



# Jahresbericht

Arosa Tourismus 2022/23



# INHALTSVERZEICHNIS

PRÄSIDENT: Pascal Jenny	4
DIREKTOR: Roland Schuler	9
NACHHALTIGKEIT: Claudio Föhn	10
MARKETING UND KOMMUNIKATION: Marion Schmitz	16
MICE UND EVENTS: Janine Ryser	21
GÄSTESERVICE: Andrea Mende	24
DESKLINE UND DIGITALISIERUNG: Silvano Ottiger	26
IT/ANLAGEN: Rochus Caluori	31
AROSA KULTUR: Angela Buxhofer	33
AROSA SCHANFIGG: Carla Gabri	37
FINANZEN	39
BILANZ	40
GÄSTETAXENRECHNUNG 22/23 – BUDGET 23/24	42
MARKETINGRECHNUNG 22/23 – BUDGET 23/24	44
ANHANG zur Jahresrechnung/Kontrollstelle	46
TOURISMUSSTATISTIK	47
ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE	48
VORSTAND/DIREKTION	50
TEAM AROSA TOURISMUS	51



## IMPRESSUM

Herausgeber, Konzeption, Realisation: Arosa Tourismus

Grafik: Küttel Laubacher Werbeagentur

Bilder: Arosa Tourismus

Korrektorat: korrigiert.ch

Druck: Casutt Druck & Werbetechnik AG



**Pascal Jenny**  
Präsident Arosa Tourismus



## Bilder sagen mehr als 1000 Worte...

... und dennoch möchte ich auf der nachfolgenden Seite ein paar Gedanken zur etwas anderen Art des «Jahresberichts 22/23» und der eindrücklichen Zeichnung von Daria Jörg, Tierpflegerin im Arosa Bärenland, mit Ihnen teilen.



### **Arosa – eine Ferienregion, die Chancen und Risiken sehr bewusst angeht.**

Wir sind grossartig im Umgang mit Gästen und Leistungsträgern. Wir gehen aber auch sehr bewusst mit Aktualitäten um, sei es Fachkräftemangel als Herausforderung, Belastung der Mitarbeitenden durch unzählige Gästeangebote oder auch im Wissen um das Mega-Thema Klimawandel und Naturkatastrophen.

Arosa Tourismus nutzt diese Herausforderungen als Ansporn, um die destinationsweite Nachhaltigkeitsstrategie in allen vier Dimensionen (Ökologie, Ökonomie, Soziales und Organisation) zu stärken. Die gute Zusammenarbeit im Dorf und im gesamten Tal erkennen wir immer wieder als Chance, auch um unsere Position als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu festigen. Für Arosa ist die Verbindung von Tier, Natur und Mensch eine Symbiose, die unsere gemeinsame Stärke ausmacht.

Und dann ist da noch das Gefühl: Kaum eine Ferienregion definiert sich so stark über das gemeinsame Gefühl für innovative Projekte und Produkte wie wir in Arosa. Wir nutzen diese von uns allen geprägte Eigenschaft, um uns als eine begehrte Region zu positionieren. Ein Ferienparadies, welches stets neue Wege geht, Traditionen nicht vergisst und mit frischen Ideen begeistert.

Wir in Arosa lassen uns von Herausforderungen nicht entmutigen, sondern nutzen diese als Antrieb, um unsere Ziele zu verwirklichen und innovative Projekte voranzutreiben. Auch darum stehen wir heute als Ganzes sehr gut da. Halten wir daran fest und tragen unserer «Wir-Kultur» Sorge – denn genau diese Stärken faszinieren Besucher:innen und Einheimische gleichermaßen.

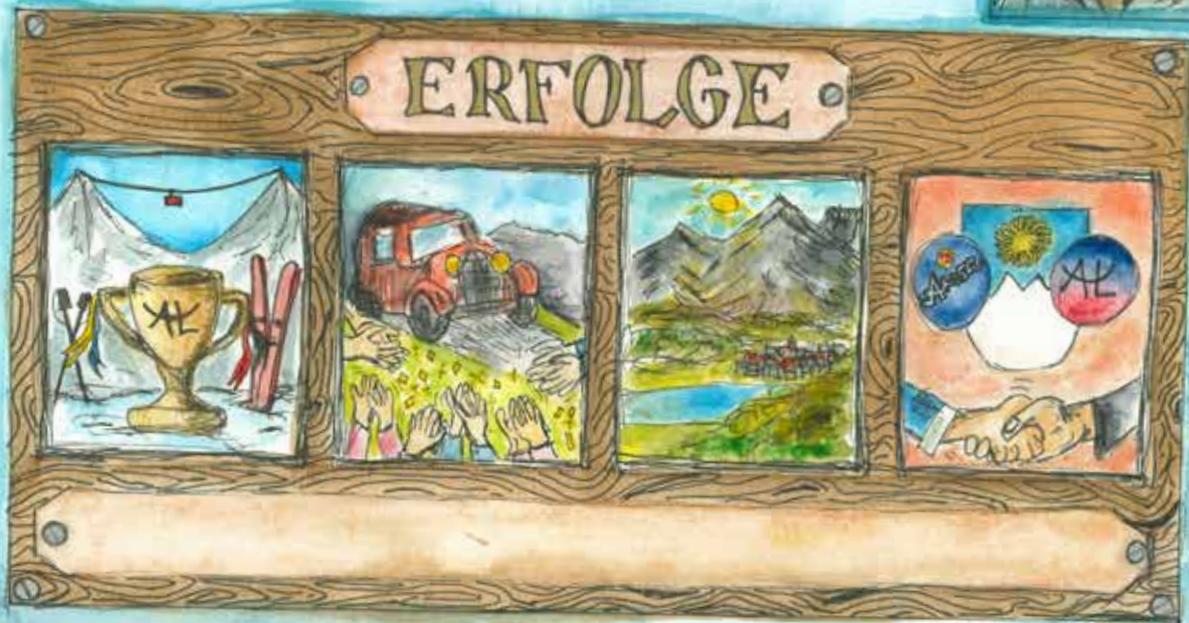
In dem Sinne möchte ich allen «Arosa-Macher:innen» bei AT, im ganzen Dorf und Tal für den täglichen Einsatz danken!

**Pascal Jenny**  
Präsident





Illustration: Daria Jöng





# Dem Trend einen Schritt voraus sein

**Innovation, Kreativität, am Puls der Zeit – Arosa und seine Gestalter:innen zeichneten sich seit jeher durch zukunftsorientiertes Denken und Handeln aus. In der Post-Coronazeit ist der Pioniergeist aller Aroserrinnen und Aroserr von Neuem gefragt. Die Themen Nachhaltigkeit und Zukunftstrends sind in der Gesellschaft und damit auch im Tourismus gefragter denn je. Wo stehen wir in Sachen Trends und was können wir tun, um weiterhin mindestens an der Spitze des Zugs zu sein?**

## Regionalisierung ist attraktiv und gefragt

Weit über Graubünden hinaus wird das grosse Angebot, das Arosa zu bieten hat, überaus geschätzt. Nicht nur in Sachen Naturerlebnisse und Eventvielfalt präsentiert sich unser Dorf dabei als attraktive Destination. Auch die Verfügbarkeit von regionalen Produkten und lokalen Erzeugnissen ist ein schaffendes Qualitätsmerkmal. In Arosa weiss man nicht erst seit Corona, welchen besonderen Wert die heimische Wertschöpfung hat. Mit Kreativität und intelligenten Kooperationen präsentieren sich Aroserr Leistungsträger als Multiplikatoren der lokalen Wirtschaft. Diese Regionalisierung ist eine ausgezeichnete Basis, um krisenresistent wirtschaften zu können und gleichzeitig als attraktiver Standort für ökologisches und ökonomisches Handeln wahrgenommen zu werden. Eine noch engere Zusammenarbeit der Aroserr Leistungsträger lässt unser Dorf, unsere Region dabei noch kraftvoller werden.

## Digital auf der Überholspur

Im Bereich Digitalisierung gedeiht die Kooperation mit der Lenzerheide und den Bergbahnen weiter ausgezeichnet. Beim Projekt «al.digital» wurde ein Meilenstein erreicht. Der Kanton Graubünden sprach dem Projekt im März mehr als zwei Millionen Schweizer Franken für die nächste Entwicklungsperiode zu. Ein Vertrauensbeweis und ein Schub, um digital weiter auf der Überholspur unterwegs zu sein. Beim Projekt «al.digital» handelt es sich um ein digitales Transformationsprojekt mit dem Ziel, den Gästen von morgen einen nahtlosen, digitalen Zugang zu den Leistungen aller Partner zu ermöglichen und sie dadurch näher an die Destination(en) zu binden. Viele Projekte liegen auf dem Tisch, um Arosa digital flott für die Zukunft zu machen und damit im Trend, elektronische Dienstleistungen in allen Lebensbereichen nutzen zu können, zu bestehen.

## New Work

Work-Life-Balance oder 4-Tage-Woche sind Denkmuster, die im Arbeitsalltag steigende Relevanz einnehmen. Remote Work, also das Arbeiten von einem beliebigen Ort aus, hat durch Corona ebenfalls rasant an Wichtigkeit zugelegt und gleichzeitig die Denkmuster von Arbeitgebern wie auch Arbeitnehmern beeinflusst. Der Wunsch nach Flexibilität und der erleichterte Wechsel zwischen Arbeit und Freizeit sind Themen, bei denen Arosa punkten kann. Mit Angeboten im

Bereich Co-Working, aber auch ganz einfach durch praktische Vermittlung, wie einfach ein Wechsel zwischen Anstrengung und Entspannung sein kann, wollen wir versuchen, unsere Besucher:innen noch länger in Arosa zu halten. Gleichzeitig richtet sich das Thema auch an Arbeitskräfte aus Arosa. Nirgends ist der Weg von Arbeit zu Freizeit so kurz wie bei uns. Diese Attraktivität gilt es noch stärker herauszuarbeiten. Mit dem geplanten Employer Branding werden wir im kommenden Jahr hierbei spürbar vorwärtskommen. Dass die stete Schwierigkeit von der Suche nach geeignetem Wohnraum dabei Lösungen erfordert, steht ausser Frage und ist eine dringliche Aufgabe für uns alle.

## Vielfalt leben und erlebbar machen

Gesundheit, Achtsamkeit und Wohlbefinden sind Bedürfnisse, die sich in der Schnelllebigkeit und Hyperkomplexität des Alltags mit der Gefahr der Reizüberflutung als idealer Ausgleich gefestigt haben. Es braucht nicht die Aufzählung aller erholsamen und besinnlichen Faktoren, die Arosa zu bieten hat, um zu verdeutlichen, dass unser Dorf der ideale Ort ist, um die Selbstverwirklichung innerhalb eines einzigartigen Umfelds zu bieten. Der gesteigerte Wunsch nach Balance, das Verlangen nach einem Lebensstil, der Natur, Bewegung, Lebensfreude und Gesundheit verbindet, sollte unser Denken und Handeln bestimmen. Einerseits um selbst diese Vielfalt zu leben und gleichzeitig für alle Besucher:innen auch erlebbar zu machen.

## Kontrolliertes Vollgas bei den Events

Mit der Durchführung des IceSnowFootball im Januar war auch der letzte Grossevent aus der Corona-Umklammerung befreit. Bei den zahlreichen weiteren Events und Anlässen zeigte sich Arosa einmal mehr als kreativer und verlässlicher Partner und Veranstalter. Die vielschichtigen Anforderungen an Event-Organisatoren stellen dabei eine immer grösser werdende Herausforderung dar. Mit der Strategie Arosa 2030 im Rücken und dem Verlangen, die nachhaltigste Destination der Alpen zu werden, verfügen wir schon heute bei nahezu allen grösseren Events auf Aroserr Grund über eine klare Ausrichtung in Sachen Nachhaltigkeit. Diesen Trend werden wir fortsetzen, um Eventgenuss und nachhaltiges Handeln als sich ergänzende Faktoren zusammenzubringen.

Roland Schuler  
Direktor Arosa Tourismus



# Arosa 2030



**Claudio Föhn**  
Fachverantwortung Nachhaltigkeit  
Arosa 2030

# Arosa 2030

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

Wer sich mit Nachhaltigkeit auseinandersetzt, merkt schnell, wie komplex Systeme strukturiert sind. Komplexität wirkt rasch überfordernd und die Orientierung fällt schwer. Dabei gilt es sich zu erinnern, dass jede Reise mit dem ersten Schritt beginnt. Erste Schritte wurden in verschiedenen Themenfeldern und Projekten gemacht.

So konnte zusammen mit der Hochschule Luzern untersucht werden, wie Nudging bei der Verlagerung des Modalsplits hilft. Nudging bezeichnet die unbewusste positive Beeinflussung von menschlichem Verhalten. Eine zentrale Erkenntnis der Untersuchung zeigt, dass die soziale Norm einen höheren Einfluss auf die Wahl des Transportmittels hat als Komfort und Bequemlichkeit.

Ebenfalls mit Nudging befasst hat sich ein Masterstudent im Bereich Kommunikation. Untersucht wurde, wie Gäste als Verbündete gewonnen werden können. Dabei wurde klar, dass Verhaltensveränderungen im Tourismus nur sehr langsam erfolgen. Um diesem Umstand entgegenzuwirken, braucht es eine Konstanz und eine hohe Frequenz an Massnahmen. Handlungsfelder sind Kommunikation, Partizipation, Orientierung und Vorbilder. Beispielsweise ist es besser, das Thema Nachhaltigkeit an diversen Stellen organisch einzubinden, so dass die Gäste unerschrocken zu nachhaltigerem Konsumverhalten motiviert werden.

Den Konsum nachhaltiger zu gestalten, ermöglicht auch Cause We Care. Dank dieser Initiative von myclimate erhalten die Gäste bei einer Buchung über arosa.swiss die Möglichkeit, einen freiwilligen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Rund ein Drittel der Gäste hat sich für diesen Beitrag entschieden. Konkret bedeutet dieses Engagement eine Unterstützung für das Klimaschutzprogramm «Water Purification PoA Uganda», welches ärmere Haushalte und Institutionen wie Schulen in Ugan-

da mit neuen Technologien zur Trinkwasserreinigung versorgt. Der dadurch verminderte Verbrauch von nicht erneuerbarem Feuerholz und Holzkohle reduziert den CO<sub>2</sub>-Ausstoss und wirkt sich zugleich positiv auf die Lebensbedingungen und die Gesundheit Tausender Menschen aus. Der Beitrag aus Arosa entspricht einer Einsparung von 23 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten (Masseinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung unterschiedlicher Treibhausgase). Der restliche Klimaschutzbeitrag, welcher mittels Cause We Care gesammelt wird, kann direkt in Arosa eingesetzt werden. Dies unterstützt Klimaschutzmassnahmen im Betrieb, wie die Umstellung auf LED oder die effizientere Eisreinigung im Sport- und Kongresszentrum. Damit konnten rund 20 % Strom eingespart werden.

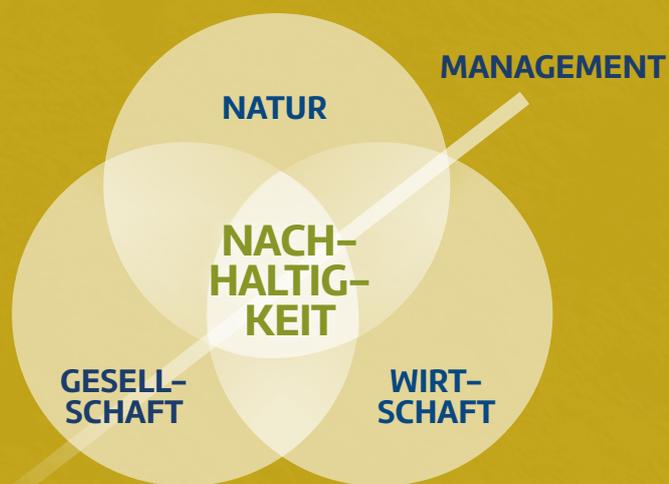
Direkter und individuell umsetzbar sind Kaufentscheidungen im Lebensmittelbereich. So zeigte das Kollektiv arvae mit dem Projekt «Schpensa», dass auch Kartoffelanbau mit alten Bündner Sorten auf einer Höhenlage wie Arosa möglich ist. Zwar machte lang anhaltende Trockenheit und plötzlicher Hagel den «Gemüsebauern» einen Strich durch die Rechnung, aber eine kleine, jedoch feine Ernte konnte dennoch verzeichnet werden. Die Töpfe sorgten für viele spannende Gespräche, und manch einer fragt sich heute: Wo kommt mein Essen her?

Dass die Destination Arosa als Vorreiterin in der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus wahrgenommen wird, zeigen die vielen Besuche von nationalen und internationalen Delegationen sowie Einladungen, welche sich für die Nachhaltigkeitsstrategie Arosa 2030 interessierten. So wurde am Tourismus Forum Schweiz 2022 der eingeschlagene Weg von Arosa als Vorzeigemodell für einen klimaneutralen Tourismus vorgestellt. Auch international erfolgte die Bestätigung, dass Arosa auf dem richtigen Weg ist. Das Green Tourism Camp hat in der Schweiz, in Deutschland und Österreich nach dem innovativsten Nachhaltigkeitskonzept gesucht, und die Jury wählte Arosa 2030 in die Top 3.

Nach den ersten Schritten folgen die nächsten. Auch wenn die Reise lang und das Ziel weit entfernt ist, besteht ein Kilometer doch nur aus 1000 Metern. Voran kommt nur, wer einen Schritt nach dem anderen macht.

# Nachhaltigkeitsbericht der Destination Arosa

## Vierdimensionale Nachhaltigkeit in Arosa



## Schwerpunkte innerhalb der vier Dimensionen

### NATUR

CO<sub>2</sub>-Reduktion/Energie  
Biodiversität  
Ressourcenmanagement

### GESELLSCHAFT

Lebensqualität  
Kultur  
Inklusion

### WIRTSCHAFT

Ökonomische Sicherung  
Wirtschaftliche Zusammenarbeit

### MANAGEMENT

Strategie, Planung und Umsetzung  
Nachhaltige Angebotsgestaltung

## Richtlinien für die gesamte Destination Arosa

Um ein gemeinsames Verständnis der nachhaltigen Entwicklung für Arosa zu schaffen, hat Arosa Tourismus gemeinsam mit Vertretern von Gemeinde, Bergbahnen, Hotellerie, Gastronomie, IG-Fewo, VivArosa, Talschaftskommission, Schulleitung und Gesundheit Arosa Richtlinien für die Destination verfasst. Diese dienen als Handlungsrahmen für alle Akteure in Arosa und helfen, Entscheidungen unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsstrategie Arosa 2030 zu treffen. Die Richtlinien haben einen «allgemeingültigen» Charakter für die gesamte Destination, wobei jeder Akteur Zielwerte und Massnahmen zur Erreichung eigenständig festlegt.

*Dabei kann keiner alles machen.  
Aber niemand darf nichts tun.*

# NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS

## NATUR

### CO<sub>2</sub>-Reduktion/Energie

Arosa ist so organisiert, dass eine 2000-Watt-Gesellschaft möglich ist. In den Bereichen Bauen, Energie und Mobilität ist das Kriterium CO<sub>2</sub>-Emission ebenso wichtig wie die CHF-Kosten. In Arosa wird die Energie mit höchster Effizienz genutzt und erneuerbare Energien werden immer bevorzugt. Arosa organisiert die Energie weitestgehend autark. Der öffentliche Verkehr wird in Arosa priorisiert. Die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist innerhalb von 500 Metern von Siedlungen oder touristischen Angeboten (im Kern Arosa) erreichbar.

### Biodiversität

Arosa gestaltet Flächen und Anlagen ökosystemfreundlich und stellt die Biodiversität in den Vordergrund.

### Ressourcenmanagement

Arosa nutzt seine Ressourcen gewissenhaft und entwickelt sich zu einer Kreislaufwirtschaft. Abfall zu vermeiden, ist bei allen Prozessen das zentrale Kriterium. Wo dennoch Abfall anfällt, wird dieser optimal in den Kreislauf zurückgeführt.

## MANAGEMENT

### Strategie und Planung

Strategische und operative Entscheidungen werden in Arosa auf Basis von Nachhaltigkeitsaspekten gefällt. Dabei ist Wissen eine Voraussetzung. Dieses Wissen steht für alle zur Verfügung. Die Vernetzung zu Experten erfolgt über Schulungen und Informationsveranstaltungen sowie Beratung.

### Nachhaltige

### Angebotsgestaltung

Nachhaltigkeit ist immer ein Thema in Arosa. Bei allen Angeboten wird der Bezug zur Nachhaltigkeit transparent aufgezeigt. Es wird berichtet, was gut ist, wo die Chancen liegen und was zu optimieren ist. Ein jährlicher Nachhaltigkeitsbericht zeigt die Entwicklung in Arosa auf.

## ENKEL- TAUGLICHER TOURISMUS

## GESELLSCHAFT

### Lebensqualität

Leben, wo andere Ferien machen, ist ein Privileg, das den Einheimischen zugutekommt. Wer in Arosa arbeitet, kann sich das Leben und die Vorzüge leisten. Die Aroser Bevölkerung freut sich auf die Gäste und trägt massgeblich zur hohen Qualität des Tourismus bei. Die Lebensqualität der Einheimischen sichert und fördert die Erfolge im Tourismus.

### Inklusion

Barrierefreiheit, Gleichbehandlung/Diversität und Chancengleichheit sind wichtige Grundsätze, die von allen Akteuren gelebt und gepflegt werden. Ferien und Arbeit sind in Arosa für alle möglich, unabhängig von Geschlecht, Ethnie, sexueller Orientierung, Religion, Alter oder einer allfälligen Behinderung bzw. Einschränkung.

### Kultur

Arosa achtet, fördert und entwickelt das baukulturelle Erbe, die regionsspezifische Kultur sowie ihre Traditionen und stärkt damit regionale Identitäten in der Destination. Wirtschaft, Fortschritt und Innovation sind Teil der Aroser Kultur und verbinden sich mit dem (bau-)kulturellen Erbe.

## WIRTSCHAFT

### Ökonomische Sicherung

Tourismus ermöglicht Leben und Arbeiten in Arosa. Wirtschaftliche Entscheidungen fokussieren auf die Wertschöpfung für die Gemeinde Arosa. Regional produzierte Produkte werden bevorzugt. Produzenten und Abnehmer arbeiten partnerschaftlich unter Berücksichtigung von ökonomischen und marktwirtschaftlichen Grundsätzen zusammen.

### Mitarbeiter und wirtschaftliche Zusammenarbeit

In der Tourismusgemeinde Arosa sind Menschen das grösste Kapital – sowohl die Gäste als auch die Bevölkerung, welche immer primär Gastgeber ist. Wohlbefinden, Gesundheit und ökonomische Sicherheit der Bevölkerung bilden die Grundlage für qualitativ hochstehende Arbeit. Aroser:innen sind partizipativ in das System involviert und motiviert, für die Destination das Beste zu geben.

## Beitrag zu Arosa 2030 von Arosa Tourismus

### CO<sub>2</sub>-Reduktion/Energie

#### CO<sub>2</sub>-BILANZIERUNG

Einer der ersten Schritte zur CO<sub>2</sub>-Reduktion ist die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung. Sie dient zur Ermittlung der Ist-Situation. So können die grössten Hebel evaluiert werden, welche als Grundlage für den Absenkpfad der Destination dienen.

### Ressourcenmanagement

#### MEHRWEGSYSTEM

An der ArosaClassicCar konnten erste Erfahrungen mit Mehrweggeschirr gesammelt werden, welches in Zukunft an allen Events von Arosa Tourismus eingesetzt wird.

### Lebensqualität

#### GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ

Teamkollegen bei Arosa Tourismus erhalten kostenlose wöchentliche Yogakurse sowie Zugang zum Krafraum. Zudem erhielt das Team eine individuelle Beratung zur Ergonomie am Arbeitsplatz.

### Inklusion

#### TAG DER GUTEN TAT

Bereits zum dritten Mal hat Arosa Tourismus Kinder des Asyl- und Transitentrums für einen Tag ins Arosa Bärenland eingeladen.

### Strategie, Planung, Umsetzung

#### VISIONSWORKSHOP

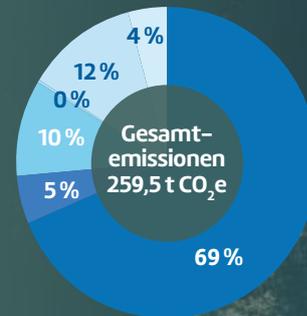
Arosa Tourismus hat an einem Teamabend die vier passendsten Richtlinien besprochen und überlegt, wie diese im Alltag umgesetzt werden können.

### Nachhaltige Angebotsgestaltung

#### Arosa Akademie

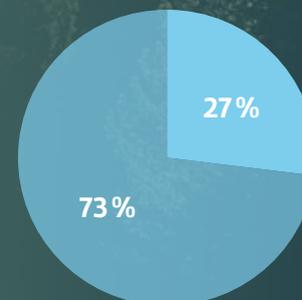
Auf der Plattform Arosa Akademie finden Gäste Angebote rund ums Thema Nachhaltigkeit. Wissensvermittler werden so auf einfache Weise mit Wissensdurstigen vernetzt.

CO<sub>2</sub>-Bilanz Arosa Tourismus inkl. Betrieb Sport- und Kongresszentrum



- Energie
- Mobilität
- Transport
- Verpflegung/Getränke
- Material
- Abfall und Recycling

Buchungen auf arosa.swiss mit/ ohne Klimaschutzbeitrag



- Anzahl Buchungen mit Klimaschutzbeitrag
- Anzahl Buchungen ohne Klimaschutzbeitrag

# Beitrag zu Arosa 2030 von VivArosa

VivArosa und die Stammgäste verstehen die Notwendigkeit einer Verbesserung der Nachhaltigkeit in unserer Feriendestination.

Unser Motto: «Als Vorstand in der Nachfolgethematik auf die Umwelt Einfluss zu nehmen. Entsprechend empfehlen wir umweltschonendes Verhalten und zählen auf die Freiwilligkeit der Vereinsmitglieder in der Umsetzung.»

In einem gemeinsamen Workshop mit Arosa Tourismus wurden mögliche Beiträge von VivArosa zur Nachhaltigkeitsstrategie Arosa 2030 evaluiert und folgender Fokus festgelegt.

Umweltthematik auf allen Ebenen ansprechen und konkrete Massnahmen treffen:

- An-/Abreise wo möglich mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Verzicht auf Shoppingtouren, Einkaufen und Bezug von Dienstleistungen vor Ort
- CO<sub>2</sub>-Verbrauch messbar machen/substituieren (vier Vorstandsmitglieder messen ihren CO<sub>2</sub>-Verbrauch im Umweltmonitoring und tragen zur Messbarkeit für Zweitwohnungen in KlimDest bei)
- Mit Investitionen zu CO<sub>2</sub>-neutralem Energieverbrauch in der Erst- und Zweitdestination beitragen (bedeutende Kosten!)
- Generell ressourcenschonendes Verhalten zu Hause und am Ferienort
- Nachhaltigkeitsthemen im VivArosa Newslettern kommunizieren und am Info-Workshop vom 4. November 2023 Sensibilisierung der Mitglieder/Gäste



# MARKETING UND KOMMUNIKATION



**Marion Schmitz**  
Stv. Tourismusdirektorin  
Leitung Marketing und Kommunikation

Das Marketing- und Kommunikationsteam von Arosa Tourismus hat einen abwechslungsreichen Tätigkeitsbereich. Wir dürfen mit Arosa eine attraktive und vielseitige Destinationsmarke bewerben und an den Gast bringen. Mit Innovation, Passion, Trendbewusstsein und Flexibilität streben wir täglich danach,

für Bekanntheit zu sorgen und zahlreiche Besucher nach Arosa zu holen. Die Begeisterung der Gäste steht dabei im Fokus aller Massnahmen und wir setzen uns jeden Tag dafür ein, dass Arosa als innovative, leistungsstarke, kreative, nachhaltige und sympathische Feriendestination der Alpen erlebt wird.



# Rückblick Geschäftsjahr 2022/23



**7599**

Medienberichte



**48**

Medienschaffende auf Medienreise in Arosa



**57 556**

Facebook-Follower über 4 Kanäle



**42 761**

Instagram-Follower über 4 Kanäle



**2803**

Social-Media-Posts



**332 340**

Interaktionen auf Social Media



**255 547**

erreichte Personen über  
19 versendete Newsletter



**1,7 Mio.**

Sitzungen auf arosa.swiss



**170 000**

Sitzungen auf baerenland.swiss

# Kampagnenrückblick

Auch im letzten Tourismusjahr wurden zahlreiche Marketingaktivitäten umgesetzt. Die folgenden Highlights geben einen kleinen Einblick in das vielseitige Portfolio von Arosa. Jede Kampagne wird mit grosser Sorgfalt geplant, um unsere Botschaften authentisch, kraftvoll und zielgruppenkonform zu übermitteln.



- **AROSA BÄRENLAND:**
- – Plakatkampagne
- – Online-Kampagne
- – Social Media
- – Guerilla-Aktion Bärenatzen
- – PR/Medienarbeit
- – Newsletter
- – Sonderausstellung «Die Heimkehr der Bären»
- – Flyer
- – Printwerbung
- – Blog
- – Schulvorträge
- – Promo



- **ALL-INCLUSIVE:**
- – Online-Kampagne
- – Social Media
- – Flyer
- – Printwerbung
- – Newsletter
- – TV-Werbung



- **HITZEKAMPAGNE:**
- – Online-Kampagne
- – Social Media
- – Newsletter
- – PR/Medienarbeit



# MARKETING UND KOMMUNIKATION



## NOVEMBERHOCH:

- Plakatkampagne
- Online-Kampagne
- Social Media
- PR/Medienarbeit
- Newsletter



## AROSA LENZERHEIDE:

- Neuer Werbefilm
- Online-Kampagne



## SKISCHULE INKLUSIVE:

- Neuer Werbefilm
- Plakatkampagne
- Online-Kampagne
- Social Media
- Printwerbung
- TV-Werbung
- Newsletter



## ROMANDIE:

- Bärenland und Skischule inklusive
- Plakatkampagne
- Online-Kampagne
- TV-Werbung

## FRÜHLINGSKAMPAGNE:

- Online-Kampagne
- Social Media
- Newsletter



# Aus zwei mach eins

**Janine Ryser**  
Teamleiterin MICE und Events



Das MICE-Team und das Event-Team spannen wieder zusammen und agieren als ein Team, wie früher. Ab dem neuen Geschäftsjahr arbeiteten beide Teams enger zusammen, Stärken wurden gezielter eingesetzt und gegenseitige Unterstützung führte zu effizienteren Arbeitsweisen und weiterhin qualitativ hochwertigen Anlässen in beiden Abteilungen.

Zwei Jahre nach dem Ausbruch der Pandemie war diese ab dem Sommer 2022 hinsichtlich Events kein Thema mehr. Ohne Auflagen und Unsicherheiten wurden Geschäftsanlässe, Schulreisen und bekannte Arosa-Events mit viel Leidenschaft und Know-how geplant und umgesetzt.

Nach einem bekanntlich ruhigen Mai startete das MICE-Business im Juni mit einer erfolgreichen Durchführung der Generalversammlung der Rhätischen Bahn. Des Weiteren fanden viele Schulklassen den Weg nach Arosa, vergnügten sich im Seilpark und besuchten das Arosa Bärenland. Der bisher in der Adventszeit durchgeführte Seniorennachmittag fand ebenfalls im Juni zusammen mit dem Frauenverein Arosa statt.

In den ruhigeren MICE-Monaten Juli und August hiess es volle Konzentration auf die bevorstehenden Grossevents. Die 51. Austragung des Nissen Cups, die 6. Hörnli Trailjagd (mittlerweile umbenannt zum Bike Kingdom Hunt Arosa) und das 9. Kinderland Openair lockten viele Athlet:innen, begeisterte Biker:innen und Familien ins Bergdorf. Wiederum bike-lastig war der August: Family Bike Vibes, SPAR Swiss Epic und Grisca Trail Ride versprachen viel Action und unvergessliche Momente mit der Familie. Bei der Jubiläumsaustragung des Handball Unternehmer:innen Forums konnten beachtliche 20 000 CHF an den Schweizer Handballnachwuchs gespendet werden.

Hochsommer vorbei, Eventsommer noch lange nicht: Traditionell am ersten Wochenende im September verwandelte die Arosa ClassicCar unser idyllisches Dorf wieder in das «Little Monaco» der Schweizer Berge. Bereits zum 18. Mal durfte das OK am Sonntag bei strahlendem Sonnenschein zufrieden auf vier erfolgreiche Eventtage mit zahlreichen Oldtimer-Fans und Motorsportbegeisterten zurückblicken. Bei der vierten Ausgabe des Gastro Festivals bewiesen die lokalen Gastronomiebetriebe erneut, dass Arosener Gäste kulinarisch auf einer grossen Bandbreite verwöhnt werden können. Der erste Schnee fiel kurz vor der Premiere des X-Warriors. Die eiskalten Temperaturen hielten die Teilnehmer:innen des Obstacle Races aber nicht davon ab, durch Flüsse, über Baumstämme und unter Hängeseilen die herausfordernden Parcours zu meistern – ein Anlass mit Zukunft.

Die jährliche Generalversammlung der Arosa Bergbahnen, Incentives von namhaften Firmen und kleinere Kongresse und Seminare belebten auch das Sport- und Kongresszentrum in den Herbstmonaten.

Abgeschlossen wurde der Sommer durch das Arosa Mundartfestival, welches mit einem Mani-Matter-Abend zum 50. Todestag des Chansonniers Mani Matter eröffnet wurde. Ein voller Erfolg in der Mundartszene mit Liveübertragungen von SRF.

Arosa wurde weiss, der Winter stand bevor. Schon zu Saisonbeginn waren die Schneeverhältnisse jedoch nicht auf unserer Seite. So mussten die FIS-Rennen kurzfristig nach hinten verschoben werden, und auch der Aufbau für den FIS Ski Cross World Cup war eine Punktlandung bei eiskalten Temperaturen. 180 000 Zuschauer:innen verfolgten das Nachtrennen auf SRF2, 2000 treue Fans feuerten die Athlet:innen bei knapp minus 17 Grad an der Strecke an – ein reibungsloser Event. Gleichzeitig ein paar Höhenmeter weiter oben: die 31. Austragung des Arosa Humorfestivals mit namhaften Künstler:innen. 24 Gruppen genossen einen von A bis Z rundum betreuten Besuch des Festivals durch das MICE-Team.

Sitzungen von Stockwerkeigentümergeellschaften, der Arthroscopiekurs, die Vollversammlung der Skischule Arosa sowie das jährliche Zusammenkommen der Stammgäστεvereinigung VivArosa brachten im Dezember Leben in die Kongressräumlichkeiten.

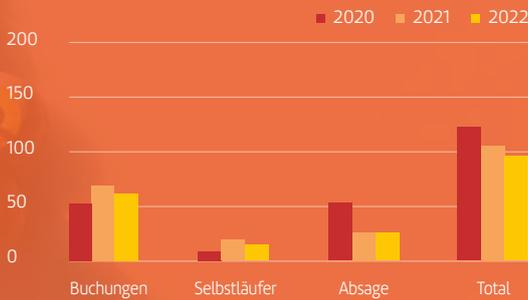
Nach zwei Jahren Pause kämpften im Januar auch endlich wieder die internationalen Fussballstars um die inoffizielle Schneefussballweltmeisterschaft – spannende Spiele mit Elfmeterentscheidungen sowie wertvolle Netzwerkanlässe zeichnen diesen Event jährlich aufs Neue aus. Die angespannte Schneelage beeinflusste auch den 19. Swiss Snow Walk & Run – die Strecke auf das Weisshorn konnte nicht rechtzeitig fertiggestellt werden. Schrille Farben, gute Laune und legendäre Partys prägten die mittlerweile nicht mehr wegzudenkende Arosa Gay Skiweek Ende Januar.

Während im Februar Arosa hauptsächlich durch Individualgäste besucht wurde, konnte sich das Events- und MICE-Team voller Elan auf die letzten Veranstaltungen im Winter vorbereiten. Der 46. Ärztekongress, die 10. CEO Olympiade und eine weitere Ausführung des Live is Life rundeten den Eventwinter erfolgreich ab. Auch zwei grosse Firmenanlässe – die Skiweekends von ti&m sowie der UMB – wurden detailliert organisiert und zur vollen Zufriedenheit aller Gäste durchgeführt. Weitere, zahlreiche Vereine und Firmen kamen im Winter in den Genuss einer Gesamtorganisation ihres Anlasses – grösstenteils Skiweekends – durch das MICE-Team.

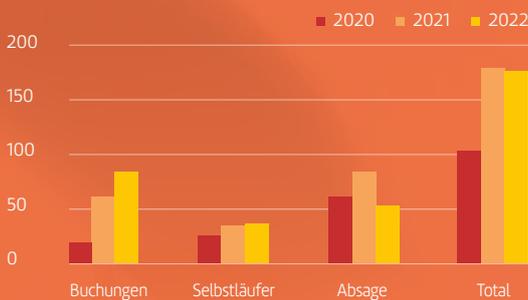
# MICE UND EVENTS

## JAHRESVERGLEICH INCENTIVES

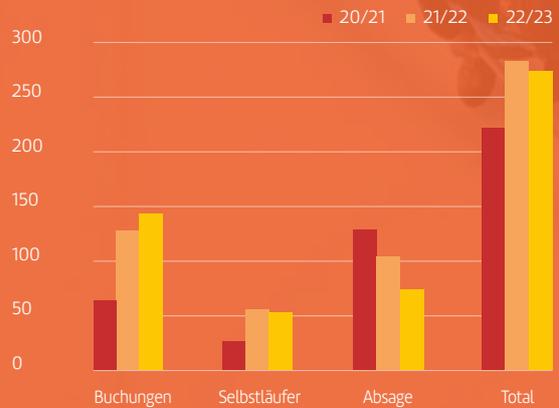
### Sommer



### Winter



### Sommer/Winter total





## Gästkontakte gegenüber Vorjahr

### Sommer



↘ **-23 %**  
Telefonkontakte



↗ **+15 %**  
E-Mail-Kontakte



↘ **-28 %**  
Schalterkontakte

### Winter



↘ **-26 %**  
Telefonkontakte



↘ **-41 %**  
E-Mail-Kontakte



↘ **-4 %**  
Schalterkontakte



**Andrea Mende**  
Teamleiterin Gästeinformation

## Nach COVID-19 kehrt Normalität zurück

Die Reisefreude der Gäste ist zurück, das Leben hat seinen Rhythmus gefunden und Veranstaltungen sind wieder im Gange. Stolz blicken wir auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2022/23 zurück.

## Sommer 2022

Im Sommer 2022 kamen viele Gäste aufgrund des attraktiven All-inclusive-Angebots sowie des Arosa Bärenlands nach Arosa. Auch Wandern und Biken zeichneten sich als beliebte Aktivität anhand der Informations- und Beratungsgespräche an der Gästeinformation ab. Zudem durften wir diesen Sommer die Freude der Familien über unsere vielseitigen Angebote spüren.

Die Nachfrage für die digitale Ausstellung der Gästekarte hat zugenommen, jedoch ist der Wunsch nach der physischen Gästekarte immer noch da. Die Anzahl der Französisch sprechenden Gäste war erfreulich hoch und deutet auf den Erfolg unserer Marketingkampagnen hin.

## Winter 2022/23

Der Winter 2022/23 war geprägt von vielen Gruppenanfragen und dem wenigen Schnee. Die Anfragen für grössere Wohnungen für über zehn Personen haben enorm zugenommen. Die herausfordernde Schneesituation löste bei vielen Gästen Begeisterung für unsere Alternativprogramme aus, wie Schlitteln, Eislaufen und Curling. Die Gäste waren trotz dem wenigen Schnee sehr zufrieden mit den Skipisten und Langlaufloipen in Arosa.

In diesem Winter haben wir unser Merchandise-Angebot überarbeitet und gestrafft, um unseren Gästen ein attraktives und überschaubares Angebot zu bieten. Zudem werden neu ein Arosa-Rucksack und Cardholder von Got Bag – aus recyceltem Plastik – sowie ein Arosa-Skibrillenschutz im Sortiment angeboten.

Des Weiteren beschäftigen wir uns mit effizienten und zeitgemässen Arbeitsabläufen. Über den feratel-Webclient-Zugang können die Leistungsträger zukünftig ihre Betriebsinträge und Öffnungszeiten für die verschiedenen Saisons eigenständig bewirtschaften und pflegen. Bis dato wurde dies sehr zeitaufwendig von der Gästeinformation bewerkstelligt.

## Ausblick Sommer 2023

Der Sommer 2023 bringt einige Neuerungen mit sich. Ab Mitte Juni 2023 wird das RhB-Team vom Bahnhof Arosa auch den Gästeinformationsservice anbieten. Gäste, welche mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, werden zentral am Bahnhof Arosa über die aktuellen Angebote in Arosa informiert und beraten.

Ein weiteres Projekt, welches diesen Sommer angegangen wird, ist das Projekt Tourist Office 3.0. Die Räumlichkeiten der Gästeinformation werden neu gestaltet mit digitalen und Angebot von Arosa bieten zu können.

## Personal

Im Geschäftsjahr 2022/23 stand die Gästeinformation unter der Leitung von Andrea Mende. Anfang April verlässt Astrid Schmid das Team aufgrund ihrer geplanten Australienreise. Mitte April verlässt Andrea Mende nach sieben Jahren das Gästeinformationsteam aufgrund einer neuen Herausforderung als Leiterin Guest Relations bei Gstaad Saanenland Tourismus.

Im neuen Geschäftsjahr 2023/24 wird die Leitung der Gästeinformation von Claudio Föhn übernommen. Claudio ist bereits Teil vom Arosa-Tourismus-Team und bringt als Projektleiter Arosa 2030 umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Nachhaltigkeit mit. Das Team wird sich neben den herkömmlichen Aufgaben neu gemeinsam um nachhaltige Projekte und Arosa 2030 kümmern.

Das Team der Gästeinformation blickt positiv auf den Sommer 2023, ist gespannt auf die Entwicklung der angehenden Projekte und freut sich auf viele begeisterte Arosa-Gäste im Geschäftsjahr 2023/24.



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

## Erfolgreiche Fortschritte im digitalen Bereich

### Optimierung elektronisches Meldewesen und digitale Gästekarte

Im Geschäftsjahr 2022/23 konnten diverse Optimierungen am elektronischen Meldewesen sowie an der digitalen Gästekarte vorgenommen werden.

So ist es grösseren Leistungsträgern und Hotels nun möglich, Bärenlandtickets auf die bereits bestehende Gästekarte aufzubuchen, und die Gäste können ohne Anstehen direkt durchs Drehkreuz beim Arosa Bärenland durchlaufen.

Zusätzlich wurde der Prozess des Scannens bei einzelnen Partnerbetrieben mit neuen Scannern weiter vereinfacht und verschnellert.

Auf das Geschäftsjahr 2023/24 sind weitere Digitalisierungsschritte geplant, sodass man beispielsweise auch selbst über den Webshop das Bärenlandticket auf die bestehende Gästekarte zubuchen kann.

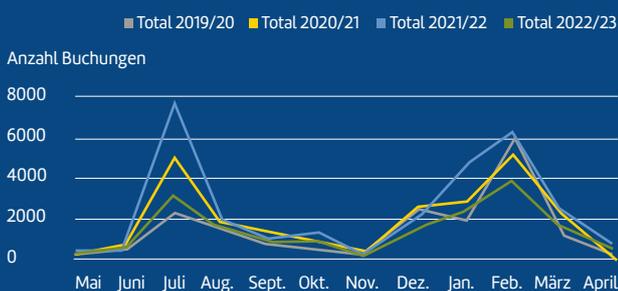
### Umsatz Deskline 2022/23 mit Jahresvergleich (Aufsplittung nach Verkaufskanälen und Leistungsträgern)

	Total 2021/22	Total 2022/23	% zu VJ	Hotel 2021/22	Hotel 2022/23	% zu VJ	FeWo 2021/22	FeWo 2022/23	% zu VJ
Gästeinfo	CHF 158 147.70	CHF 53 404.20	-66,23 %	CHF 13 044.25	CHF 7 133.30	-45,31 %	CHF 145 103.45	CHF 46 270.90	-68,11 %
Internet	CHF 895 345.01	CHF 544 715.51	-39,16 %	CHF 147 180.22	CHF 150 931.92	2,55 %	CHF 748 164.79	CHF 393 793.59	-47,37 %
Schnittstellen	CHF 1076 437.13	CHF 745 733.72	-30,72 %		CHF 1058.00		CHF 1076 437.13	CHF 744 675.72	-30,82 %
Packages**	CHF 106 294.00	CHF 131 249.00	23,48 %	CHF 106 294.00	CHF 131 249.00	23,48 %			
<b>Total</b>	<b>CHF 2 236 223.84</b>	<b>CHF 1 475 102.43</b>	<b>-34,04 %</b>	<b>CHF 266 518.47</b>	<b>CHF 290 372.22</b>	<b>8,95 %</b>	<b>CHF 1 969 705.37</b>	<b>CHF 1 184 740.21</b>	<b>-39,85 %</b>

\*\* Packages wurden nur für Hotels angeboten.

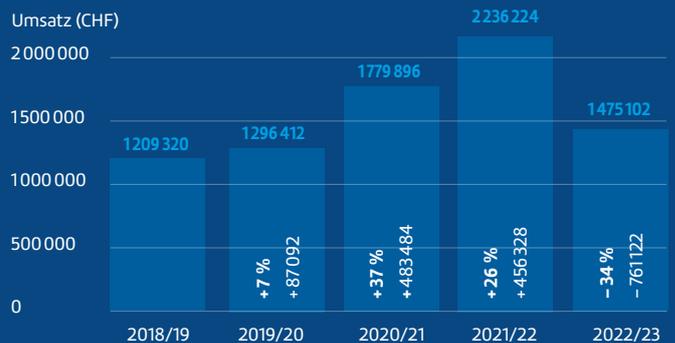
### Logiernächte Entwicklung Deskline

Effektive Buchungen (Hotels und Fewo inkl. Packages) im 4-Jahres-Vergleich



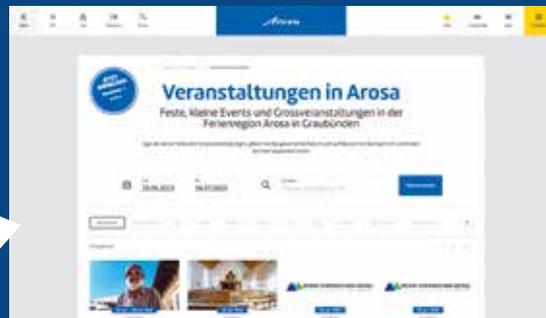
### Gesamtumsatz Deskline

Buchungen Hotels, Ferienwohnungen, Packages

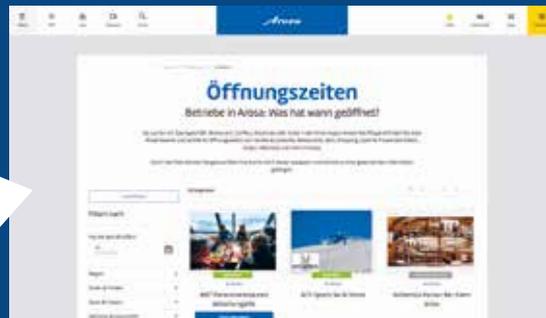


## Neudesign des Veranstaltungskalenders und der Seite heute geöffneter Betriebe – Zahlung per TWINT

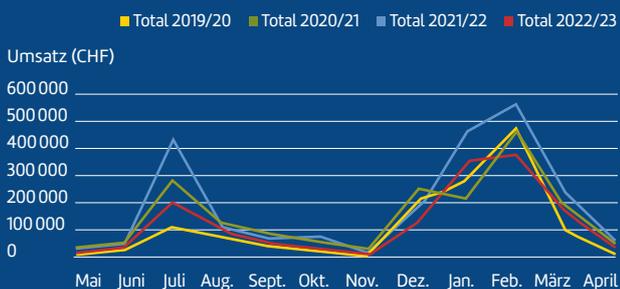
Auf der Website arosa.swiss wurden Anpassungen vorgenommen, um die Benutzerfreundlichkeit weiter zu verbessern und die Bedürfnisse der Gäste noch besser abzudecken. So wurde der Veranstaltungskalender komplett überarbeitet und den Bedürfnissen der Gäste angepasst.



Gleichzeitig besteht neu die Möglichkeit zu suchen, welche Betriebe am Tag X geöffnet haben. So erhält man auch eine Vorschau für die kommenden Tage, wer wann geöffnet hat.



## Effektiver Umsatz total pro Monat aller Kanäle der letzten vier Jahre



Ebenfalls kann seit der Wintersaison unkompliziert via TWINT eine Unterkunft oder auch nur eine touristische Leistung wie z. B. ein Arosa-Kultur-Ticket über unseren Webshop bezahlt werden.

So wurden seit Livegang bereits mehr als 35 Prozent aller Buchungen via TWINT bezahlt.

# DESKLINE UND DIGITALISIERUNG

## Rekordjahr kann nicht getoppt werden

An die Buchungs- und Umsatzzahlen aus dem Rekordjahr 2021/22 konnte man nicht anknüpfen.

Der effektive Umsatz liegt gegenüber dem Vorjahr um 34 % tiefer und lag bei CHF 1 475 102.43.

Total konnten so 1027 Unterkunftsbuchungen generiert werden, dies entspricht 116 Unterkunftsbuchungen weniger. Den stärksten Rückgang gab es im Sommermonat Juli.

## Umsatz und Infos zu Aktivitäten

Erfreulicherweise konnte dafür der Umsatz von gebuchten Aktivitäten weiter gesteigert werden mit einem Plus von 19 % gegenüber dem Vorjahr.

So können nun seit Herbst 2022 auch diverse Events von Arosa Kultur einfach über den Webshop gekauft werden, was die Vermarktung der einzelnen Events deutlich vereinfacht. Es wurden auch bereits deutliche Umsatzsteigerungen von einzelnen Events erzielt.

### Umsatzzahlen feratel Deskline (in CHF)

	Total 2021/22	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April
Gästeinfo	158148	454	164	43482	7906	3252	2548	450	0	40081	41716	8096	0
Internet	895345	7674	14418	209100	46938	35659	26822	1731	72203	138402	230071	88274	24053
Schnittstellen	1076437	15171	14719	176072	53544	23712	36535	1654	109515	192823	298219	122617	31858
Pauschalen	106294	0	0	4260	0	1985	0	0	1275	96764	2010	0	0
<b>Total</b>	<b>2236224</b>	<b>23299</b>	<b>29301</b>	<b>432915</b>	<b>108387</b>	<b>64608</b>	<b>65905</b>	<b>3834</b>	<b>182993</b>	<b>468070</b>	<b>572015</b>	<b>228987</b>	<b>55911</b>
Entw. im Vgl. zum Vorjahr	26 %	84 %	-37 %	52 %	-13 %	-22 %	19 %	-80 %	-26 %	114 %	25 %	24 %	25 %

	Total 2022/23	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April
Gästeinfo	53404	0	4767	5835	3893	2276	94700	1003	4074	7786	12892	9931	0
Internet	544716	1071	8515	79065	40657	16746	12391	1773	48915	98700	160119	63550	13213
Schnittstellen	745734	1574	15973	114302	48124	28489	29949	2897	70552	114939	205271	91951	21712
Pauschalen	131249	0	0	0	0	0	0	0	0	131249	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1475102</b>	<b>2645</b>	<b>29255</b>	<b>199201</b>	<b>92674</b>	<b>47511</b>	<b>43288</b>	<b>5672</b>	<b>123540</b>	<b>352675</b>	<b>378283</b>	<b>165433</b>	<b>34925</b>
Entw. im Vgl. zum Vorjahr	-34 %	-89 %	-0,16 %	-54 %	-15 %	-26 %	-34 %	48 %	-32 %	-25 %	-34 %	-28 %	-38 %

### Buchungen Aktivitäten/touristische Leistungen (in CHF)

	Total 2021/22	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April
Expert Client	3057	0	0	0	2114	300	0	0	195	58	195	0	195
Internet	45604	0	352	3024	3664	2248	2701	288	3752	9444	9001	8902	2228
Total Umsatz	48661	0	352	3024	5778	2548	2701	288	3947	9502	9196	8902	2423
Total Buchungen	306	0	4	30	48	25	27	4	31	39	37	50	11
Umsatzentw. im Vgl. z. Vorjahr	-63 %	0 %	-99 %	-98 %	-94 %	-95 %	-94 %	-95 %	-97 %	-97 %	-98 %	-95 %	-93 %

	Total 2022/23	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April
Expert Client	4970	0	0	0	0	1500	0	0	195	1550	920	690	115
Internet	52953	0	962	1751	1801	11878	2274	0	2701	8826	11530	7315	3915
Total Umsatz	57923	0	962	1751	1801	13378	2274	0	2896	10376	12450	8005	4030
Total Buchungen	678	0	7	17	30	195	26	0	31	113	127	92	40
Umsatzentw. im Vgl. z. Vorjahr	19 %	0	173 %	-42 %	-69 %	425 %	-16 %	-100 %	-27 %	9 %	35 %	-10 %	66 %







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

# Energieeffizienz und Nachhaltigkeit im Fokus

## IT: Hardware/Software

Um effizientes Arbeiten im Büro oder im Homeoffice zu garantieren, sind wir stets besorgt, unsere IT-Hardware auf hohem Niveau zu halten. Entsprechend wird auch in regelmässigen Abständen die IT-Infrastruktur ersetzt. Die Mitarbeiter:innen erhielten zudem alle kabellose Tastaturen und Mäuse, um ergonomisch besser arbeiten zu können.

Im Seminarbereich wurden zusätzliche Grossbildschirme installiert, als Ersatz für die schon etwas in die Jahre gekommenen Beamer. Jetzt kann auch bei hellem Tageslicht eine Präsentation ohne Qualitätseinbussen gezeigt werden.

## Kongresstechnik

Nach fast eineinhalb Jahren Warten haben wir die neuen Funkstrecken und Mikrofone endlich erhalten. Die neuen Geräte arbeiten nun alle im digitalen Frequenzband und haben qualitativ ein Topniveau. Zusätzlich wurde die Ansteuerung der ganzen Kongressanlage vereinfacht und so vorbereitet, dass sie auch von Gästen je nach Wunsch verwendet werden kann. Zusätzlich wurde der Netzwerkbereich im Kongresszentrum mit neuen Switches ausgebaut, um unseren Gästen stets eine schnelle Netzanbindung anbieten zu können.

## Anlagen

### Technischer Unterhalt Eishalle/OKEB

Wir versuchen, unsere Anlagen stets energieeffizienter und nachhaltiger umzubauen. Dieses Jahr durften wir die ganze Beleuchtung der Offenen Kunsteisbahn (OKEB) auf LED umrüsten. Früher standen vier grosse Beleuchtungsmasten mit je zweimal 2000-Watt-Scheinwerfern auf der OKEB, um das

Eis oder im Sommer den Fussballplatz zu beleuchten. Eine Energie von 16 000 Watt wurde verbraucht, wenn alle Scheinwerfer angeschaltet waren. Mit der neuen LED-Flutlichtanlage, welche wir zusammen mit der Firma Stagelight verbauen durften, benötigen wir bei Volllast nur noch knapp 9000 Watt, wir können somit fast die Hälfte an Energie einsparen.

Auch in der Eishalle haben wir die bestehende Beleuchtung mit 36 1000-Watt-Scheinwerfern in Eigenregie mit dem Sportanlagen-Team auf eine LED-Beleuchtung umgerüstet. Die neuen Scheinwerfer verbrauchen nur noch 250 Watt pro Scheinwerfer und sind fernsehtauglich. Auch bei dieser Umrüstung können wir also drei Viertel der Energie im Vergleich zu früher einsparen.

Weiter durften wir die Garderobe 1 komplett sanieren. Hier wurden alle WC-Anlagen und Duschen erneuert, neue Böden verlegt und auch die Wände neu gestrichen. Auch die Duschen wurden mit einem leicht zu reinigenden neuen Wandbelag versehen.

Bei der Kontrolle der Gebäudeversicherung wurde bemängelt, dass sich im Treppenhaus keine Gegenstände befinden dürfen. Wir haben nun beim Abgang zu unserem Kongresssaal durch den Einzug einer neuen Wand mit einer Sicherheitstür einen zusätzlichen Lagerraum geschaffen. Hier können nun diverse Materialien des Kongressbetriebes gelagert werden.



# Erfolgreiches Jahr

Angela Buxhofer  
Geschäftsführende Präsidentin



**Der Verein Arosa Kultur kann auf ein erfolgreiches Vereinsjahr 2021/22 zurückblicken. Die Musik-Kurswochen haben sich mit 1369 Teilnehmenden von der Coronapandemie erfolgreich erholt. Auch alle Konzerte konnten wieder planmässig stattfinden. Sie waren im Winter coronabedingt noch etwas verhalten besucht, aber der Kultursommer fand wieder hohen Anklang bei den Besucherinnen und Besuchern.**

## PROJEKTE

### Musik-Kurswochen Arosa

Zu den 36. Musik-Kurswochen Arosa konnten wir 1369 Teilnehmende an den 131 verschiedenen Kursen begrüßen. Damit wurde der hohe Stand vor der Pandemie wieder erreicht. Im Einsatz standen rund 200 Kursleitende. Bei der Durchführung der Musik-Kurswochen Arosa konnten wir wieder auf die gute Zusammenarbeit mit der Aroser Hotellerie zählen. Mit ihrer Provision leisten die Hotels einen namhaften Beitrag an die Musik-Kurswochen Arosa. Auch die Meisterkurse waren wieder sehr gut besucht, da die Studierenden aus dem Ausland grösstenteils wieder teilnehmen konnten.

### Winterfestivals

Das Arosa Musik Festival wurde wieder auf zwei Formate aufgeteilt: Arosa Sounds für Jazz, Blues und Rock sowie Arosa Klassik Festival für klassische Konzerte.

Das Arosa Sounds 2022 fand vom 3. bis 5. Februar statt. Acht Konzerte wurden durchgeführt. Die Konzerte waren mit rund 250 Besucher:innen eindeutig schlechter besucht als vor Corona.

Das Arosa Klassik Festival 2022 fand vom 22. bis 26. März statt. Sechs klassische Konzerte wurden durchgeführt. Drei Konzerte fanden mit Beteiligung von Gewinnern des Hans-Schaeuble-Awards statt, das CSI war mit dem Bläserensemble zu Gast. Die Konzerte wurden von 298 Personen besucht. Auch hier war eindeutig ein Besucherrückgang zu spüren, welcher sicher auch mit der unsicheren Coronasituation im Zusammenhang stand.

### Kultursommer Arosa

Der Kultursommer 2022 fand vom 8. Juni bis 21. Oktober mit folgenden Veranstaltungen statt: 15 Bergkirchli-Konzerte, 1 Theaterabend, 1 Tanzabend, 3 Volksmusikkonzerte, 1 Rockkonzert, 4 Lesungen, 2 Vorträge, 1 Jazzkonzert, 1 Klassikkonzert, 3 Operaufführungen und 6 Kinderanlässe. Dazu kamen 56 Konzerte und Kursabschlusskonzerte der Musik-Kurswochen Arosa sowie die Konzerte der «Jungen Talente». Die insgesamt 94 Veranstaltungen wurden von 2603 Personen besucht.

### Junge Talente im Konzert

Zusammen mit dem Orchestra della Svizzera italiana OSI und dem Conservatorio della Svizzera italiana CSI wurde ein kammermusikalisches Förderprojekt entwickelt, das für November 2021 geplant war und wegen Corona im Juli 2022 zum ersten Mal realisiert wurde. Sieben Student:innen des Pre-College-Studienganges des CSI haben zusammen mit dem Konzertmeister des OSI, Robert Kowalski, ein kammermusikalisches Programm einstudiert und in Arosa und Lugano aufgeführt.

## JAHRESRECHNUNG

In finanzieller Hinsicht verlief das vergangene Geschäftsjahr erfreulich. Bei einem Umsatz von rund 1,41 Millionen Franken musste nur ein kleiner Verlust von CHF 2199.24 ausgewiesen werden.

## STABILE MITGLIEDERZAHLEN

Die Zahl der Mitglieder von Arosa Kultur ist im Vergleich zum Vorjahr (650) leicht gesunken. Per Ende Vereinsjahr 2022 zählte der Verein 10 Donator:innen (+2), 146 Gönner:innen (-1), 105 Familien (-6) und 111 (-2) Einzelmitglieder. Da Familienmitglieder, Gönner:innen und Donator:innen doppelt gezählt werden, beträgt die Zahl der Vereinsmitglieder 633.

# Verschiedene Projekte 2021/22

## Musik- Kurswochen Arosa von Juni bis Oktober 2022

131 verschiedene  
einwöchige Kurse  
202 Kursleitende  
1369 Teilnehmende  
56 Abschluss-  
konzerte

Alter: 5 bis 89 Jahre  
56 % Frauen,  
35 % Männer, 9 % Kinder  
Herkunft: 90 % Schweiz,  
8 % Europa,  
2 % Übersee

**Arosa Sounds Festival**  
3. bis 5. Februar 2022  
8 Konzerte  
250 Besucher:innen  
(tiefe Besucherzahlen  
wegen Corona)

**Arosa Klassik  
Festival**  
22. bis 26. März 2022  
6 Konzerte  
298 Besucher:innen

**Winterkonzerte**  
19. Dezember 2021  
bis 5. April 2022  
28 Veranstaltungen  
768 Besucher:innen

**Kultursommer  
Arosa, 8. Juni bis  
21. Oktober 2022**  
38 Veranstaltungen  
1674 Besucher:innen

**Junge Talente  
im Konzert**  
5. bis 9. Juli 2022  
7 Junge Talente im  
Förderprogramm  
Konzerte in Arosa  
und Lugano



## ZUSAMMENSETZUNG VORSTAND UND GESCHÄFTSSTELLE AROSA KULTUR

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

## Herzlichen Dank!

Der Vorstand dankt allen, die zum Gelingen der verschiedenen Projekte von Arosa Kultur beigetragen haben: beiden Kirchgemeinden, der Gemeinde Arosa, Arosa Tourismus, der Kulturförderung Graubünden, den Arosa Bergbahnen, verschiedenen Stiftungen, Donator:innen, Gönner:innen und Vereinsmitgliedern sowie allen, die unserem Verein tatkräftig finanziell oder ideell zur Seite stehen! Herzlichen Dank!

## KENNZAHLEN

633 Vereinsmitglieder  
Umsatz: CHF 1410 000.00  
Verlust: CHF 2200.00





Carla Gabrí  
Leiterin Kulturfachstelle Arosa Schanfigg

## «Willkomma bin ünsch» im Bergtal Schanfigg

Seit der Einführung des neuen Tourismusgesetzes per 1. Juni 2021 fällt die touristische Vermarktung des Tals Schanfigg in den Zuständigkeitsbereich von Arosa Tourismus. Nach einer einjährigen Findungsphase markiert das Geschäftsjahr 2022/2023 den Start einer produktiven Zusammenarbeit zwischen den Tourismusvereinen, der Kulturfachstelle Arosa Schanfigg und Arosa Tourismus.

Auf der Basis des im Vorjahr entwickelten Strategiepapiers für die Vermarktung des Tals wurden wegweisende Marketingmassnahmen umgesetzt. Auf eine grosse Resonanz stiess die Reportagenreihe «zTal und zBerg. Schanfigger Momentaufnahmen» in der Aroser Zeitung, in der Personen hinter den Natur-, Genuss-, Bewegungs- und Kulturangeboten im Tal porträtiert werden. Die Reihe liest sich als Kombination einer gezielten, aber entschleunigt fundierten Marketingmassnahme für die vielfältigen Tourismusangebote im Tal. Die gesammelten Reportagen sollen zu einem späteren Zeitpunkt in eine Buchpublikation münden, womit die Reportagenreihe nicht nur als temporäre Marketingmassnahme, sondern auch als nachhaltige, kulturell relevante Dokumentation der Talaktivitäten zu verstehen ist.

Im Dialog mit den Tourismusvereinen wurde ausserdem die Platzierung des Bergtals Schanfigg auf der Website von Arosa Tourismus strukturell und visuell optimiert. Als Orientierung diente die gemeinsam ausgearbeitete Marketingstrategie, wodurch Gäste die touristischen Schwerpunkte im Tal – Wandern, Kultur, Genuss und Erlebnis – unmittelbar und informativ wahrnehmen können.

Mit Blick auf die touristischen Produkte im Tal sind der Dörfnerweg Schanfigg, der Schanfigger Höhenweg sowie die kulturellen Angebote – insbesondere die neu konzipierten «Walser Kulturtage im Schanfigg» – erwähnenswert. Die Produkte konnten über die Platzierung in verschiedenen Printformaten und über das regelmässige Ausspielen über die Onlinekanäle von Arosa Tourismus verstärkt beworben werden. Dabei verstehen sich insbesondere die «Walser Kulturtage im Schanfigg» als Beispiel dafür, wie Arosa Tourismus im gemeinsamen Gespräch mit der Talkommission neue Produkte kreiert, die für auswärtige Gäste reizvoll und für Einheimische identitätsstiftend sind. Die erste Austragung steht im August 2023 an. Wir sind gespannt – und freuen uns auf ein weiteres Geschäftsjahr, das im Zeichen einer produktiven, respektvollen und inspirierenden Zusammenarbeit zwischen Arosa Tourismus und dem Tal steht.



## BILANZ PER 30. APRIL 2023

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je 3 555 481 CHF aus. Das Eigenkapital beträgt per 30. April 2023 551 075 CHF.

### **Aktiven**

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 4 523 049 CHF und beträgt per 30. April 2023 3 549 833 CHF respektive 99,84% der Bilanzsumme. Das Anlagevermögen beträgt 5648 CHF per 30. April 2023.

### **Passiven**

Das Fremdkapital verzeichnet einen Rückgang von 4 510 700 CHF und beträgt per 30. April 2023 3 004 407 CHF respektive 84,50% der Bilanzsumme.

Verringert haben sich die kurzfristigen Verbindlichkeiten per Ende Geschäftsjahr 2022/23 um 4 002 509 CHF. Die passiven Abgrenzungen konnten um 404 421 CHF reduziert werden. Auch bei den Rückstellungen ergab sich ein Rückgang von 103 769 CHF.

Das Eigenkapital verzeichnet durch das Ertragsdefizit der Gästetaxenrechnung von 16 510 CHF sowie den Ertragsüberschuss der Marketingrechnung von 402 CHF im Geschäftsjahr 2022/23 eine Abnahme von insgesamt 16 107 CHF und beträgt per 30. April 2023 neu 551 075 CHF respektive 15,49% der Bilanzsumme.

## ERFOLGSRECHNUNG 2022/23

### **Gästetaxenrechnung**

Die Gästetaxenrechnung verzeichnet bei Einnahmen von 9 261 187 CHF und Ausgaben von 9 277 697 CHF einen Verlust von 16 510 CHF.

### **Marketingrechnung**

Bei Einnahmen von 2 043 073 CHF und Ausgaben von 2 042 671 CHF schliesst die Marketingrechnung 2022/23 mit einem Ertragsüberschuss von 402 CHF ab.

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

## BILANZ (AKTIVEN)

	30.4.2023	30.4.2022
<b>Aktiven</b>	<b>3 555 481</b>	<b>8 082 290</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>3 549 833</b>	<b>8 072 882</b>
Kassa	4 112	5 060
Postfinance	554 673	221 938
Banken	2 180 992	5 746 466
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>2 739 778</b>	<b>5 973 463</b>
Diverse	573 366	1 749 624
<b>Forderungen</b>	<b>573 366</b>	<b>1 749 624</b>
Verkaufsmaterial	1	1
Diverses Material	1	1
Werbematerial	1	1
<b>Vorräte</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Aktive Abgrenzungen</b>	<b>236 686</b>	<b>349 791</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>5 648</b>	<b>9 408</b>
Fahrzeuge	5 640	9 400
Mobiliar/Kunstrasen	1	1
Bootsbetrieb	1	1
Seilpark	1	1
<b>Sachanlagen</b>	<b>5 643</b>	<b>9 403</b>
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1	1
Aktien Golf Arosa AG	1	1
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1	1
Anteile Holzmeise	1	1
Anteile MTS Samedan	1	1
<b>Finanzanlagen</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

## BILANZ (PASSIVEN)

	30.4.2023	30.4.2022
<b>Passiven</b>	<b>3 555 481</b>	<b>8 082 290</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>3 004 407</b>	<b>7 515 107</b>
Laufende Verpflichtungen	1 062 767	4 430 946
Vorauszahlungen	190	634 521
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>1 062 957</b>	<b>5 065 466</b>
<b>Rückstellungen</b>	<b>1 692 234</b>	<b>1 796 003</b>
<b>Passive Abgrenzungen</b>	<b>249 216</b>	<b>653 637</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>551 075</b>	<b>567 182</b>
Gästetaxenreserve	111 079	127 590
Marketingreserve	439 995	439 592
<b>Erarbeitetes Kapital</b>	<b>551 075</b>	<b>567 182</b>

## GÄSTETAXENRECHNUNG 2022/23 – BUDGET 2023/24

### Aufwand

Gästetaxenrechnung	BUDGET 2022/23	RECHNUNG 2022/23	BUDGET 2023/24
<b>Beiträge</b>	<b>-110 000.00</b>	<b>-107 586.71</b>	<b>-102 500.00</b>
Verbände/Vereine		-45 086.71	
Heimatmuseum		-5 000.00	
Arosa Kultur		-57 500.00	
<b>Gästeinformation</b>	<b>-135 000.00</b>	<b>-139 224.27</b>	<b>-128 000.00</b>
Prospektmaterial		-41 184.81	
Websites		-22 017.59	
Marktplatz		-25 876.85	
IT/Internet		-40 076.33	
Gästeinformation		-10 068.69	
<b>Gästeangebot</b>	<b>-1 555 000.00</b>	<b>-1 615 357.23</b>	<b>-1 538 000.00</b>
All-inclusive		-1 204 674.20	
Digitalprodukte		-18 517.80	
Gästeinbindung		-2 883.98	
Nachwuchsangebote		-39 571.28	
Aktivitäten Sommer		-13 599.94	
Aktivitäten Winter		-6 609.01	
Erlebnisangebote		-208 163.55	
Langlauf		-33 757.50	
Wandern/Biken		-60 109.17	
Ruhebänke		-27 470.80	
<b>PERSONALKOSTEN</b>	<b>-2 616 750.00</b>	<b>-2 728 339.62</b>	<b>-2 839 500.00</b>
Gehälter		-2 231 003.35	
Sozialleistungen		-321 741.27	
Leistungsaufträge		-133 001.99	
Personalentwicklung		-42 593.01	
<b>Kanzlei-Verwaltungskosten</b>	<b>-706 000.00</b>	<b>-487 020.92</b>	<b>-549 500.00</b>
Mietkosten		-81 499.80	
Betriebskosten		-258 133.10	
Verwaltung		-147 388.02	
<b>Sportanlagen</b>	<b>-526 000.00</b>	<b>-639 124.65</b>	<b>-534 000.00</b>
Betrieb Anlagen		-84 067.25	
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen		-134 586.01	
Strom, Heizkosten, Treibstoff		-397 083.06	
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial		-23 388.33	
<b>Kongress</b>	<b>-343 500.00</b>	<b>-738 502.79</b>	<b>-343 500.00</b>
MICE		-586 656.37	
Miete Räumlichkeiten		-120 066.70	
Catering		-9 394.99	
Unterhalt, Ersatz, Nebenkosten		-22 384.73	
<b>Sport- und Kulturrechnung Sommer</b>	<b>-293 000.00</b>	<b>-643 457.05</b>	<b>-212 000.00</b>
Arosa ClassicCar		-36 389.47	
Familienanlässe		-25 421.62	
Sportanlässe		-435 996.37	
Kulturanlässe		-124 172.36	
Gesellschaftsanlässe		-8 197.84	
Diverse Anlässe/Events		-13 279.39	
<b>Sport- und Kulturrechnung Winter</b>	<b>-2 489 500.00</b>	<b>-2 112 691.41</b>	<b>-2 514 500.00</b>
Arosa Humorfestival		-1 676 206.97	
Schneesportevents		-46 002.01	
Arosa IceSnowFootball		-378 937.21	
Diverse Anlässe/Events		-11 545.22	
<b>Sport- und Kulturrechnung Diverses</b>	<b>-60 000.00</b>	<b>-66 392.48</b>	<b>-60 000.00</b>
Erneuerungsfonds		-20 000.00	
Beiträge		-20 000.00	
Subventionen Vereine/Verbände		-20 000.00	
Allgemeiner Aufwand		-6 392.48	
<b>GESAMTAUFWAND</b>	<b>-8 834 750.00</b>	<b>-9 277 697.13</b>	<b>-8 821 500.00</b>

## GÄSTETAXENRECHNUNG 2022/23 – BUDGET 2023/24

### Ertrag

Gästetaxenrechnung	BUDGET 2022/23	RECHNUNG 2022/23	BUDGET 2023/24
<b>Gästetaxenertrag</b>	<b>5 155 000.00</b>	<b>5 214 254.35</b>	<b>5 175 000.00</b>
Anteil Gästetaxen		4 845 197.00	
Betriebsertrag		200 000.00	
Firmenpartner		169 057.35	
<b>Gästeinformation</b>	<b>10 000.00</b>	<b>9 847.73</b>	<b>10 000.00</b>
Prospektmaterial		8 000.00	
IT/Internet		1 634.17	
Gästeinformation		213.56	
<b>Gästeangebot</b>	<b>63 000.00</b>	<b>134 286.56</b>	<b>81 000.00</b>
All-inclusive		19 297.11	
Digitalprodukte		20 000.00	
Nachwuchsangebote		320.33	
Aktivitäten Sommer		2 510.67	
Langlauf		4 308.00	
Wandern/Biken		55 750.46	
Ruhebänke		32 099.99	
<b>Personalerträge</b>	<b>262 900.00</b>	<b>253 322.25</b>	<b>198 000.00</b>
Gehälter		16 039.05	
Leistungsaufträge		82 900.00	
Personalgutschriften Events		154 383.20	
<b>Verwaltungserträge</b>	<b>243 000.00</b>	<b>213 251.86</b>	<b>242 500.00</b>
Betriebserträge		35 928.38	
DIRES – Provisionen		118 670.29	
Klassifikation FeWo		1 782.72	
Gebühren Beherberger		9 691.86	
Mitgliederbeiträge		41 600.00	
Verkaufsmaterial		5 578.61	
<b>Sportanlagen</b>	<b>359 350.00</b>	<b>428 865.43</b>	<b>385 000.00</b>
Betrieb Anlagen		68 494.50	
Eissport		233 834.49	
Kunstrasen		4 100.00	
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen		10 060.63	
Strom, Heizkosten, Treibstoff		106 769.78	
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial		5 606.03	
<b>Kongress</b>	<b>266 000.00</b>	<b>735 135.44</b>	<b>266 000.00</b>
MICE		708 273.60	
Miete Räumlichkeiten		15 545.20	
Catering		9 566.64	
Unterhalt, Ersatz, Nebenkosten		1 750.00	
<b>Sport- und Kulturrechnung Sommer</b>	<b>140 500.00</b>	<b>491 811.36</b>	<b>139 000.00</b>
Arosa ClassicCar		23 212.63	
Familienanlässe		9 930.22	
Sportanlässe		377 314.28	
Kulturanlässe		81 354.23	
<b>Sport- und Kulturrechnung Winter</b>	<b>2 335 000.00</b>	<b>1 780 411.71</b>	<b>2 325 000.00</b>
Arosa Humorfestival		1 486 264.17	
Schneesportevents		2 615.00	
Arosa IceSnowFootball		290 024.54	
Diverse Anlässe/Events		1 508.00	
<b>GESAMTAUFWAND</b>	<b>8 834 750.00</b>	<b>9 261 186.69</b>	<b>8 821 500.00</b>

## MARKETINGRECHNUNG 2022/23 – BUDGET 2023/24

Marketingrechnung	BUDGET 2022/23	RECHNUNG 2022/23	BUDGET 2023/24
<b>Marketingaufwand</b>	<b>-1971000.00</b>	<b>-2042 670.68</b>	<b>-1988 000.00</b>
Marketing/Kommunikation	-1675 000.00	-1634 970.48	-1682 000.00
Arosa 2023	-80 000.00	-86 523.37	-95 000.00
PR/Events	-105 000.00	-161 390.13	-110 000.00
Sales/MICE	-65 000.00	-59 753.73	-35 000.00
Administration	-46 000.00	-100 032.97	-66 000.00
<b>Marketingertrag</b>	<b>1971000.00</b>	<b>2043 073.36</b>	<b>1988 000.00</b>
Marketing/Kommunikation	676 000.00	716 252.84	688 000.00
Arosa 2023	0.00	1 336.75	5 000.00
PR/Events	45 000.00	75 483.77	45 000.00
Anteil TFA aus TG Arosa	650 000.00	650 000.00	650 000.00
Marketingbeitrag Gemeinde	600 000.00	600 000.00	600 000.00
<b>GEWINN</b>	<b>0.00</b>	<b>402.68</b>	<b>0.00</b>



## Allgemein

Unter dem Namen Arosa Tourismus wird eine Genossenschaft mit Sitz in Arosa geführt. Die Jahresrechnung wird in Schweizer Franken geführt und jeweils per 30. April abgeschlossen. Arosa Tourismus ist als Genossenschaft organisiert und im Handelsregister Graubünden mit dem Firmennamen Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa, eingetragen.

## Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl der Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 250.

## Restbetrag der Verbindlichkeiten aus Leasingverpflichtungen

Total Rest-Leasingverbindlichkeiten in CHF inkl MWST.

30.4.2023	30.2.2022
14 371.60	28 470.40

Es bestehen keine weiteren nach Art. 959c OR ausweisbaren Tatbestände.

# Kontrollstelle

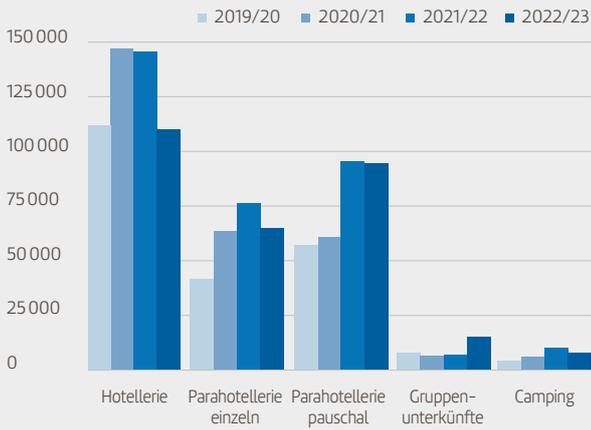


## TOURISMUSSTATISTIK LOGIERNÄCHTE

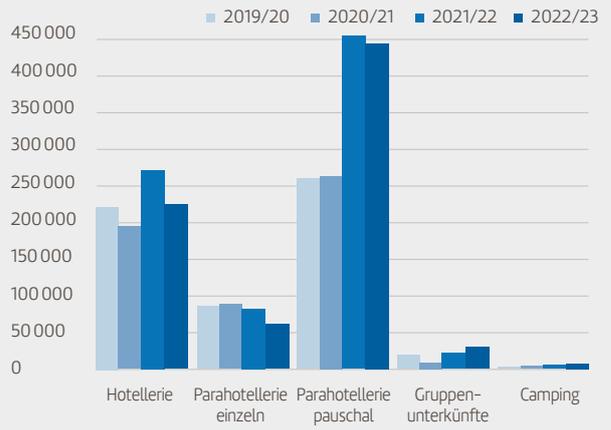
Nationen	Sommer 2022	Winter 22/23	Gesamt 22/23	Vorjahr	Differenz
<b>HOTELS</b>					
Schweiz	94 305	180 798	275 103	296 152	-7,1%
Deutschland	13 823	43 006	56 829	67 379	-15,7%
Benelux	1 770	9 163	10 933	17 940	-39,1%
Grossbritannien	904	8 971	9 875	11 293	-12,6%
USA	1 771	2 762	4 533	1 669	171,6%
Israel	1 697	1 433	3 130	762	310,8%
Frankreich	625	1 350	1 975	2 293	-13,9%
Skandinavien	506	1 439	1 945	2 790	-30,3%
Österreich	579	700	1 279	1 207	6,0%
Australien/Ozeanien	131	576	707	151	368,2%
Italien	293	303	596	714	-16,5%
Russland	30	514	544	411	32,4%
Polen	55	251	306	960	-68,1%
Diverse	3 987	10 364	14 351	11 728	22,4%
<b>Total</b>	<b>120 476</b>	<b>261 630</b>	<b>382 106</b>	<b>415 449</b>	<b>-8,0%</b>
<b>PARAHOTELLERIE</b>					
Schweiz	47 684	50 300	97 984	130 870	-25,1%
Deutschland	6 109	11 288	17 397	18 680	-6,9%
Benelux	2 892	3 155	6 047	5 119	18,1%
Grossbritannien	2 142	1 357	3 499	1 542	126,9%
Israel	1 136	212	1 348	481	180,2%
USA	830	482	1 312	406	223,2%
Frankreich	211	536	747	657	13,7%
Skandinavien	175	457	632	1 041	-39,3%
Italien	370	119	489	323	51,4%
Österreich	170	187	357	414	-13,8%
Polen	107	152	259	404	-35,9%
Russland	98	84	182	0	0,0%
Diverse	1 078	946	2 024	2 120	-4,5%
<b>Total</b>	<b>63 002</b>	<b>69 275</b>	<b>132 277</b>	<b>162 057</b>	<b>-18,4%</b>
Camping	6 653	4 086	10 739	11 812	-9,1%
Parahotellerie pauschal	96 954	446 426	543 380	546 801	-0,6%
Talschaft Schanfigg	8 640	8 421	17 061	nicht erfasst	0,0%
<b>Total</b>	<b>295 725</b>	<b>789 838</b>	<b>1 085 563</b>	<b>1 163 354</b>	<b>-6,7%</b>

# ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE

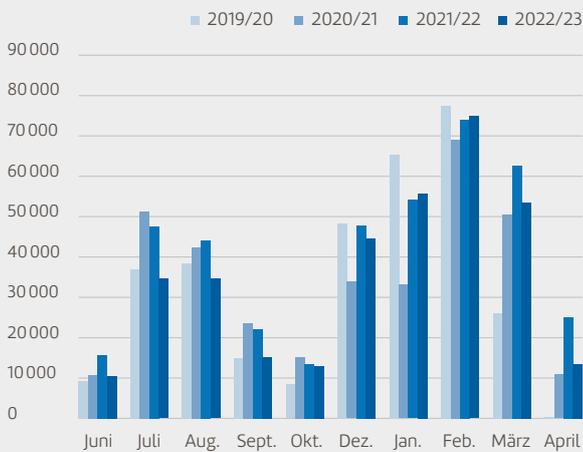
## SOMMER



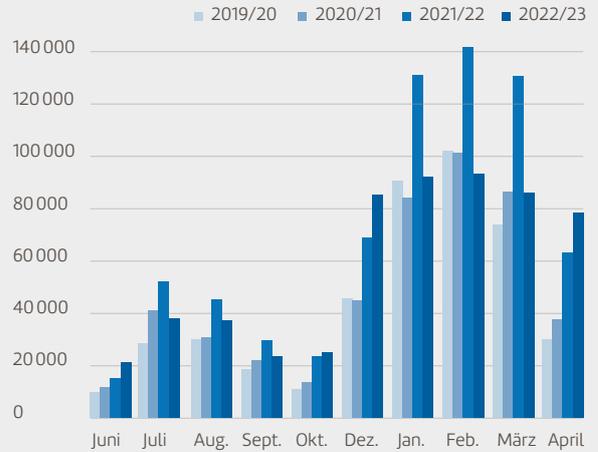
## WINTER



## HOTELLERIE



## PARAHOTELLERIE EINZELN UND PAUSCHAL



## ENTWICKLUNG GESAMTLOGIERNÄCHTE AROSA (LETZTE 20 JAHRE)



## ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE 2002–2023

Geschäftsj.	Hotellerie	%	Parahotellerie	%	Gruppenunterkunft	%	Sanatorien/Jugendherberge	%	Camping	%	Total	%
2002/03	476 708	-5,2	390 689	0,1	21 190	-4,9	15 326	-27,0	6 412	-0,5	910 325	-3,2
2003/04	482 677	1,3	394 827	1,1	22 331	5,4	15 328	0,0	7 677	19,7	922 840	1,4
2004/05	467 032	-3,2	384 073	-2,7	25 095	12,4	13 227	-13,7	6 612	-13,9	896 039	-2,9
2005/06	469 032	0,4	381 660	-0,7	35 254	40,5	*		7 028	6,3	892 964	-0,3
2006/07	481 225	2,6	388 590	1,8	33 008	-6,4	*		7 402	5,3	910 225	1,9
2007/08	504 732	4,88	396 643	2,07	32 837	-0,52	*		7 379	-0,31	941 591	3,45
2008/09	492 136	-2,5	408 964	3,1	26 572	-19,5	*		6 602	-10,5	934 274	-0,8
2009/10	460 176	-6,5	416 533	1,8	28 456	7,1	*		7 092	7,4	912 257	-2,3
2010/11	432 831	-5,9	414 675	-0,5	24 718	-13,1	*		7 177	1,2	879 401	-3,6
2011/12	390 758	-9,7	422 291	1,8	23 762	-3,9	*		6 586	-8,2	843 397	-4,1
2012/13	383 350	-1,9	424 165	0,4	27 330	15,0	*		6 313	-4,1	841 158	-0,3
2013/14	401 897	4,8	430 021	1,4	29 249	7,0	*		5 383	-14,7	866 550	3,0
2014/15	376 816	-6,2	436 425	1,5	27 669	-5,4	*		4 849	-9,9	845 759	-2,4
2015/16	342 523	-9,1	429 941	-1,5	24 925	-9,9	*		5 958	22,9	803 347	-5,0
2016/17	338 926	-1,1	422 930	-1,6	22 740	-8,8	*		5 504	-7,6	790 100	-1,6
2017/18	338 450	-0,1	433 083	2,4	25 353	11,5	*		5 277	-4,1	802 163	1,5
2018/19	346 894	2,5	448 156	3,5	25 230	-0,5	*		5 697	8,0	825 977	3,0
2019/20	331 282	-4,5	448 996	0,2	27 039	7,2	*		6 946	21,9	814 263	-1,4
2020/21	343 777	3,8	478 871	6,7	13 807	-48,9	*		8 177	17,7	844 632	3,7
2021/22	415 449	20,8	**708 858	48,0	27 235	97,3	*		11 812	44,5	1 163 354	37,7
2022/23	355 782	-14,4	**680 055	-4,1	38 987	43,2	*		10 739	-9,1	1 085 563	-6,7

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

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

## VORSTAND/DIREKTION



V. l. n. r.: Roy Zanin, Pascal Jenny, Patric Iten, Thomi Blatter, Sven Bodenmann, Noldi Heiz (es fehlt: Roman Geiser)

### **Vorstand**

Von der Generalversammlung 2020 für drei Jahre gewählt

Pascal Jenny, Präsident

Thomas Blatter, Vizepräsident

Noldi Heiz, Vertreter HGV

Roy Zanin, Vertreter Ferienwohnungen

Sven Bodenmann, Vertreter Gastro Arosa

Roman Geiser, Vertreter Zweitheimische

Patric Iten, Delegierter Gemeindevorstand

### **Direktion**

Roland Schuler, Direktor, seit Mai 2021

Marion Schmitz, Vizedirektorin, seit Mai 2021

### **Ehrenmitglieder**

Dr. Hermann Ambühl († 2023)

Herbert Geiser

Alois Rüttsche

# TEAM AROSA TOURISMUS



Mitarbeitende Arosa Tourismus

*Arosa*



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