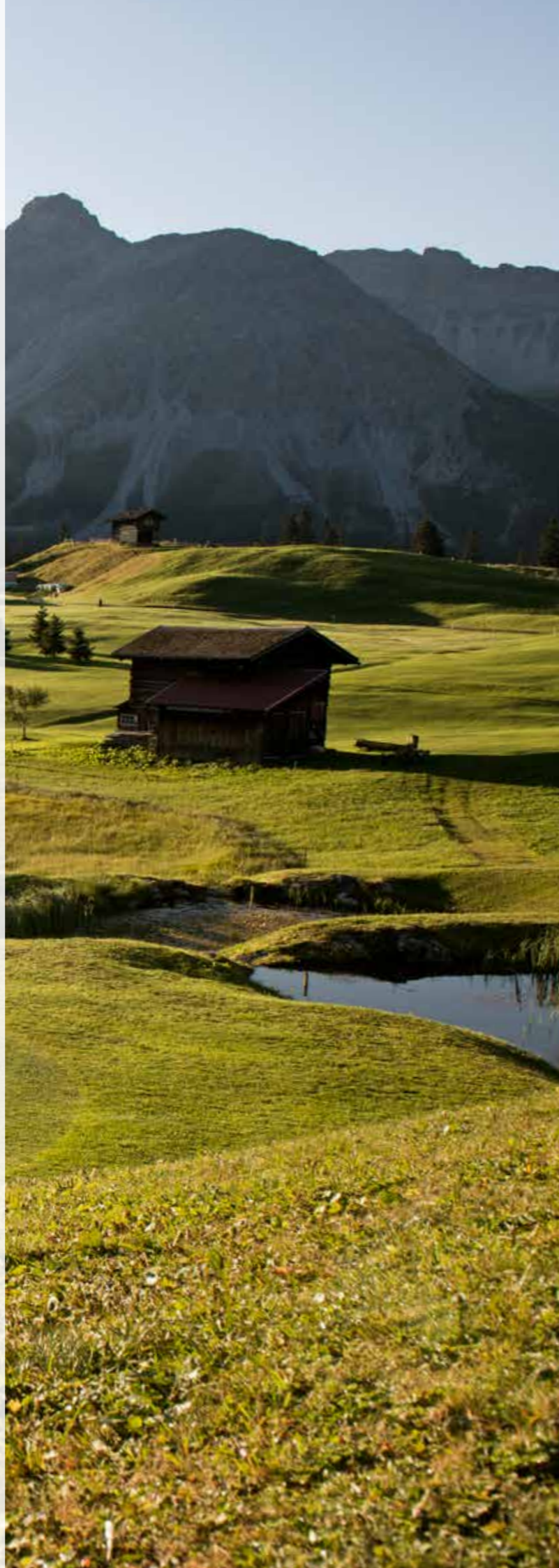
<b>Präsident</b> Christian Menet	3
<b>Tourismusdirektor</b> Pascal Jenny	4
<b>Statements</b>	5
<b>PR / Medien / Marketing</b> Yvonne Wüthrich	6
<b>Events</b> Markus Markwalder	10
<b>IT / Web / Techn. Dienste</b> Rochus Caluori	12
<b>Sport</b> Silvia Kuster	14
<b>Veranstaltungen</b>	16
<b>Kultur</b> Andri Probst	18
<b>Incentive</b> Nicole Hemmi	20
<b>Sport- und Kongresszentrum Arosa</b> Roland Schuler	21
<b>Gästeservice</b> Yvonne Wüthrich	24
<b>Finanzen</b> Urs Schmid	26
<b>Bilanz</b>	28
<b>Gästetaxen-Rechnung</b>	30
<b>Sport- und Kultur-Rechnung / Marketing-Rechnung</b>	32
<b>Kontrollstellen</b>	33
<b>Tourismusstatistik</b> Logiernächte 2013/14	34
<b>Entwicklung der Logiernächte</b> Diagramme/Statistik	35
<b>Entwicklung der Logiernächte</b> Vergleich 1963–2014	36
<b>Organigramm</b>	37
<b>Vorstand / Direktion</b>	38
<b>Mitarbeitende</b>	39



Arosa Tourismus  
Sport- und Kongresszentrum Arosa  
CH-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: Arosa Tourismus  
Grafik: Küttel Laubacher Werbeagentur  
Bilder: Arosa Tourismus, Nina Mattli, Alessandro Della Bella  
Druck: Stämpfli Druck



## BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN Christian Menet



### Arosa Lenzerheide – das neue Traumpaar der Schweiz

In den letzten 40 Jahren hat sich vieles gewandelt. Die Entwicklung von Arosa ist beachtlich und die Fähigkeit von unserem Team sich neuen Begebenheiten anzupassen, ist einer der Erfolgsfaktoren für die nach wie vor hervorragende Positionierung von Arosa im internationalen Tourismusmarkt. Mit dem Bau der Urdenbahn zwischen Arosa und der Lenzerheide verändert sich nun aber auf einen Schlag dermassen viel, dass in den letzten Monaten, wenn nicht Jahren hinter den Kulissen noch mehr bewusstes Denken gefragt war.

Nun ist es also da, das neue Traumpaar der Schweiz. Es war mit ein Grund für erfreuliche Zahlen bei vielen Leistungsträgern in Arosa, aber auch in der Beherbergung und im Gespräch mit vielen Stammgästen zeigte sich, dass dieser Schritt alles überstrahlt und Optimismus verbreitet. Nicht der Klimawandel, die sich stetig verändernde Demographie, die gezielt notwendige Nachwuchsförderung oder das zum Teil völlig neue Buchungsverhalten der Gäste stehen zur Zeit zuoberst auf der Agenda. Nein, ein von uns erschaffenes und direkt steuerbares Thema nimmt mit der Schneesportgebietsverbindung den ersten Platz ein.

### Ein intensives Geschäftsjahr

Nicht nur Arosa Lenzerheide und die vielen Aktivitäten rund um die Lancierung und Eröffnung im Januar 2014 hielten die strategischen und operativen Gremien auf Trab. Auch die Ausarbeitung des Arosa-Tourismusgesetzes (geplante Einführung im Mai 2015), das zweite Jahr der gezielten Schneesport-Nachwuchsförderung durch «Skischule inklusive», der Startschuss zum Bahnhofumbau (mit Auswirkungen für viele Eventaktivitäten), die vermehrten Aktivitäten im Markt Deutschland als Vorboten auf die Schweiz Tourismus-Kampagne «Grüezi Deutschland» fanden grosse Beachtung. Die Schärfung von unserem Sommer-Highlight «All-Inclusive», fundierte und wichtige Vorbereitungsarbeiten zum nächsten grossen Wurf, dem umfassenden «Arosa Bären Konzept» mit dem geplanten Bärenland als Hauptprodukt, die medial grösste Aufmerksamkeit provozierende Aktion mit Xherdan Shaqiri rund um Secondos und Wintersport lösten viel Freude an der Arbeit aus. Vorbereitungsarbeiten mit touristischem Blickwinkel hinsichtlich der Aufgaben rund um die neue Grossgemeinde Arosa, die neue Webseite mit Fokus auf den

Buchungsvorgang, die gelungene Weltcup Skicross-Premiere als Auftakt für eine neue Weltcup-Ära mit der Trendsportart wieder spiegeln die Arbeitsvielfalt der Jobs bei Arosa Tourismus. Natürlich fordert uns auch das Tagesgeschäft durch Veränderungen, so zum Beispiel in der Bedürfnisstruktur der Gäste, den Herausforderungen im touristischen Marketing oder auch den neuen Anforderungen an die Beherbergung, rund um die Uhr.

### Denken mit Frank Schirmmacher (verstorben am 12. Juni 2014)

Wenige Monate nach einem seiner ganz seltenen Auftritte am Tourismusforum Alpenregionen (TFA) in Arosa ist der Herausgeber der «Frankfurter Allgemeinen Zeitung» an den Folgen eines Herzinfarktes verstorben. Frank Schirmmacher trat am TFA nur auf, weil es in Arosa stattfand. Arosa bedeutete für ihn Lebens-

kraft pur. Er erzählte uns von seiner Liebe zu Arosa, welche ihn seit Kindheit begleitet. Er diskutierte mit uns aber auch in beeindruckender Art und Weise die Herausforderungen der digitalen Revolution. Die Tatsache, dass die Welt online ist, verändert unser Denken und die Widerrede dagegen habe Züge von Ewiggestrigen, so Schirmmacher. Das Selbstverständliche des Denkens und Lesens werde verschwinden

und das Unselbständige Überhand nehmen. Dem könne man nur entgegentreten wenn der Sport wieder zur Pflicht gemacht und dabei das eigene Denken nicht vernachlässigt werde.

In Anlehnung an unsere einmalig schöne Landschaft könnte man dem einen weiteren Spruch hinzufügen: Nur, wo du zu Fuss warst, bist du auch wirklich gewesen.

Damit möchte ich Sie, liebe Mitglieder, das Team von Arosa Tourismus und meine Vorstandskollegen ermuntern, Entscheide in Bezug auf die nächsten Projekte in Arosa immer genau unter die Lupe zu nehmen, bevor geurteilt wird. Mit diesem Credo können wir gemeinsam sicherstellen, dass wir dem Wandel der Zeit auch in den nächsten Jahren mit der notwendigen Offenheit entgegen treten und auch weiterhin Menschen aus aller Welt das Herz an unseren Ort verlieren. Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

**Christian Menet**  
Präsident Arosa Tourismus seit 2001

Arosa Lenzerheide.  
Das neue Traumpaar  
der Schweiz.

## DIREKTION Pascal Jenny



### Panta rhei!

Ein Ausdruck welcher immer und immer wieder verwendet wird. Alles sei in Bewegung und nichts bleibe stehen, sagte der griechische Philosoph Heraklit einst. Aus heutiger Sicht muss man ihm eindeutig recht geben. In welcher Form auch immer wir die Bewegung für uns selbst definieren – physisch, geistig, in Bezug auf Entwicklung oder Veränderungen, sich Gedanken über die Zukunft, die Gegenwart und die Vergangenheit machen, dies alles heisst sich bewegen.

An dieser Stelle sprachen meine Vorgänger und auch ich jedes Jahr über das zunehmende Tempo, diese ständige Beweglichkeit, welche von uns allen (ab)verlangt wird. Können wir diesem Trend nicht mehr entweichen? Ich meine nein. Auch wenn wir sagen, dass wir in entgegengesetzte Richtungen fahren, auf Ruhe und Entschleunigung setzen und nicht jeden Trend aufnehmen, auch dann müssen wir uns bewegen. Wir sollten uns kontinuierlich bewegen. Kontinuität heisst dabei nicht Stillstand, sondern sich mit den bestehenden Produkten und Angeboten an eine sich verändernde Gesellschaft anzupassen. Die Rahmenbedingungen stets mit einem Adlerauge zu beobachten und in kleinen, aber sehr gezielten «Bewegungen» aktuell zu bleiben.

### Stabilität als wichtiger Grundpfeiler

Die Herausforderungen der «ständigen Bewegung» können mit Stabilität grundsätzlich erfolgreicher gemeistert werden. Die entscheidende Schlüsselrolle spielt das Personal, respektive wir alle in Arosa, die wir im Tourismus aktiv sind. Je länger wir in unseren Funktionen und der Ferienregion Arosa aktiv tätig sind, desto bewusster und flexibler können wir Markt- und Gesellschaftsbedürfnisse in unsere Angebote integrieren. Aus Fehlern lernen können vor allem die, die diese selbst miterlebt haben und auch weiterhin im Boot sitzen. Um komplexe Tourismus-Finanzflüsse zu verstehen, muss man mit diesen jahrelang zu tun haben. In der Auffassung, Analyse und allfälligen Umsetzungen wird man auch durch Erfahrung schneller. Informationsverarbeitung kann dann stattfinden, wenn man die Informationen auch zuordnen kann. Selbstbeobachtung und Umgang mit Kritik fällt in einem stabilen Umfeld einfacher. Nicht zuletzt können wir in der internationalen Tourismus-Welt dann vernetzt sein, wenn man auch ausserhalb der Destination weiss, wohin wir gehören und für wen wir (ein)stehen.

### Tourismus und Bedürfnisstruktur der Gäste

Die Bedürfnisse der Gäste beeinflussen die touristischen Tätigkeitsfelder. Der Gast wünscht, nicht der Anbieter schreibt vor. Die demographischen Veränderungen sind nur die Spitze vom Eisberg (wir kommen noch auf den Nachwuchs zu sprechen), viel wichtiger ist die radikale Veränderung des Buchungsverhalten und die jederzeit mögliche Vergleichbarkeit. Dieser «gläserne» Tourismus macht es dem Gast möglich, seine Wünsche irgendwo mit geringstem Aufwand zu finden. Wenn ich ein Hotelzimmer suche, wo der Skipass inkludiert ist, finde ich das – vorausgesetzt der Leistungsträger kommuniziert die Vorzüge seines Angebots auch richtig – innert kürzester Zeit. Und über Suchfunktionen fallen alle, die den Gäste-Wunsch nicht anbieten schon bei der ersten Feriensuche durch das Suchraster.

Und die allergrösste Herausforderung ist die Tatsache, dass sich für jeden Gästewunsch, sei er noch so ausgefallen ein Ferienanbieter finden lässt. Dies kann durchaus auch als Chance verstanden werden!

### Produkte. Arosa Lenzerheide, unser Schneesportprodukt der Zukunft.

Über den Schneesportnachwuchs wird allenthalben viel diskutiert. Wie auch immer wir es drehen und wenden, Fakt ist, dass die heutige Jugend nicht mehr den gleichen Bezug zum Schneesport hat wie die letzten beiden Generationen; uns weht dies als rauer Wind ins Gesicht. Das Angebot an Sport- und Freizeitaktivitäten ist gross und unser Produkt «Schneesport» kaum auf einem Stand, um mit der vielschichtigen Konkurrenz mithalten. Mit der Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide, der emotionalen und vielbeachteten Heidi&Gigi Kampagne haben wir ein Ausrufezeichen setzen können. Nun geht es an den Produkt-Feinschliff. Diese Produktgestaltung wird entscheidend sein, damit wir die jährlich über 4'000 neuen und erstmaligen Gäste der «Skischule inklusive» Aktion nicht nur vom Schneesport, sondern auch von unserer Ferienregion überzeugen können. Es liegt in unseren Händen. Kein Ort in Graubünden hatte in den letzten zwei Jahren mehr Zulauf von interessierten Jugendlichen als Arosa.

Unbestritten ist auch, dass der Gast Wert auf Qualität legt. Das Produkt muss ihn beeindrucken und als Erlebnis haften bleiben. Auch in Bezug auf die Finanzen sind wir je länger je mehr von unserer Produktinnovation- und Qualität abhängig. Bekanntermassen hat Arosa Tourismus im Kanton nach Chur Tourismus das zweitkleinste frei verfügbare Marketingbudget. Und weil ein gutes Produkt das beste Marketing darstellt, können wir nur mit ausge-

reifen und marktfähigen Produkten diesen Nachteil wettmachen. Arosa Lenzerheide. Das neue Skiparadies, lässt Herzen höher schlagen: Dieser Slogan soll unsere Arbeit auch in Zukunft begleiten. Die neusten Werte der Gästefrage, in der die Freundlichkeit der Ferienregion Arosa nochmals höher bewertet wird, passen bestens dazu.

### Aufgabe Arosa. Belebende Freiheit.

Ein Kollege hat kürzlich in der «hotel revue» geschrieben, dass sich die Rolle der Tourismusverantwortlichen in den letzten 100 Jahren vom Hofnaren über den Produktgestalter und Marketingspezialisten hin zum hoch qualifizierten Allrounder gewandelt habe. Man spricht heute von umfassenden Attributen, die Menschen auf Managementstufe im Tourismus mitbringen müssen. Herausfordernde Aufgaben, die nicht zwischen 8.00 und 17.00 Uhr erledigt werden können.

Gleichzeitig ist es aber auch ein Faktum, dass wir uns nicht für irgendwelche Industrieprodukte begeistern müssen. Unser Alltag ist die einmalige Arosa Bergwelt, ein Energiespender für die vielen Aufgaben und Spannungsfelder. Und welche Führungspersonen möchte nicht ab und zu mal Hofnarr oder Bärenwärter sein...? Die Arbeit in Arosa gibt uns allen doch immer wieder auch die Freiheit aus der Norm auszubrechen und Menschen zu überraschen. Geniessen wir dieses Privileg auch in den nächsten Jahren gemeinsam!

Pascal Jenny, Tourismusdirektor Arosa

## STATEMENTS

Rückblick, Ausblick, Erwartungen an die Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide

« Seit Inbetriebnahme der Urdenbahn am 18. Januar 2014 wurden im ersten Betriebswinter bereits über 340'000 Personen befördert. Die Reaktionen der Schneesportler sind äusserst positiv. Die Urdenbahn als Herzstück beeindruckt mit seinen Dimensionen und der technischen Fertigkeit. Das «Traumpaar» hat es in den 3 Monaten Betrieb geschafft, allenorten Sympathien (und neue Gäste) zu gewinnen. Die Kritiker der Liason aus vergangenen Zeiten sind inzwischen voller Lob – eine Genugtuung und wichtig für die Entwicklung in den beiden Destinationen.

Eine Seilbahn – in nur 9 Monaten erbaut, 1.7 km lang, stützenlos, elegant, geräuschlos – als verbindendes Element von zwei dynamischen, begehrten Tourismusorten. Das ist schon aussergewöhnlich. Jetzt gilt es, den Elan mitzunehmen und voller Schwung den Winter 2014/15 anzugehen. Das Ziel muss sein, die Chancen für einen anhaltenden und wirkungsvollen Aufwärtstrend zu nutzen. »

Philipp Holenstein  
CEO Arosa Bergbahnen

« Der erste Winter hat es gezeigt, gute Produkte finden am Markt auch in einem schwierigen Umfeld Anklang. Die sympathische Kommunikation der neuen Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide mit der Traumpaar-Kampagne ist im In- und Ausland auf positive Reaktionen gestossen. Gleichzeitig konnten zwei TOP-Destinationen die Zusammenarbeit verbessern, voneinander in vielen Bereichen profitieren und noch wichtiger – Pläne für zukünftige gemeinsame Projekte schmieden. Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für die Umsetzung dieses 40jährigen Traumes und freuen uns auf eine erfolgreiche Zukunft von Heidi und Gigi. »

Bruno Fläcklin  
Geschäftsführer Ferienregion  
Lenzerheide

« Aufbruch! Zusammen mit den Arosa Bergbahnen haben wir im letzten Sommer über 50 Mio. CHF investiert. Alleine in der Destination Lenzerheide kamen nochmals rund 100 Mio. CHF für touristische Infrastrukturbauten wie etwa die Privä Alpine Lodge hinzu. Fortschritt! Gemeinsam mit Arosa durften wir im letzten Winter über 75'000 Gäste mehr begrüssen als im Vorjahr, sehr viele Gäste genossen die spektakuläre Fahrt mit der neuen Verbindungsbahn übers Urdental. Partnerschaft! Bergbahnen, Marketingorganisationen, Leistungsträger, Einheimische, alle streben vorwärts, gemeinsam. Das ist die Skigebietsverbindung. Das ist Arosa Lenzerheide. »

Thomas Hunziker  
CEO Lenzerheide Bergbahnen AG



## PR / MEDIEN / MARKETING

Yvonne Wüthrich



Der Schwerpunkt der Kommunikations- und Marketingaktivitäten lag in diesem Jahr ganz klar auf der Skigebietsverbindung. Bereits im April 2013 startete die intensive Medienarbeit, während des ganzen Sommers wurde laufend über die Bauarbeiten informiert, im Herbst begann die umfangreiche Werbe-Offensive und die Kommunikation erlebte ihren Höhepunkt im Januar 2014, als die Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide eröffnet werden konnte. Neben diesem Thema bewarben wir im Winter auch das Angebot «Skischule inklusive», welches ins zweite Jahr startete; die Kommunikation des Sommers stand wiederum im Zeichen von «All-Inclusive».

**Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide**

Um die bevorstehende Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide zu bewerben, wurde eine sehr breite Marketingkampagne gefahren. Das untenstehende Diagramm gibt einen Überblick über die verschiedenen Werbeaktivitäten und den Kosten-Anteil vom Gesamtbudget. (Abb. 1)

Die Skigebietsverbindung hat über **500 Medienberichte** im In- und Ausland generiert. Der Werbewert von diesen redaktionellen Beiträgen ist immens. Nebenstehende Aufstellung gibt einen Überblick über die Kosten, welche für ein Inserat im Umfang des kostenlos realisierten redaktionellen Berichtes in den ausgewählten Medien anfallen würden. (Abb. 2)

**Online-Banner-Werbung** platzierten wir auf den Newsnet-Seiten (Tagesanzeiger, Berner Zeitung, Basler Zeitung, Der Bund), Blick Online, 20 Minuten Online, Immoscout und verschiedenen Wintersportportalen. Viele Print-Berichte sind auch auf den Online-Plattformen der Zeitungen abgebildet worden. Zusätzlich wurde die Skigebietsverbindung auch über die Social Media Kanäle Facebook und Twitter beworben. Selbstverständlich gibt es auch eine eigene Homepage [www.arosalenzerheide.ch](http://www.arosalenzerheide.ch). (Abb. 3)

Im Bereich **Radiowerbung** wurden Spot-Kampagnen auf den Sendern SRF3, Radio Argovia, Radio Energy Zürich, Radio Pilatus (Luzern), Radio Top, Radio Zürisee und Radio24 umgesetzt. Die

Spots liefen in den Monaten Oktober und November, um die Gäste auf die kommende Skigebietsverbindung aufmerksam zu machen. Auf Radio24 schalteten wir zudem im Januar, als die Verbindungsbahn in Betrieb genommen worden war, eine zusätzliche Kampagne mit dem Aufhänger «Bahn frei». (Abb. 4)

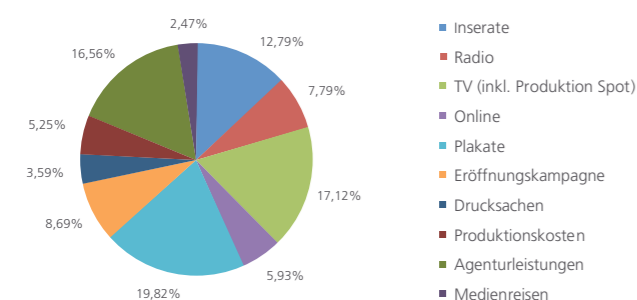
Wir drehten einen **Heidi&Gigi-TV-Spot**. Die Dreharbeiten erfolgten bereits im März 2013, so dass der Spot im Herbst 2013 gezeigt werden konnte. Die Rollen von Heidi und Gigi besetzten nicht professionelle Schauspieler, sondern Einheimische aus Arosa und der Lenzerheide. Der Spot konnte auf den Pisten und in Berghütten im Gebiet Arosa Lenzerheide inszeniert werden und soll die Lust auf Wintersport im neuen Skigebiet wecken. Der Spot wurde sowohl im Schweizer Fernsehen wie auch auf den Privatsendern 3Plus, Pro7, SAT1, RTL, RTL2 und auf den Regionalsendern Tele1, Tele Züri, Tele Bärn, Tele M1, Tele Ostschweiz und Tele Basel in den Monaten Oktober und November gezeigt.

**Plakat-Aushänge** über die app setzten wir gestaffelt um; ein erster Aushang wurde im August realisiert, ein zweiter folgte im Oktober. Nach Eröffnung der Bahn im Januar wurde ein dritter Aushang umgesetzt. Diese Aushänge fanden sich jeweils in den grossen Städten der Schweiz, im Grossraum Zürich und am Hauptbahnhof Zürich sowie der Region Chur. Gesamthaft wurden über 300 Plakate ausgehängt. Eine Plakatkampagne konnte auch in Deutschland über die Firma Ilg realisiert werden, dort hingen während drei Wochen 600 Plakate im Grossraum Stuttgart.

Die Skigebietsverbindung wurde an verschiedensten **Messen und Events** präsentiert, so unter anderem am Züri Fäscht (Juli 2013), an einer Promotion in der Skihalle Neuss/DE (Oktober 2013), an der Regio Messe in Zofingen (Oktober 2013), anlässlich der Winterlancierung von Schweiz Tourismus in Holland (Oktober 2013), an der Tourismusfachveranstaltung theALPS in Chamonix/FR (Oktober 2013), an der Tourismusmesse CITM in Kunming/China (Oktober 2013) und am Weihnachtsmarkt im Hauptbahnhof Zürich (November 2013).

**SKIGEBIETSVERBINDUNG AROSA LENZERHEIDE**

Abb. 1: VERTEILUNG WERBEAKTIVITÄTEN

Abb. 3: ONLINE-BANNER-WERBUNG  
Unique User pro Monat

Newsnet	2'015'000
blick.ch	1'503'000
20Minuten Online	2'492'000
immoscout.ch	710'000

Abb. 4: RADIO WERBUNG  
Hörer täglich

SRF3	1'294'700
Radio Argovia	218'600
Radio Energy	267'700
Radio Pilatus	196'300
Radio Top	168'200
Radio Zürisee	217'300
Radio24	285'520

Abb. 2: WERBEWERT EINES REDAKTIONELLEN BEITRAGES IN DIESEM MEDIUM

Medium	Auflage	Reichweite	Mediawert
St. Galler Tagblatt / Ausgabe St. Gallen+Gossau	27'444	295'000	Fr. 11'700.00
Blick am Abend / Luzern	31'953	125'000	Fr. 2'000.00
24 Heures Lausanne	33'654	191'000	Fr. 9'000.00
Die Alpen	81'025	200'000	Fr. 9'000.00
20min.ch / 20minuten Online	100'000	100'000	Fr. 10'000.00
Neue Zürcher Zeitung	115'622	279'000	Fr. 19'500.00
Neue Zürcher Zeitung	115'622	279'000	Fr. 11'500.00
Neue Zürcher Zeitung	115'622	279'000	Fr. 11'500.00
Neue Zürcher Zeitung	119'537	279'000	Fr. 19'500.00
Via bewegt dich	120'500	481'000	Fr. 3'500.00
Tages-Anzeiger	173'877	504'000	Fr. 9'000.00
Tages-Anzeiger	188'602	504'000	Fr. 18'000.00
20 Minuten Zürich	189'063	62'700	Fr. 11'000.00
Schweizer Illustrierte	191'827	768'000	Fr. 18'000.00
Sonntagszeitung	194'127	655'000	Fr. 30'000.00
Schweizer Familie	199'587	671'000	Fr. 6'200.00
SonntagsBlick	203'351	800'000	Fr. 20'000.00
Frankfurter Allgemeine Zeitung / Sonderbeilage	334'928	1'111'000	Fr. 55'120.00
<b>Total Mediawert</b>	<b>2'536'341</b>	<b>7'583'700</b>	<b>Fr. 274'520.00</b>



Zusätzlich kommunizierten **Schweiz Tourismus** und **Graubünden Ferien** im Rahmen der diversen Marktaktivitäten in der Schweiz und im Ausland die Skigebietsverbindung. Zahlreiche **Medienreisen** konnten aufgrund des Zusammenschlusses der Schneesportgebiete realisiert werden. Medienreisende aus der Schweiz, Deutschland, England, Belgien, Niederlande, Tschechien und China besuchten Arosa und Lenzerheide.

**Skischule inklusive**

Das Angebot «Skischule inklusive» hat über **120 Medienberichte** in der Schweiz und im Ausland generiert. Viele Familienmedien, aber auch **Gratis-Medien** wie Blick am Abend haben das Thema aufgenommen und auch etliche regionale Medien der ganzen Schweiz sowie die Hotel- und Gastro-Branchenzeitung haben darüber berichtet. (Abb. 1)

Für «Skischule inklusive» wurden **Online-Banner** auf den Plattformen von Scout (Immoscout.ch, Autoscout.ch) und familienleben.ch geschaltet. Zudem wurde der Werbespot in die Online-Plattform arosatv.ch eingebunden. Daneben sind auch zahlreiche **redaktionelle Berichte** auf Online-Plattformen im In- und Ausland publiziert worden. Speziell zu erwähnen ist die Abbildung von «Skischule inklusive» auf der Online-Plattform von **The Guardian** und **The Sunday Times**. Sowohl Arosa und seine Partner, wie auch Schweiz Tourismus haben das Angebot zudem mehrmals auf **Social Media Plattformen** wie Facebook und Twitter beworben. Selbstverständlich hat die Aktion «Skischule inklusive» auf der **Homepage** www.arosa.ch einen prominenten Auftritt erhalten: Ab Herbst 2013 und während der ganzen Wintersaison erschien ein Banner auf der Front, welcher mit einem Klick auf die vollständigen Infos der Aktion führt. (Abb. 2)

Auf den zwei Schweizer **Radiosendern** Radio1 und Radio24 wurde je eine Spot-Kampagne umgesetzt. Neben Spots und redaktionellen Beiträgen war die Aktion auch immer auf den Online-Portalen der Sender ersichtlich. (Abb. 3)

Der unterhaltsame «Skischule inklusive» **TV-Spot** mit den Arosakindern war auch in diesem Jahr auf den Sendern der **RTL Group** und im **Schweizer Fernsehen** zu sehen.

Ab Mitte September wurden während vier Wochen 140 **app-Plakate** im Raum Zürich, St. Gallen, Schwyz und Aarau ausge-

hängt. In **Deutschland** waren von Ende September bis Mitte Oktober an 600 Allgemeinstellen Plakate mit dem Sujet «Skischule inklusive» positioniert, dies im Raum Baden-Württemberg. Zusätzlich konnte anlässlich des Stuttgarter Volksfestes **Canstatter Wasen** von 27. September bis 13. Oktober 2013 auf einem grossen **Videoboard** ein «Skischule inklusive»-Spot gezeigt werden. Das Angebot «Skischule inklusive» präsentierten wir im Laufe des Herbst/Winter 2013/14 an verschiedenen **Messe- und Standauftritten**. Unter anderem: Promo-Auftritt in der Skihalle Neuss/DE (Oktober 2013); Messe-Auftritt an der RegioMesse Zofingen (Oktober 2013); Auftritt an der Tourismusfachveranstaltung theALPS in Chamonix (Oktober 201); Auftritt am Züri Fäscht in Zürich (Juli 2013); Auftritt an den «Bündner Wochen» der Candrian Catering AG in verschiedenen Restaurants der Hauptbahnhöfe in Zürich und Basel.

**Resultate**

Die Werbeaktivitäten in den verschiedenen Bereichen haben sich ausgezahlt: Arosa konnte im Winter 2013/14 einen Logiernächtezuwachs bei den Hotels von rund 1% verbuchen. Die beiden Bergbahnunternehmen von Arosa und Lenzerheide verzeichneten als gemeinsames Schneesportgebiet einen Zuwachs von 6.2% an Gästeeintritten, was deutlich über dem Branchenschnitt liegt. Die Skigebietsverbindung hat also bereits im ersten Winter und mit einer Betriebszeit von «nur» drei Monaten grossen Anklang gefunden. Die sympathische «Heidi&Gigi»-Kampagne hat ihren Zweck erfüllt, die Gäste im Vorfeld auf das neue Wintersportangebot «gluschtig» gemacht und sie zu einem Besuch in Arosa Lenzerheide motiviert.

Die Zunahme bei den Lektionen in den Skischulen SSSA und ABC zeigen auf, dass das Produkt «Skischule inklusive» auch im zweiten Winter funktioniert hat. Beide Skischulen zusammen konnten 14.2% bzw. 3'583 mehr gebuchte Lektionen als im Vorjahr vorweisen. (Abb. 4) Bei einem Blick auf die Verteilung der Lektionen innerhalb der Wintersaison wird deutlich, dass die Zunahmen ausserhalb der Hochsaison in den Monaten Dezember, Januar, und März stattgefunden haben. **Das Ziel, mit dem Angebot die buchungsschwächeren Monate zu beleben, wurde also erreicht.** Im Februar, während der Hochsaison, kam es gar zu einer Abnahme der Buchungen via dem Produkt Skischule inklusive. (Abb. 5)



**SKISCHULE INKLUSIVE**

Abb. 1: **REDAKTIONELLE BEITRÄGE, MEDIENKONTAKTE**

Medien	Auflage	Leser
Blick am Abend	321'095	629'000
Handelszeitung	36'689	113'000
htr Hotelrevue	12'000	80'000
Die Südostschweiz	81'786	164'000
Aargauer Zeitung	173'451	205'000
Basellandschaftliche Zeitung	24'603	73'000
Zofinger Tagblatt	12'914	26'000
Solothurner Zeitung	26'966	47'000

Abb. 2: **ONLINE-BANNER-WERBUNG**  
Unique User pro Monat

immoscout.ch	710'000
blick.ch	1'503'000
nzz.ch	1'060'000
luzerner-zeitung.ch	210'000
The Guardian (UK)	24'200'000
The Times (UK)	554'000

Abb. 3: **RADIO WERBUNG**  
Hörer täglich

Radio24	285'520
Radio1	131'400

**RESULTATE – SKISCHULE INKLUSIVE**

Abb. 3: **ÜBERBLICK LEKTIONEN DER SKISCHULEN 2013/14**  
SSSA und ABC

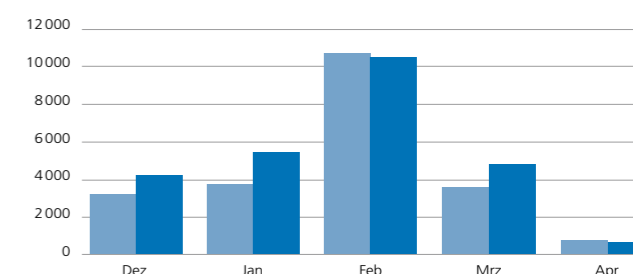
Datum	Anzahl Lektionen
Dezember – April 2012/13	20'704
Dezember – April 2013/14	25'284

**Mehrlektionen 2013 zu 2014**

Total	3'583
In Prozent	14.2%

Abb. 4: **VERGLEICH LEKTIONEN BEIDER SKISCHULEN 2012/13 UND 2013/14**

■ SSSA + ABC 2013  
■ SSSA + ABC 2014



## EVENTS Markus Markwalder



Das strategische Geschäftsfeld «Events» hat auch im vergangenen Jahr alle Erwartungen erfüllt. Unterdessen werden ¼ aller Logiernächte von Arosa direkt oder indirekt durch Veranstaltungen generiert. Dies ist im Branchenvergleich eine sehr hohe Zahl und zeigt exemplarisch auf, dass der Entscheid vor sechs Jahren, die Events von A-Z aus Arosa heraus (Vereine, OK's, Arosa Tourismus) zu organisieren auch wirtschaftlich eine weise Entscheidung war. In der Folge für das abgelaufene Geschäftsjahr ein paar Fakten zu den drei grossen Anlässen, welche Arosa Tourismus neben den klassischen Sport- und Kulturvorstellungen durchführt:

**Das 22. Arosa Humor-Festival (AHF)** im Dezember 2013 hatte für uns als Veranstalter eine ganz grosse Herausforderung bereit. Aufgrund der Umstrukturierungen beim Schweizer Radio und Fernsehen SRF unumgänglichen Übernahme der TV Produktion erhöhte sich der Aufwand für Arosa Tourismus sowohl in arbeitstechnischer wie auch in finanzieller Hinsicht. Das Resultat mit den neuen Kooperationspartnern überzeugte rundum. So konnte im SRF zur besten Sendezeit über die Festtage die traditionellen Humor-Festival Sendungen mit grossem Zuschauerzuspruch ausgestrahlt werden. Ein grosses Dankeschön gilt dem künstlerischen Leiter Frank Baumann, welcher sich in der neuen Organisation «TV-Produktion» innerhalb vom OK um die Regie-Inputs seitens Arosa kümmerte.

Wettertechnisch wird das 22. AHF in bester Erinnerung bleiben. 11 Tage traumhaftes Wetter hat viele Vorteile mit sich gebracht: So erfolgten die Transporte vom und zum Zelt einfach und zeitsparend mit dem Jeep. Pistenbully Einsätze konnten unter diesen Wetterbedingungen umgangen werden, welche sonst jeweils grosszügigerweise von den Arosa Bergbahnen als Sponsoring zur Verfügung gestellt sind. Auch die Anzahl Helikopterflüge beim Abbau verharren auf einem Minimum. Das Wetterglück führte erneut zu bester Stimmung im Team, sorgte für tolle Bilder und angenehme Temperaturen.

Das Programm 2013 überzeugte mit vielen musikalischen Beiträgen im Rahmen der 29 Vorstellungen. Die rund 65 Künstlerinnen und Künstler begeisterten 18'541 Besucher. Dies bedeutet abermals einen neuen Besucherrekord und beweist die ungebrochene Begeisterung für das Arosa Humor-Festival im hart umkämpften Markt der Veranstaltungen und Events.

Die Zuschauererfolge basieren sicherlich auch auf den Neulancierungen und der 1a-Medienarbeit. Mit der Einführung des Schneemann des Jahres konnte der Auftakt am ersten Festival-Donnerstag noch prominenter gestaltet werden. Am traditionellen VIP-Gäste Samstag wurde Samih Sawiris mit der Humorschau ausgezeichnet. Er war begeistert von Arosa und zeigte sich als guter Botschafter für den gesamten Schweizer Alpen-tourismus. Das Duo Divertimento war tief gerührt über die Auszeichnung mit dem Humorfüller als «besten Act» des 22. Arosa Humor-Festivals.

Gemeinsam mit dem Hauptsponsor AXA Winterthur wurde die «Schneesturmvorstellung» durchgeführt. Dieses Novum einer Live-Evakuierung ermöglichte dem Veranstalter viele wichtige Erkenntnisse rund um die Sicherheit am Festival. Gleichzeitig brachte die Analyse zu Tage, dass das Arosa Humor-Festival schon heute höchsten Sicherheitsaspekten nachkommt und die Arbeit in der Vergangenheit gelobt werden durfte.

**Die 9. Arosa ClassicCar (ACC)** stand auch unter einem guten «Wetterstern». Erfreulich hohe Besucherzahlen belohnten die intensive Arbeit am grössten Arosa Sommer-Anlass. Der Outdoor-Anlass ist wie fast kein anderer Event auf gutes Wetter angewiesen. Dennoch gab es für das Kern-OK im 2013 neue Herausforderungen. Vorschriften von Auto Sport Schweiz engen in Bezug auf die teilnehmenden Fahrzeuge und Fahrer ein. Dies wirkte sich in einem kleineren Teilnehmerfeld aus. Die Gespräche, hier wieder vermehrt Reglemente im Sinne vom Veranstalter zu erstellen, verliefen bisher im Sande.

Das Fahrerlager 2013 präsentierte sich in bester Verfassung. Die beiden «Renn-taxifahrer» Didier Cuhe (Ex-Skirennfahrer) und Marcel Fässler (mehrmals Gewinner «Le-Mans») begeisterten während den Renntagen. Die Aufwertung vom Sportgeschehen durch zwei Grossleinwände mit Live-Bildübertragung von der Strecke hat sich als neues Veranstaltungselement bewährt. Ein grosses Kompliment gebührt erneut Arosa Gourmets & Events. Die einwandfreie Abwicklung und die viel gelobte Verköstigung von Besuchern und Teilnehmern gipfelten auch 2013 beim Race-Dinner am Samstagabend im Fahrerlagerzelt. Der neue Präsident vom Verein Arosa ClassicCar Christian Menet konnte von seinem Vorgänger Markus Guler einen gesunden und erfolgreichen Event übernehmen.

Zum vierten Mal begeisterte bereits die inoffizielle **Schneefussball WM (ISF)** in Arosa. Im FIFA-WM-Jahr konnte die mediale Beachtung sowie die Teilnehmer- und Besucheranzahl an unserer Winter-WM im Januar gesteigert werden. Der Titel in der grössten Schweizer Tageszeitung «WM in Arosa mit Trapatoni» spiegelt die immense Beachtung, welche der Anlass auslöst, exemplarisch auf. Im Zuge der Schneefussball-WM konnten auch Anlässe wie das jährliche Schiedsrichtertrainingslager, Teamweekends von Super League Clubs (FC Aarau) und Anfragen für Arosa Aufenthalte von Spitzenteams aus der Schweiz (Grasshopper Club Zürich) und Europa (VFB Stuttgart) generiert werden.

Aber erst tolle Zusammenarbeit mit den Arosa-OK's, den Dienstleistungsbetrieben, den Beherbergern und Supportern aus dem Unterland ermöglicht die Arosa-Event-Erfolgsgeschichte. Diesen Personen gebührt ein grosses Dankeschön.

«Events» haben auch im vergangenen Jahr alle Erwartungen erfüllt.



## IT/WEB/TECHNISCHE DIENSTE

### Rochus Caluori



#### Infrastruktur / Hardware / Software

Als grösste Neuerung in diesem Geschäftsjahr dürfen wir den Vertrag mit der Firma UMB anführen. Diese ist seit anfangs Jahr für die Hardware auf Seite Server und Clients verantwortlich. Der Umbau auf die neuen Server hat tadellos geklappt und neu haben wir auch eine redundante Anlage. Sollte also ein Server ausfallen, kann ein zweiter seine Arbeit übernehmen, ohne dass wir einen Ausfall haben. Im gleichen Atemzug wurden auch alle unsere PC's mit Office 2013 ausgerüstet.

#### Web

Wie man aus der unten stehenden Grafik gut sehen kann, hatten wir das ganze Geschäftsjahr hindurch mehr Besucher auf unserer Homepage als früher. Dies ist wahrscheinlich mit der grossen Werbekampagne Arosa-Lenzerheide und Skischule inklusive direkt in Verbindung zu setzen.

#### Benutzer Mobiler Geräte

Der Trend zu den Mobilien Geräten steigt weiter an. Immer mehr Leute greifen heute zum Tablet oder Mobiltelefon, um sich die aktuellen Informationen zu beschaffen.

Gerät	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
iPad	15	12'132	53'671	106'132	156'559
iPhone	5'880	22'478	29'779	49'614	86'404
Android	141	3'739	10'940	22'645	25'309

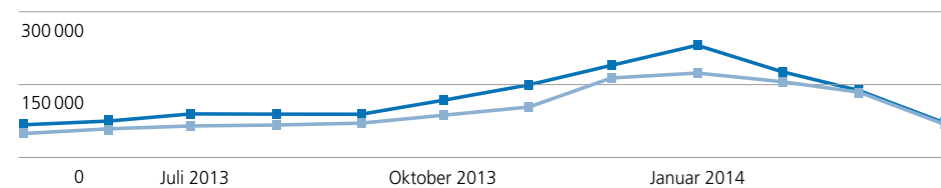
#### Neue Website

Auf den Beginn der Sommersaison 2014 startet Arosa Tourismus mit einer neuen Homepage. Auch hier wurde dem Trend zu den mobilen Geräten stark Beachtung geschenkt und die ganze Seite responsiv aufgebaut. Das bedeutet, dass sich die Website je nach Endgerät automatisch an die Bildschirmgrösse anpasst. Auch wurde stark auf eine Vereinfachung der Dateneingabe geachtet. So müssen in Zukunft Daten, Termine und News nur noch an einer Stelle geändert werden.

IT as a service powered by UMB: Der Kunde bedient sich bei Bedarf selbst und bezahlt nur die effektive Nutzung.

#### WEB-BESUCHER IM VERGLEICH

■ 01.05.2013 – 30.04.2014 Web-Besucher  
■ 01.05.2012 – 30.04.2013 Web-Besucher



#### HERKUNFT WEB-BESUCHER

Schweiz	71.08%
Deutschland	16.83%
Holland	2.34%
England	1.75%
Belgien	1.28%
Sonstige	6.72%



## SPORT Silvia Kuster

**Arosa – sportliche Vielseitigkeit**

Zum Start in die Sommersaison organisierten die Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus erstmals gemeinsam ein Golfturnier. Unter dem neuen Namen Arosa Trophy – presented by Arosa Bergbahnen und Arosa Tourismus, waren – bei schönstem Sommerwetter – 76 Golferinnen und Golfer mit von der Partie. Nebst Golfturnieren prägen weitere traditionelle Sommer-Anlässe wie das Beachvolleyballturnier, Schachturnier, Arosa Unihockeyturnier «7eck-Cup», die Motorrad Orientierungsfahrt, verschiedene Tennisturniere, Arosa Sportstafette, Arosa Classic-Car und das Radbergrennen Chur – Arosa, um hier nur einige zu nennen, seit Jahren den Arosa Veranstaltungskalender.

Zu Beginn der Wintersaison war Arosa einmal mehr Austragungsort einer Ausscheidung für die Schweizermeisterschaft im Open Air Curling, zu welcher erfreulicherweise 34 Teams, vorwiegend aus der Ostschweiz, anreisten. In der ersten Runde am Samstagmorgen mussten die 136 Curlerinnen und Curler ihre ganze Open Air Tauglichkeit unter Beweis stellen, denn aufgrund des Schneefalls war die Eisfläche nicht ganz einfach zu bespielen. Die nachfolgenden drei Spiele konnten jedoch bei schönstem Winterwetter und guter Eisqualität ausgetragen werden. Punkte, Ends und Steine waren gefragt, wollte man sich für die Schweizermeisterschaft im Open Air Curling Ende Januar in Zürich qualifizieren. Von den zehn teilnehmenden Bündner Mannschaften qualifizierten sich erfreulicherweise deren acht für die SM – auch die drei teilnehmenden Teams vom CC Arosa gehörten dazu.

Auf der Piste am Weisshorn stand im Dezember ein Oerlikon FIS-Rennen für die Nachwuchsskifahrer auf dem Programm. Aufgrund der wenigen Startmöglichkeiten nutzten 133 Athleten aus 10 Nationen diese Startgelegenheit, vielleicht auch mit der Hoffnung, die Qualifikation für die Olympischen Spiele doch noch zu schaffen.

Ebenfalls noch vor Weihnachten gab es für alle Eishockeyfans einen Leckerbissen, denn in Zusammenarbeit mit Swiss Ice Hockey stand erneut die «Arosa Challenge» auf dem Programm. Nebst der Schweizer Eishockey Nationalmannschaft spielten die Teams aus der Slowakei, Weissrussland und Norwegen um den Turniersieg. Im Final standen sich dann Weissrussland und die Schweiz gegenüber, die Schweizer konnten sich leider nicht ganz durchsetzen und verloren die Partie im Penaltyschüssen.

Nach zwei Jahren ohne Pferderennen auf Schnee sah es zuerst danach aus, als würde die traditionsreiche Veranstaltung nicht stattfinden können. Doch der Absage im November folgte ein Aufbäumen und Miteinander, das die Wende brachte. Nun

hätten nur noch die recht warmen Witterungsverhältnisse eine Austragung verhindern können. Doch die Eisschicht auf dem Obersee erwies sich als sehr stabil und so konnten beide Renntage planmässig und erfolgreich durchgeführt werden. Des einen Freud, des andern Leid – so mussten nur gerade eine Woche später die Verantwortlichen des Wintergolf-Turniers kapitulieren und schweren Herzens das Turnier absagen. Die Föhnstage zu Wochenbeginn hatten der Eisfläche so stark zugeetzt, dass der Obersee gesperrt werden musste.

Zufriedene Gesichter gab es bei den Organisatoren und Aktiven des erstmals in Arosa ausgetragenen Audi FIS Skicross Weltcups – strahlender Sonnenschein, spannende Rennen, gute sportliche Leistungen des Schweizer Teams und tolle Fernsehbilder. Für diesen Erfolg war das Organisationskomitee mit rund 150 Helferinnen und Helfern gut 2 Wochen im Einsatz. Bei den Damen siegte die Norwegerin Marte Hoeie Gjefsen, gefolgt von Fanny Smith (SUI) und Ophelie David (FRA). Der Schweizer Alex Fiva sicherte sich bei den Herren den ersten Platz vor Tomas Kraus (CZE) und Bastian Didrik Juell (NOR).

Eventmässig ging es Schlag auf Schlag weiter. Nach dem Audi FIS Ski Cross World Cup standen auf der gleichen Piste noch

der 1. Audi FIS Ski Cross Junior Day sowie ein Audi Skicross Series (Europa Cup und Open-Rennen) auf dem Programm. Schneesportmässig wurde die Saison abgerundet mit dem Grand Prix Migros Finale anfangs April, bei welchem die über 700 für das Finale qualifizierten Kinder – darunter 76 BündnerInnen – auf der Carmennapiste um den Saisonsieg kämpften; eine echte Herausforderung für das OK und seine Helfer. So waren rund um diesen Anlass total 200 Voluntari im Einsatz, sei es auf der Piste, im Baurupp, als Streckenposten oder als HelferIn in der Festwirtschaft.

Und zu guter Letzt stand Mitte April nochmals ein Highlight auf dem Programm. Als WM-Vorbereitung bestritten die Eishockey-Nationalteams von Schweden und der Schweiz ein weiteres Länderspiel, ja es kam zur Neuauflage des WM-Finals 2013. Das Team von Sean Simpson setzte sich gegen die robusten Schweden im Penaltyschiessen mit 4:3 durch und durfte sich als Sieger feiern lassen.

An dieser Stelle geht ein herzlicher Dank vorallem an all die vielen Voluntari sowie an die Arosa Hotellerie, die uns bei grossen Sportevents immer wieder unterstützen, sei es mit ihrem tatkräftigen Einsatz oder indem sie uns die benötigten Hotelzimmer zu den von den Verbänden vorgegebenen Spezialpreisen zur Verfügung stellen.

Zufriedene Gesichter gab es bei den Organisatoren und Aktiven.





# VERANSTALTUNGEN

## JUNI

Golf: 1. Arosa Bergbahnen / Arosa Tourismus Trophy  
Arosa Musikkurswochen  
Schach: 45. Int. Arosa Stunden- und Jugendturnier  
OROPAX «Pool Position» – Open Air Happening  
Arosa Beachvolleyball-Turnier  
Tennis: 10. Jungsenioren Open Turnier Arosa  
Ländlertreffen  
Kinderland Openair (16. Juni)

## JULI

Arosa Musikkurswochen  
Motorrad: 27. Orientierungsfahrt  
Fussball: Schweizer Schiedsrichter – Arosa Selection  
Konzert Festival Chor Arosa  
Handwerkermarkt  
Tennis: 12. Internationales Senior Open ITF  
19. Arosa Unihockeyturnier «7eck Cup»  
Eishockey: U20 Trainingslager mit Spielen gegen GER  
Fussball: Grümpeltturnier des EHC Arosa Fan-Clubs  
Dorfmarkt  
Arosa Musik Theater  
«Arosa JUNIOR Club» Familienfest beim Bergrestaurant Brüggerstuba  
Arosa Sommerfest  
Wettfischen

## AUGUST

Arosa Musikkurswochen  
Bundesfeier mit Höhenfeuer  
Handwerkermarkt  
Swiss Irontrail 2013  
66. Arosa Sportstafette  
Arosa Jazztage  
Orchesterkonzert  
Grischa Trail RIDE  
Arosa Musik Academy  
Tennis: Bündner Meisterschaften  
9. Arosa ClassicCar Bergrennen Langwies – Arosa

## SEPTEMBER

Arosa Musikkurswochen  
Arosa Grill-Plausch für Gäste  
Arosa Musik Academy  
Rad: 32. Bergrennen Chur – Arosa  
10. Arosa Küchenfest  
Museumstag des Schanfigger Heimatmuseums

## OKTOBER

Arosa Musikkurswoche  
Chorkonzert

## NOVEMBER

Eishockey: 2. Swiss Icehockey Day  
Jahreskonzert der Musikgesellschaft Arosa  
Advents Apéro

## DEZEMBER

Curling: Ausscheidung für die SM Open Air  
22. Arosa Humor-Festival  
Tennis: 8. Snow Jungsenioren Turnier  
Schlittenhunde-Treffen  
Eishockey: Arosa Challenge  
Schneesport: Oerlikon FIS-Rennen (Super-Kombination Herren)  
Weihnachtskonzert

## JANUAR

Neujahrskonzert mit der Kammerphilharmonie GR  
Schneesport: Rivella Family-Contest  
Eishockey: Turnier des EHC Arosa Fanclubs GR  
10. Swiss Snow Walk&Run  
Snowboard: Chill&Destroy Tour  
10. Arosa Gay Ski-Week  
Eröffnung Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide  
103. Pferderennen auf Schnee  
Schneesport: 7. Volksabfahrt vom Mattjischhora  
4. Arosa IceSnowFootball

## FEBRUAR

Curling: Arosa Tourismus Trophy  
Alpine Ballonwoche  
Schneeshows  
Schlittellenrennen des Skiclubs Langwies  
Schneesport: Ambühl's Invitational

## MÄRZ

Schneesport: Nostalgierennen des Skiclub Arosa  
Schneesport: Audi FIS Ski Cross World Cup  
Schneesport: Audi FIS Ski Cross Junior Day  
Eishockey: 31. PiccoloTurnier um den «Hansi-Cup»  
Curling: 23. Arosa Sunna-Cup  
Arosa Schneeshow  
Schneesport: Audi Skicross Series (Europa Cup und Open)  
20. Event der Arosa Chefköche  
37. Ärztekongress  
Arosa Musik Festival  
Schneesport: 3. Arosa CEO Games  
Schneesport: JUNIOR Masterrennen der SSSA

## APRIL

Schneesport: Grand Prix MIGROS Finale  
Curling: 29. Grümpeltturnier für Einheimische  
Eishockey: Länderspiel SUI – SWE  
Schneesport: Clubrennen des Skiclubs Arosa  
Eishockey: 29. Grümpeltturnier des EHC Arosa  
Nachtschwärmerrennen  
13. Höchster Guggentreff Europas  
Curling: Offene Clubmeisterschaft des CCA



## KULTUR Andri Probst



Der Verein Arosa Kultur kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2013 zurückblicken. Überschattet wurde das Jahr jedoch vom Tod des langjährigen geschäftsführenden Präsidenten Christian Buxhofer.

### Ungeplanter Führungswechsel

Christian Buxhofer starb völlig unerwartet am 16. Februar 2014. Als geschäftsführender Präsident von Arosa Kultur hat er den Verein mit all seinen Aktivitäten stark geprägt und ausgebaut. Der Vorstand von Arosa Kultur entschied trotz der schwierigen Situation nach kurzer Zeit sämtliche Aktivitäten weiterzuführen und geeignete Führungspersonen einzusetzen. Mit Andri Probst als neuer Geschäftsführer und Angela Buxhofer als neuer Präsidentin ist dies dem Verein gelungen.

### Sehr hohe Teilnehmerzahlen bei den Musik-Kurswochen Arosa

Bei den Musik-Kurswochen, die im Sommer 2013 zum 27. Mal stattfanden, wurden 1298 Teilnehmende registriert. Mit dieser hohen Teilnehmerzahl wurde sogar der Rekord aus dem Jahr 2012 (1294) übertroffen. Die vor vier Jahren eingeleitete Qualitätsoffensive hat sich damit erneut bezahlt gemacht. Zum dritten Mal konnten auch im August und September unter dem Titel «Arosa Music Academy» mehrere Meisterkurse angeboten werden, die von rund 47 Studierenden (Vorjahr 40) belegt wurden. Die Arosa Music Academy wurde auch dieses Jahr vom Bundesamt für Kultur (BAK) unterstützt.

### Rund 100 Veranstaltungen

Arosa Kultur hat im Geschäftsjahr 2013 (1. November 2012 bis 31. Oktober 2013) insgesamt rund 180 Veranstaltungen organisiert, darunter etwa 40 Bergkirchli-Konzerte. Im Rahmen des AROSA MUSIK THEATERS wurde im Sommer die Operette «Il Signor Fagotto» von Jacques Offenbach aufgeführt. Die sieben Vorstellungen lockten über 900 Leute an und das Medienecho war erfreulich gross. Erneut berichteten auch ausländische Medien über das Festival.

### Finanzen im Griff

In finanzieller Hinsicht verlief das vergangene Geschäftsjahr erfreulich. Bei einem Umsatz von rund 1,3 Millionen Franken konnte eine ausgeglichene Rechnung erzielt werden. Die Zahl der Vereinsmitglieder ist mit rund 600 konstant geblieben.

Erneut berichteten auch ausländische Medien über das Festival.



## INCENTIVE Nicole Hemmi



Auch im Geschäftsjahr 2013/14 durfte Arosa Incentive wiederum diverse Gruppenanlässe beraten, organisieren und betreuen. Die Kunden waren mit den Diensten von Arosa Incentive zufrieden und lobten den Service und die Dienstleistungskette der Leistungsträger in Arosa. Arosa Incentive hat in diesem Geschäftsjahr zwar weniger Incentives durchgeführt, konnte den Gewinn jedoch steigern. Der Rückgang bei der Anzahl Anlässe ist auf das schwächere Sommergeschäft zurückzuführen.

**Gruppen – Gründe für Nicht-Berücksichtigung von Arosa**  
Bei insgesamt 128 Gruppenanfragen buchten 42 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 64 kamen nicht nach Arosa. Insgesamt musste dieses Jahr sechs interessierten Firmen (ca. 485 Personen und 915 LN) eine Absage erteilt werden, weil keine geeigneten Unterkünfte oder Verpflegungsmöglichkeiten gefunden werden konnten. Zehn Firmen sagten den Event aus finanziellen Gründen ab. 28 Gruppen haben einer anderen Destination den Zuschlag gegeben. Die Gründe sind weiterhin oftmals auf den Anfahrtsweg nach Arosa zurückzuführen. 16 Gruppen haben sich auch nach wiederholtem Nachfragen nicht mehr gemeldet und bei vier Gruppen waren es diverse Gründe, welche zu einer Absage führten.

### Zahlen

Die vier Sommer- sowie 38 Winter-Incentives generierten zusammen 719 Logiernächte. Dies entspricht zwölf Incentives weniger sowie einem starken Logiernächte-Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Wenn man die indirekten Logiernächte (Rahmenprogramm über Arosa Incentive, Hotel direkt gebucht) anrechnet, erhalten wir rund 1'700 Logiernächte (Vorjahr 1'987).

### Kundenprofil

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei den Firmen- und Gruppenanfragen war mit 34 Personen im Vergleich zu 2012/13 mit 29 Personen um einiges höher. Die Gruppen kamen hauptsäch-

lich aus der Deutschschweiz und waren im Schnitt 2.4 Tage (1.4 LN, im Vorjahr 1.2 LN) in Arosa. Die Ausgaben pro Person erhöhten sich mit CHF 327.32 im Vergleich zum Vorjahr noch einmal (Jahr 12/13 CHF 301.10 pro Person).

Weiterhin bleibt es eine Herausforderung das Sommergeschäft zu bewerben und Gruppen für das Incentive-Angebot zu begeistern.

Die Umsatzsteigerung im Winter ist auf die grösseren Gruppen sowie auf das höhere Budget pro Kopf zurückzuführen. Vor allem internationale Firmen sind bereit mehr Geld für ihre Anlässe auszugeben.

Zu den beliebtesten Aktivitäten gehörten der Huskyplausch, Schneeschuhwandern oder der Curlingschnupperkurs. Weiterhin wichtig bleiben unsere Teamaktivitäten, sei es eine Firmenolympiade, eine Schatzsuche oder ein Iglubau – diese Angebote sind nicht mehr wegzudenken.

### Auszubildende

Am 2. August 2013 begann Maja Manojlovic, wohnhaft in Arosa, ihre Ausbildung zur Kauffrau in der Branche Hotel, Gastronomie und Tourismus bei Arosa Tourismus. Während der Sommersaison konnte sie ihre ersten Berufserfahrungen am Schalter der Gästeinformation sammeln. Während den Wintermonaten war Maja in den Abteilungen Kommunikation sowie Sportsekretariat eingeteilt und unterstützte die Bereichsleiter an diversen Events. So zum Beispiel beim Skicross Weltcup oder dem Guggentreff.

Umsatzverteilung Arosa Incentive (Brutto)	CHF
Hotels	190'230.50
Bergbahnen	69'837.90
Diverse*	166'226.65
Gewinn Arosa Tourismus	42'816.00

\* Berghütten, Skischule, Schlittenvermietung, Schneeschuhwanderung, Kutscherei, Outdoorpartner sowie diverse Restaurants

## SPORT- UND KONGRESSZENTRUM AROSA

### Roland Schuler



### Kongress & Seminar

Im MICE (Meetings, Incentive, Convention, Events) konnten wir die Auslastung weiter ausbauen und neue Gäste nach Arosa holen. Im vergangenen Jahr sind 79 Anfragen von verschiedenen Veranstaltungen eingegangen. Davon haben sich 56 Veranstalter für die Kongress- und Seminarräumlichkeiten des Zentrums entschieden.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Berichtsjahr lag bei 2.7 Tagen. Während den 365 Tagen durften wir 5057 Personen in den Kongressräumen begrüssen und generierten über 8300 Logiernächte, welche einem Übernachtungswert von über 1.2 Millionen CHF entsprechen.

Daneben profitierten auch weitere Arosa-Leistungsträger (Gastronomie, Bergbahnen, Aktivitätenanbieter, etc.), bei welchen viele Buchungen über die Veranstaltungen getätigt wurden.

### Eissporthalle

Die tollen Infrastrukturvoraussetzungen, der perfekte Service und ein motiviertes Team haben sich im Umfeld des Eishockeysports herumgesprochen. Die Trainingslagerzahlen steigen von Jahr zu Jahr und über den Sommer 2013 war die Eissporthalle oft ausgebucht.

Die Eishockey-Highlights waren wiederum die Besuche der Schweizer Nationalmannschaft, welche an der Arosa Challenge und dem April-Länderspiel vor praktisch vollem Haus aufspielen durften. Wir sind stolz ein Teil der wichtigen WM-Vorbereitung zu sein. Auch das Team von Vize-Schweizer Meister Kloten Flyers bereitete sich in Arosa vor.

Wie jedes Jahr erfreuten wir uns auch an den Meisterschaftsspielen des EHC Arosa und an diversen Grümpeltornieren oder sonstigen Sportanlässen.

Besonders oft wurde im vergangenen Jahr die Eissporthalle umgewandelt und als Aussteller-Fläche (Ärztetage), als Catering-Zone (Tourismusforum Alpenregionen, IMK, etc.) oder für Produktpräsentation (Odlo) genutzt.

Der Betrieb der Eissporthalle im vergangenen Jahr dauerte vom 9. Juni 2013 bis zum 20. April 2014.

### Offene Kunsteisbahn

Das Winterangebot in Arosa ist gross, doch erfreut das Openair-Eisfeld im Speziellen immer wieder viele Gäste. Gerade bei den vielen Wind-Tagen im vergangenen Winter war die offene Kunsteisbahn eine super Alternative. An diesen Tagen trafen sich Eisläufer, Hockeyaner, Curler und Eisstockspieler auf der Eisfläche und genossen die Tage.

In der Curling-Saison durften wir zusammen mit dem Curling Club Arosa neun Openair-Curling-Turniere durchführen.

Bereits zum dritten Mal wurde wieder die Fussball-Arena für das IceSnowFootball aufgestellt. Dieses Jahr fanden neben der inoffiziellen Schneefussball-Weltmeisterschaft auch ein IT-Firmenturnier und ein Nachwuchs-Fussball-Camp statt.

Nach 4 ½ Monaten wurde das Eis am 20. April 2014 wieder der Sonne zum Abtauen freigegeben.

### Kunstrasenanlage

Neben den bestehenden Sportveranstaltungen (7eck, Grümpi, Faustball, FC Arosa, etc.) wurde die zweite Schiedsrichter-Woche in Arosa mit 90 Teilnehmern durchgeführt.

Erstmalig fand mit dem Sommerstart auch ein Kinder-Openair statt. Klein und Gross durften den Musikbands lauschen oder sich mit den vielen Spiel- und Sportgeräten vergnügen.

### Seilpark

Auf den Sommerstart hin eröffneten wir einen weiteren Kinderparcours und eine Holzkugelbahn. Dadurch wurde der Park noch familienfreundlicher und für jeden Arosa-Besuch zum «must see».

Die Massnahmen haben sich gelohnt, konnte doch ein neuer Besucherrekord mit 11'300 Besuchern erzielt werden. Glücklicherweise sind auch keine nennenswerten Zwischenfälle passiert und fast alle Besucher konnten ohne Blessuren den Aufenthalt weiter geniessen.

### Bootsbetrieb Obersee

Das Element Wasser ist stets ein grosser Anziehungspunkt. Kein Wunder wurden die Tret- und Ruderboote weiterhin rege genutzt.

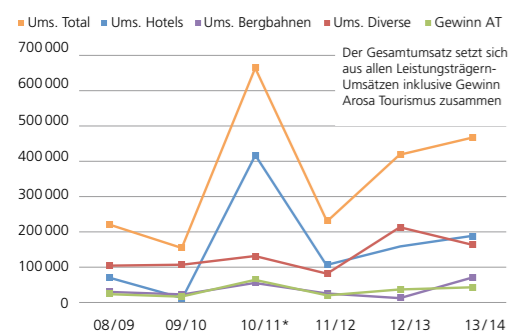
Armando Plaz und Mauro Ongaro betreiben die Abwicklung im Auftrag von Arosa Tourismus und sind stets darum bemüht, dass die Gäste informiert werden und für ihre Sicherheit gesorgt ist.

### Zivilschutzanlage

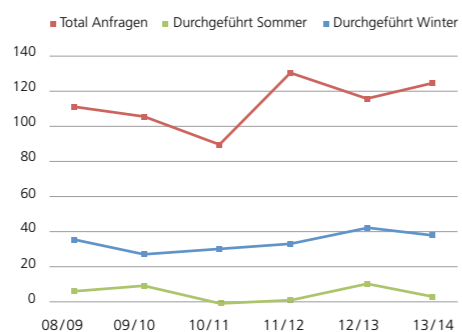
Für Schul- und Freizeitlager und als günstiges Domizil bei Sportanlässen oder einfach als verlängertes Gruppen-Wochenende war die Zivilschutzanlage weiterhin beliebt.

Das Team Sportanlagen war dabei für die Reinigung und den Unterhalt der Räume verantwortlich.

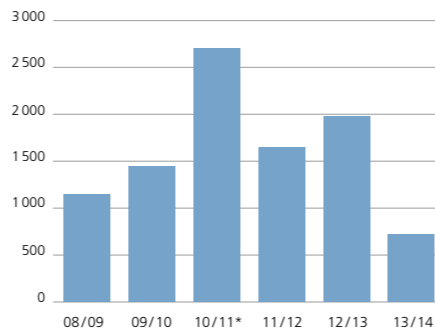
### UMSATZENTWICKLUNG



### DURCHFÜHRTE INCENTIVES



### REALISIERTE LOGIERNÄCHTE



### VERANSTALTUNGSMOTIVE

Kongresse	7
Seminare / Tagungen	8
Produktpräsentationen	1
Info-Anlässe	1
Kurse / Schulungen	10
Konzerte	4
Versammlungen	10
Sitzungen / Besprechungen	2
Sport- / Tanzanlässe	6
Theater / Comedyanlässe	3

### Wasserspiel

Das Wasserspiel lockt spätabends nochmals die Gäste nach draussen. Über den Sommer konnten, während jeweils drei Vorstellungen über die Woche, gegen 4500 Besucher gezählt werden.

### Ruhebänke

Im Rhythmus der Zeit werden die Arosa-Ruhebänke je nach Zustand ausgetauscht. Sehr oft wird eine Bank durch den gleichen Halter wieder erneuert. Ist dies nicht der Fall liegt eine Warteliste für neue Interessenten vor.

Michael Eugster war auch im 2013 besorgt, dass die Bänke stets im gleichen schönen Stil daherkommen und das Arosa-Bild verschönern.

### Wander-, Bikewege

Auf den Sommer hin gilt es jedes Jahr die vielen Wander- und Bikekilometer zu kontrollieren und zu unterhalten. Eine körperlich anstrengende Arbeit mit vielen Laufkilometern sowie schwerem Gepäck- und Materialrucksack. Die drei Mitarbeiter Michael Eugster, Andi Heilmann und Hans-Jürg Rehli waren stets besorgt, dass die Wege in tadellosem Zustand begangen oder befahren werden konnten. Natürlich konnte nicht alles zur gleichen Zeit erledigt werden und benötigt teilweise etwas Geduld. Zukünftig wird ein grosses Wandernetz schaffig zur Grossgemeinde Arosa dazukommen. Wer und wie für dieses komplette Netz zuständig sein wird, ist in Abklärungen mit der Gemeinde Arosa.

### Langlauf

Mit dem Ende der Ära «Langlaufschule Geeser» und der Situation keinen Nachfolger gefunden zu haben, hat sich Arosa Tourismus um den Betrieb und die Erhaltung des Langlaufs gekümmert. Mit Unterstützung von den Arosa Bergbahnen und dem Verband Loipen Schweiz konnte der Langlaufbetrieb von November bis April angeboten werden.

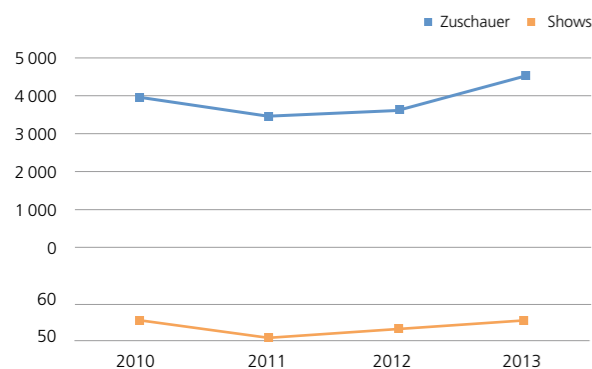
Leider wurde der grosse, kurzfristige Aufwand und die weiteren Bemühungen von vielen Personen zugunsten vom Langlaufsport Arosa von gewissen Kreisen nicht geschätzt und Veränderungen oder Anpassungen sofort emotionalisiert, so dass eine sachliche Diskussion oft nicht mehr möglich war. Im Winter wurden bereits weitere Schritte eingeleitet, um den Langlaufsport in Arosa weiterhin nachhaltig betreiben zu können.

### Personal

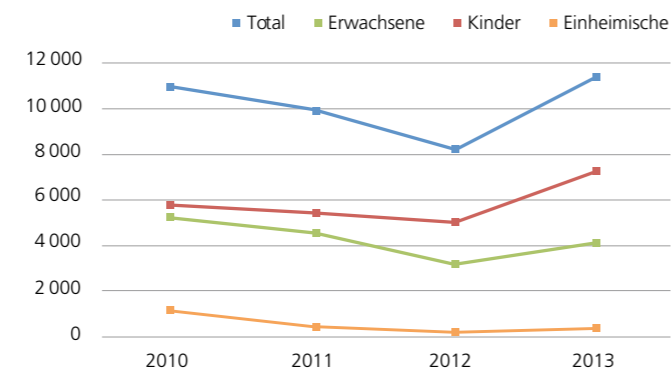
Für die vielen Aufgaben braucht es ein motiviertes Team mit viel Schlagkraft und Einsatzwillen. Wir sind in der glücklichen Lage, auf allen Positionen gut besetzt zu sein. Auch liegt eine ideale Mischung aus Erfahrung und jugendlichem Flair vor, so dass immer alle Aufgaben mit besten Voraussetzungen angegangen werden können.

An dieser Stelle einen grossen Dank an alle Mitarbeiter für den tollen Einsatz und die stets hohe Bereitschaft, für Arosa das Beste zu geben.

### WASSERSPIEL



### BESUCHER SEILPARK



# GÄSTESERVICE Yvonne Wüthrich



## Allgemein Gäste-Information

Die Gäste-Information entwickelt sich laufend zu einem Informationszentrum am Dorfeingang für Gäste, Einheimische und Partner weiter. Der Fokus der täglichen Arbeit liegt stark auf dem persönlichen Kontakt mit dem Gast, sei es vor Ort, per Telefon oder E-Mail. Beratung, Informations-Weitergabe, aber auch das Abholen von Feedbacks und Anregungen sind zentrale Aufgabe der Mitarbeitenden an der Gäste-Information.

In diesem Jahr war die Skigebietsverbindung Grund vieler Anfragen, aber auch das Angebot «Skischule inklusive» und die Event-Themen wurden oft nachgefragt. Zudem mehren sich die Anfragen im Winter zum All-Inclusive-Angebot im Sommer.

Am Gäste-Info-Schalter ist die Tendenz zu immer kurzfristigeren Anfragen für Hotelzimmer und Ferienwohnungen spürbar. Die Gäste nutzen und schätzen die Homepage als rasche und einfache Buchungsplattform. Aufgrund dieser Entwicklung haben alle Mitarbeitenden der Gäste-Information eine Schulung für das Online-Buchungsprogramm Deskline erhalten, so dass sie über das nötige Fachwissen und die Werkzeuge verfügen, um mit dem Online-Buchungsprogramm noch effizienter zu arbeiten und die Leistungsträger in der Bewirtschaftung ihrer Einträge zu unterstützen.

## Online-Buchbarkeit

Seit dem 1. Mai 2013 ist Arosa im Bereich der Online-Buchbarkeit sehr aktiv und viele Leistungsträger bieten ihre Unterkunft neu direktbuchbar an. Erste Ergebnisse können nun nach einem Jahr Online-Buchbarkeit präsentiert werden.

Der Deskline-Umsatz für Buchungen für das Geschäftsjahr 2013/2014 betrug CHF 526'066. Dies entspricht einem Umsatzzuwachs von 47% gegenüber der Vorjahresperiode (CHF 358'129). Erfreulich ist die Entwicklung der Buchungen übers Internet (+CHF 55'767). Hier sind die Hotels gegenüber den Apartments mit 74% aller getätigten Buchungen noch klar im Vorteil. Schön auch der Umsatz über unsere angegliederten Verkaufskanäle\*, welche auf Anrieb Buchungen im Wert von CHF 60'000 generiert haben. Hier ist eine Tendenz ersichtlich, dass die angegliederten Verkaufskanäle den Umsatz mit 89% eher bei Apartments generieren. Über die Wintermonate wurde mit Abstand am meisten Umsatz erreicht. Über 90% vom Gesamtumsatz konnte mit CHF 485'717 von Dezember 2013 bis April 2014 eingenommen werden.

Dies entspricht in den erwähnten Wintermonaten 1088 Personen (143 Kinder, 945 Erwachsene), welche insgesamt 4862 Logiernächte in Arosa generierten. Der durchschnittliche Umsatz pro Aufenthalt/Person liegt bei CHF 446.45, der durchschnittliche Umsatz pro Nacht/Person CHF 99.90.

## Klassifikationen

Feriengäste haben unterschiedliche Ansprüche und Erwartungen, was die Qualität ihrer Ferienunterkunft betrifft. Sterne als international bekanntes Symbol geben dem Gast bei der Auswahl seines Ferienquartiers einen zuverlässigen Hinweis auf die Qualität des Angebotes. Das Klassifikationssystem des Schweizer Tourismusverbandes (STV) ermöglicht dem Vermietenden eine strukturierte und im Markt vergleichbare Bewertung seines Produktes. Zudem

erhalten sie konkrete Vorschläge zur Verbesserung des Angebotes und damit Anreize zur Qualitätssteigerung. Arosa Tourismus ist eine Klassifikationsstelle für die Klassierung von Wohnungen, Fabian Iacopetta nimmt die Kontrolle der Ferienwohnungen in Arosa gemäss den Vorgaben vom STV vor.

## Ticketverkauf

An der Gäste-Information von Arosa Tourismus wurden im vergangenen Jahr wiederum verschiedene Veranstaltungstickets verkauft. Einheimische wie Feriengäste bezogen am Info-Schalter ihre Tickets für die kleinen und grossen Events. Für das Arosa Humor-Festival konnten am Info-Schalter 1'142 Tickets verkauft werden. Für das Eishockey-Turnier «Arosa Challenge» stellte Arosa Tourismus 180 Tickets aus.

## Arosa JUNIOR Club

Der Arosa JUNIOR Club startete mit sieben Partner und viel Taten-drang in das Jahr 2013/14. In der Sommersaison waren neben dem vielseitigen Wochenprogramm und dem Märlizug das Kinderfest in der Brüggerstuba und die erste Durchführung des Kinderland Openairs auf der Kunstrasenanlage Ochsenbühl die Highlights. Im Winter vergnügten sich die jüngsten Gäste auf den Ski- und Schlittelpisten und besuchten die Märligondel.

Sei es auf der Skipiste, im Dorf, im Märlizug oder der Märligondel, beim Lampionumzug am 1. August und sogar beim Arosa IceSnow-Football – Klexx und Junior waren häufig anzutreffen und es konnte eine grosse Präsenz des JUNIOR Clubs erzielt werden (über 20 Auftritte im Winter und über zehn Auftritte im Sommer). Mit neuen Ideen und viel Engagement überzeugt der Arosa JUNIOR Club auch nach sechs Jahren als etabliertes Familienprodukt in Arosa.

## Gästeehrungen

Den langjährigen Arosa-Gästen wird für ihre Treue zu Arosa mit einer Gästeehrung gedankt. Die Gäste werden gemäss neuem Gästeehrungs-Konzept nach 10, 25 und 50 Jahren geehrt. Im Geschäftsjahr 2013/14 Jahr wurden neun Gäste für ihre Treue zu Arosa geehrt. Davon erhielten vier Personen eine Ehrung für 25 Jahre und fünf Gäste für 50 Jahre.

## Team

Ab dem 1. Mai 2013 übernahm Yvonne Wüthrich als Leiterin Kommunikation die operative und administrative Leitung des Info-Schalters und startete mit einem fünfköpfigen Team von Vollzeit- und Teilzeitmitarbeitenden in die Sommersaison 2013. Auf die Wintersaison hin wurde eine zusätzliche Mitarbeiterin eingestellt, sowie eine weitere Mitarbeiterin, welche die Wochenend-Dienste übernahm. Zusätzlich verstärkte auch Fabienne Simmen nach ihrem Mutterschaftsurlaub das Team ab dem Winter 2013/14 wieder. Neu fungiert für die Saison 2014/15 Louis Anthamatten als Leiter Gästeinformationscenter.

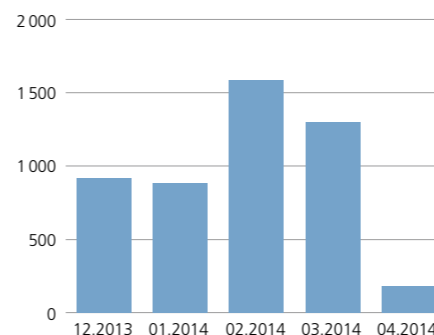
\* dem Deskline angegliederte Verkaufskanäle: e-domizil, casamundo, Holiday-insider,i-ski, FeWo Offensive (CH-Ferien) und Graubünden e-Tourismus



## ONLINE-BUCHBARKEIT WINTERSAISON 2013/14

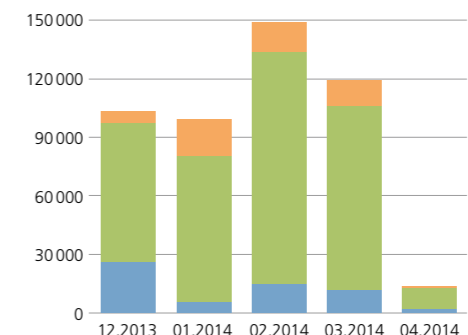
### NÄCHTIGUNGEN

nach Anreisemonat



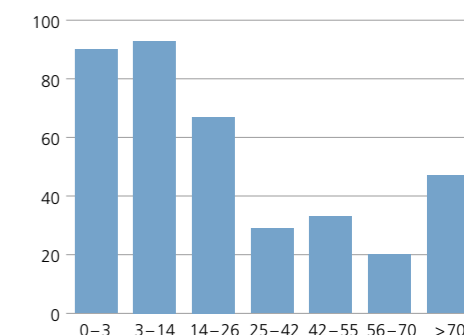
### UMSATZ

CHF pro Monat



■ Expert Client = direkt über Arosa Tourismus  
 ■ Internet = direkt über den Online-Kanal der Arosa Tourismus-Webseite (Deskline)  
 ■ Sonstige = angegliederte Verkaufskanäle\*

### ANZAHL BUCHUNGEN – TAGE VORAUSBUCHUNG



Online-Buchungen werden zu einem grossen Teil von Kurzentschlossenen getätigt; über 48% der Buchungen wurden 0-14 Tage vor Anreise vollzogen.

## FINANZEN Urs Schmid



### Bilanz per 30. April 2014

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 2'628'131.51 aus. Das Eigenkapital beträgt per 30. April 2014 CHF 759'851.68.

### Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von CHF 132'623.88 und beträgt per 30. April 2014 CHF 1'996'121.51, resp. 76% der Bilanzsumme.

Das Anlagenvermögen beträgt nach Abschreibungen von CHF 47'000.00 und ohne Neuinvestitionen CHF 632'010.00 per 30. April 2014.

### Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Zunahme von CHF 219'338.70 und beträgt per 30.04.2014 CHF 1'868'279.83 resp. 71.1% der Bilanzsumme.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben – auch bedingt durch diverse Vorauszahlungen von Events – per Ende Geschäftsjahr 2013/14 um CHF 248'438.70 zugenommen. Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden verschiedene Rückstellungen aufgelöst; andere erhöht oder neu gebildet.

Das Eigenkapital verzeichnet durch die Ausgaben-Überschüsse der Gästetaxen-Rechnung von CHF 106'201.33, der Marketing-Rechnung von CHF 35'900.43 sowie dem Ertrags-Überschuss der Sport- und Kultur-Rechnung von CHF 8'386.94 im Geschäftsjahr 2013/14 eine Abnahme von CHF 133'714.82 und beträgt per 30. April 2014 neu CHF 759'851.68, resp. 28.9%.

### ERFOLGSRECHNUNG 2013/14

#### Gästetaxen-Rechnung

Die Gästetaxen-Rechnung verzeichnet bei Einnahmen von CHF 5'962'891.22 und Ausgaben von CHF 6'069'092.55 einen Verlust von CHF 106'201.33.  
(Budget: Ausgaben-Überschuss von CHF 310'000)

Das Ziel von 870'000 Logiernächten wurde im vergangenen Geschäftsjahr knapp verpasst. Dank Mehrertrag bei der Verwaltungs- und Anlagen-Rechnung sowie Minderaufwand bei allen Rechnungen, konnte ein um rund 65% besseres Ergebnis als budgetiert erzielt werden.

#### Sport- und Kultur-Rechnung

Mit einem Ertrags-Überschuss von CHF 8'386.94 schliesst die Sport- und Kultur-Rechnung 2013/14 bei Einnahmen von CHF 446'866.29 und Ausgaben von CHF 438'479.35 ab.  
(Budget: Ausgaben-Überschuss von CHF 10'000)

Da erfreulicherweise fast alle Veranstaltungen unter dem Budget abgeschlossen haben und zusätzliche Sponsorengelder für verschiedene Events generiert werden konnten, schliesst die Rechnung mit einem kleinen Gewinn ab.

#### Marketing-Rechnung

Bei Einnahmen von CHF 1'117'268.46 und Ausgaben von CHF 1'153'168.89 schliesst die Marketing-Rechnung 2013/14 mit einem Ausgaben-Überschuss von CHF 35'900.43.  
(Budget: Ausgaben-Überschuss von CHF 95'000)

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



## BILANZ

	30.04.2014	30.04.2013
<b>Aktiven</b>	<b>2'628'131.51</b>	<b>2'542'507.63</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1'996'121.51</b>	<b>1'863'497.63</b>
Kassa	7'880.25	8'950.70
Postcheck	648'866.17	678'089.57
Banken	607'389.13	551'505.18
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>1'264'135.55</b>	<b>1'238'545.45</b>
Taxen + Beiträge	163'241.35	189'680.40
Diverse	331'144.38	293'212.33
<b>Forderungen</b>	<b>494'385.73</b>	<b>482'892.73</b>
Verkaufsmaterial	1.00	9'241.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
<b>Vorräte</b>	<b>3.00</b>	<b>9'243.00</b>
<b>Aktive Abgrenzungen</b>	<b>237'597.23</b>	<b>132'816.45</b>
<b>Anlagenvermögen</b>	<b>632'010.00</b>	<b>679'010.00</b>
Fahrzeuge	50'001.00	75'001.00
Mobiliar / Kunstrasen	132'001.00	154'001.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
Wasserspiel	1.00	1.00
<b>Sachanlagen</b>	<b>182'005.00</b>	<b>229'005.00</b>
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Aktien Golf Arosa AG	1.00	1.00
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile Holzmeise	1.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
Darlehen Gemeinde Arosa	450'000.00	450'000.00
<b>Finanzanlagen</b>	<b>450'005.00</b>	<b>450'005.00</b>

	30.04.2014	30.04.2013
<b>Passiven</b>	<b>2'628'131.51</b>	<b>2'542'507.63</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>1'868'279.83</b>	<b>1'648'941.13</b>
Laufende Verpflichtungen	478'987.53	335'764.73
Vorauszahlungen Sponsoren	198'342.30	93'126.40
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>677'329.83</b>	<b>428'891.13</b>
Oeko Fonds	20'000.00	20'000.00
Bärenland	45'000.00	25'000.00
Steuerverwaltung (MwSt)	25'000.00	25'000.00
Grossinvestitionen SKZA		50'000.00
Delkredere	60'000.00	60'000.00
Sport- und Kulturevents	205'000.00	115'000.00
Skischule inklusive		150'000.00
Marketing	200'000.00	300'000.00
Humorfestival	350'000.00	300'000.00
<b>Rückstellungen</b>	<b>905'000.00</b>	<b>1'045'000.00</b>
<b>Passive Abgrenzungen</b>	<b>285'950.00</b>	<b>175'050.00</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>759'851.68</b>	<b>893'566.50</b>
Gästetaxen - Reserve	563'257.80	669'459.13
Sport und Kultur - Reserve	123'166.98	114'780.04
Marketing - Reserve	73'426.90	109'327.33
<b>Erarbeitetes Kapital</b>	<b>759'851.68</b>	<b>893'566.50</b>

## GÄSTETAXEN-RECHNUNG

	Budget 2013/14	Rechnung 2013/14	Budget 2014/15
<b>Gästetaxen-Aufwand</b>	<b>2'092'500</b>	<b>2'860'720.62</b>	<b>2'960'000</b>
Beiträge	130'000	131'683.52	135'000
Informationsmaterial	205'000	189'993.16	155'000
Gästeangebot	1'675'000	2'449'265.84	2'570'000
Ruhebänke/Wanderwege	82'500	89'778.10	100'000
<b>Verwaltungs-Aufwand</b>	<b>1'325'000</b>	<b>1'251'662.50</b>	<b>1'445'000</b>
Personalkosten	1'015'000	960'475.92	1'095'000
Kanzleikosten	270'000	258'754.46	310'000
Verwaltungskosten	40'000	32'432.12	40'000
<b>Anlagen-Aufwand</b>	<b>1'238'500</b>	<b>1'956'709.43</b>	<b>1'850'000</b>
Sportanlagen Obersee	941'000	998'139.77	960'000
Angestelltenhaus	5'500	4'275.45	5'000
Seminar/Kongress/Incentiv	292'000	954'294.21	885'000
<b>Gesamt-Aufwand</b>	<b>4'656'000</b>	<b>6'069'092.55</b>	<b>6'255'000</b>
<b>Gästetaxen-Ertrag</b>	<b>3'562'500</b>	<b>4'324'601.09</b>	<b>4'285'000</b>
Gästetaxen	3'425'000	3'392'074.05	3'475'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-140'000	-127'350.15	-135'000
Informationsmaterial	60'000	75'815.32	65'000
Gästeangebot	205'000	968'375.80	870'000
Ruhebänke	12'500	15'686.07	10'000
<b>Verwaltungs-Ertrag</b>	<b>100'000</b>	<b>123'389.09</b>	<b>155'000</b>
<b>Anlagen-Ertrag</b>	<b>683'500</b>	<b>1'514'901.04</b>	<b>1'345'000</b>
Sportanlagen Obersee	475'000	625'046.97	535'000
Angestelltenhaus	6'500	6'820.00	5'000
Kongress / Incentiv	202'000	883'034.07	805'000
<b>Gesamt-Ertrag</b>	<b>4'346'000</b>	<b>5'962'891.22</b>	<b>5'785'000</b>
<b>Verlust</b>	<b>310'000</b>	<b>106'201.33</b>	<b>470'000</b>





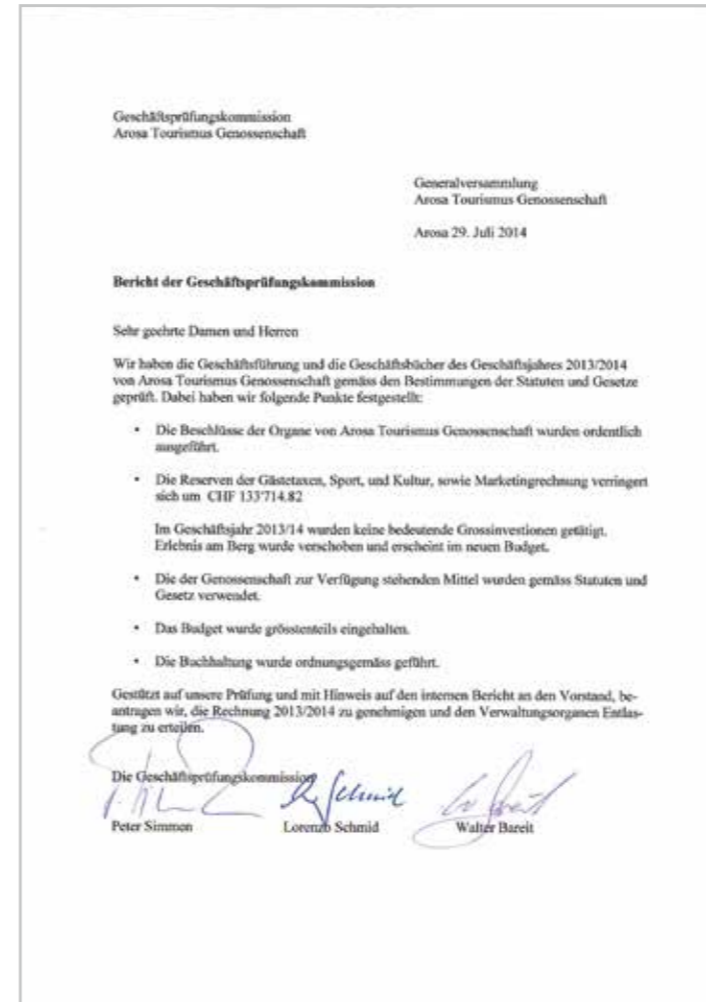
# SPORT- UND KULTUR-RECHNUNG

	Budget 2013/14	Rechnung 2013/14	Budget 2014/15
<b>Aufwand</b>	<b>455'000</b>	<b>438'479.35</b>	<b>450'000</b>
Sportanlässe Sommer	35'000	40'374.67	55'000
Sportanlässe Winter	130'000	118'368.30	115'000
Beiträge	110'000	110'000.00	110'000
Kulturelle Anlässe	80'000	74'528.51	70'000
Diverser Aufwand	5'000	6'093.96	5'000
Administration	95'000	89'113.91	95'000
<b>Ertrag</b>	<b>445'000</b>	<b>446'866.29</b>	<b>450'000</b>
Sport- und Kulturtaxen	465'000	464'165.30	470'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-20'000	-17'299.01	-20'000
<b>Verlust</b>	<b>10'000</b>		<b>0.00</b>
<b>Gewinn</b>		<b>8'386.94</b>	<b>0.00</b>

# MARKETING-RECHNUNG

	Budget 2013/14	Rechnung 2013/14	Budget 2014/15
<b>Aufwand</b>	<b>1'215'000</b>	<b>1'153'168.89</b>	<b>1'195'000</b>
Promotion	500'000	515'224.49	525'000
Product	40'000	30'247.53	40'000
Markets Development	250'000	225'925.98	285'000
PR und Events	130'000	113'080.20	55'000
Humorfestival	130'000	120'547.18	130'000
Sales/Messen	40'000	39'994.38	35'000
Administration	125'000	108'149.13	125'000
<b>Ertrag</b>	<b>1'120'000</b>	<b>1'117'268.46</b>	<b>1'130'000</b>
Tourismustaxen H/G	255'000	255'087.60	255'000
Tourismusbeitrag Gemeinde	300'000	334'530.00	334'530
Tourismustaxen Hotel/Fewo	502'000	496'563.70	515'000
Kooperation Schanfigg	105'000	70'470.00	70'470
Vorsteuerkürzung MwSt	-42'000	-39'382.84	-45'000
<b>Verlust</b>	<b>95'000</b>	<b>35'900.43</b>	<b>65'000</b>

# KONTROLLSTELLE Geschäftsprüfungskommission



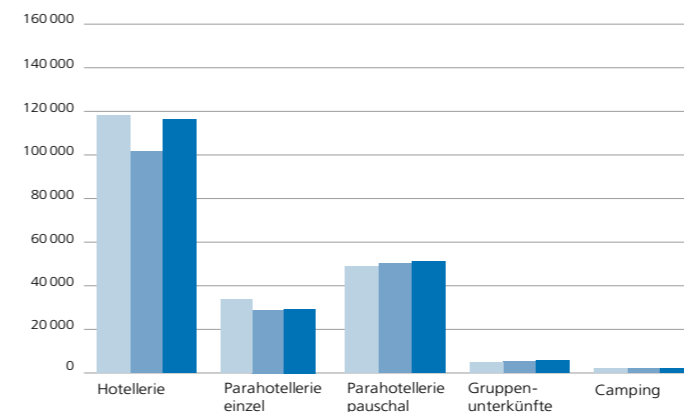
# TOURISMUS STATISTIK

## Logiernächte

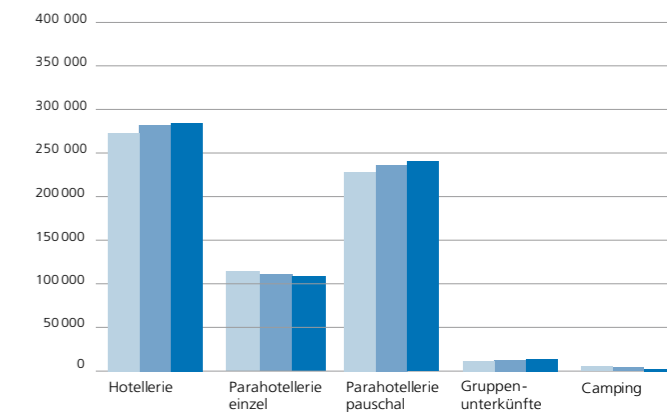
Nationen	Sommer 2013	Winter 2013/14	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
<b>HOTELS</b>					
Schweiz	79'085	174'281	253'366	252'348	0.40
Deutschland	23'008	58'194	81'202	70'270	15.56
Benelux	4'865	17'029	21'894	19'957	9.71
Vereinigtes Königreich	1'843	13'860	15'703	15'471	1.50
Israel	1'792	2'214	4'006	3'649	9.78
USA	1'203	2'441	3'644	3'335	9.27
Frankreich	1'132	2'314	3'446	3'081	11.85
Russland	604	2'634	3'238	2'504	29.31
Skandinavien	552	1'920	2'472	1'948	26.90
Australien/Ozeanien	549	1'864	2'413	1'473	63.82
Oesterreich	828	975	1'803	1'486	21.33
Italien	611	809	1'420	1'365	4.03
Diverse	1'822	5'468	7'290	6'463	12.80
<b>Total</b>	<b>117'894</b>	<b>284'003</b>	<b>401'897</b>	<b>383'350</b>	<b>4.84</b>
<b>PARAHOTELLERIE</b>					
Schweiz	19'564	78'701	98'265	93'937	4.61
Deutschland	4'749	20'305	25'054	27'858	-10.07
Benelux	1'696	3'957	5'653	6'791	-16.76
Vereinigtes Königreich	1'008	1'087	2'095	2'737	-23.46
Frankreich	367	674	1'041	889	17.10
Skandinavien	137	852	989	1'194	-17.17
Israel	768	200	968	1'265	-23.48
Italien	496	70	566	819	-30.89
USA	179	364	543	640	-15.16
Oesterreich	68	172	240	324	-25.93
Russland	93	117	210	86	144.19
Diverse	482	955	1'437	945	52.06
<b>Total</b>	<b>29'607</b>	<b>107'454</b>	<b>137'061</b>	<b>137'485</b>	<b>-0.31</b>
Backpacker's	5'693	18'979	24'672	22'007	12.11
Gruppenunterkünfte	1'029	3'548	4'577	5'323	-14.01
Camping	2'387	2'996	5'383	6'313	-14.73
Parahotellerie Pauschal	51'268	241'692	292'960	286'680	2.19
<b>Total</b>	<b>207'878</b>	<b>658'672</b>	<b>866'550</b>	<b>841'158</b>	<b>3.02</b>

# ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE

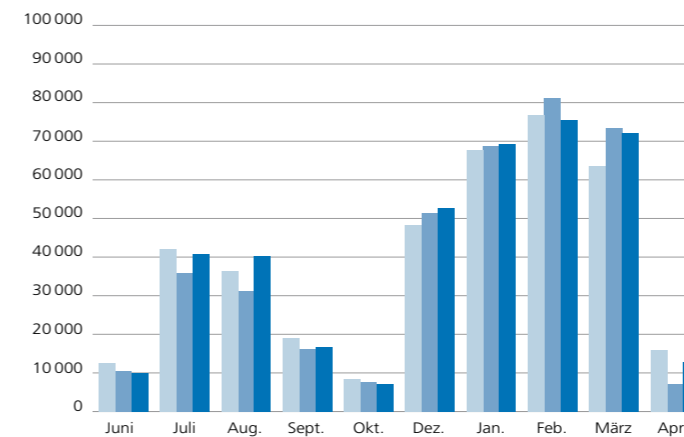
SOMMER



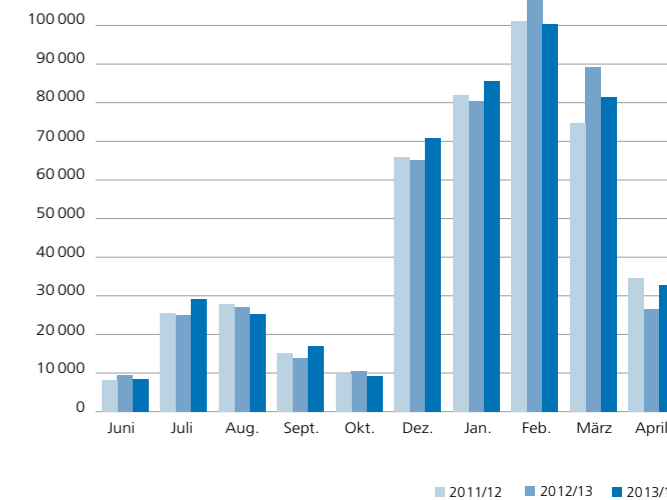
WINTER



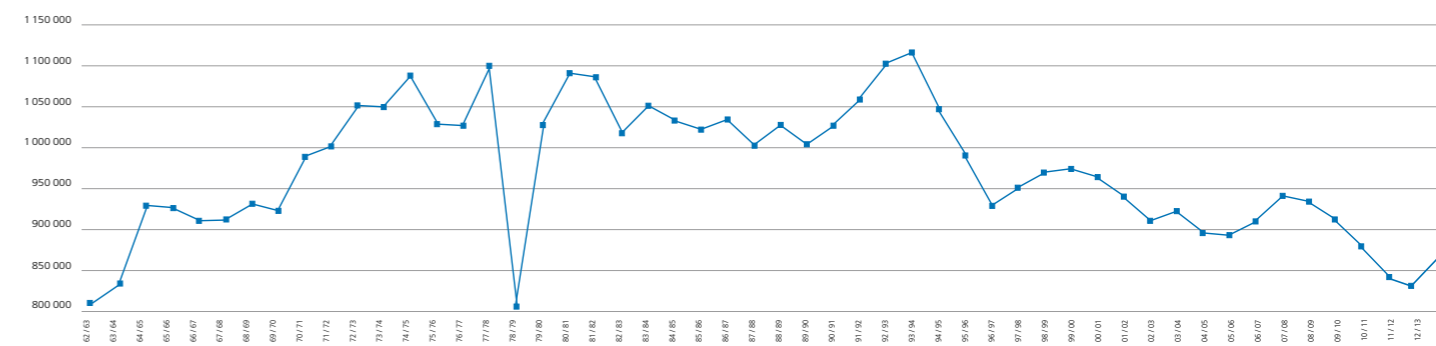
HOTELLERIE



PARAHOTELLERIE (EINZEL UND PAUSCHAL)



ENTWICKLUNG GESAMTLOGIERNÄCHTE AROSA



# ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE

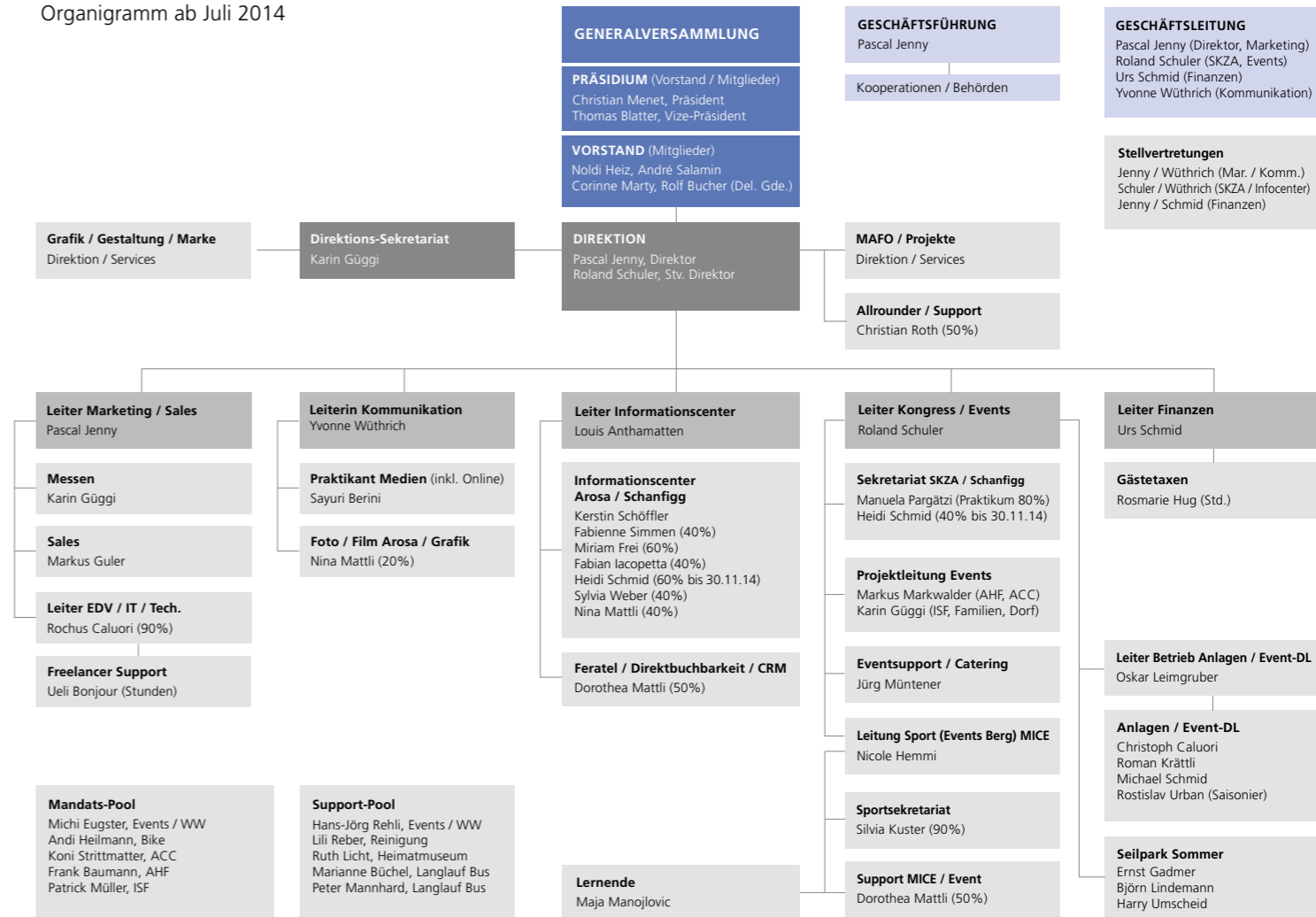
## 1963 – 2014

Geschäftsj.	Hotellerie	%	Parahotellerie	%	Sanatorien	%	Gruppenunterk.	%	Jugendherberge	%	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					1'051'598	4.9
1973/74	643'711	-4.5	321'981	10.9	64'153	-2.9	19'980	-4.5					1'049'825	-0.2
1974/75	709'964	10.3	300'786	-6.6	60'087	-6.3	18'225	-8.8					1'089'062	3.7
1975/76	655'212	-7.7	302'395	0.5	56'271	-6.4	14'990	-17.8					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						1'100'851	7.2
1978/79	514'837	-30.6	268'880	-13.9	21'573	-53.2							805'290	-26.8
1979/80	631'838	22.7	367'035	36.5	28'444	31.8							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-	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	unterkünfte	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	***		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	*		23'762	-3.9			6'586	-8.2	843'397	-4.1
2012/13	383'350	-1.9	424'165	0.4	*		27'330	15.0			6'313	-4.1	841'158	-0.3
2013/14	401'897	4.8	430'021	1.4	*		29'249	7.0			5'383	-14.7	866'550	3.0

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

# ORGANIGRAMM

Organigramm ab Juli 2014



## VORSTAND/DIREKTION



v.l.n.r. Rolf Bucher, Pascal Jenny, Thomas Blatter, Corinne Marty, Christian Menet, André Salamin, Noldi Heiz

### VORSTAND

von der Generalversammlung gewählt

Menet Christian, Hotelier, 1998, seit 2001 Präsident  
Blatter Thomas, Hotelier, Präsident hotelleriesuisse Arosa, 2005  
Heiz Noldi, Skischulleiter, Vertreter H&G, 2008  
Salamin André, Hotelier, 2010  
Marty Corinne, Präsidentin arosaApartments, 2011  
Bucher Rolf, Hotelier, Gemeindevorstand, 2011

### Direktion

Jenny Pascal, seit 1.7.2008

### EHRENMITGLIEDER

Dr. Ambühl Hermann  
Geeser Herbert  
Rütsche Alois  
Traber Ernst

## MITARBEITENDE Für Arosa im Einsatz



Ein Teil des Arosa Tourismus-Teams beim Heidi&Gigi-Ausflug in die Lenzerheide

### Marketing – Verkauf – Kommunikation

Wüthrich Yvonne, Mitglied der Geschäftsleitung (01.08.10)  
Güggi-Schärli Karin (17.10.11)  
Guler Markus (01.01.13)  
Grichting Darren (04.02.13-31.07.14)

### Informationscenter

Anthamatten Louis (01.05.14)  
Schöffler Kerstin (01.05.13)  
Schmid Heidi (02.12.96)  
Simmen Fabienne (01.06.10)  
Iacopetta Fabian (17.10.11)  
Weber Sylvia (25.11.13)  
Frei Miriam (02.12.13)  
Büchel Sandra (01.06.10-16.05.14)

### Finanzen/Fremdenkontrolle

Schmid Urs, Mitglied der Geschäftsleitung (22.09.81)  
Hug Rosmarie (22.12.95)

### EDV/IT, Web, Techn. Dienste

Caluori Rochus (05.09.11)

### Lehrlinge

Manojlovic Maja (01.08.13)

### Sport- & Kongress, Events

Schuler Roland, Mitglied der Geschäftsleitung (01.02.10)  
Hemmi Nicole (01.07.11)  
Markwalder Markus (01.01.10)  
Kuster Silvia (01.12.82)  
Müntener Jürg (01.08.12)  
Roth Christian (01.09.08)  
Pargätzi Manuela (15.07.13)

### Anlagen

Leimgruber Oskar (01.06.90)  
Krättli Roman (16.11.98)  
Caluori Christoph (01.06.12)  
Schmid Michael (01.12.13)  
Urban Rostislav (Wintersaison 08/09)

### Seilpark

Gadmer Ernst (seit Sommer 10)  
Lindemann Björn (seit Sommer 10)  
Umscheid Harald (seit Sommer 10)

### Gästeprogramm

Licht Ruth (seit Sommer 85)

### Raumpflege

Reber Lilly (01.02.10)

### KONTROLLSTELLEN GESCHÄFTSPRÜFUNGSKOMMISSION

von der Generalversammlung gewählt  
Simmen Peter, Hotelier, 99  
Bareit Walter, Hotelier, 05

vom Gemeindevorstand delegiert

Schmid Lorenzo, Gemeindepräsident, 12

Revisionsstelle

Allenspach & Felix AG, Chur, 08/09



  
*Arosa*

Arosa Tourismus  
Sport- und Kongresszentrum  
CH-7050 Arosa  
Tel. +41(0)81 378 70 20  
Fax +41(0)81 378 70 21  
arosa@arosa.ch  
www.arosa.ch