



Arosa



Jahresbericht 2012/13

**HIER BAHNT
SICH WAS AN!**

GEPLANT AUF WINTER 2013/14



Lässt Herzen höher schlagen.

graubünden erweitert den Horizont.



Inhaltsverzeichnis

Präsident Christian Menet	3
Tourismusdirektor Pascal Jenny	4
Statements	5
PR/Medien/Marketing Yvonne Wüthrich	6
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
Gästetaxen-Rechnung	22
Sport- und Kultur-Rechnung/Marketing-Rechnung	23
Kontrollstelle Geschäftsprüfungskommission	24
Tourismusstatistik Logiernächte 2012/13	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
Mitarbeitende	31

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 Arosa Tourismus
Bilder: Arosa Tourismus
Druck: Stämpfli Druck



Präsident Christian Menet

Wer nicht innoviert, verliert

Innovative Köpfe brauchen wir in Arosa. Wir leben in einer Welt von Verdrängung. Immer mehr, immer günstigere und immer umfassendere Angebote drängen auf den Markt. Gerade der Ferientourismus ist hart umkämpft. Erneuerung ist das Wort der Stunde. Das heisst Innovationskraft (also neue Ideen) sind gefragt und entscheiden über den Erfolg heute und in der Zukunft. Aber nicht nur die Leistungsträger, Vorstände und Mitarbeiter bringen uns neue Ideen, es sind auch unsere Gäste. Wir müssen dem Gast zuhören, seine Wünsche spüren, Anregungen und Reklamationen ernst nehmen. Die Vergangenheit hat gezeigt, die besten sind meistens auch die innovativsten Destinationen.

Das neue Produkt „Skischule inklusive“ zeigt die grosse Kraft unserer Destination erneut auf. Viele Leistungsträger haben die Idee mitgetragen, gelebt und so für den Gast einen grossen und bezahlbaren Mehrwert geschaffen. Heute stellen wir fest, dass der Erfolg im ersten Jahr Sponsorenpartner für die nächsten 3 Jahre angelockt hat und das Produkt – ohne Gemeindebeitrag – auf finanzierbare Füsse gestellt werden kann. Ein Paradebeispiel für sinnvolle Innovation.

Die Arosa Erfolgsprojekte basieren auf mehreren Grundsätzen

Ideen werden zugelassen und unterstützt. Egal wie verrückt oder unwahrscheinlich die erste Idee auch scheinen mag. Weiter verlangt der Vorstand von Arosa Tourismus ein rasches, verständliches und griffiges Konzept hinter jedem Ansatz. Lange dran rumstudieren und Möglichkeiten suchen, wieso eine Idee nicht greifen könnte, sind nachteilig für die Umsetzung. Kurz nach dem ersten Anstoss müssen dann Kooperationen im eigenen Netzwerk und auch ausserhalb vom Tourismus gesucht werden. Dafür gibt es hervorragende Beispiele. Skischule inklusive ist nur möglich geworden, weil Arosa zusätzliche Sponsoren gefunden hat. Ein Airbus heisst nur AROSA, weil Arosa in der Geschäftsleitung der SWISS gute Kontakte hat. Sehr wichtig ist dabei, dass diese Kontakte und diese Netzwerke gepflegt werden. Dazu muss die operative Crew viel unterwegs sein. Allein vom Büro aus das Alltagsgeschäft erledigen reicht nicht mehr.

Am Ende lebt jedes Projekt und neue Produkt vom Erfolg und den Menschen dahinter. Wir arbeiten, um erfolgreich zu sein. Und der Erfolg basiert in den meisten Fällen auf intensiver Arbeit, Macher-Typen, welche auch bereit sind ein Risiko auf sich zu nehmen. Oder wie an der GV von Schweiz Tourismus so schön gesagt wurde: „Ohne Risiko, ohne Unternehmertum und ohne das „Zelebrieren der Erfolge“ kann ein „Feu sacré“ nicht über Dauer in einer Destination etabliert werden“.

Eishockey-Nationalmannschaft als Vorbild

Arosa tickt wohl ein wenig wie die erfolgreiche Schweizer Hockeynationalmannschaft. Sprich, man ist durchaus offen für Neues, man ist aber auch überzeugt von der eigenen Strategie und dem eigenen Ideenreichtum. Es wäre unrealistisch mit der vorhandenen Grösse und der Anzahl Beherbergungsmöglichkeiten jedes Jahr die Finalteilnahme zu erwarten. Durch die bisweilen auch sture Penetranz und den hohen Arbeitseinsatz können erfreulicherweise aber immer wieder Erfolge gefeiert werden. Manchmal gelingt sogar der Gewinn einer Medaille (Auszeichnung). An dieser Stelle möchte ich dem Vorstand, der Geschäftsleitung und den Mitarbeitern ein Kompliment machen. Ähnlich wie das Trainer- und Staff-Team von Sean Simpson spüre auch ich ein gegenseitiges stetes Fördern und Fordern innerhalb des Teams von Arosa Tourismus. Gleichzeitig aber auch die Gabe, in Fällen, wo rasche und instinktive Entscheide gefragt sind, einheitlich hinter unseren „Spielern“ (sprich dem ganzen AT-Team) zu stehen und ihnen den Rücken frei zu halten.

Auch Misserfolge gehören dazu. Ob gut oder schlecht ist nicht immer so sehr von Bedeutung, im Tourismus ist es genau gleich wie bei der Eishockeynationalmannschaft: Jedes Jahr kommt von Neuem eine Weltmeisterschaft oder, auf uns umgemünzt, ein neues Tourismusjahr. Immer wieder sind wir gefordert uns minutiös und motiviert darauf vorzubereiten. Das Jahr 2014 ist sowohl für die Hockey-Cracks wie auch für den Tourismus in Arosa doppelt wichtig. Die einen freuen sich auf Olympia in Socchi und wir in Arosa haben mit der Eröffnung der Skigebietsverbindung unser eigenes, immens wichtiges „Olympia-Erlebnis“! Freuen wir uns auf die Zukunft.



Direktor Pascal Jenny

Vorwärts!

Die weltpolitischen Sorgen sind noch immer die Gleichen. Neben der Schulden- und Eurokrise schwächelt auch nach wie vor die Weltwirtschaft. Der Tourismus ist von diesen Effekten immer direkt betroffen, dennoch haben wir uns in Arosa erstaunlich stabil gehalten. Wir schliessen im Winter 2012/13 mit einem erfreulichen Logiernächteplus, über das gesamte Berichtsjahr haben wir den Verlust von 15'000 Logiernächten des Robinson Clubs (einmalige Sommerschliessung) über andere Kanäle wettgemacht und schliessen praktisch auf Vorjahr.

Aber auch die Umsätze wurden gesteigert, was auf ein aktives und intensives Tourismusjahr schliessen lässt. Wie üblich in den letzten Jahren durften wir uns auch im vergangenen Geschäftsjahr an Neuerungen erfreuen. Die Vorkampagne zur Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide war ein Farbtupfer, welcher mit viel Freude und Hoffnung verbunden ist. In wenigen Monaten ist es nun also so weit. Nach mehr als 40 Jahren werden die beiden Destinationen Arosa und Lenzerheide verbunden. Ein neues Schneesportgebiet entsteht. Bestens passen dazu unsere Nachwuchsförderungsaktivitäten.

Die Welt ist online

Direktbuchbarkeit, Zusatzangebote per Knopfdruck, Ticketing über das mobile Telefon. Kaum ein Quartal, wo nicht Neuerungen lanciert werden. Die Schweiz Tourismus Imagebroschüre gibt es auf dem iPad. Mit einem Klick können interessierte Personen gesprochene Statements, Songs und vieles mehr zur Ferienregion anhören. Schritt für Schritt versucht Arosa Tourismus die Bedürfnisse der Gäste abzudecken, sich anzupassen und vor allem Neuheiten nicht zu verpassen. In diesem Umzug werden auch altbewährte Prospekte und Informationsbroschüren überarbeitet, hinterfragt und teilweise durch elektronische Medien ersetzt. Das Budget für die Kommunikationsmittel bleibt gleich. Print und Online im kompletten Umfang ist nicht machbar. Dies hat gerade auch im abgeschlossenen Geschäftsjahr zu Anpassungen im Tagesgeschäft geführt.

Marketing: Skischule inklusive – best practice für die Förderung von Schneesportnachwuchs

Es mangelt an Schneesportnachwuchs. Kein Tourismus-Thema war im vergangenen Jahr präsenter als der „Kampf“ um Nachwuchs. Nationale Schneesporttage, vermehrte Wiedereinführung von Schneesportlagern, Bundesgelder für die Alpenregionen und vieles mehr wurde (und wird) diskutiert. Erstaunlicherweise wurden gerade von der Politik viele Themen nach der Lancierung von „Skischule inklusive“ durch die Ferienregion Arosa debattiert. Arosa heimste sehr viel Lob für die Innovation und vor allem die konkrete Umsetzung ein. Sei es von Schweiz Tourismus, von Parlamentariern aus Bern oder auch von Fachkräften aus Ausbildungsberufen. Der Weg sei der richtige. Die Anspruchsgruppe Familie ideal und der Zeitpunkt in einer Phase mit vielen Preis- und Währungsdiskussionen perfekt gewählt. An Vorschusslorbeeren

fehlte es also nicht. Umso erfreulicher, dass die Destinations-Aktion als Grosse Erfolg im Geschäftsbericht festgehalten werden darf. Über 3'000 Familien, welche dank „Skischule inklusive“ zum ersten Mal in Arosa Winterferien verbrachten, Rekordwerte in den beiden teilnehmenden Schneesportschulen und ein neuer Hauptsponsor für die Produktweiterführung im kommenden Winter können als Highlights genannt werden.

Arosa Lenzerheide, ein Lebensgefühl mit Heidi Lifestyle & Gigi Kraft

Viel wurde im abgelaufenen Jahr hinter den Kulissen gearbeitet und kreierte bis klar war, dass Heidi und Gigi das Lebensgefühl für die neue Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide widerspiegeln sollen. Nachfolgend ein kurzer Beschrieb der emotional gesteuerten Marketingarbeiten im Geschäftsjahr 2012/13.

Unser Heidi verbindet Schneesport mit Lifestyle, Kunstwelten sind dem sensiblen und aufmerksamen Maiteli ein Gräuel. Unser Heidi repräsentiert in einem gewissen Masse „bergliche sexyness“, interpretiert sich durchaus modern, artikuliert sich aber nach wie vor mit traditionellen Werten. Das Lenzer-Heidi als weltoffene, von Alpen-chic umgebene und vor allem authentische Botschafterin des neuen Traumpaares darf sich sehen lassen.

Gigi, der starke Mann an Lenzer-Heidis Seite ist ein Partner mit Niveau. Ein selbstbewusster, sympathischer – in keiner Weise arrogant wirkender – gestandener und bekannter Bündner. Unser Gigi vo Arosa steht seit Jahrzehnten für Echtheit, Natürlichkeit. Sonnenverwöhnt ist er stolz auf seine Stärke und seine Fähigkeit zu begeistern. Ja, unser Gigi ist umschwärmt. Offen für Neues, stets in Bewegung kümmert er sich um seine Familie und überrascht immer wieder mit kreativsten Ideen. Ein echtes Traumpaar.

Auch wenn wir in Kürze mit 225 Pistenkilometern ein beeindruckendes „neues“ Skigebiet haben, finden diese „technischen“ Elemente wenig Platz in der Produktkampagne. Arosa Lenzerheide. Das neue Wintersportparadies. Lässt Herzen höher schlagen.

Das Sujet zur LenzerHEIDI und zum GIGI vo Arosa mit einem Herz verbunden. Diese Basiselemente der Kommunikation widerspiegeln die Art und Weise, wie wir gegenüber den Gästen auftreten wollen. Wir sind Gastgeber, die zuhören und stolz vom eigenen Produkt berichten.

Wertschätzung

Unseren geschätzten Gästen, Mitarbeitenden und Leistungsträgern danke ich für das Vertrauen und die Bereitschaft, mit uns zukunftsgerichtete Lösungen für unsere Ideen und Aufgaben umzusetzen. Die Wertschätzung, die wir täglich erfahren bei Arosa Tourismus, freut uns und ist enorm wichtig. Auch der Dank an den Vorstand von Arosa Tourismus darf nicht fehlen, das Vertrauen, welches wir auf der operativen Stufe spüren dürfen, ist die Basis für erfolgreiche Arbeit. Oder wie es Wilhelm von Humboldt ausdrücken würde: „Im Grunde sind es immer die Verbindungen mit Menschen, die dem Leben seinen Wert geben“.



Statements Erwartungen an die Skigebietsverbindung Arosa Lenzerheide?

« Zum einen erwarten wir durch die Skigebietserweiterung eine grosse Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit für unseren Ferienort, die neue Gäste ins Dorf bringen wird. Wir konkurrieren heute mit Skigebietern aus der ganzen Welt. Mit dem Zusammenschluss mit Lenzerheide dürfen wir uns zu den grössten Skigebietern Europas zählen, was sicher unter Wintersportfans den Anreiz gibt dies auch einmal persönlich kennen zu lernen.

Des weiteren haben wir durch die Erweiterung die Möglichkeit, gute Schneesportler länger im Ort zu halten, da die Vielfalt an Pisten enorm steigt. Deshalb erhoffen wir uns neben neuen Gästen auch eine generelle Erhöhung der Aufenthaltsdauer im Winter. »

Leo Maissen & Daniel Durrer - Tschuggen Hotel Group

« Ich denke, dass Arosa profitieren kann, da die Hütten und die Gastronomie allgemein in Arosa besser und auch freundlicher und aufgestellter sind.

In den ersten zwei Jahren wird es sicher einen «Run» auf dieses Skigebiet geben, denn am Anfang ist alles Neue interessant, das erwarte ich auf jeden Fall.

Die Arosener Stammgäste werden sicher auch einmal «rüber» gehen, doch höre ich schon viel von unseren Gästen, dass es nicht nötig sei und dass es dann auf jeden Fall mehr koste, doch von dem können sie sich ja im Winter selbst überzeugen.

Ich bin auf jeden Fall gespannt und freue mich persönlich auf die Verbindung und werde sie sicher auch selber mal testen! »

Jan Masson - Haus am Wald/Popcorn

« Mit der geplanten Skigebietsverbindung zwischen Arosa und Lenzerheide können Synergien genutzt werden.

Das Hotel Streiff erhofft sich durch die Verbindung, dass neue Gäste von Arosa überzeugt werden und die Bettenbelegung gesteigert wird.

Es ist definitiv ein Mehrwert für unsere Gäste, die Marke Arosa und seine Attraktivität werden gefestigt. »

Lars Horal - Direktor Hotel Streiff

« Wir sind sicher, dass mit der Verbindung Arosa Lenzerheide unser Ort an Attraktivität gewinnen wird und so mehr Gäste nach Arosa kommen werden. Auch die Reaktionen unserer Stammgäste sind durchaus positiv. Natürlich erwarten wir eine Steigerung der Logiernächte im kommenden Winter.

Ein Betrieb der neuen Bahn im Sommer würde sehr gut zu unserem Sommerangebot passen. »

Röbi Nau - Hotel Erzhorn

« Ich erwarte mir von der Skigebietsverbindung mit der Lenzerheide viele spannende Chancen. Wir schaffen in unserer Kernkompetenz, dem Wintersport, ein neues, attraktives Angebot. Mit dem Schulterschluss werden wir die Ressourcen unserer Destinationen finanziell und in der Vermarktung bündeln können. Wir werden mit einer entsprechenden Marktgrösse auftreten, die uns Zugang zu neuen Märkten schaffen wird. Dadurch stärken wir unsere Wettbewerbsfähigkeit bedeutend. »

Thomas Häring - Direktor Golf- & Sporthotel Hof Maran



PR/Medien/Marketing Yvonne Wüthrich

Das Jahr 2012/13 war ein erfolgreiches Kommunikationsjahr: Ab August war Arosa dank der innovativen Aktion „Skischule inklusive“ in aller Munde bzw. in der Schweizer Medienlandschaft und über die Grenzen hinaus präsent. Die Aktion wurde einerseits mit gezielten Kommunikationsmassnahmen beworben, andererseits wurde sie aber auch redaktionell von vielen Medien aufgenommen. Die Kommunikationsaktivitäten rund um „Skischule inklusive“ stehen beispielhaft für das Vorgehen von Arosa Tourismus bei der Lancierung einer neuen Kampagne bzw. eines neuen Produkts; aus diesem Grund wird der (Erfolgs-)Kommunikation von „Skischule inklusive“ ein Teil dieses Geschäftsberichts gewidmet.

PR/Medien

Ein Schwerpunkt in der Kommunikationsarbeit von Arosa Tourismus liegt nach wie vor auf der Medienarbeit. Es werden monatlich mehrere Medienmitteilungen versendet, daneben wird aber auch der direkte Kontakt mit den Medienschaffenden gesucht und Medienkonferenzen werden genutzt, um einen persönlichen Kontakt mit den Journalisten aufzubauen. Dank der umfassenden Einführung des CRM-Programmes kann die Medienarbeit heute noch gezielter ausgeführt und Journalisten können entsprechend ihren Ressorts oder Fachrichtungen (Aktuelles, Sport, Kultur, Freizeit, etc.) angesprochen werden. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden an die 100 Medienmitteilungen zu verschiedensten Themen verschickt und es wurden über 3000 Print- und Online-Medienberichte generiert. Die Gratiszeitungen Blick am Abend und 20Minuten sind sehr affin auf Arosa-Themen und bilden vor allem aussergewöhnliche Geschichten sehr gerne ab. Die Branchenzeitung hotelrevue hat vor allem die Events in Arosa immer auf dem Radar und widmet ihnen oft einen Teil der „People“-Seite. Mit der Schweizer Illustrierten wurde rund um den Wintersaisonstart und die Eröffnung des Kursaal Arosa eine Zusammenarbeit aufgebaut, welche in einem umfassenden Arosa-Bericht in einer der Winterausgaben resultierte. Auch in den nationalen Zeitungen Blick, NZZ, SonntagsZeitung und anderen mehr wurde Arosa im vergangenen Geschäftsjahr abgebildet. Bei der bezahlten Print- und Online-Werbung werden vermehrt zielgruppenspezifische Publikationen getätigt, welche auch redaktionelle Artikel mit sich bringen – in der Fussball-Zeitschrift Eurosoccer wurde das Arosa IceSnowFootball abgebildet, im Kidsguide und der gleichnamigen Online-Plattform werden Familienangebote im Sommer präsentiert, im Slapshot, der Eishockey-Zeitschrift, wurde auf die Arosa Challenge hingewiesen, im Fensterplatz, welches dem Zug-Magazin VIA beigelegt wird, werden verschiedene Freizeittipps in Arosa präsentiert.

Auch aus den verschiedenen Medienreisen resultierten wertvolle Berichterstattungen in unseren Zielmärkten Deutschland und

Benelux, aber auch England und den USA. Viele Journalisten stellen ihre Reiseberichte heute Online, was zu einer noch viel grösseren Verbreitung führt als „nur“ über Print-Berichte in Magazinen oder Zeitungen. Im vergangenen Sommer wurden die Nachwuchsreisejournalisten, welche im Sommer 2011 im Graubünden recherchiert und ihre Berichte geschrieben haben, zu der Preisverleihung wieder nach Arosa eingeladen. Im Winter durfte Arosa 16 Reisebüromitarbeitende aus Russland begrüßen, die über Schweiz Tourismus und den grössten russischen Tour Operator Jet Travel nach Arosa eingeladen worden sind.

Online

Mit der Einführung des CRM wurden die Online-Kommunikationsaktivitäten von Arosa Tourismus weiter professionalisiert; interne und externe Newsletter oder Medienmitteilungen werden neu in einem einheitlichen Layout versendet. Dank Direkt-Links können sowohl Gäste wie Journalisten auf die Arosa- oder Event-Homepages geholt werden, was auf diesen Seiten zu mehr Traffic führt. Wie angekündigt, wurde per Sommer 2012 ein Twitter-Account „Arosa Sommer“ erstellt, auf diesem Account wird täglich mindestens eine Meldung kommuniziert. Per Ende Sommersaison wird der Account jeweils auf Winter „umgestellt“ und Infos über die kommende Wintersaison werden „getweetet“. Für das Arosa Humor-Festival wird weiterhin ein eigener Twitter-Account geführt. Auch der Blog, der vor allem während dem Festival geführt wird und den Lesern einen „Blick hinter die Kulissen“ ermöglichen soll, wird weiterhin geführt. Im Bereich Online-Werbung konnte Arosa dank einer Kooperationen Banner auf den Scout-Seiten (immoscout, autoscout) schalten. Daneben werden auch auf zielgruppenspezifischen Portalen wie familienleben.ch, skionline.ch, ausflugsziele.ch Informationen über Arosa publiziert.

Radio und TV

Dank einer erfolgreichen Kooperation mit Goldbach Media kann Arosa Event- und Kampagnen-Spots zu günstigen Konditionen in den Schweizer Fenstern der Sender RTL, RTL2, SAT1, und Kabel1 zeigen. Im März hatte Arosa einen Auftritt in der Sendung marktschau.tv, welche auf dem Schweizer Sportfernsehen und online gezeigt wird. Mit dem Zürcher Radiosender Radio Energy realisierte Arosa im Februar ein Pistenradio. Rund um die Friday Nite Party im Kursaal Arosa konnte sich Arosa zudem auch auf dem Zürcher Lokalsender Radio1 präsentieren. Auf Radio24 hatte Arosa dank dem Maskottchen Klexx einen Auftritt: Es wurde während der Wintersaison zum beliebtesten Maskottchen der Schweizer Skigebiete gewählt.



Events

Nicht nur die drei grossen Events Arosa Humor-Festival, Arosa ClassicCar und Arosa IceSnowFootball generieren grosse Medienaufmerksamkeit, auch andere Anlässe wie der Trampolin Wettkampf Nissen Cup, der SwissSnowWalk&Run, die Arosa Challenge, die Arosa Gay Ski Week oder die Musikkurswochen sorgen für Präsenz in den Medien.

Im vergangenen Sommer konnten über 50 Medienschaffende an der 8. Arosa ClassicCar begrüsst werden, wovon ein Grossteil für Fachmedien aus dem Motorsportbereich stammte. Rund um den Event konnten über 70 Medienberichte generiert werden, unter anderem auch ein ausführlicher Artikel im Tagesanzeiger Online. Am 21. Arosa Humor-Festival waren innerhalb der 11 Festival-Tage mehr als 60 Journalisten vor Ort und berichteten über den Event. Insgesamt erreichte das Arosa Humor-Festival über 300 Medienauftritte. Das dritte Arosa IceSnowFootball-Turnier lockte über 40 Medienvertreter nach Arosa, wobei vor allem die Teilnahme von Lothar Matthäus für ein starkes Medieninteresse sorgte. In diesem Jahr war der deutsche Fernsehsender RTL2 vor Ort und machte während dem Event mit dem Schweizer Sänger Baschi TV-Aufnahmen. Auch dieses Jahr wurde die Schneefussball-Weltmeisterschaft auf internationalen Online-Portalen wie spox.com, goal.com und n-tv.com abgebildet, zudem wurde der Event auf Eurosport in der Rubrik „Eurogoals“ gezeigt. Die zweite Arosa CEO Olympiade wurde erneut durch die Schweizer People-Sendung „Glanz&Gloria“ begleitet und auf dem Schweizer Fernsehen präsentiert. Zudem wurde unter anderem im SonntagsBlick, in der Schweiz am Sonntag und in der hotelrevue darüber berichtet. Eine grosse Medienpräsenz konnte Arosa dank der Tour de Suisse Etappenankunft im Juni 2012 generieren, in über 100 Print-Artikeln wurde Arosa erwähnt und die Bilder mit den Fahrern, die unter der strahlenden Bergsonne ins Ziel fuhren, gingen online und im Fernsehen „um die Welt“.

Märkte und Messen

Im vergangenen Geschäftsjahr unternahm Arosa grosse Anstrengungen in der Bearbeitung neuer Märkte. Im September führte Arosa Tourismus gemeinsam mit Arosa-Partnern und Schweiz Tourismus einen Empfang in der Schweizer Botschaft in Moskau durch. Es wurden über 50 Tour Operators und Medienvertreter zu diesem Anlass eingeladen und die Destination Arosa konnte sich während eines ganzen Abends präsentieren. Aus diesem Anlass ist unter anderem auch der Fam-Trip von Jet Travel nach Arosa entstanden. Im Oktober hat sich Arosa gemeinsam mit anderen Bündner Destinationen am Adventure Travel Mart in Luzern präsentiert. Arosa war zudem zum zweiten

Mal an der Fachveranstaltung theALPS in Innsbruck präsent. Im November reiste Arosa an die CITM nach Shanghai, die grösste Tourismusmesse in China. Im Hinblick auf einen Auftritt an der Messe 2013 in Kunming zusammen mit der Schwesternstadt Shangri-La sammelte die Delegation aus Arosa Eindrücke und führte erste Gespräche mit Reiseveranstaltern. Kleinere Messe- und Promotionsauftritte wurden in der Schweiz anlässlich der Eröffnung der Europaallee in Zürich der Gewerbeausstellung in Grenchen realisiert.

Die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus wird fortgesetzt, Arosa geht jeweils eine Marketingkooperation für die Bewerbung der Sommer- und Wintersaison ein. Damit wird Arosa in alle Kommunikationsmittel von Schweiz Tourismus eingebunden: Print-Prospekte, eBroschüren, Apps, Social Media, Homepage etc. Zudem werden punktuell in einzelnen Märkten wie Holland, Belgien oder Luxemburg einzelne Werbe- und Kommunikationsaktivitäten umgesetzt. Mit Graubünden Ferien unterhält Arosa Tourismus eine Kooperation im Bereich Golf.

Nachhaltigkeit

Dass Arosa als „nachhaltige Destination“ über die Schweizer Grenzen hinaus bekannt ist, wurde im vergangenen Winter bewiesen: Zwei Medienreisen wurden aufgrund dieser Thematik in Arosa durchgeführt. Das Bayerische Fernsehen filmte während drei Tagen in der Destination und zeigte Arosa als „alpine Perle“ mit den verschiedenen Projekten im Bereich Nachhaltigkeit. Ein zweiter deutscher Journalist besuchte Arosa ebenfalls um über das Thema Klimaneutrale Winterferienpauschale zu berichten. Im Rahmen des Interreg-Projektes „Klimaresorts Arosa-Carezza“ wurde ein erstes Projekt umgesetzt: Während drei Monaten wurde an der Talstation der Weisshornbahn ein Energieteppich platziert. Wer sich auf den Teppich gewagt hat und kräftig auf und ab gehüpft ist, konnte verfolgen, wie viel Energie mit den eigenen Bewegungen erzeugt werden kann. Während den drei Monaten sind in Arosa 252'000 Joules Energie generiert worden. Das Projekt der Hochschule Luzern (HSLU) „Nachhaltigkeitsmanagementsystem für Destinationen“ hatte einige organisatorische und strukturelle Hürden zu nehmen. Arosa ist hier aber weiterhin als Pilotdestination integriert und wird bei den weiteren Projektschritten aktiv mit dabei sein.

Überblick Medienberichterstattung und Werbeaktivitäten „SKISCHULE INKLUSIVE“

Print



70 KILOMETER PISTE, GIPFELRESTAURANT MIT KONDITOREI Arosa mag Kids: Skischule gratis!

Arosa setzt auf die Gäste von morgen: Wer mit seinen Kindern im richtigen Hotel absteigt, kriegt den Skilehrer gratis. NÄCHSTES PROJEKT: Verbindung zur Lenzerheide. Ab Dezember 2013.

Die Idee war genial: Gratis-Skilehrer für Kinder! Die meisten Hotels, viele Ferienwohnungsbesitzer machen und zahlen mit. Also gilt: Wer mindestens zwei Nächte in Arosa bleibt, kann seine Kids zum Nulltarif in die Skischule schicken. Kunddirektor Pascal Jenny, früherer Handball-Nationalpieler (70 Länderspiele), zieht eine erste Bilanz: «Ein voller Erfolg. Wir haben doppelt so viele Kinder im Unterricht wie im Vorjahr.» Also mussten mehr Skilehrer her, denn die Qualität bleibt gewahrt: höchstens zehn Schüler pro Klasse. Und nächstes Jahr? Jenny: «Wir lassen uns wieder etwas einfällen.» Die «Tschuggen-VIPs» Ambequemmen schaffen es in Arosa die Gäste des Tschuggen Grand Hotels ins Skigebiet. Sie steigen cool in den privaten «Tschuggen-Express» und carven bereits zwei Minuten später durch den Schnee. Auch sonst ist der Wohlfühl-Faktor im von Leo Maissen souverän geführten Haus gross. Die Mario-Botta-Berggasse bietet Wellness vom Feinsten. Die neue Lobby (DJ statt Orchester) wirkt jugendlich-frisch. Im «Vetta» glitzert 15-Punkte-Küche, im «Collina» Medientermin. Und in der «Bündnerstube» Fondue. Wer will, kann die berühmten Zai-Ski testen.

Das Angebot „Skischule inklusive“ hat über 150 Medienberichte in der Schweiz und im Ausland generiert. Bei der Lancierung haben vor allem die Gratis-Medien **Blick am Abend** und **20Minuten** das Thema aufgenommen, aber auch die regionalen Medien, die Branchenzeitung **hotelrevue** und der **Blick** haben darüber berichtet.

Im Verlaufe des Herbstes und Winters wurde das Angebot „Skischule inklusive“ immer wieder von verschiedenster Tages- und Wochenpresse in Zusammenhang mit Berichten über die Wintersaison aufgenommen, so etwa in der **Sonntagszeitung**, im **Migros Magazin** oder in der **Schweizer Illustrierten** (siehe Bild).

Dank der Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Niederlande konnte auch in den holländischen Medien zahlreiche Print-Berichte generiert werden.

Online

Einerseits wurden für das Angebot „Skischule inklusive“ gezielt Werbe-Banner oder Online-Angebote geschaltet, andererseits wurde das Angebot redaktionell auf verschiedenen Online-Plattformen abgebildet.

Hier ein Überblick über einige jener Online-Medienkontakte.

	Medienkontakte
immoscout.ch	710'000
blick.ch	1'503'000
nzz.ch	1'060'000
luzerner-zeitung.ch	210'000
msn.be (Belgien)	1'837'249
Opreisgids.nl (NL)	20'000
Meridiantravel.nl (NL)	25'000
Sneeuwsport.info (NL)	15'000
Wintersportweerman.nl (NL)	25'000
Snowplaza.nl (NL)	90'000
SnowRepublic.com (NL)	8'750
Tourpress.nl (NL)	750
Verkeersbureaus.info (NL)	1'000
Wintersport.nl (NL)	40'000
Reiskrant.nl (NL)	250'000
HDC Media Online (NL)	180'000

Radio / TV

Sowohl im Schweizer, wie auch im deutschen Markt wurde mit Radio-Werbung gearbeitet. Mit dem Zürcher Sender **Radio Energy** wurde am 15. Februar 2013 ein Pistenradio durchgeführt, in dessen Rahmen auch „Skischule inklusive“ mittels Spots und redaktionell präsentiert worden ist. Ebenso konnte mit **Radio1** eine Zusammenarbeit umgesetzt werden, bei der die Aktion in Spots und redaktionellen Beiträgen mit Interviews aus Arosa abgebildet worden ist. Zusätzlich konnten mit **Radio L** in Liechtenstein und den deutschen Sendern **Hitradio OHR**, **RTR Radio Deutschland** und **Radio 700** Interviews durchgeführt werden, welche unter anderem „Skischule inklusive“ zum Thema hatten. Neben Spots und redaktionellen Beiträgen wurde die Aktion auch immer auf den Online-Portalen der Sender abgebildet.

Für die Aktion „Skischule inklusive“ wurde mithilfe tatkräftiger Unterstützung von verschiedenen Arosa-Familien ein unterhaltsamer TV-Spot erstellt (siehe Bild). Der Spot wurde zuerst Online, über die Arosa-Homepage und Websites von Partnern, sowie YouTube publiziert. In einem zweiten Schritt wurde der Spot im Fernsehen, auf den Sendern der RTL Group und im **Schweizer Fernsehen** ausgestrahlt. Ein redaktioneller Beitrag zu „Skischule inklusive“ wurde am 26. Februar 2013 in der Sendung **10vor10** im Schweizer Fernsehen ausgestrahlt.



Plakate



In Deutschland wurden von Ende September bis Mitte Oktober an 1000 Allgemein Stellen Plakate mit dem Sujet „Skischule inklusive“ ausgehängt, dies im Raum Baden-Württemberg.

Im September wurden mit einer ersten apg-Plakatkampagne im Raum Zürich und Winterthur auf die „Skischule inklusive“ hingewiesen. Diese ersten Plakate wurden in Zusammenarbeit mit dem Hauptsponsor des Arosa Humor-Festivals, AXA Winterthur, realisiert und beinhalteten eine „Frühbucheraktion“. Ein zweiter Plakataushang wurde während zwei Wochen im Oktober realisiert. Diese Aushänge wurden rund um Zürich, Lachen, Thalwil, Wädenswil Chur, Landquart, Maienfeld, Sargans gemacht.

Im November hingen noch einmal während einer Woche Plakate in verschiedenen Schweizer Städten. Bei diesen Sujets wurde der Zusatz „Nummer 1 in Graubünden, Best Ski Resort“ eingefügt und damit auf die gute Beurteilung des Skigebietes Arosa in der Best Ski Resort-Studie 2012 von Mountain Management hingewiesen.

Messe-Auftritte und Promo Divers

Das Angebot „Skischule inklusive“ konnte im Laufe des Herbst/Winter 2012/13 an verschiedenen Messe- und Stand-Auftritten präsentiert werden. Unter anderem: Stand bei der Migros Lörrach, Migros Ludwigsburg, Migros Basel; Messe-Auftritt an der Volketswiler Gewerbeausstellung VOGA; Messe-Auftritt an der Gewerbeausstellung Grenchen GREWA; Standaktion an der Eröffnung der Einkaufsmeile Europaallee in Zürich und Basel. Am Fussballländerspiel (WM-Qualifikationsspiel) Schweiz-Slowenien in Ljubljana am 6. September 2012 wurde die Aktion „Skischule inklusive“ mittels animierter Bandenwerbung beworben und so von 14'000 Zuschauern im Stadion und 587'000 Personen im Fernsehen gesehen (TV-Einschaltquote).



Events Markus Markwalder

Arosa freute sich gemeinsam mit unzähligen Besuchern über die Vielzahl Events, welche den Namen des schönen Bergdorfes in die weite Welt heraus tragen. Grosser Dank gebührt einmal mehr den vielen unermüdlichen Arosa Supportern, die dies wiederum ermöglichten!

Die Ikonen unter den Events sind bekannt und so gibt es für einmal keinen Überblick zu diesen „Big Events“, sondern wir berichten von einzelnen herausfordernden Situationen während der Grossevents, mit welchen sich das Kern-OK konfrontiert sah.

So zum Beispiel bei unserem grössten Sommer Event, der Arosa ClassicCar, welcher sich für einmal nur am Sonntag von seiner Sonnenseite zeigte. Für die Nacht von Freitag auf Samstag war die Prognose für das Dorf Arosa Schnee. Diese Meldung bereitete doch einiges an Kopfzerbrechen, ist doch die Infrastruktur des Fahrerlagers mit den Zelten, welche Fahrzeuge mit Wert von mehreren Millionen schützen sollen, nicht auf winterliche Verhältnisse ausgelegt. Die Zelte können eine maximale Schneeschicht von 5-10 cm tragen. Die Folgen eines Zusammenbruchs wären fatal. Im engen Kreis und unter Beirat von Wetterexperten fiel dann die Entscheidung, die Preziosen in die Garage Ochsenbühl zu evakuieren. Die Strasse für die Überführung wurde gesperrt und zusätzliches Sicherheitspersonal für die Bewachung in der Nacht organisiert. Auch mit den sichergestellten Fahrzeugen wollte man eine böse Überraschung vermeiden und so waren diverse Personen eingeteilt, die bereit waren in der Nacht auszurücken und den Schnee von den Zelten zu klopfen. Der Einsatz war glücklicherweise nicht von Nöten und der Schnee reichte nur bis zum Prättschli und Innerarosa.

Über das Wetter konnte sich beim Arosa Humor-Festival niemand beklagen. Anlässlich der 21. Ausgabe des Humor-Festival waren die Schneeverhältnisse optimal und der weisse Pulverschnee war mehr als willkommen. Die vielen Gäste nutzten die Gelegenheit, humorvolle Shows mit Skifahren, Snowboarden, Schlitteln und mit Schneewandern zu verbinden. Doch mit der einen humorvollen Vorstellung wollte es nicht klappen. Das Management von Herr Yanar meldete, dass Kaya an einer Magendarmgrippe leidet und eine Anreise nach Arosa unmöglich sei. Dem Kern-OK blieben keine sechs Stunden, um sich für einen Ersatz für die Vorstellung von 17.30 h zu kümmern. Mit vielen Diskussionen, durchdachten Optionen und Telefonaten versuchte das Kern-OK die missliche Lage zu entschärfen. Um in aller Ruhe die Situation zu analysieren, blieb für einmal keine Zeit, denn ein Ersatz musste her und dies innert kürzester Zeit. Dank überzeugenden und motivierenden Worten, die den Ernst der Lage unmissverständlich zum Ausdruck brachten, lenkte die Rettung namens Rob Spence ein. Er liess im Unterland alles stehen und liegen, um rechtzeitig nach Arosa anzureisen und ohne Probe eine eigens kreierte spontane Show für Arosa zum

Besten zu geben. Die ausverkaufte Vorstellung endete in einer Standing Ovation. Das Publikum tobte und applaudierte mit Tränen in den Augen. Bei den Lachtränen blieb es auch, denn das bereits sichtlich gerührte Publikum duftete sich für weitere auserwählte Vorstellungen kostenlose Tickets bei der Kasse abholen. Kaya Yanar war das Ganze auch sehr unangenehm und versprach uns, im 2013 auf seine Mahlzeiten zu achten und keinesfalls seine Vorstellung am kommenden Festival zu verpassen. Man darf gespannt sein und sich freuen.

Die dritte Austragung des Arosa IceSnowFootball Turniers wurde mit Spannung erwartet. Man war bestens vorbereitet, bekannte Namen standen auf den Teamlisten und Sonnenschein war für den Donnerstag 24. Januar prognostiziert! Auf einen bekannten Namen freute man sich ganz besonders – nämlich auf den Auftritt und Einsatz des ehemaligen Welfussballers und deutschen Rekordnationalspieler Lothar Matthäus. „Loddar“ reiste bereits einige Tage vor dem Turnier an und genoss seinen Aufenthalt im winterlichen Arosa. So waren Unsicherheiten wegen Anreiseproblemen mit Flugverspätungen auch vom Tisch. Am Mittwochabend gab er interessiert Interviews und freute sich merklich auf die 2-tägige Turnierausrtragung in Arosa. Die Schreckensnachricht erreichte uns am Donnerstag gegen Mittag. Lothar Matthäus ist auf der Skipiste verunfallt und unterwegs nach Chur in den Spital. Aus verlässlichen Quellen war dann schnell klar, dass es sich um einen Bruch an seinem Unterarm handelt und keine bleibenden Verletzungen aus dem Unfall entstanden sind. Die Medien waren vor Ort und in diversen News machte Arosa mit dieser Story Schlagzeilen. Die Nacht verbrachte Matthäus in Chur, bevor er in Arosa seine Genesungskur antrat. Glück im Unglück hatte der ehemalige Star-Spieler, denn so musste er sich dank Verletzungsspech auch nicht gegen die Schweizer als Sieger der inoffiziellen Schneefussballweltmeisterschaft geschlagen geben.

Auch auf das abgelaufene Geschäftsjahr darf die Abteilung Events und Veranstaltungen von Arosa Tourismus stolz zurückblicken. Die Grossevents waren erneut sehr erfolgreich. Dank treuen und wertvollen Sponsor-Partnerschaften schliessen die drei Grossevents AHF, ACC und ISF im Budget. Noch viel wichtiger ist sicherlich die Tatsache, dass die Events sehr viel Wertschöpfung für Arosa und seine Dienstleistungsbetriebe generieren. Nicht zu unterschätzen ist natürlich auch der mediale Wert. Insbesondere die Schneefussball-WM erreichte in unserem wichtigen Markt Deutschland erneut sehr hohe Beachtung.

Bei aller Zufriedenheit rund um die Grossevents, zeigen aber auch die obigen Erfahrungsberichte, dass trotz langer und intensiver Vorbereitungszeit niemals alles planbar ist. Zentral wichtig bleibt die Flexibilität, rasche Entscheidungsfindung und gute Teamarbeit.



IT/Web/Technische Dienste Rochus Caluori

Infrastruktur/Hardware

Damit Arosa Tourismus in Zukunft flexibler und möglichst schnell am Puls der Zeit arbeiten kann, wurden diverse mobile Geräte und Software für das Arbeiten ausserhalb der Geschäftsräumlichkeiten angeschafft. Mitarbeiter von Arosa Tourismus haben nun die Möglichkeit, von überall auf der Welt mit einem Internet Zugriff auf unsere Daten zuzugreifen. Dies ist vor allem bei Veranstaltungen, Messen und Events, die ausserhalb von Arosa stattfinden, ein grosser Vorteil. Weiter haben wir uns einen grossen Plotter angeschafft, um Plakate oder grosse Ausdrücke selber zu produzieren. Weiter wurde ein Gerät um Badges selber herzustellen angeschafft. Damit sind wir nun in der Lage sämtliche Badges für alle Events selbst herzustellen, ohne teure Produktionskosten zu verursachen. Im Bereich Backup wurde auf eine neue Speicherlösung umgestellt, diese löst die alte Bandsicherung ab.

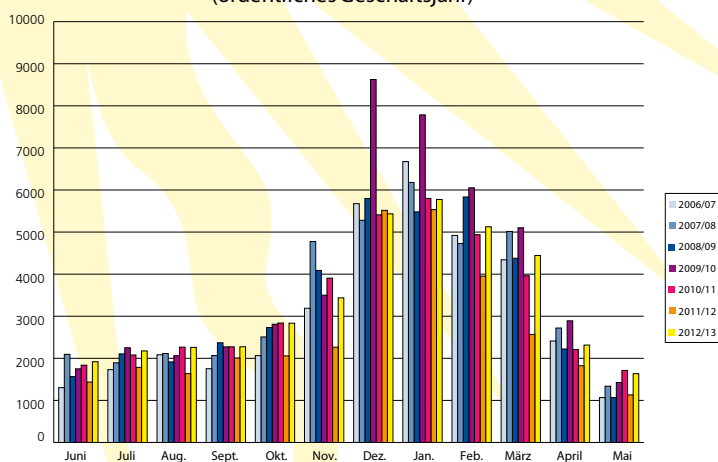
Software

Um PDF-Dokumente in Zukunft besser zu bearbeiten wurde hier eine neue Software angeschafft. Mit dieser Software haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit PDF-Dokumente anzusehen und zu bearbeiten.

Web

Der Tagesdurchschnitt der Besucher pro Monat auf www.arosa.ch stieg dieses Jahr im Vergleich zum letzten Jahr ein klein wenig an. Dies dürfte auf die vermehrte Verwendung von Facebook, Twitter und YouTube zurückzuführen sein.

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



Herkunft der Web-Besucher

Schweiz: 69.08% England: 2.00%
 Deutschland: 17.13% Belgien: 1.60%
 Holland: 2.56% Sonstige: 7.63%

Benutzer mobiler Geräte

Der Trend zu den mobilen Geräten, der in den letzten Jahren beobachtet werden konnte, steigt weiter an. Im Vergleich zum letzten Jahr haben sich die Besuche mit einem Apple iPad praktisch verdoppelt. Wo es letztes Jahr knapp 54'000 iPads und 30'000 iPhones waren sind es dieses Jahr schon 106'000 iPads und 50'000 iPhones, die unsere Seite im vergangenen Geschäftsjahr besucht haben. Dies zeigt eindeutig, dass die Besucher unserer Website vermehrt mit mobilen Geräten unsere Seiten anschauen.

Gerät	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
iPad	15	12132	53671	1061321
iPhone	5880	22478	29779	49614
Android	141	3739	10940	22645
iPod	290	1142	1397	800
SymbianOS	322	1229	887	600
BlackBery	110	466	395	0
Windows Phone	0	25	195	955

Sport- und Kongresszentrum (Technik)

Mit vielen Kongressen und Seminaren konnten wir die Technik im vergangenen Jahr in unserem neuen Sport- und Kongresszentrum auslasten.

Anschaffungen

Um uns in Zukunft lange Auf- und Abbauarbeiten einsparen zu können, wurde im Kongresssaal ein dritter Beamer angeschafft. Um auf der sicheren Seite zu sein, wurde im Kongresssaal ebenfalls eine Notfallsteuerung für die Licht- und Soundanlage eingebaut. Damit ist es nun möglich, auch bei einem Ausfall eines iPads das Licht und das Audiomodul zu steuern.

Lüftung

Nach mehreren Reklamationen der Mitarbeiter wurde die Lüftung des Sport- und Kongresszentrums noch einmal durch die Firma Lippuner überprüft. Dabei stellte sie fest, dass beim Bau die Frischluftzufuhr falsch angehängt wurde. Dies wurde nun umgehend korrigiert.

Hardware

Nach einem Jahr Betrieb in unserem Sport- und Kongresszentrum darf man sagen, dass die meisten Fehler nun ausgemerzt wurden und das Zentrum sehr gut genutzt werden kann. Es gibt aber nach wie vor zwei bis drei kleinere Mängel die noch immer nicht behoben wurden. Dies muss im nächsten Tourismus Jahr unbedingt noch geschehen.



Sport Silvia Kuster

Arosas breit gefächerte Veranstaltungspalette

Der Start in die Sommersaison hätte für Arosa nicht besser ausfallen können – sonniges Wetter, tolle Fernsehbilder und viele Radsport-Fans entlang der Strecke und im Zielgelände am Arosa Obersee. Zum elften Mal in der 76-jährigen Geschichte der Schweizer Landesrundfahrt machte der Tour-Tross Halt im hintersten Schanfigg. Die 148 km lange, zweitletzte Etappe führte von Bischofszell via Appenzell und das Rheintal nach Chur und von dort weiter nach Arosa. Bereits nach der Bergwertung in Castiel griff Michael Albasini erneut an und sein letzter Wegbegleiter Peter Velits (SLK) konnte ihm nicht mehr folgen. Albasini traf mit über einer Minute Vorsprung als Solosieger am Obersee in Arosa ein und sorgte für einen Schweizer Etappensieg. Anderntags dislozierte der gesamte Tross nach Näfels, wo zur Schlussetappe nach Sörenberg gestartet wurde.

Zu einem weiteren Highlight gehörte sicherlich auch die erneute Durchführung eines Trampolin Weltcups. Der „Nissen-Cup“ ist der älteste internationale Trampolin-Wettkampf, und verdankt seinen Namen dem Erfinder des Trampolins, George Nissen (USA). Als Professor des Sports sowie Meister im Turmspringen konstruierte er in den 30er Jahren den ersten Prototypen eines Trampolins in seiner Garage, indem er ein Stück Tuch mit Elastikbändern an einem Metallrahmen fixierte – die Geburt des Trampolins. Das Trampolinturnen (Einzel und Synchron) ist heute ein Elitesport und olympische Disziplin – eine Disziplin, die Freiheit, Fliegen und Raum beinhaltet. Die Mehrfachsalti und Drehungen in der Höhe von 8 Metern verlangen eine ausgefeilte Technik, perfekte Körperbeherrschung und äusserst ästhetische Bewegungen.

Für den Weltcup sowie die ebenfalls ausgeschriebenen Junioren-Wettkämpfe gastierten rund 250 Athleten und Betreuer während vier Tagen in Arosa und dank der grossen Präsenz der weltbesten Trampolinturner kam es sogar zu einer Olympia-Hauptprobe. Die Chinese Dong Dong wurde seiner Favoritenrolle gerecht und gewann – wie bereits 2008 – den Nissen Cup in Arosa. Bei den Damen durfte sich Rosannah MacLennan aus Kanada als Siegerin feiern lassen (Dong Dong und Rosannah MacLennan wurden in London Olympiasieger). Die Schweizer überzeugten im hochkarätigen Teilnehmerfeld mit zwei guten fünften Plätzen: Nicolas Schori im Einzel, Fanny Chilo und Mélanie Peterhans im Synchronwettkampf. Die Eissporthalle bot den Turnerinnen und Turnern aus 19 Nationen für diesen alle zwei Jahre in der Schweiz stattfindenden Wettkampf ideale Bedingungen und bewies einmal mehr Multifunktionalität.

Zu Beginn der Wintersaison gab es für alle Eishockeyfans einen kleinen Leckerbissen, denn in Zusammenarbeit mit Swiss Ice Hockey stand die im Jahre 2010 ins Leben gerufene „Arosa Challenge“ wieder auf dem Programm. Neben der Schweizer Eishockey Nationalmannschaft spielten der amtierende Vize-Weltmeister aus der Slowakei, Weissrussland und Norwegen um den Turniersieg. Im Final standen sich die Teams Slowakei und Schweiz gegenüber und mit einem engagierten und souveränen Auftritt sicherte sich die Simpson-Truppe den Sieg am Heimturnier in Arosa.

Im weiteren Verlauf der Saison kämpften die Organisatoren verschiedentlich mit den Tücken des Wetters. So mussten u.a. die Verantwortlichen der Pferderennen auf Schnee – infolge der Temperaturschwankungen und der sich rasch ändernden Eisbeschaffenheit auf dem Arosa Obersee – kapitulieren und schweren Herzens beide Renntage kurzfristig noch absagen, die Ballonfahrer unverrichteter Dinge wieder abreisen und beim Wintergolf-Turnier trotzten die Teilnehmer dem Schneegestöber. Rundum zufriedene Gesichter gab es hingegen bei Organisatoren und Aktiven des FIS Snowboard Weltcups. Für die beiden Disziplinen Snowboard Cross (SBX) und Parallel Riesenslalom (PGS) weilten während rund vier Tagen mehr als 450 Personen aus 32 Nationen in Arosa. Im SBX hiessen die Sieger Dominique Maltais (CAN) und Alex Pullin (AUS) und im Parallel Riesenslalom feierten Hilde-Katrine Engeli (NOR) und Rok Marguc (SLO) ihren ersten Weltcup Sieg.

Nebst dem traditionellen Piccoloturnier um den Hansi-Cup, welcher bereits zum 30. Mal ausgetragen wurde, konnten auch die Schneesportanlässe Grand Prix Migros, Rivella Family Contest, Ambühl's Invitational sowie Snowboard Cross und Skicross FIS und Open (Audi Series) erfolgreich und bei besten Bedingungen durchgeführt werden.

Zum Schluss meines diesjährigen Berichtes geht ein herzlicher Dank an die Arosa Sportclubs, Vereine, OK's und alle freiwilligen HelferInnen für die Initiative, den Einsatz oder für die Durchführung von Anlässen. Ein besonderes Dankeschön geht auch an die Hotels, die uns bei grossen Events jeweils tatkräftig unterstützen, indem sie uns die benötigten Hotelzimmer zu den von den Verbänden vorgegebenen Spezialpreisen zur Verfügung stellen. Um weiterhin Grossevents in Arosa erfolgreich durchführen zu können, sind wir auch künftig auf die Mithilfe aller angewiesen.



Veranstaltungen

Juni

- Golf: Opening Competition
- Arosa Musikkurswochen
- Schach: Int. Arosa Stunden- und Jugendturnier
- Rad: Tour de Suisse, Etappenankunft
- Harley Davidson Treffen
- Trampolin: Nissen-Cup (Weltcup)
- Arosa Beachvolleyball-Turnier
- Tennis: Jungsenioren Open Turnier Arosa
- Motorrad: Orientierungsfahrt

Juli

- Arosa Musikkurswochen
- Ländlertreffen
- Fussball: Freundschaftsspiel Schweizer Schiedsrichter – Promi-Team Arosa
- Konzert Festival Chor Arosa
- Handwerkermarkt
- Arosa Unihockeyturnier „7eck Cup“
- Eishockey: U20 Trainingslager mit Spielen gegen GER
- Arosa Jazztage
- Fussball: Grümpeltturnier des EHC Arosa Fanclubs GR
- Dorfmarkt
- Arosa Musik Theater
- „Arosa JUNIOR Club“ Familienfest beim Bergrestaurant Brüggerstuba
- Arosa Sommerfest
- Wettfischen

August

- Arosa Musikkurswochen
- Golf: Arosa Tourismus Preise
- Bundesfeier mit Höhenfeuer
- Handwerkermarkt
- Kombinierte Sportstafette
- Orchesterkonzert
- Tennis: Internationales Senior Open ITF
- Grischa Trail RIDE
- Arosa ClassicCar Bergrennen Langwies – Arosa

September

- Arosa Musikkurswochen
- Oktoberfest bei der Brüggerstuba
- Arosa Musik Academy
- Arosa Grill-Plausch für Gäste
- Rad: Bergrennen Chur – Arosa
- Arosa Küchenfest
- Tennis: European Seniors Club Championship 50+
- Herbstkonzert der Musikgesellschaft Arosa
- Museumstag des Schanfigger Heimatmuseums

Oktober

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

November

- Eishockey: 1. Swiss Icehockey Day

Dezember

- Advents Apéro
- Arosa Humor-Festival
- Curling: Open Air Eröffnungsturnier des CC Arosa Inter
- Tennis: ITF Snow Senioren Turnier
- Schlittenhunde-Treffen
- Eishockey: Arosa Challenge
- Ski: Internationales FIS-Rennen (Super-G, Herren)
- Curling: Valsana Weihnachts-Turnier
- Weihnachtskonzert

Januar

- Schneesport: Neujahrsabfahrt vom Hörnli
- Neujahrskonzert mit der Kammerphilharmonie GR
- Eishockey: Turnier des EHC Arosa Fanclubs GR
- Swiss Snow Walk&Run
- Snowboard: Chill&Destroy Tour
- Arosa Gay-Week
- Arosa IceSnowFootball

Februar

- Curling: Arosa Tourismus Trophy
- Golf: Wintergolf-Turnier
- Alpine Ballonwoche
- Schneesport: Grand Prix MIGROS
- Schneeshows
- Schlittelrennen des Skiclubs Langwies

März

- Schneesport: Nostalgierennen des Skiclub Arosa
- Schneesport: FIS Snowboard Weltcup (SBX, PGS)
- Eishockey: PiccoloTurnier um den „Hansi-Cup“
- Schneesport: Ambühl's Invitational
- Curling: Arosa Sunna-Cup
- Schneesport: Audi Snowboard Series (SBX)
- Schneesport: Audi Skicross Series (FIS-Rennen und Open)
- Event der Arosa Chefköche
- Ärztekongress
- Arosa Musik Festival
- Waterslide Contest
- Schneesport: JUNIOR Masterrennen der SSSA
- Schneesport: Mungga Trophy
- Schneesport: Rivella Family-Contest

April

- Schneesport: 2. Arosa CEO Olympiade
- Schweizer Meisterschaften für Lawinenhunde
- Curling: Offene Clubmeisterschaft des CCA
- Curling: Grümpeltturnier für Einheimische
- Eishockey: Grümpeltturnier des EHC Arosa
- Nachtschwärmerrennen
- Höchster Guggentreff Europas



Kultur Christian Buxhofer

Der Verein Arosa Kultur kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2012 zurückblicken. Im Zentrum standen die Umsetzung der neuen Statuten und die Durchführung der Musik-Kurswochen Arosa.

Neuer Name, neues Vereinsjahr

Die Mitglieder des Kulturkreises Arosa haben an der Generalversammlung im Juli 2012 neue Statuten verabschiedet, die drei Änderungen zum Inhalt hatte: Neuer Name (Arosa Kultur), neues Vereinsjahr (November bis Oktober statt Mai bis April) und eine neue Organisationsstruktur (neu mit einem Geschäftsführer). Die Änderungen traten per 1. November 2012 in Kraft. Zum Geschäftsführer (Teilzeitamt) wurde Vereinspräsident Christian Buxhofer gewählt, der vorerst als geschäftsführender Präsident beide Funktionen behalten wird.

Hohe Teilnehmerzahlen bei den Musik-Kurswochen Arosa

Bei den Musik-Kurswochen, die im Sommer 2012 zum 26. Mal stattfanden, wurden 1218 Teilnehmende registriert. Damit blieb zwar der Rekord aus dem Vorjahr (1294) unerreicht, es war aber das zweitbeste Ergebnis. Damit hat sich die vor vier Jahren eingeleitete Qualitätsoffensive erneut bezahlt gemacht. Zum zweiten Mal konnten auch im September unter dem Titel „Arosa Music Academy“ mehrere Meisterkurse angeboten werden, die von immerhin rund 40 Studierenden (Vorjahr 50) belegt wurden. Erstmals wurde Arosa Kultur bei dieser Arosa Music Academy auch vom Bundesamt für Kultur (BAK) unterstützt.

Rund 100 Veranstaltungen

Arosa Kultur hat im kurzen Geschäftsjahr 2012 (1. Juni bis 31. Oktober 2012) insgesamt rund 100 Veranstaltungen organisiert, darunter etwa 20 Bergkirchli-Konzerte. Im Rahmen des AROSA MUSIK THEATERS wurde im Sommer die Operette „Der Essighändler“ von Simon Mayr aufgeführt. Die sieben Vorstellungen lockten über 800 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 1,015 Millionen Franken konnte eine ausgeglichene Rechnung erzielt werden, wobei im Gegensatz zum Vorjahr für spezielle Projekte sogar Rückstellungen gemacht werden konnten. Das Kurzzjahr (sechs Monate) ist allerdings nicht repräsentativ. Die Zahl der Vereinsmitglieder ist mit rund 600 konstant geblieben.





Incentive Nicole Hemmi

Im Geschäftsjahr 2012/13 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. Arosa Incentive konnte am letztjährigen Ergebnis ansetzen und wiederum mehr Gruppenbuchungen als im Vorjahr generieren. Und dies obwohl im Geschäftsjahr 2012/13 weniger Anfragen als im Vorjahr vermerkt wurden. Speziell zu erwähnen ist, dass vor allem die Sommerbuchungen stark gesteigert werden konnten.

Zahlen

Insgesamt wurden 12 Sommer- sowie 42 Winter-Incentives durchgeführt, welche zusammen 1'987 Logiernächte generierten. Dies entspricht 54.3% mehr Incentives sowie einem Logiernächte-Zuwachs von 20.4% gegenüber dem Vorjahr. Mit 54 durchgeführten Gruppenanlässen konnte an das Topresultat vom Geschäftsjahr 2004/05 angeknüpft werden. Erfreulich ist, dass nach dem Logiernächte-Rückgang vom vorhergehenden Jahr wiederum eine Steigerung erzielt werden konnte.

Der 2012/13 direkt über Arosa Incentive erzielte Umsatz von CHF 384'304.05 (Brutto) verteilt sich wie folgt auf die diversen Anbieter in Arosa:

- Hotels CHF 158'353.70
- Bergbahnen CHF 11'902.00
- Diverse CHF 214'048.35

(Berghütten, Skischule, Schlittenvermietung, Schneeschuhwanderung, Kutscherei, Outdoorpartner sowie diverse Restaurants)

Der erwirtschaftete Betrag durch Bearbeitungsgebühren erreichte CHF 36'345.55 (Brutto).

Gruppen

Bei insgesamt 118 Gruppenanfragen (17 weniger als 2011/12) buchten 54 Firmen und Gruppen ihren Anlass zumindest teilweise über Arosa Incentive. 14 Gruppen haben durch die Hilfe von Arosa Incentive ihren Anlass selber in Arosa durchgeführt und 50 kamen nicht nach Arosa.

Insgesamt musste dieses Jahr neun interessierten Firmen (ca. 1'056 Personen und ca. 3'762 LN) eine Absage erteilt werden, weil keine geeigneten Unterkünfte oder Verpflegungsmöglichkeiten gefunden werden konnten. Fünf Firmen mussten den Event aus finanziellen Gründen absagen. 20 Gruppen haben einer anderen Destination den Zuschlag für ihren Event gegeben. Die Gründe sind oftmals auf den

Anfahrtsweg nach Arosa zurückzuführen. Neun Gruppen haben sich auch nach wiederholtem Nachfragen nicht mehr gemeldet und bei sieben Gruppen waren es diverse Gründe, welche zu einer Absage führten.

Kundenprofil

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei den Firmen- und Gruppenanfragen war mit 29 Personen im Vergleich zu 2011/12 (26) höher. Die Gruppen kamen hauptsächlich aus der Deutschschweiz und waren durchschnittlich 2.2 Tage (1.2 LN, im Vorjahr 1.4 LN) in Arosa. Die Ausgaben pro Person haben sich mit CHF 301.10 im Vergleich zum Vorjahr wiederum erhöht (Jahr 2011/12 CHF 285.00 pro Person).

Wie eingangs erwähnt, konnten in der Sommersaison 2012 so viele Incentives wie noch nie durchgeführt werden. Beliebte waren Biketouren, Teamaktivitäten wie zum Beispiel die Älplerchilbi im Wandergebiet oder Kundenanlässe in Verbindung mit der Arosa ClassicCar.

Im Winter gehörten Aktivitäten wie Hüttenabende im Skigebiet kombiniert mit einer Pistenbullyfahrt, Kutschenfahrten, Schneeschuhwanderungen oder Eisstock- und Curling-schnupperkursen zu den beliebtesten Angeboten.

Die Teamevents, welche zusammen mit einer externen Eventagentur durchgeführt werden, gehörten auch in diesem Winter zu den Highlights. Das Arosa Humor-Festival gehört nicht nur bei den Individualgästen zum Anziehungsmagnet, sondern lockt diverse Firmen in Zusammenhang mit einem Weihnachtsessen nach Arosa. Während dem Arosa Humor-Festival konnten in diesem Geschäftsjahr zwölf Incentives durchgeführt werden.

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 heimreisten.

Auszubildende

Laura Menet, welche ihre kaufmännische Ausbildung am 01. August 2010 begonnen hat, hat nach einer dreijährigen Lehrzeit im Juni 2013 die Lehrabschlussprüfung absolviert und erfolgreich bestanden. Laura Menet verlässt Arosa Tourismus Ende Juli 2013 auf eigenen Wunsch. Wir wünschen ihr viel Erfolg bei den bevorstehenden Herausforderungen.

Im August 2013 wird Maja Manojlovic ihre dreijährige Ausbildung zur Kauffrau mit Berufsmatura bei Arosa Tourismus starten.



Sport- und Kongresszentrum Roland Schuler

Eissporthalle

Nach drei eingeschränkten Sommern konnten wir im vergangenen Jahr einen optimalen Trainingsbetrieb anbieten. Entsprechend durften wir einen gut ausgelasteten Sommer-Eisbetrieb feststellen. Arosa ist weiterhin eine sehr beliebte Adresse für Höhentrainingslager und wird von Nachwuchs- bis Spitzenteams genutzt.

Im Dezember 2012 durften wir erstmals die Arosa Challenge durchführen. Beim Vierländerturnier legten die Schweizer sicher auch einen Grundstein für die sehr erfolgreiche Eishockey-WM in Schweden. Dabei siegten sie in Arosa gegen Weissrussland und die Slowakei.

Neben den Heimspielen des EHC Arosa waren wir diesen Winter auch die Austragungsstätte der Schweizermeisterschaft der Eisenbahner, welche während zwei Tagen um den Meistertitel kämpften.

Die Eissporthalle wurde aber auch wieder als Eventfläche genutzt und beheimatete die Aussteller des Ärztekongresses auf der abgedeckten Eisfläche.

Der Betrieb der Eissporthalle im vergangenen Jahr dauerte vom 9. Juni 2012 bis zum 14. April 2013.

Kongress & Seminar

Nach einem ersten Startwinter ohne grosse Vorlaufzeit, kann man das Tourismusjahr 2012/13 als eigentlicher Beginn im MICE-Umfeld (Meetings, Incentive, Convention, Events) betrachten. Neben der Bekanntmachung und Promotion des Zentrums galt es die idealen Abläufe (personell, infrastrukturell) zu finden, Verbesserungsinvestitionen zu tätigen und Partnerschaften (Hotellerie, Gastronomie/Catering, Technik, etc.) zu bilden, damit wir ein Gesamtpaket anbieten können, das den Gast begeistert.

Im vergangenen Jahr sind 96 Anfragen für verschiedene Veranstaltungen eingegangen. Davon haben sich 53 Veranstalter für die Kongress- und Seminarräumlichkeiten des Zentrums entschieden.

Veranstaltungsmotive waren:

Ausstellungen	0	Kirchli-Anlässe	0
Feste/Events	2	Seminar & Tagungen	7
Produktepräsentationen	0	Sitzungen & Besprechungen	6
Gesellschaftliche Anlässe	3	Kurse, Schulungen	6
Info-Anlässe	3	Sport-/Tanzanlässe	7
Proben	0	Theater, Comedyanlässe	4
Kongresse	2	Versammlungen	10
Konzerte	1	Vorträge	2

Diese Veranstaltungen bescherten eine Gesamt-Tagesauslastung von 53.7%. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Berichtsjahr lag bei 1.64 Tagen. Während den 365 Tagen durften wir 4420 Personen in den Kongressräumen begrüßen und generierten über 6140 Logiernächte. Daneben darf die Wertschöpfung für weitere Arosa-Leistungsträger (Gastronomie, Bergbahnen, Aktivitätenanbieter, etc.) als beträchtlich eingeschätzt werden.

Offene Kunsteisbahn (OKEB)

Wie immer gegen Mitte November hat das Eismeister-Team ein perfektes Aussenfeld präpariert. Ab diesen Tagen tummelten sich Eisläufer, Hockeyaner, Curler und Eisstockspieler auf der Eisfläche und genossen eine der schönsten Open-Air-Eisfelder der Schweiz.

Ab Dezember startete auch die Curling-Turniersaison und wir durften 10 Turniere auf dem Eis begrüßen.

Gegen Ende Januar wurde das Eis zum zweiten Mal mit Fussballschuhen betreten. Die Weltklassespieler kämpften in der einmaligen IceSnowFootball-Arena um den inoffiziellen Weltmeistertitel.

Mit den Konzerten des Guggenmusik-Treffs ging das Jahr am 14. April auf dem OKEB zu Ende.

Kunstrasenanlage

Kurz vor dem Sommerstart wurde der neue Kunstrasen verlegt. Ein Rasen, der wieder sehr polysportiv nutzbar ist, aber auch für Trainingslager von Fussballteams dienen soll.

Mit der Schiedsrichterwoche wurde der Rasen von ca. 80 Schiedsrichtern auf Herz und Nieren geprüft und bestand die Feuertaufe mit dem Spiel der Arosa-VIPs gegen die Schweizer Schiedsrichter – leider mit einer 1:2 Arosa-Niederlage.

Auch die bestehenden Sportveranstaltungen (7eck, Grümpi, Faustball, FC Arosa, etc.) fanden weiterhin den Weg auf die Kunstrasenanlage und waren tolle Events auf unserer Sportanlage.

Seilpark

Im dritten Jahr mussten wir leider einen Rückgang der Besucherzahlen hinnehmen. Besonders spürbar waren dabei die fehlenden Robinson-Gäste, welche sonst häufige Besucher im Seilpark waren.

Um auch stets auf höchstem Sicherheits- und Anforderungs-Niveau sich präsentieren zu können, machte der Seilpark Arosa beim Mystery-Checking vom Verband Schweizer Seilparks mit. Die vier auf die Saison verteilten Checks bescherten dem Park und den Mitarbeitern sehr gute Noten.

Glücklicherweise durften wir auch in der dritten Saison keine Zwischenfälle oder nennenswerte Unfälle vermelden, was uns besonders freut.



Camping

Das vergangene Jahr war das letzte Campingjahr, in welchem Arosa Tourismus als Betreiber fungierte.

Die Stammgäste blieben uns treu und wir konnten fast identische Saison- und Jahresplätze verkaufen. Aber bei den Kurzaufenthaltern mussten wir ein Minus an Logiernächte hinnehmen.

Ein grosses Ziel war klar darauf ausgelegt, dem Nachfolger einen intakten und gut unterhaltenen Campingplatz zu übergeben. Wir vollzogen dabei die entsprechenden Vorbereitungen/Investitionen.

Wir wünschen Koni Strittmatter und seinem Team für die Camping-Zukunft alles Gute.

Bootsbetrieb Obersee

Bei sonnigem Wetter sieht man immer eine Vielzahl von Tret- und Ruderbooten auf dem Obersee. Ein Angebot das bei Jung und Alt gleichermaßen beliebt ist.

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

Wasserspiel

Das Wasserspiel erfreute weiterhin in der Sommersaison an den drei Abenden die Gäste von Arosa. Es bewährt sich von Jahr zu Jahr und lockt spätabends nochmals die Gäste aus den Häusern. Infolge des Alters und der Belastung (Wasserdruck, etc.) sind stets Instandhaltungen nötig, welche durch die Sportanlagen ausgeübt werden.

Ruhebänke

Wie jedes Jahr kann man bei den Ruhebänken von „ausverkauft“ sprechen.

So stehen in Arosa und Umgebung über 400 beschriftete Ruhebänke. Wir sind stets besorgt alle zu prüfen, alte oder defekte zu ersetzen und natürlich neue mögliche Standorte zu besetzen.

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.

Wander-, Bikewege

Das Unterhalts Team Wander- und Bikewege mit Michi Eugster, Andi Heilmann und Hans-Jürg Rehli startet jeweils per Ende Mai mit der Kontrolle und dem Unterhalt der Wege. Dabei arbeiten sie sich gemäss einem Unterhaltsplan durch das über 200km grosse Wander- und Bikenetz.

Neu wurden zwei Wanderwege und vier Bikewege in das Netz von Schweiz Mobil aufgenommen, was sicher zu einer grösseren Bekanntmachung unserer Wege führt.

Zivilschutzanlage

Die Gruppenunterkunft weist noch immer eine gute Auslastung an Gästegruppen auf und man konnte den Logiernächteanteil steigern. Vor allem die steigende Gruppenanzahl und Gruppengrössen haben zu dieser Steigerung geführt. Die Anlage ist in einem guten Zustand und kann den Gästen weiterhin bestens empfohlen werden.

Personal

Das vergangene Jahr durften wir mit dem bewährten Team in Angriff nehmen. Mit dem Einzug von Arosa Tourismus ins Sport- und Kongresszentrum sind die verschiedenen Abteilungen noch näher zu einander gerückt und wir spüren wie die Abläufe untereinander sich immer besser abstimmen.

An dieser Stelle einen grossen Dank an alle Mitarbeiter für den tollen Einsatz und die stets hohe Bereitschaft.



Gästeservice Karin Schärli / Fabienne Mathis

Gäste-Information als Erlebniszentrum

Das Fazit nach einem Jahr fällt stolz aus – das Kongresszentrum wird zum Erlebniszentrum für unsere Gäste. Der grosse Eingangsbereich mit der Informationstheke, wie auch das luftige Foyer mit Blick auf das Eisfeld und die neue Kinderecke laden zum Verweilen ein – manch ein Gast nützt den Nachmittag, um gemütlich in der Lounge die Prospekte zu studieren oder dem regen Treiben auf dem Eisfeld zuzugucken.

Der Schritt zur direkten Buchbarkeit

Direkt buchbar oder doch nur auf Anfrage, diese Frage wurde im Winter 2012/13 heiss diskutiert.

Mit dem Schritt vieler Leistungsträger zur direkten Online-Buchbarkeit wurde eine wichtige, kundenorientierte Massnahme umgesetzt. Erste Zahlen können nach der Sommersaison 2013 präsentiert werden.

Neuerungen im Sommerangebot

Auf den Sommer 2012 wurde ein neues Spiel-Highlight angeboten – ChippinGolf.

Ob jung oder etwas älter, Tourist oder Einheimischer, alle vergnügen sich bei diesem Outdoor-Spass auf Bergwiesen und Wanderwegen in Arosa.

Ein kleiner Ausblick ins neue Geschäftsjahr verrät, dass beim Eichhörchenweg sanfte Erneuerungen stattfinden werden; bereits im Herbst weisen neue „tierische“ Beschilderungen auf den Weg hin.

Arosa JUNIOR Club

Der Arosa JUNIOR Club konnte 2 neue Mitglieder in der Saison 2012/13 verzeichnen und etabliert sich immer mehr als die Familienmarke in Arosa. Zudem wurde Arosa von Schweiz Tourismus wiederum als Family Destination klassifiziert.

Mit dem Angebot „Skischule inklusive“ konnte Arosa viele neue Familien während der Wintersaison begrüßen – dies nutzte das Masskottchen Klexx, um die kleinsten Gäste bei den Skischulen oder im Dorf zu begeistern.

Begeistert und voller Tatendrang startete der Arosa JUNIOR Club auch in den Sommer 2013, wurde doch die Saison mit dem Kinderland Openair am 16. Juni eingeläutet.

Gästeehrungen

Letztes Jahr durften wir 29 Gäste für ihre Treue zu Arosa ehren. Davon erhielten 4 Personen eine Ehrung für 10 Jahre, 15 für 25 Jahre und 10 Gäste für 50 Jahre.

Team neu verstärkt

Im Sommer 2012 wie auch im Winter 2012/13 begeisterte das 5-köpfige Frauenpower-Team unter der operativen Leitung von Fabienne Mathis Touristen wie auch Einheimische. Aufgrund von 2 Austritten wird das Team neu von Sascha Jurt (100%), Kerstin Schöffler (100%) und Fabian Iacopetta (40%) kräftig unterstützt. Die operative wie auch administrative Leitung der Gäste-Information untersteht seit Mai 2013 der Geschäftsleitung.





Finanzen Urs Schmid

Bilanz per 30. April 2013

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 2'542'507.63 aus. Das Eigenkapital beträgt neu per 30. April 2013 CHF 893'566.50.

Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Abnahme von CHF 230'231.37 und beträgt per 30. April 2013 CHF 1'863'497.63, resp. 73.3% der Bilanzsumme.

Das Anlagevermögen beträgt nach Investitionen von CHF 221'000.00 in einen neuen Kunstrasen und Abschreibungen von CHF 104'000.00 per 30. April 2013 CHF 679'010.00.

Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Zunahme von CHF 294'256.39 und beträgt per 30.04.2013 CHF 1'648'941.13 resp. 64.9% der Bilanzsumme.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten nahmen per Ende Geschäftsjahr 2012/13 um CHF 30'793.61 ab und es wurden zusätzliche kurz- und langfristige Rückstellungen von CHF 295'000 gebildet.

Das Eigenkapital verzeichnet im Geschäftsjahr 2012/13 durch die Verluste der Gästetaxen-Rechnung von CHF 312'897.16, der Sport- und Kulturrechnung von CHF 4'708.99 sowie der Marketing-Rechnung von CHF 89'881.61 eine Abnahme von CHF 407'487.76 und beträgt per 30. April 2013 neu CHF 893'566.50, resp. 35.1%.

Erfolgsrechnung 2012/13

Gästetaxen-Rechnung

Die Gästetaxen-Rechnung verzeichnet bei Einnahmen von CHF 5'724'129.03 und Ausgaben von **CHF 6'037'026.19** einen Verlust von **CHF 312'897.16**.
(Budget: Verlust von CHF 425'000).

Obwohl das Geschäftsjahr 2012/13 erneut mit einem Logiernächteminus von 0.27% abschliesst, konnte der Gesamt-Ertrag leicht gesteigert und der Aufwand unter dem Budget gehalten werden. Somit kann ein um rund 25% besseres Ergebnis als budgetiert ausgewiesen werden.

Sport- und Kultur-Rechnung

Mit einem Ausgaben-Ueberschuss von CHF 4'708.99 (Budget: Verlust von CHF 45'000) schliesst die Sport- und Kultur-Rechnung 2012/13 bei Einnahmen von CHF 431'273.09 und Ausgaben von CHF 435'982.08 ab.

Da fast alle Veranstaltungen unter dem Budget abgeschlossen haben und die Pferderennen nicht durchgeführt werden konnten, wurden die Rückstellungen für Sport- und Kulturevents erhöht.

Marketing-Rechnung

Bei Einnahmen von CHF 1'093'244.35 und Ausgaben von **CHF 1'183'125.96** schliesst die Marketing-Rechnung 2012/13 mit einem Ausgaben-Überschuss von CHF 89'881.61.
(Budget: Ausgaben-Überschuss von CHF 150'000.00)

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

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





Bilanz

	30.04.2013	30.04.2012
Aktiven	2'542'507.63	2'655'739.00
Umlaufvermögen	1'863'497.63	2'093'729.00
Kassa	8'950.70	8'401.80
Postcheck	678'089.57	748'903.43
Banken	551'505.18	720'547.74
Flüssige Mittel	1'238'545.45	1'477'852.97
Taxen und Beiträge	189'680.40	278'773.85
Diverse	293'212.33	214'718.46
Forderungen	482'892.73	493'492.31
Verkaufsmaterial	9'241.00	17'161.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
Vorräte	9'243.00	17'163.00
Aktive Abgrenzungen	132'816.45	105'220.72
Anlagevermögen	679'010.00	562'010.00
Fahrzeuge	75'001.00	112'001.00
Mobiliar / Kunstrasen	154'001.00	1.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
Wasserspiel	1.00	1.00
Sachanlagen	229'005.00	112'005.00
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Aktien Golf Arosa AG	1.00	1.00
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile Holzmeise	1.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
Darlehen Gemeinde Arosa	450'000.00	450'000.00
Finanzanlagen	450'005.00	450'005.00



	30.04.2013	30.04.2012
Passiven	2'542'507.63	2'655'739.00
Fremdkapital	1'648'941.13	1'354'684.74
Laufende Verpflichtungen	335'764.73	384'909.54
Vorauszahlungen Sponsoren AHF	93'126.40	74'775.20
Kurzfristige Verbindlichkeiten	428'891.13	459'684.74
Oeko Fonds	20'000.00	40'000.00
Bärenpark	25'000.00	
Steuerverwaltung (MwSt)	25'000.00	25'000.00
Grossinvestitionen SKZA	50'000.00	100'000.00
Delkredere	60'000.00	60'000.00
Sport- und Kulturevents	115'000.00	25'000.00
Skischule All-inklusive	150'000.00	
Humorfestival	300'000.00	300'000.00
Skigebietsverbindung	300'000.00	200'000.00
Rückstellungen	1'045'000.00	750'000.00
Passive Abgrenzungen	175'050.00	145'000.00
Eigenkapital	893'566.50	1'301'054.26
Gästetaxen – Reserve	669'459.13	982'356.29
Sport und Kultur – Reserve	114'780.04	119'489.03
Marketing – Reserve	109'327.33	199'208.94
Erarbeitetes Kapital	893'566.50	1'301'054.26



Gästetaxen-Rechnung

	Budget 2012/13	Rechnung 2012/13	Budget 2013/14
Gästetaxenaufwand	2'020'000	2'979'298.79	2'092'500
Beiträge	140'000	230'195.34	130'000
Informationsmaterial	170'000	216'962.88	205'000
Gästeangebot	1'640'000	2'461'159.54	1'675'000
Ruhebänke/Wanderwege	70'000	70'981.03	82'500
Verwaltungsaufwand	1'305'000	1'249'596.86	1'325'000
Personalkosten	965'000	950'476.13	1'015'000
Kanzleikosten	295'000	259'321.27	270'000
Verwaltungskosten	45'000	39'799.46	40'000
Anlagenaufwand	1'243'000	1'808'130.54	1'238'500
Sportanlagen Obersee	940'000	1'072'439.16	941'000
Angestelltenhaus	6'000	4'786.98	5'500
Seminar/Kongress/Incentiv	245'000	686'995.45	292'000
Camping	52'000	43'908.95	
Gesamtaufwand	4'568'000	6'037'026.19	4'656'000
Gästetaxen-Ertrag	3'385'000	4'320'344.51	3'562'500
Gästetaxen	3'260'000	3'262'497.20	3'425'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-135'000	-132'958.04	-140'000
Informationsmaterial	85'000	96'330.32	60'000
Gästeangebot	160'000	1'079'676.10	205'000
Ruhebänke	15'000	14'798.93	12'500
Verwaltungsertrag	95'000	100'373.89	100'000
Anlagen-Ertrag	663'000	1'303'410.63	683'500
Sportanlagen Obersee	425'000	612'020.60	475'000
Angestelltenhaus	6'000	5'080.00	6'500
Kongress/Incentiv	145'000	604'970.84	202'000
Camping	87'000	81'339.19	
Gesamt-Ertrag	4'143'000	5'724'129.03	4'346'000
Verlust	425'000	312'897.16	310'000



Sport- und Kultur-Rechnung

	Budget 2012/13	Rechnung 2012/13	Budget 2013/14
Aufwand	471'000	435'982.08	455'000
Sportanlässe Sommer	63'000	52'644.83	35'000
Sportanlässe Winter	120'000	113'275.90	130'000
Beiträge	105'000	110'000.00	110'000
Kulturelle Anlässe	83'000	63'606.32	80'000
Diverser Aufwand	5'000	4'873.07	5'000
Administration	95'000	91'581.96	95'000
Ertrag	426'000	431'273.09	445'000
Sport- und Kulturtaxen	446'000	449'470.40	465'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-20'000	-18'197.31	-20'000
Verlust	45'000	4'708.99	10'000

Marketing-Rechnung

	Budget 2012/13	Rechnung 2012/13	Budget 2013/14
Aufwand	1'235'000	1'183'125.96	1'215'000
Promotion	495'000	503'961.50	500'000
Product	55'000	32'278.21	40'000
Markets Development	285'000	249'426.80	250'000
PR und Events	130'000	119'063.86	130'000
Humor-Festival	100'000	131'285.80	130'000
Sales	45'000	38'774.64	40'000
Administration	125'000	108'335.15	125'000
Ertrag	1'085'000	1'093'244.35	1'120'000
Tourismustaxen H/G	255'000	256'422.55	255'000
Tourismusbeitrag Gemeinde	300'000	300'000.00	300'000
Tourismustaxen Hotel/Fewo	470'000	473'638.95	502'000
Kooperation Schanfigg	105'000	105'000.00	105'000
Vorsteuerkürzung MwSt	-45'000	-41'817.15	-42'000
Verlust	150'000	89'881.61	95'000

Kontrollstelle Geschäftsprüfungskommission

Geschäftsprüfungskommission
Arosa Tourismus Genossenschaft

Generalversammlung
Arosa Tourismus Genossenschaft
Arosa, 9. August 2013

Bericht der Geschäftsprüfungskommission

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir haben die Geschäftsführung und die Geschäftsbücher des Geschäftsjahrs 2012/2013 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, Kultur, sowie Marketingrechnung beträgt CHF 407'487.76
- Im Geschäftsjahr 2012/13 wurden CHF 221'000.00 in neuen Kunstrassen investiert. Rückstellungen wurden um CHF 295'000.00 auf CHF 1'045'000.00 erhöht
- 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 2012/2013 zu genehmigen und den Verwaltungsorganen Entlastung zu erteilen.

Die Geschäftsprüfungskommission

 Peter Stimmen

 Lorenzo Schmid

 Walter Barreit

treuhänder
immobilien
steuerberatung
wirtschaftsprüfung
unternehmensberatung

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

Genossenschaft
Arosa Tourismus, Arosa
über die Prüfung der Jahresrechnung 2012/2013

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) der **Arosa Tourismus, Arosa** für das am 30. April 2013 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 Fehleraussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

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

allenspach & felix ag

Chur, 29. Juli 2013


 Franz Allenspach
 dipl. Wirtschaftsprüfer
 Revisionskompetenz BAS
 leitender Revisor


 Bruno Felix
 dipl. Immobilien-Treuhänder

Beilagen:
 Jahresrechnung bestehend aus
 - Bilanz
 - Betriebsrechnungen

allenspach & felix ag | Ringstrasse 14 | 7000 Chur | tel +41 81 533 00 77
 fax +41 81 533 00 78 | info@allenspach-felix.ch | www.allenspach-felix.ch
 magister TESHAHO | 10355 | magister BEHARD | 101667 | magister /dt

Tourismus-Statistik

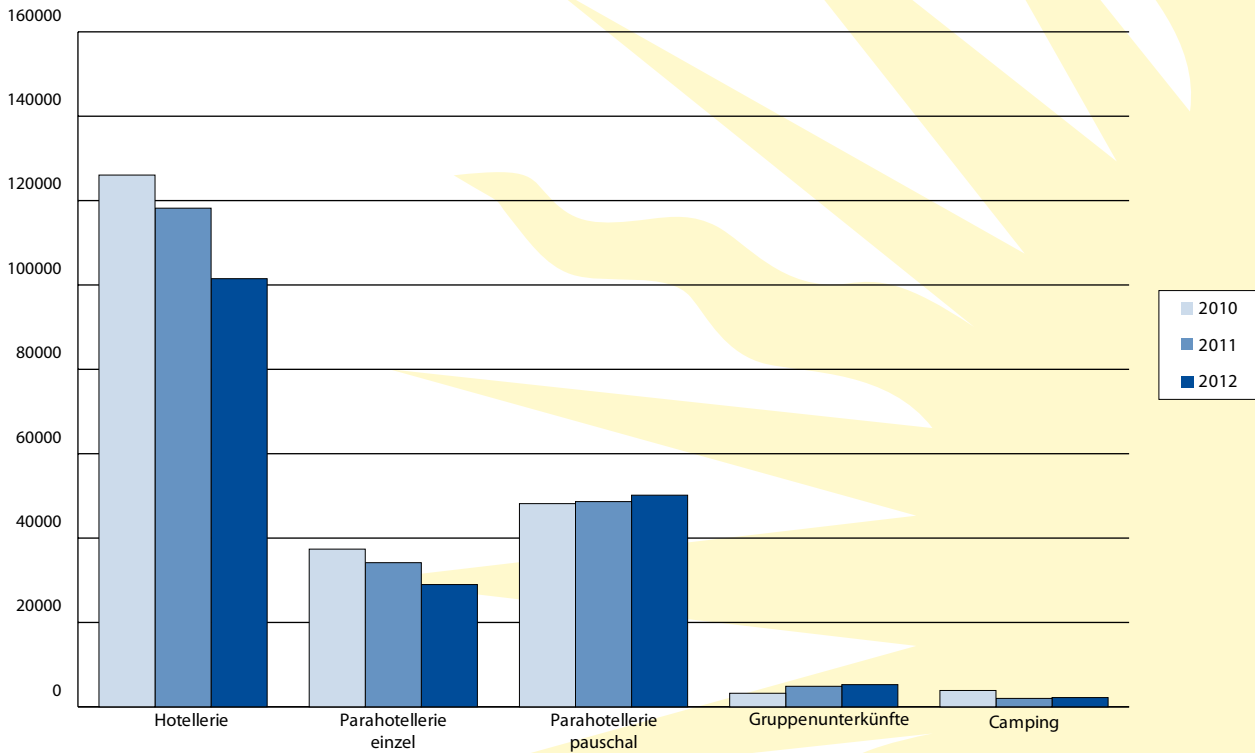
Logiernächte 2012/13

Nationen	Sommer 2012	Winter 2012/13	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
Hotels					
Schweiz	76'241	176'107	252'348	241'632	4.43
Deutschland	11'518	58'752	70'270	88'349	-20.46
Benelux	4'423	15'534	19'957	23'432	-14.83
Vereinigtes Königreich	1'625	13'846	15'471	12'451	24.26
Israel	1'433	2'216	3'649	3'762	-3.00
USA	1'172	2'163	3'335	2'900	15.00
Frankreich	870	2'211	3'081	3'182	-3.17
Russland	704	1'800	2'504	1'292	93.81
Skandinavien	391	1'557	1'948	2'290	-14.93
Australien/Ozeanien	402	1'071	1'473	1'086	35.64
Italien	548	817	1'365	1'573	-13.22
Diverse	2'164	5'785	7'949	8'809	-9.76
Total	101'491	281'859	383'350	390'758	-1.90
Parahotellerie					
Schweiz	17'465	76'472	93'937	99'011	-5.12
Deutschland	4'810	23'048	27'858	30'963	-10.03
Benelux	2'897	3'894	6'791	7'447	-8.81
Vereinigtes Königreich	1'207	1'530	2'737	2'125	28.80
Israel	1'007	258	1'265	840	50.60
Skandinavien	84	1'110	1'194	773	54.46
Frankreich	321	568	889	701	26.82
Italien	733	86	819	635	28.98
USA	132	508	640	398	60.80
Diverse	329	1'026	1'355	1'438	-5.77
Total	28'985	108'500	137'485	144'331	-4.74
Backpacker's	3'872	18'135	22'007	19'151	14.91
Gruppenunterkünfte	1'389	3'934	5'323	4'611	15.44
Camping	2'195	4'118	6'313	6'586	-4.15
Parahotellerie Pauschal	50'169	236'511	286'680	277'960	3.14
Total	188'101	653'057	841'158	843'397	-0.27

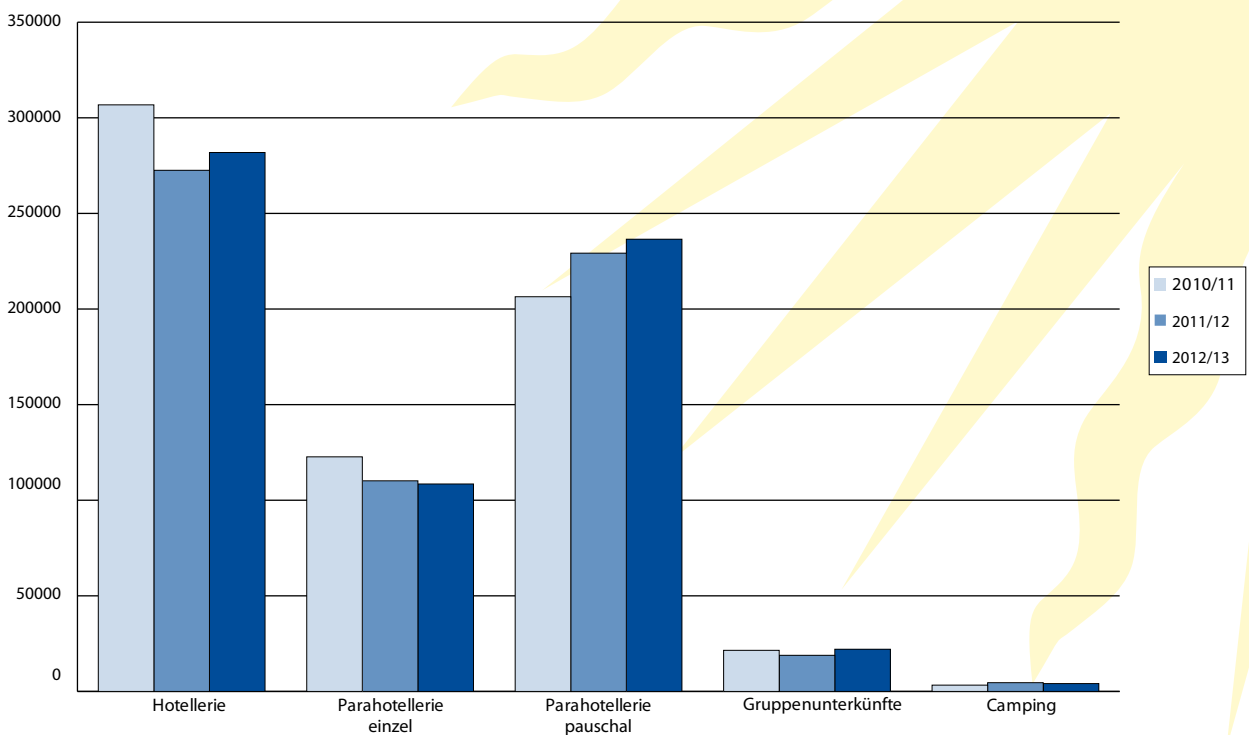
Entwicklung der Logiernächte

Sommer und Winter nach Beherbergungsart

Sommer



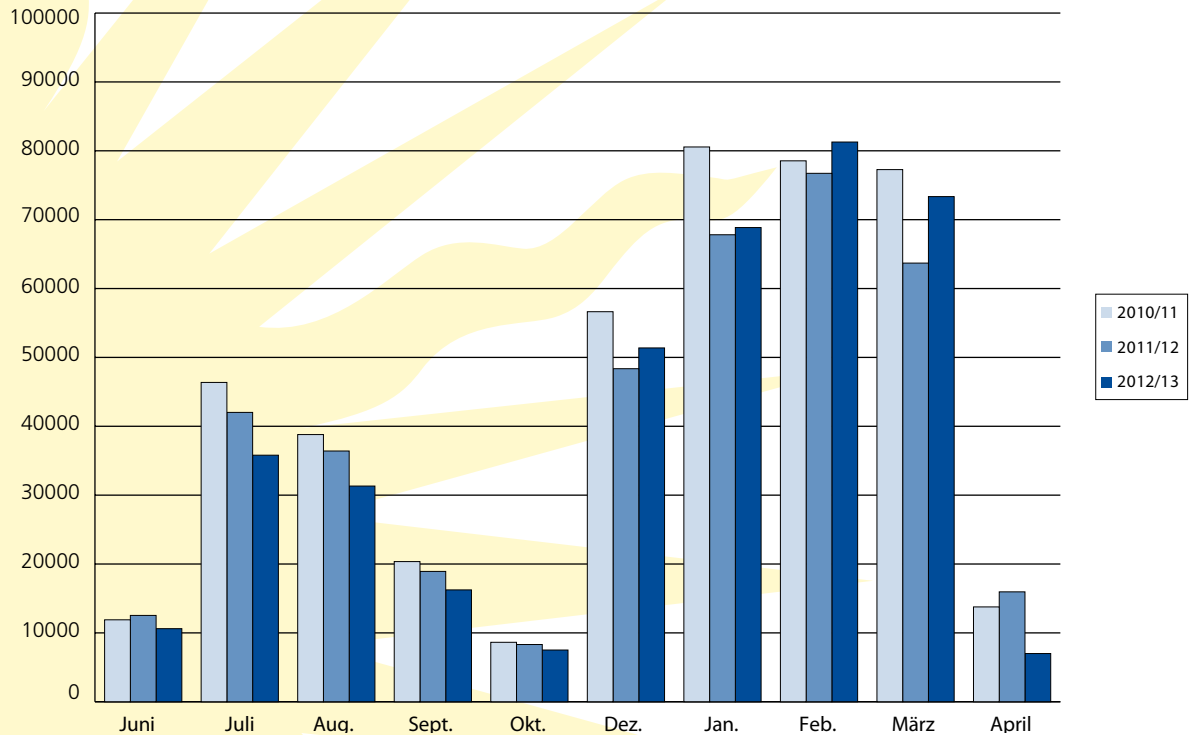
Winter



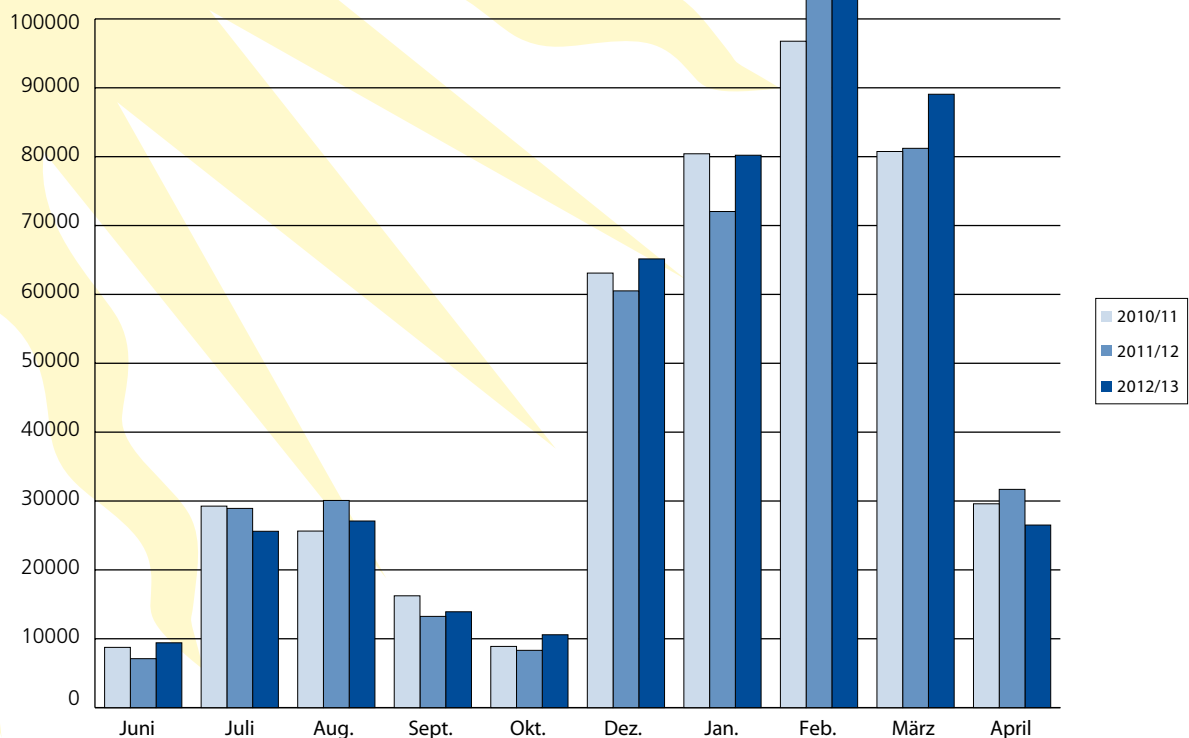
Entwicklung der Logiernächte

Sommer und Winter nach Monaten

Hotellerie



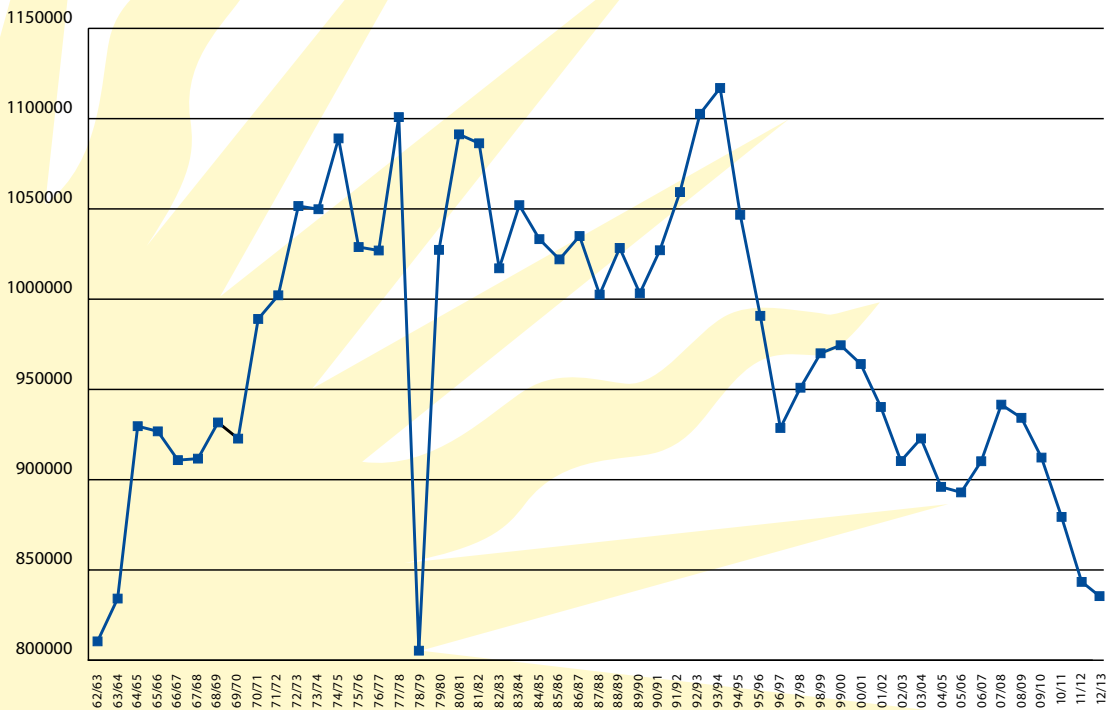
Parahotellerie (einzel und pauschal)



Entwicklung der Logiernächte 1963 - 2013

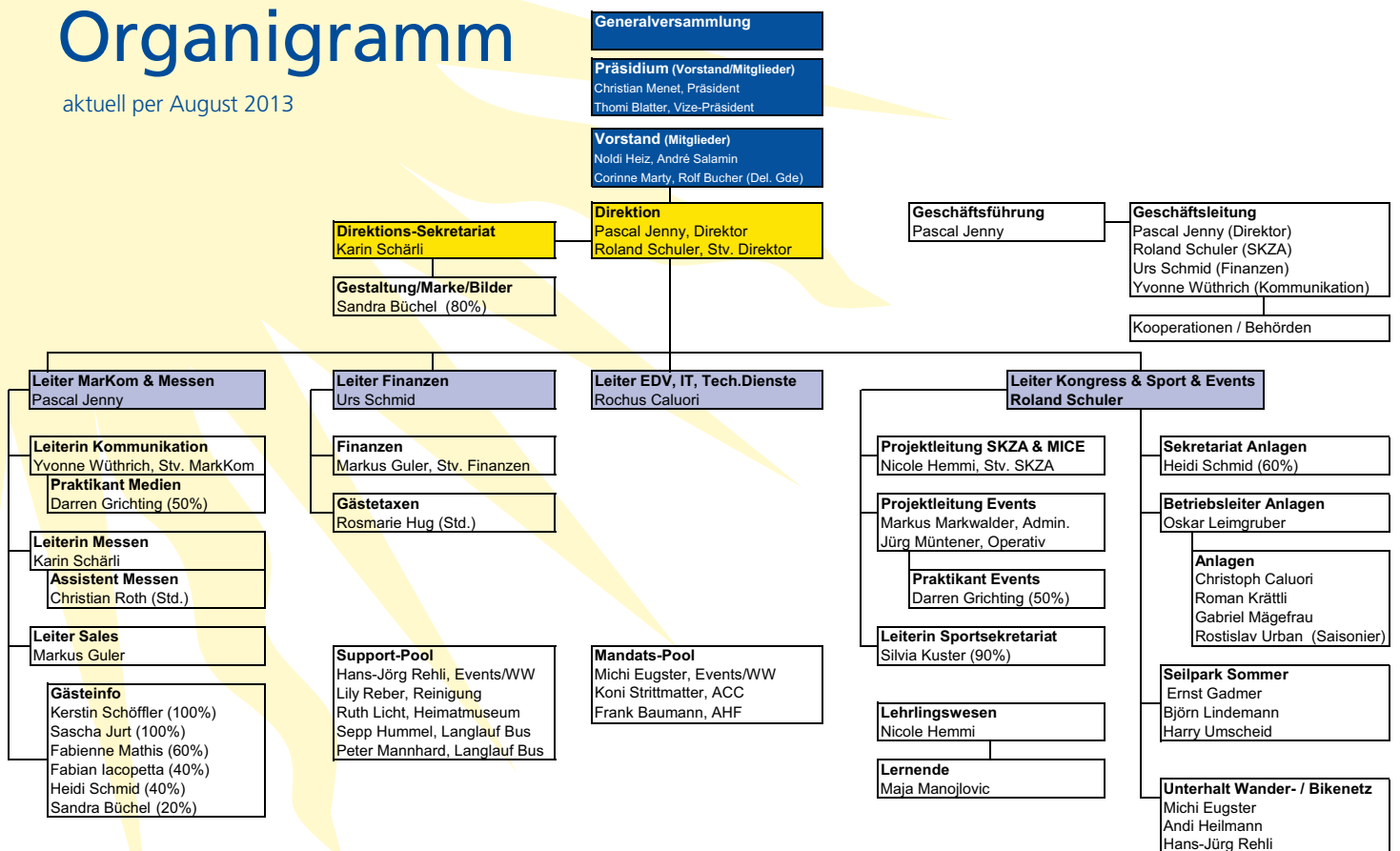
Geschäfts- jahr	Hotellerie	%	Parahotel- lerie	%	Sanatorien	%	Gruppen- unterk.	%	Jugendher- berge	%	Camping	%	Total	%
1963/64	489'433	2.4	224'456	6.9	77'597	-1.8	42'671	-1.7					834'157	2.9
1964/65	540'552	10.4	268'105	19.4	71'774	-7.5	49'209	15.3					929'640	11.4
1965/66	522'062	-3.4	284'836	6.2	72'767	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	*23'003	-8.9	6'043	-10.8	974'475	0.5
2000/01	517'484	-1.8	398'386	-0.7	*			19'923	*21'897	-4.8	6'392	5.8	964'082	-1.1
2001/02	502'675	-2.8	387'892	-3.4	*			22'276	*21'001	-4.1	6'443	0.8	940'287	-2.4
2002/03	476'708	-5.2	390'689	0.1	*			21'190	**15'326	-27.0	6'412	-0.5	910'325	-3.2
2003/04	482'677	1.3	394'827	1.1	*			22'331	**15'328	0.0	7'677	19.7	922'840	1.4
2004/05	467'032	-3.2	384'073	-2.7	*			25'095	**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	*			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

Gesamtlogiernächteentwicklung in Arosa



Organigramm

aktuell per August 2013





Vorstand / Direktion



v. l. n. r.

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



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
Heiz Noldi, Skischulleiter, 08
Salamin André, Hotelier, 10
Marty Corinne,
Präsidentin arosaApartments, 11
Guler Markus, Kaufmann, 06-12

vom Gemeinderat delegiert

Bucher Rolf, Hotelier, 11

Team

Direktion

Jenny Pascal (01.07.08)

Marketing, Kommunikation, Gästeservice

Wüthrich Yvonne (01.08.10)
Schärli Karin (17.10.11)
Guler Markus (01.01.13)
Schöffler Kerstin (01.05.13)
Jurt Sascha (01.05.13)
Mathis Fabienne (01.06.10)
Iacopetta Fabian (17.10.11)
Schmid Heidi (02.12.96)
Büchel Sandra (01.06.10)
Roth Christian (01.09.08)
Toumi Ann-Katharine (01.12.11-30.04.13)
Vogel Julia (01.12.11-30.04.13)

Finanzen/Fremdenkontrolle

Schmid Urs (22.09.81)
Hug Rosmarie (22.12.95)

EDV/IT, Web, Techn. Dienste

Caluori Rochus (05.09.11)

Lehrlinge

Menet Laura (01.08.10-31.07.13)

Sport- & Kongress, Events

Schuler Roland (01.02.10)
Markwalder Markus (01.01.10)
Kuster Silvia (01.12.82)
Hemmi Nicole (01.07.11)
Müntener Jürg (01.08.12)

Anlagen

Leimgruber Oskar (01.06.90)
Krättli Roman (16.11.98)
Mägdefrau Gabriel (01.05.10)
Caluori Christoph (01.06.12)
Urban Rostislav (Wintersaison 08/09)

Seilpark

Gadmer Ernst (seit 10)
Lindemann Björn (seit 10)
Umscheid Harald (seit 10)
Schell Maikel (10-12)

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
Schmid Lorenzo, 12
interne Kontrollstelle
Allenspach & Felix AG, Chur, 08/09

Die Schweiz hat ein neues Traumpaar



Arosa  **Lenzerheide**

Lässt Herzen höher schlagen.

verbindet. **graubünden**



geplante Eröffnung:
Dezember 2013

Lenzer Heidi & Gigi v. Arosa

Geplante Meilensteine Verbindungsbahn Arosa Lenzerheide

15.04.-21.06.2013	Ausbau Zugangsstrasse Hörnli
15.04.-05.08.2013	Betonarbeiten Talstation (Seite Hörnli)
10.06.-19.08.2013	Betonarbeiten Bergstation (Seite Urdenfürggli)
12.08.-19.11.2013	Montage Antrieb, Mechanik Talstation
19.07.-15.11.2013	Montage Antrieb, Mechanik Bergstation
08.08.-21.08.2013	Transport Seile zur Baustelle
13.09.-07.11.2013	Seilzug mit Montages Seilreiter
28.10.-30.10.2013	Transport Kabinen
15.11.-21.11.2013	Montage Kabinen
04.12.-20.12.2013	Probetrieb und Betriebsaufnahme

Facts zum Skigebiet

Neue Verbindungsbahn

Hörnli-Urdenfürggli:

Fahrstrecke: 1694 m

Fahrzeit: ca. 3.20 Min

Gondel-Fassungsvermögen: 150 + 1 Person

Anzahl Pisten Arosa (70 km)...

5 schwarze, 10 rote, 11 blaue Pisten

Anzahl Anlagen Arosa (14)

5 Gondelbahnen, 5 Sesselbahnen, 4 Skilifte

Erschliessungsbahnen Lenzerheide

• 6er-Sesselbahn Heimberg-Motta:

Fahrstrecke: 920 m

Fahrzeit: 3.53 Min

Anzahl: 35 6er Sessel

• 6er Sesselbahn Motta-Urdenfürggli:

Fahrstrecke: 910 m

Fahrzeit: 3.05 Min

Anzahl: 35 6er Sessel

... und Lenzerheide (155 km)

19 schwarze, 62 rote, 74 blaue Pisten

... und Lenzerheide (28)

2 Gondelbahnen, 13 Sesselbahnen, 13 Skilifte