

Jahresbericht

AROSA TOURISMUS 2015/16



Arosa   Lenzerheide

Lässt Herzen höher schlagen.



Wir dürfen einfach nicht locker lassen.

Christian Menet, Präsident

Rückblick

Das Geschäftsjahr 2015/16 hat nicht viel Neues gebracht. Ob das ein Vor- oder Nachteil ist, wäre eine gute Frage. Nicht viel Neues im Sinn von weiteren Hiobsbotschaften für die Rahmenbedingungen, aber auch nicht viel Neues mit Blick auf grosse Würfe. Das Arosa Bärenland schlägt sich noch immer mit den Vorabklärungen der kantonalen Ämter herum, die geplanten Hotels sind entweder noch im Bau oder tun sich schwer zum Spatenstich zu kommen. Dafür wartet Arosa mit einem deutlich kleineren Logiernächteverlust als erwartet und mit Leistungsträgern, die mit Innovationen und guten Produkten gar über den Vorjahresergebnissen liegen, auf. Dies nur einige Beispiele aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr.

Sehr erfreulich waren im letzten Geschäftsjahr das Tourismusverständnis und der Support vom Gemeindevorstand und dem Parlament. Die Herausforderungen von der Ferienregion und Arosa Tourismus wurden ernst genommen. Die Anliegen und Strategien werden finanziell und inhaltlich unterstützt. Dies ist in einer Phase von rückläufigen Tourismuseinnahmen nicht selbstverständlich und zeigt, dass die Arosener Gremien am selben Strick ziehen. Das am Ende – aus der Vogelperspektive betrachtet dann doch deutlich besser als erwartet – erzielte touristische Arosa-Resultat stimmt uns zuversichtlich. Auch mit Blick auf die Konkurrenz. Der Zuspruch zu Produkten wie dem Arosa Humor-Festival, den Musikkurswochen und den vielen weiteren von Erlebnis geprägten Angeboten ist ungebrochen. Die Nachfrage nach austauschbaren «0815»-Packages nimmt weiter stetig ab.

Der Dank gilt einmal mehr den Leistungsträgern in Arosa, den Bergbahnen, der Gemeinde und auch unseren Mitarbeitenden bei Arosa Tourismus. Die Freude und die Liebe zur eigenen Ferienregion ist spürbar und die Basis unserer Zukunft.

Ausblick

Teilnehmer-Rekordjagd der Musikkurswochen zum 30 Jahre-Jubiläum im Sommer 2016, anzunehmender neuer Zuschauerrekord zum 25 Jahre-Jubiläum des Arosa Humor-Festivals im Dezember 2016. Die Highlights dürften die Basis vom nächsten Geschäftsjahr bilden. Arosa Tourismus budgetiert ausgeglichen und mit weiterem Logiernächterückgang. Dies obwohl wir seitens AT hoffen, dass durch weitere Innovationen bei den Beherberger-Betrieben neue Erfolgsgeschichten dazukommen und Logiernächtesteigerungen möglich werden. Alles in allem ist unser Ziel, neben Marktnähe auch die Finanzen in ruhigere Fahrwasser zu führen, dabei aber keinem grösseren Leistungsabbau zu unterliegen.

Bärenland Arosa

Man kann es drehen und wenden wie man will, Arosa braucht im Sommer neben der Kooperation mit der Lenzerheide (mit Schwergewicht Bike), den Anlässen und Themenangeboten einen neuen Leuchtturm. Die im abgelaufenen Geschäftsjahr erstellte Studie zum Bärenland Arosa zeigt das immense Potenzial und wir dürfen als touristische Gemeinde einfach nicht locker lassen. Einfacher und kostengünstiger werden wir nie mehr an ein solches Alleinstellungsprodukt gelangen. In dem Sinne «einfach nicht locker lassen» und gemeinsam nach vorne schauen in unserem herrlichen Arosa.

Christian Menet
Präsident

Inhalt

PRÄSIDENT Christian Menet	2
DIREKTOR Pascal Jenny	4
PR / MEDIEN / MARKETING Yvonne Wüthrich	6
EVENTS Roland Schuler	11
TOURISTISCHE PRODUKTE / ANLAGEN Beatrice Heller	15
SPORT- & KONGRESSZENTRUM / MICE Miriam Frei	17
IT / WEB / TECHNISCHE DIENSTE Rochus Caluori	20
SPORT Silvia Kuster	22
VERANSTALTUNGEN	25
KULTUR Andri Probst	26
GÄSTESERVICE Louis Anthamatten	28
FINANZEN Jann Butzerin	30
BILANZ	32
GÄSTETAXENRECHNUNG	34
SPORT- UND KULTUR-RECHNUNG	36
MARKETING-RECHNUNG	36
BUDGET 2016 / 2017	37
ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG	38
KONTROLLSTELLE Geschäftsprüfungskommission	38
TOURISMUS STATISTIK Logiernächte	39
ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE	40
ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE 1964 – 2016	41
TOURISMUS ENTWICKLUNG	42
VORSTAND / DIREKTION	44
MITARBEITENDE	46



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: Arosa Tourismus
Grafik, Konzeption: Küttel Laubacher Werbeagentur
Bilder: Arosa Tourismus
Druck: Stämpfli Druck



Wir wollen erstaunlich sein und bleiben.

Pascal Jenny, Direktion Arosa

In einer grossen Tageszeitung konnte man am Tag der letzten Arosa Tourismus GV (22.9.2015) lesen, dass sich das erstaunlichste Hotel der Schweiz im Gotthard-Bunker wacker hält. Uns war vor einem Jahr auch klar, dass unser Ziel für das Geschäftsjahr 2015/16 «sich wacker halten» sein muss. Logiernächtezuwachs über eine ganze Ferienregion war (und ist leider auch ein Jahr später) eine Wunschvorstellung in den Bergregionen. Nichtsdestotrotz können wir heute rückblickend sagen, Arosa hat sich gut gehalten. Das budgetierte und befürchtete Minus von 15% Logiernächten traf nicht ein, sondern ein immer noch schmerzhafter Logiernächterückgang von rund 5%. Im wettertechnisch zwar sehr erfreulichen Sommer gingen die Logiernächte-Zahlen mit minus 10% bedeutend stärker zurück als während den Wintermonaten. Daraus lässt sich schliessen, dass vor allem im Winter erfreuliche Zahlen einzelner Leistungsträger das Gesamtergebnis aufgewertet haben.

Aber wieso ist das Minus geringer ausgefallen? Jean-Francois Roth erwähnt im Geschäftsbericht von Schweiz Tourismus den Einsatz zugunsten von neuen Gästen aus neuen Märkten genauso wie die Anpassung des Marketings auf die aussichtsreichen Kundensegmente und mehr massgeschneiderte Packages. Genau diese Themen haben sich einzelne Leistungsträger, aber auch Arosa Tourismus auf die Fahnen geschrieben. Das vielfältige Arosa fokussiert in den Marketing-, Sales- und Kommunikationsaktivitäten immer expliziter und konsequenter auf die definierten strategischen Erfolgspositionen. Der Winter bietet für Arosa Lenzerheide grosse Chancen und deshalb wird auch künftig ein Grossteil der finanziellen Mittel für die wertschöpfungsintensivste Jahreszeit eingesetzt. Der neue Leuchtturm für den Sommer soll das Arosa Bärenland werden, welches im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut ein paar Hürden nehmen konnte und über das die Gemeinde Arosa hoffentlich im November 2016 abstimmen wird.

Unter der Leitung von Nicole Hemmi fokussieren die Marketingmassnahmen gemeinsam mit Schweiz Tourismus in den Märkten Schweiz, Deutschland, Skandinavien, BeNeLux, Grossbritannien und China sehr gezielt auf direktbuchbare Angebote und Produkte. Vorzugsweise mit geschätzten und gut ersichtlichen Mehrwerten. Genau mit dieser Strategie hat manch ein Hotelier und FEWO-Vermieter im abgelaufenen Winter erstaunliche und positive Zahlen erwirtschaften können.

Aus #verliebtindieschweiz wird #welovearosa oder umgekehrt!

Mit der Herzens-Kampagne und dem Bekenntnis zur Schweiz hat es Schweiz Tourismus geschafft, dass der Funken der Werbeaktivitäten zu den Gästen in vielen Fällen übergesprungen ist. In Arosa gibt es viele ähnliche Kampagnen von Arosa Fans und Stammgästen. Ein gutes Beispiel ist sicherlich die Aktion «We love Arosa», welche seit einiger Zeit besteht und vielleicht gar Vorbild für die Idee von Schweiz Tourismus war. Die vielen Liebesbekenntnisse aller Art zu Arosa erstaunen immer wieder. Dies zeigt Arosa Tourismus tagtäglich, dass die Slogans «einmal Arosa, immer Arosa», «Arosa macht süchtig» oder neu auch «Arosa Lenzerheide lässt Herzen höher schlagen» ankommen, die Gäste berühren und die Basis für unsere nach wie vor funktionierende Ferienregion sind. In dem Sinne könnte man für das bevorstehende Geschäftsjahr spasseshalber folgendes anmerken und überall in den Social Media verwenden: #SonnensicherbiszumNovemberhochundSchneesicherdurchdenWinter.

Erstaunliche Mitarbeitende und Partner

Am meisten gefreut hat mich persönlich die Arbeit mit den Mitarbeitenden von Arosa Tourismus und den Arosa Bergbahnen. Als zentrale Leistungsträger im Tourismusort Arosa ist es gerade in herausfordernden Zeiten immens wichtig, dass man zusammenhält, sich gegenseitig motiviert und respektvoll miteinander umgeht. Trotz Kritik, vielen Zusatzarbeiten und Aufgaben war es nicht nur erstaunlich sondern begeisternd, wie der innere Kreis der Tourismus-Dienstleister in unserer Ferienregion zusammenhielt und Einsatz zeigte. Danke dafür und weiterhin viel Spass auf unserem Weg, der das Ziel ist!

Pascal Jenny
Direktion Arosa





PR | Medien | Marketing

Yvonne Wüthrich

19'457 
Facebook-Fans

1'469 
Twitter-Follower

3'152 
Instagram-Follower

1'132'913
Website-Sitzungen

157'651
Newsletter

Total 157'651 versandte Newsletter an durchschnittlich 12'127 Empfänger.
Wurde durchschnittlich 6'818 mal geöffnet
Durchschnittliche Öffnungsrate von ca. 56 %.
Durchschnittliche Klicks: 855

253'000
Hub-Visits

rund 118'000 Personen erreicht

31
Medienreisen

Vertreter von 31 verschiedenen Medien haben uns in 18 Gruppen besucht

247'333'293
Medienartikel

Alle Medienartikel des vergangenen Geschäftsjahres zusammen:
Reichweite: 247'333'293
Auflage: 90'516'696

4'596
Visits NZZ-Blog
Arosa Lenzerheide

Reichweite
Medienartikel Events

Audi FIS Ski Cross World Cup	1'117'110
Arosa Humor-Festival	20'907'989
IceSnowFootball	5'837'123
Arosa ClassicCar	2'741'183

47'687
Oster-Aktion-Kontakte

Arosa:
6 FB-Posts, die insgesamt 47'687 Personen erreichten und 506 Likes, 52 Shares, 26 Kommentare generierten
Lenzerheide:
2 FB-Posts, 1075 Likes, 37 Kommentare, 87 Shares



Facebook-Beispiel

«Aus dem Facebook-Alltag» – die drei erfolgreichsten FB-Posts des vergangenen Geschäftsjahres:

Like jetzt unsere Facebook-Seite und nimm an der Ticket-Verlosung des 25 Jahre-Jubiläums Arosa Humor-Festival teil!

2'778'759

erreichte Personen

19'308 Likes

Arosa schneesicher.ch
Gepostet von Arosa Obersee [?] · 5. Januar um 08:00 ·

Like jetzt unsere Facebook-Seite und nimm an der Ticket-Verlosung des 25 Jahre-Jubiläums Arosa Humor-Festival teil!

Der Auftritt von Serdar Somuncu im Rahmen des „Best of Arosa Humor-Festival 2015“ ist aktuell ein grosses mediales Thema (Watson, Blick und 20 Minuten berichteten unter anderem). Natürlich wollen wir euch den vielbesprochenen Auftritt nicht vorenthalten – hier seht ihr exklusiv die Stand-Up-Nummer von Serdar Somuncu auf der Arosa Humor-Festival-Bühne.

Die Arosa ... Mehr anzeigen



Die 7. Episode von «Das isch Arosa Lenzerheide» zeigt den abwechslungsreichen Alltag von Patrouilleur Simon Epp.

207'731

erreichte Personen

922 Likes

Arosa schneesicher.ch
Gepostet von Arosa Obersee [?] · 4. Februar um 20:14 ·

Ihr denkt ein Patrouilleur dreht den ganzen Tag lang Däumchen und wartet auf den nächsten Unfall? In der 7. Episode von «Das isch Arosa Lenzerheide» zeigen wir den abwechslungsreichen Alltag von Patrouilleur Simon Epp.



Die 5. Episode von «Das isch Arosa Lenzerheide» berichtet über die Aufgaben von Curdin Luppi.

175'309

erreichte Personen

369 Likes

Arosa schneesicher.ch
Gepostet von Arosa Obersee [?] · 7. Januar um 19:17 ·

Im letzten Herbst haben wir rund 5'000 Kilogramm Kartoffeln in die Sattelhütte transportiert. In der 5. Episode von «Das isch Arosa Lenzerheide» erfahrt ihr warum und welche Aufgaben Curdin Luppi sonst noch zu lösen hat. #arosalenzerheide



Events

Roland Schuler



Strategische Ausrichtung

Arosa hat sich in den vergangenen Jahren sukzessive und gezielt zu einer Event-Destination entwickelt. Der Grundstein dafür wurde vor sehr vielen Jahren – damals wohl eher unbewusst – gelegt, als mit den Pferderennen auf Schnee, verschiedenen Curling-Turnieren oder der Sportstafette erste Event-Highlights entstanden sind, welche heute noch durchgeführt werden. Strategisch geplant war dann die Lancierung des Arosa Humor-Festivals im Jahr 1992, als die Skitest-Wochen anfangs Dezember langsam zu einem Auslaufmodell wurden und die Gäste mit einer neuen Attraktion zu Saisonbeginn nach Arosa gelockt werden sollten. Genau diese Strategie wurde in den letzten 10 Jahren mit Nachdruck vorangetrieben. Arosa hat zahlreiche bestehende Events weiterentwickelt und zugleich neue Event-Highlights ausgearbeitet. Die Destination nutzt diese einerseits als Logiernächte-Treiber, andererseits als effektive Marketing-massnahme.

Die Events orientieren sich dabei an den folgenden sechs Pfeilern:

- Saisonzeiten – wann macht es Sinn, einen Anlass durchzuführen und wieso?
- Themen – in welchen Themen-Bereichen machen Events Sinn, welche Anspruchsgruppen können damit angesprochen werden, welche Synergien zu anderen internen und externen Themen können genutzt werden?
- Wertschöpfung – wie kann durch die Veranstaltung zusätzliche und effektive Wertschöpfung im Ort Arosa generiert werden?
- Verlinkung zu Kongressen & Seminaren / C-Level – wie kann das Sport- und Kongresszentrum Arosa in die Anlässe integriert bzw. gegenseitiger Nutzen generiert werden?
- Change Management & Job Enrichment – was für ein Mitarbeiter-Team braucht es, um eine Event-Destination sein zu können?
- Veranstaltungen als Innovations-Treiber – eine Event-Destination bleibt gefordert, immer wieder neue Anlässe umzusetzen (eigene oder externe)

Damit eine Tourismusorganisation wie Arosa Tourismus auch als Event-Organisation wirken und Anlässe selbständig durchführen kann, müssen gewisse Voraussetzungen vorhanden sein oder geschaffen werden. Eine erste betrifft die organisatorische Voraussetzung. So muss die Tourismusorganisation als «Eventorganisation» von seinem Vorstand gestützt und der Veranstaltungsteil in der Strategie verankert sein. Auch werden die Event-Schwerpunkte auf der strategischen Ebene regelmässig diskutiert und festgelegt.

Arosa Tourismus verfolgt diese Event-Strategie und die konsequente Umsetzung von Anlässen seit acht Jahren. In der Strategie von Arosa Tourismus wurden die Events als eine der zentralen strategischen Stossrichtungen festgelegt.

Eine weitere Voraussetzung für ein erfolgreiches Wirken liegt in dem Personal-Organigramm. Dieses muss so gestaltet sein, dass sämtliche Aufgabenbereiche von (Gross-)Events mit internen Mitarbeitenden und/oder gezielter externer Unterstützung (Projektleiter, künstlerischer Direktor) abgedeckt sind. Bei Arosa Tourismus ist dies gewährleistet und praktisch alle Mitarbeitenden haben neben ihren regulären Arbeiten zusätzliche Event-Aufgaben.

Als dritter wichtiger Punkt müssen Infrastrukturen, welche vor allem für Grossveranstaltungen notwendig sind, in der Destination vorhanden sein. Arosa bietet 38 Hotels in allen Sterne-Kategorien, über 60 Gastro-Angebote, mit Arosa Lenzerheide eines der grössten Wintersportgebiete der Schweiz und mit zahlreichen Freizeitaktivitäten im Sommer das wohl umfassendste All-Inclusive-Angebot der Schweiz.

Ganz konkret dient beispielsweise das Sport- und Kongresszentrum Arosa als Event-Location – einerseits für Eissport-Events auf der Eisfläche, andererseits kann die abgedeckte Eisfläche für Kongresse, Konzerte oder Produktpräsentationen umgestaltet werden. Rund um die Event-Arena Obersee können Anlässe auf und neben dem gefrorenen See durchgeführt werden. Die offene Kunsteisbahn (im Sommer Kunstrasenplatz), der Postplatz, die Emsla-Kulmwiese in Innerarosa, das Zelt des Arosa

Humor-Festivals sind weitere, bestehende Hotspots, welche für Anlässe aller Art genutzt werden können.

Und zu guter Letzt ist die interne und externe Vernetzung ein weiterer Anspruch. So ist Arosa Tourismus oft auf interne (im Ort Arosa) und externe (ausserhalb Arosa) Unterstützung angewiesen, um einen entsprechenden Anlass zu organisieren. Innerhalb der Destination ist die Zusammenarbeit mit Hotellerie, Bergbahnen, Gemeinde, Vereinen und weiteren Leistungsträgern oft unabdingbar. So stellt die Hotellerie vergünstigte Zimmer für Event-Teilnehmer zur Verfügung, die Bergbahnen leisten Dienste für die Pistenpräparation, die Gemeinde leistet Unterstützung mit ihrem Gemeindebauamt-Team, die Vereine helfen bei gastronomischen Themen, etc.

Daneben profitiert Arosa Tourismus davon, dass es über ein schweizweites Netzwerk zu externen Firmen verfügt, welche für Sponsoring-Engagements angegangen werden können. Dank diesen Verbindungen werden viele Events ausschliesslich über Sponsoringgelder finanziert. Ein Anlass wie die Pferderennen auf Schnee konnte über den Arosa Horse Club nachhaltig gesichert werden und die CEO Olympiade wirft einerseits jedes Jahr Gewinn ab und ermöglicht jährlich den Kontakt zu neuen, spannenden Teilnehmern und Firmenbesitzern aufzubauen.

Grossevents

Vom 3. bis 6. September 2015 durften an der **11. Arosa ClassicCar** erneut 152 Oldtimer bestaunt werden. Die diesjährige Austragung stand aber unter eher unglücklichen Wetterbedingungen. Nichts desto trotz besuchten viele Gäste und Einheimische den Dorf-Corso und die darauf folgenden Renntage. Das Fahrerlager auf dem Ochsenbühl-Areal hat ein Jahr nach der Jubiläumsausgabe eine weitere Aufwertung mit der von

der Gemeinde erstellten fixen Zufahrt erhalten. Aber auch das Konzept Eventhalle wurde weiter verbessert. Dank der Grossleinwand war man stets am Rennpuls und konnte gemütlich im Trockenen die Angebote von Arosa Gourmet & Events geniessen.

Ein Erfolg für die tollen Austragungen sind die vielen unterstützenden Hände. Ob freiwillige Helfer, der Zivilschutz oder die 25 OK-Mitglieder, alle packen wo nötig an und engagieren sich mit viel Herzblut für das Little Monaco der Alpen.

Im Dezember, fast ohne Schnee, waren wir froh, dass das **24. Arosa Humor-Festival** vor der Türe stand. Vom 3. – 13. Dezember 2015 begrüsst man 16'579 Besucher, welche der Hotellerie die Betten füllten. Über die 11 Tage fanden 28 Vorstellungen statt, davon waren sieben ausverkauft.

Das Arosa Humor-Festival stand im 2015 aber auch in der Challenge, die Auf- und Abbau-Nachfolge von Michael Eugster einzuläuten. Ueli Bonjour und Sven Günthel haben diese Herausforderung aber bestens gelöst und umgesetzt.

Im Januar hiess es dann nochmals warme Socken und Fussballschuhe anzuziehen. Neben dem Fussball-Samba auf dem gletscherblauen Fussballplatz sorgten dieses Jahr auch Cheerleaders für heisse Temperaturen am **6. Arosa IceSnowFootball**. Unter dem bekannten Setup fand am Donnerstag das Sponsorenturnier statt. Am Freitag begaben sich die Altstars auf den Platz und kämpften um den Bergpokal. Dieses Jahr ging er zum ersten Mal in die Niederlande, welche auf dieses Jahr hin das Team verjüngt hatten. Am Samstag spielten nochmals 200 Fussballer um den Swiss IT-Cup und rundeten die Schneefussballwoche bestens ab.



Touristische Produkte «Anlagen»

Beatrice Heller



Seilpark

Auch im Seilpark Arosa hat man die schlechte Buchungslage in der Hotellerie zu spüren bekommen. Der Start verlief äusserst harzig und lange waren die Besucherzahlen gar hinter dem schlechten Vorjahr. Mit vielen schönen Sommertagen und einem entsprechenden Schlusspurt konnten dennoch 7'709 Besucher begrüsst werden. Dabei zeigt sich, dass der Seilpark klar ein Familienangebot darstellt, sind doch über zwei Drittel der Eintritte Kinder bis 12 Jahre.

Bootsbetrieb Obersee

Der Bootsbetrieb gehört zum Standard-Programm der All-Inclusive-Gäste. Innerhalb der Öffnungszeiten zeigt sich, dass die Gäste sehr oft morgens und am frühen Nachmittag die Angebote am Berg nutzen und ab circa 14.00 Uhr der Bootsbetrieb (sowie der Seilpark) bevölkert wird.

Wasserspiel

Bereits im letzten Geschäftsbericht wurde auf die nötige Revision eingegangen. Im Sommer 2015 konnte mit leichten Anpassungen nochmals das Wasserspiel den Gästen angeboten werden. Die Besucherzahlen lagen knapp über den Vorjahreswerten, sind aber im Fünfjahresvergleich rückläufig.

Ruhebänke

Die Arosa-Verbundenheit schlechthin. Jeder, der sein Herz an Arosa verloren hat, möchte einen der 450 Ruhebänke seinen Besitz nennen. Die Warteliste hat sich auch im 2015 nicht verkürzt. Auch aus diesem Grund wurde ein neues Konzept ausgearbeitet, welches eine Befristung und Anpassung der Preispolitik hervorruft.

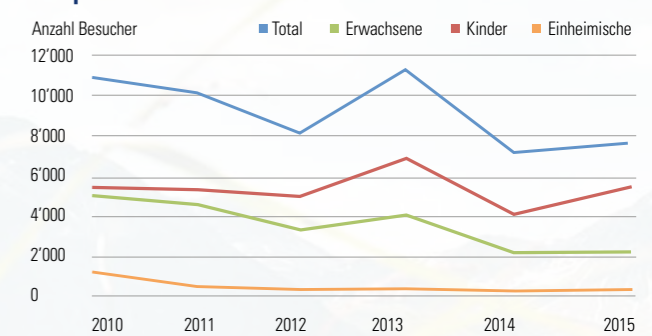
Wanderwege und Biketrails

Andi Heilmann war im Sommer 2015 sehr aktiv im Unterhalt der Wander- und Biketrails unterwegs. Es wurden Wege bearbeitet, die in den vergangenen Jahren etwas stiefmütterlich bearbeitet wurden. Mit neuen Erfahrungsansätzen und Empfehlungen aus der Branche konnten auch da und dort Verbesserungen im Bereich Wegführung, Wasserverdrängung, etc. vorgenommen werden.

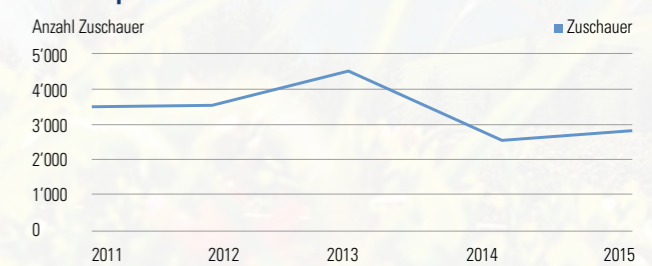
Trottinett

Auch vergangenen Sommer standen wieder 40 Trottinette für die Gäste zur Verfügung. Dabei empfehlen wir den Gästen die beiden Fahrstrecken Weisshornbahn Mitte – Arlenwaldweg und Untersee – Litzirüti. Im 2015 haben wir zum ersten Mal die 1000er-Grenze geknackt, sehen aber weiterhin Luft nach oben und werden das Angebot zukünftig noch besser vermarkten.

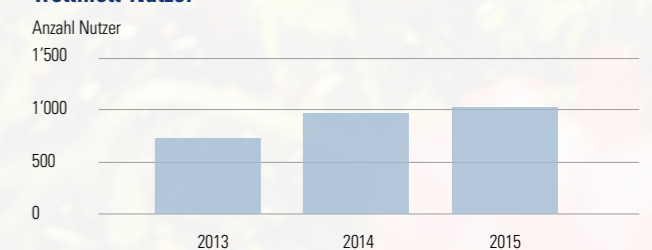
Seilpark



Wasserspiel



Trottinett-Nutzer





Sport- und Kongresszentrum / MICE

Miriam Frei



MICE (Meeting Incentive Convention Events)

Im Geschäftsjahr 2015/16 haben die MICE-Buchungen (Kongresse, Seminare sowie Incentives) stagniert. Gesamthaft wurden etwas mehr Buchungen (116) erzielt, aber wir mussten einen schmerzlichen Logiernächterückgang (Total 9'231 LN (- 4'923 LN)) hinnehmen. Mit ein Grund war, dass weniger MICE-Grossanlässe stattgefunden haben. Auch auf Seiten des Umsatzes (direkte und indirekte Buchungen) musste ein Rückgang von -12% akzeptiert werden.

Kongress & Seminar

Von total 116 Anfragen durften 70 Anlässe in den Räumlichkeiten vom Sport- und Kongresszentrum durchgeführt werden. Die durchschnittliche Gruppengröße betrug ca. 85 Personen, dabei verbrachten die Teilnehmer im Schnitt 3 Tage im Kongresszentrum. Leider ist die Übernachtungsdauer nochmals auf 1.1 Nächte (Vorjahr 1.2 Nächte) gesunken.

Die Vielfalt der Veranstaltungen war wiederum gross und setzt sich wie folgt zusammen:

Kongresse	2	Konzerte	6
Seminar / Tagungen	9	Versammlungen	23
Gesellschaftliche Anlässe	2	Sport- / Tanzanlässe	10
Informationsanlässe	4	Theater / Comedianlässe	2
Kurse / Schulungen	11		

Incentive

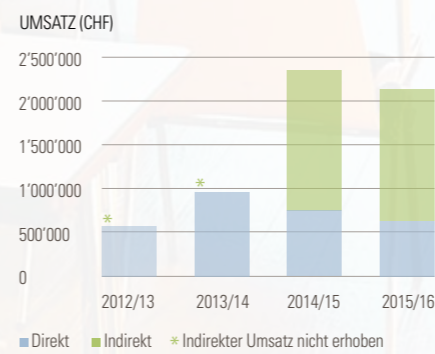
Die Gruppenbuchungen über die Incentive-Abteilung konnten mit 46 Buchungen im Vergleich zu 40 im Geschäftsjahr 2014/15 leicht gesteigert werden. Auch im Incentive musste ein Logiernächterückgang hingenommen werden, da zwei grosse Gruppen vom Vorjahr fehlten. Über die letzten vier Jahre entspricht dies jedoch der durchschnittlichen Logiernächtezahl. Die Gruppen kamen wieder hauptsächlich aus der Deutschschweiz und waren im Schnitt 2.3 Tage (analog Vorjahreswert) in Arosa. Erfreulicherweise erhöhten sich die Ausgaben pro Person auf CHF 390.99 im Vergleich zum Vorjahr noch einmal (Jahr 2014/15 CHF 360.84 pro Person).

Wertschöpfung in Arosa durch MICE-Gäste

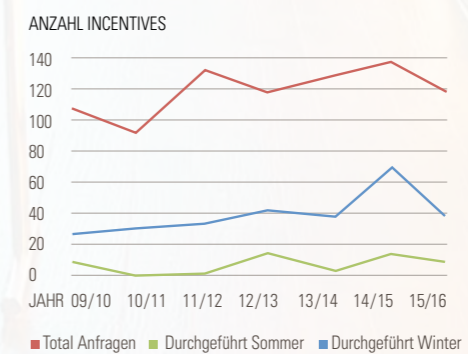
Arosa MICE Brutto	CHF	1'471'489.20
Hotels (direkt und indirekt)	CHF	1'170'640.80
Bergbahnen	CHF	58'665.70
Diverse*	CHF	56'635.25
Arosa Tourismus	CHF	110'553.30

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

UMSATZENTWICKLUNG MICE

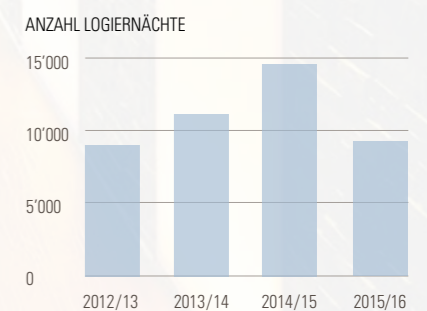


DURCHFÜHRTE INCENTIVES



TOTAL LOGIERNÄCHTE MICE

direkte und indirekte Buchungen



Sport

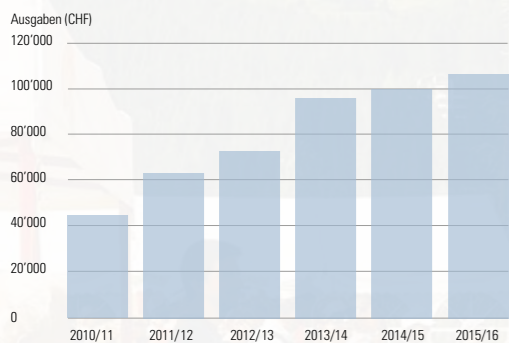
Eissporthalle

Über die letzten sechs Jahre konnten die Einnahmen der Eisgebühren durch den Verkauf von Eisstunden an externe Trainingslager und Teams um den Faktor zweieinhalb erhöht werden. Ein Grossteil der Trainingslagerbuchungen erfolgte im Sommer und Herbst. Die Buchungen erreichten uns vom Nachwuchsteam zur Hobby Mannschaft bis hin zum Nationalliga A-Team. Dabei bestehen die Teams im Schnitt aus 24 Spielern. In den meisten Fällen profitieren bei den Trainingslagern eher tiefer klassifizierte Beherberger und natürlich weitere Leistungsträger wie Restaurants, Bars und Clubs, usw.

Speziell zu erwähnen gilt es, dass die Arosa Challenge im Dezember 2015 zum letzten Mal stattfand. Das beliebte Vierländerturnier war für die Schweizer Nationalmannschaft immer ein Gradmesser für den Formstand hinsichtlich der Eishockey-Weltmeisterschaften.

Die Eissporthalle war vom 20. Juni 2015 – 10. April 2016 durchgehend geöffnet.

Steigerung Umsatz Trainingslager Eishockey



Kunstrasenanlage / Offene Kunsteisbahn

Die Kunstrasenanlage konnte letzten Sommer vermehrt als Eventplatz genutzt werden. So fanden neben den Spielen des FC Arosa folgende Veranstaltungen auf dem Ochsenbühl statt:

- Faustballturnier
- Fussball: Schiedsrichter-Trainingswoche
- 7eck-Cup
- Grümpeltturnier des EHC Fanclubs
- 3. Kinderland Openair
- 68. Arosa Sportstafette
- 4. Swiss Irontrail
- 2. Swiss Management Run
- 10. GrischaTrail RIDE
- Suzuki Swiss Beach Soccer League
- 11. Arosa ClassicCar
- Arosa Trailrun
- Orientierungslauf Weltcup-Final und Nationales OL-Wochenende

Auch im Winter ist die OKEB ein beliebter Platz für alle. Dieses Jahr konnten wir natürlich vom schwarz gefrorenen Obersee profitieren und über die Weihnachtszeit/Neujahr waren unsere Schlittschuhe ein äusserst beliebtes Gut. Es wurden gar weitere Schlittschuhe aus nah und fern organisiert, damit man dem Ansturm gewachsen war.

Die Openair-Eissaison dauerte dabei von Mitte November 2015 bis anfangs April 2016.





IT / Web / Technische Dienste

Rochus Caluori

Infrastruktur / Hardware / Software

Auch dieses Jahr waren bei der EDV/IT keine grossen Veränderungen in unseren Büroräumlichkeiten notwendig. Da die Arbeit sich immer mehr aus dem Büro verlagert und viele Termine ausserhalb wahrgenommen werden müssen, haben wir vier Mitarbeitende mit neuen Notebooks ausgestattet. Dadurch können die Mitarbeitenden auch von unterwegs auf die Daten bei uns im Büro zugreifen.

Letztes Jahr hatten wir bei den Websitebesuchern einen starken Einbruch wegen der Neugestaltung der Website. Wie man nun sehen kann haben sich die Zahlen wieder stabilisiert. Im Dezember hatten wir vor einem Jahr noch massiv mehr Besucher, dies konnten wir aber dieses Jahr dann von Januar bis März kompensieren. Auch hatten wir in den Sommermonaten leicht mehr Besucher auf unserer Website.

Herkunft der Web-Besucher

Schweiz:	69,91 %	Österreich:	1,15 %
Deutschland:	17,67 %	USA:	1,05 %
England:	1,76 %	Sonstige:	6,87 %
Holland:	1,59 %		

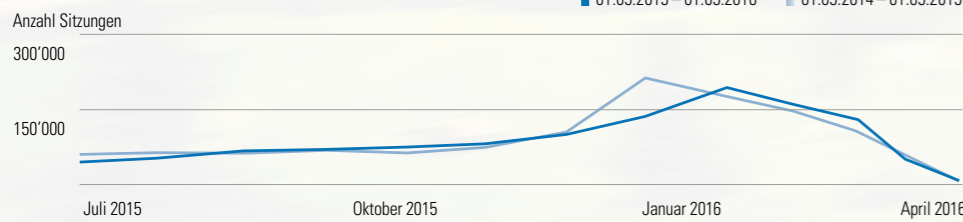
Bei den Websitebesuchern fällt eines auf: Wir haben vermehrt Besucher aus dem benachbarten Österreich. Im letzten Geschäftsjahr war Österreich noch an achter Stelle. Dieses Jahr sind sie auf Platz fünf. Auch die USA war bis anhin nie in den Top 10, und ist nun auf Platz sechs.

Benutzer mobiler Geräte

Im Vergleich zu den letzten Jahren sind vor allem die Benutzer der Android-Geräte im letzten Geschäftsjahr stark angestiegen. Dies hängt natürlich auch damit zusammen, dass wir zwischen Android-Tablets und Smartphones nicht unterscheiden können, da diese Grössen fast einen fließenden Übergang haben.

Gerät	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
iPad	53'671	106'132	156'559	150'587	133'448
iPhone	29'779	49'614	86'404	116'626	157'020
Android	10'940	22'645	25'309	26'221	56'755

Web



Sitzungen

-0,48%
1.134.489 vs. 1.140.012*

Nutzer

6,05%
568.106 vs. 535.689*

Seiten/Sitzung

-8,24%
3,68 vs. 4,01*

Seitenaufrufe

-8,69%
4.173.721 vs. 4.570.782*

Neue Sitzungen in %

6,72%
47,39% vs. 44,41%*

Absprungrate

-4,98%
45,19% vs. 43,05%*

Total Sitzungen

-0,50%
1'132'913 vs. 1'138'625*

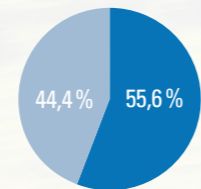
Total Seitenaufrufe

-8,71%
4'168'191 vs. 4'565'906*

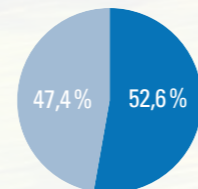
Durchschnittliche Sitzungsdauer

-14,94%
00:02:28 vs. 00:02:54*

■ Wiederkehrende Besucher ■ Neue Besucher



01.05.2015 - 01.05.2016



01.05.2014 - 01.05.2015

*Total-Zahlen im Vergleich Geschäftsjahr 2015/16 und 2014/15





Sport

Silvia Kuster

Arosa und seine breit gefächerte Veranstaltungspalette

Ganz gleich ob der Sommer oder der Winter bevorzugt wird, dem Arosa-Gast kann – dank des grossen Einsatzes und der Initiative der verschiedensten Sportclubs/Vereine/OKs – immer wieder ein sehr abwechslungsreiches und interessantes Veranstaltungsprogramm geboten werden.

So prägen Sportanlässe wie Beachvolleyball, Faustball, Unihockey, das Tennis Senior-Open, der Swiss IronTrail, die Sportstafette, das Radrennen Chur–Arosa und der Arosa TrailRun, um hier nur einige zu nennen, den Arosa Veranstaltungssommer.

Als besonderes Highlight darf aber sicherlich das anfangs Oktober ausgetragene OL Weltcup-Finale bezeichnet werden, welches exakt 20 Jahre nach der ebenfalls in Arosa durchgeführten OL-Einzelmeisterschaften auf dem Programm stand.

In Zusammenarbeit mit Swiss Orienteering und der OLG Chur und Zürich nahm Arosa diese Herausforderung an, Austragungsort des Weltcup-Finales sowie eines zusätzlich ausgeschriebenen nationalen OL-Wochenendes zu sein. Das Engagement der Organisatoren wurde mit einem Groussaufmarsch von OL-LäuferInnen belohnt, denn nebst der gesamten Weltelite, die zum Saisonschluss um den Gesamtweltcup kämpfte, reisten rund 1'800 SportlerInnen aus der ganzen Schweiz an, um am nationalen OL-Wochenende mit dabei zu sein.

Die vielen Fans und interessierten Zuschauer sahen eine tolle Schweizer Teamleistung – so sicherte sich der Thurgauer Daniel Hubmann gleich Tagessieg und dazu noch den Gesamtweltcup. Im weiteren schaffte Sara Lüscher ebenfalls den Sprung aufs Podest und zu guter Letzt holte sich das Schweizer Team den Sieg im Staffeltwettbewerb. Das grossartige Sportfest war geprägt von tollem Herbstwetter, auch wenn die OL-LäuferInnen am Sonntagmorgen bei kurzfristigem Schneetreiben auf eine harte Probe gestellt wurden.

Im Zuge des neu lancierten Novemberhochs kam es auf der beschneiten Hörnlipiste erstmals bereits im November zu FIS-Rennen und zwar wurden im Rahmen der Internationalen 3-Pisten-Rennen zwei Riesenslalom für Herren ausgetragen. Die rund 130 Nachwuchsfahrer aus 11 Nationen nutzten die Gelegenheit auf hervorragend präparierter Strecke und schönstem Winterwetter um FIS-Punkte zu kämpfen.

Die Eishockeyfans kamen noch vor Weihnachten zu einem Leckerbissen, denn zum vierten und zugleich letzten Mal stand die beliebte «Arosa Challenge» auf dem Programm. Neben der Schweizer Eishockey Nationalmannschaft spielten die Teams aus Norwegen, der Slowakei und Weissrussland um den Turniersieg. Im Final standen sich erneut die Schweiz und die Slowakei gegenüber, welcher nach einem packenden Spiel zugunsten des Schweizer Teams ausging.

Im weiteren Verlauf der Wintersaison kämpften die Organisatoren verschiedentlich mit den Tücken des Wetters. So mussten u.a. die Verantwortlichen der Pferderennen auf Schnee und auch das OK Wintergolf-

Turnier kapitulieren und aufgrund der fehlenden stabilen Eisdecke auf dem Obersee schweren Herzens kurzfristig die Veranstaltungen absagen. Auch den Verantwortlichen des anfangs Februar geplanten Audi FIS Ski Cross World Cups erging es nicht besser, denn aufgrund von fehlendem Kunstsnee und der warmen Temperaturen mussten die Rennen zunächst abgesagt und konnten neu in den März verschoben werden.

So kam es anfangs März, im Rahmen des Audi FIS Ski Cross World Cups, auf der Strecke Emsla–Kulmwiese zu einer Weltpremiere – einem Skicross Sprint-Event.

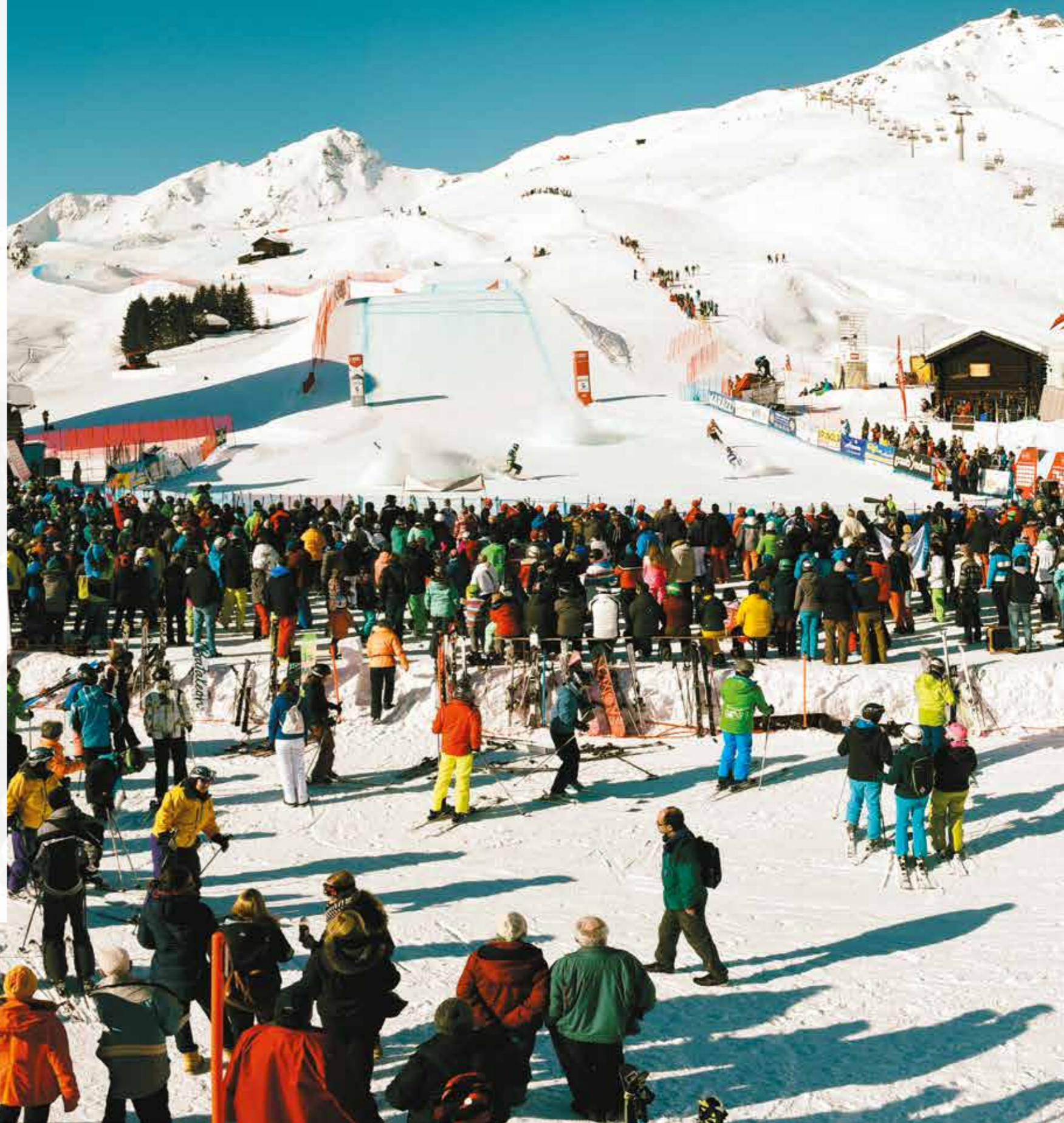
Auf einer Strecke von rund 450 m Länge jagte ein Hindernis das nächste und als letzte Herausforderung vor dem Ziel forderte eine 180 Grad-Kurve, welche bergwärts ins Ziel führte, den Athleten alles ab.

Das allererste Sprintrennen hielt sein Versprechen: Spannung und Spektakel pur mit begeisterten Zuschauern direkt an der Piste und tolle Live-Bilder auf SRF2.

Die Schwedin Anna Holmlund und der Russe Semen Denshchikov konnten sich bei der Premiere als Sieger feiern lassen. Als beste Schweizerin klassierte sich Katrin Müller im vierten Rang, währenddem bei den Männern Alex Fiva und Armin Niederer mit dem 8., resp. 9. Schlussrang vorlieb nehmen mussten.

Im Weiteren wurden Anna Holmlund und Jean-Frédéric Chapuis als Gewinner des Gesamtweltcups in der Disziplin Skicross ausgezeichnet. Zufriedene Gesichter gab es auch bei den Ballonfahrern. Nach mehreren Ballonwochen, bei welchen – aufgrund der unstablen Wetterlage – die Crews unverrichteter Dinge wieder abreisen mussten, konnten die Heissluftballone dieses Mal gleich einige Alpen- und Talkesselfahrten unternehmen, auch wenn in Sachen Startplatz Flexibilität gefragt war (stand doch der Obersee auch den Ballonfahrern leider nicht zur Verfügung). Die Faszination Ballonfahren ist allgegenwärtig und so wurden die aufwendigen Startvorbereitungen von vielen Gästen und Ballonfreunden mitverfolgt.

Zum Schluss meines diesjährigen Berichtes geht ein herzlicher Dank an die Arosa Sportclubs, Vereine, OKs 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.





Veranstaltungen

	Teilnehmer 2014/15	Teilnehmer 2015/16	Besucher/ Zuschauer		Teilnehmer 2014/15	Teilnehmer 2015/16	Besucher/ Zuschauer
Sommer				Winter			
Landsession Grosser Rat Graubünden		120		Schneesport: Oerlikon FIS Rennen (Super G, Herren)		220	
Arosa Musikkurswochen	1'300	1'300		Advents Apéro	20	20	150
Arosa Beachvolleyball-Turnier	50	50		Arosa Humor-Festival	70	70	16'579
Ländlertreffen	70	70	500	Eishockey: Arosa Challenge	150	150	2'800
Tennis: Jungsenioren				Weihnachtskonzert	40	40	250
Open Turnier Arosa / Int. Senior Open	100	120	100	Neujahrskonzert mit der Kammerphilharmonie GR	40	40	250
Motorrad: Orientierungsfahrt	150	120		Eishockey: Turnier des EHC Arosa Fanclubs GR	120	120	100
Arosa Unihockeyturnier «7eck Cup»	1'500	1'500	500	Swiss Snow Walk&Run	1'400	1'300	200
Fussball: Grümpeltturnier des EHC Arosa Fan-Clubs	300	300	100	Arosa Gay Ski Week	600	400	100
Kultursommer		1'472	600	Schneesport: Famigros Ski Day	140	400	50
Eishockey: U20 Trainingslager mit Spielen gegen GER	100	100	300	Schneesport: Volksabfahrt vom Mattjischhora	20	20	
Arosa Dorfmarkt			2'000	Arosa IceSnowFootball	100	100	1'000
Arosa Sommerfest			350	Curling: Arosa Tourismus Trophy	50	40	100
Bundesfeier mit Höhenfeuer			1'000	Schneeshows	180	180	4'000
Kinderland Openair	1'120	1'500		Schlittellenrennen des Skiclubs Langwies	96	127	
Kombinierte Sportstafette	450	480	500	Schneesport: Audi FIS Ski Cross World Cup	300	300	2'000
Eishockey: U17 Trainingslager/Länderspiele		130	500	Alpine Ballonwoche	60	60	300
Arosa Jazztage	50	50	650	Schneesport: Nostalgiereennen des Skiclub Arosa	50	45	
Swiss Irontrail	700	1'000		Eishockey: Piccolo-Turnier um den «Hansi-Cup»	200	200	100
Arosa Musik Academy	80	41		Curling: Arosa Sunna-Cup	170	170	300
Swiss Management Run	300	200	50	Arosa Electronica	50	50	250
Grischa Trail RIDE	50	50		Event der Arosa Chefköche			300
Suzuki Swiss Beach Soccer League		200	100	Arosa Musik Festival	80	80	680
Handball Unternehmer Forum mit Match «Best of Champs»	65	65	300	Schneesport: MunggaTrophy	40	80	
Arosa ClassicCar				Ärztetkongress	380	360	420
Bergrennen Langwies – Arosa	160	160	20'000	Schneesport: JUNIOR Masterrennen der SSSA	130	130	200
Rad: Bergrennen Chur – Arosa	200	250	300	Schneesport: 5. Arosa CEO Olympiade	25	25	
Arosa Grill-Plausch für Gäste	50	50		Curling: Grümpeltturnier für Einheimische	100	100	50
Arosa TrailRun	200	225	224	Eishockey: Grümpeltturnier des EHC Arosa	200	200	100
Museumstag des Schanfigger Heimatmuseums			200	Schneesport: Nostalgie Röteli Run, Hochwang	40	20	
Wurstfest Innerarosa			200				
OL Weltcup-Finale und Nationales OL-Wochenende		1'800	1'000				
Ochsner Hockey Academy	192	216	150				
Jahreskonzert Musikschule Schanfigg	50	50	150				
Jahreskonzert Musikgesellschaft Arosa	60	50	100				



Kultur

Andri Probst

Der Verein Arosa Kultur kann auf ein künstlerisch erfolgreiches Vereinsjahr 2015 zurückblicken. Die Jahresrechnung schliesst mit einem Reingewinn in der Höhe von CHF 2'266.19.

Hohe Teilnehmerzahlen bei den Musik-Kurswochen Arosa

Bei den Musik-Kurswochen, die im Sommer 2015 zum 29. Mal stattfanden, wurden 1'253 Teilnehmende registriert. Damit bleibt die Zahl der Teilnehmenden stabil hoch. Zum vierten Mal konnten auch im August und September unter dem Titel «Arosa Music Academy» mehrere Meisterkurse angeboten werden, die von rund 41 Studierenden (Vorjahr 86) belegt wurden, allerdings wurde auch eine Kurswoche weniger angeboten. Die Arosa Music Academy wurde auch dieses Jahr vom Bundesamt für Kultur (BAK) unterstützt.

Rund 160 Veranstaltungen

Arosa Kultur hat im Geschäftsjahr 2015 (1. November 2014 bis 31. Oktober 2015) insgesamt rund 160 Veranstaltungen organisiert, darunter 36 Bergkirchli-Konzerte, verschiedene Winterkonzerte, das Arosa Musik Festival im Winter, ca. 60 Anlässe im Rahmen der Musik-Kurswochen Arosa, die Konzerttournee «Junge Solisten im Konzert» und 15 Veranstaltungen im Rahmen des Kultursommers Arosa 2015.

Jahresrechnung mit kleinem Gewinn

Bei einem Aufwand von CHF 1'277'433.38 (Vorjahr: CHF 1'480'408.67) resultierte ein Gewinn von CHF 2'266.19. Zudem konnten die Verluste des letzten Jahres getilgt werden. Die neuen stabilen Strukturen der Geschäftsstelle haben sich nun auch in der ausgeglichenen Jahresrechnung bemerkbar gemacht.

Stabile Mitgliederzahl

Die Zahl der Mitglieder von Arosa Kultur blieb auf hohem Niveau konstant: Per Ende Vereinsjahr 2015 zählte der Verein 8 Donatoren, 185 Gönner, 124 Familien- und 99 Einzelmitglieder. Da Familienmitglieder und Donatoren doppelt gezählt werden, beträgt die Zahl der Vereinsmitglieder 733.



Gästeservice

Louis Anthamatten

Allgemein

Das Gästefototeam ist verantwortlich für die Betreuung des Gastes vor, während und nach seinem Aufenthalt in Arosa, den reibungslosen Informationsfluss zwischen Arosa Tourismus, den Leistungsträgern und dem Gast sowie die Bewirtung und Buchungen der Hotels und Ferienwohnungen über das Reservationssystem Deskline.

Im Geschäftsjahr 2015/16 nahmen die Gästekontakte per Telefon um 15 % und per Mail um 21 % im Vergleich zum Vorjahr ab. Zurückzuführen ist dies auf die Angebotserweiterung der Webseite. Der Gast hat die Möglichkeit, verschiedene Wandervorschläge mit Wanderkarte, Höhenprofil und Details abzurufen. Die Schalterkontakte nahmen im Gegensatz um 30 % zu. Es gab somit eine Verlagerung der Kanäle, jedoch gesamthaft sind es gleich viele Gästeanfragen wie im Geschäftsjahr 2014/15.

Kontakte Informationsbüro	Total 2015/16	Total 2014/15	Veränderung	Prozent %
E-mails	5'171	6'581	-1'410	-21,4
Telefon	9'336	10'999	-1'663	-15,1
Schalter Kontakte	14'048	10'810	3'238	30,0
Total	28'555	28'390	165	0,6

Onlinebuchungen

Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden insgesamt 632 Buchungen über das Reservationssystem Deskline getätigt. Von 990 gemeldeten Betrieben sind 219 online direkt buchbar. Insgesamt wurden 7'364 Logiernächte über Deskline generiert, rund 4 % mehr im Vergleich zum Vorjahr (siehe dazu Grafik 1). Im Bereich Online-Buchbarkeit konnten die Kommissions-einnahmen gesteigert werden, dies bei praktisch gleichbleibendem Umsatz und generierten Logiernächten (siehe Tabelle und Diagramm). Hauptverantwortlich war, dass bis Oktober über 50 % mehr Buchungen generiert wurden als in der Vorjahresperiode (siehe Diagramm). Die Verfügbarkeiten wurden also durch die Leistungsträger frühzeitig gepflegt. Der Verkauf über unsere angegliederten Onlineportale verlief aber markant schlechter als im Vorjahr (siehe Diagramm), dies sicherlich auch, weil allgemein die kurzfristigen Winterbuchungen vor allem von November bis März massiv eingebrochen sind (siehe Diagramm).

	2014/15	2015/16
Total generierte Buchungen	610	632
Total gemeldete Betriebe	535	530
Total online buchbare Betriebe	224	219
Total generierte Logiernächte	7'104	7'364

Ticketverkauf

Wiederum wurden diverse Tickets für grosse und kleine Events in Arosa an der Gästeinfo verkauft. Für das Humor-Festival konnten 526 Tickets ausgestellt werden. Für die Arosa ClassicCar verkauften wir 22 Tickets und für das IceSnowFootball 173 Tickets über die Gästeinfo.

Personal

Im Geschäftsjahr 2015/16 stand die Gästeinformation unter der Leitung von Louis Anthamatten. Im Oktober 2015 wechselte Miriam Frei von der Gästeinformation ins Team MICE. Im November 2015 startete Rebekka Herger mit 100 Stellenprozenten bei der Gästeinformation. Zudem wurde das Gästefototeam durch den Lernenden Marko Nikolic (1. Lehrjahr) bis Ende Februar 2016 unterstützt. Louis Anthamatten verliess AT Mitte April auf Grund einer neuen Stelle als Leiter F&B im Hotel Schweizerhof in der Lenzerheide. Wir danken Louis für seinen Einsatz und die Weiterentwicklung der Gästeinfo.

Im neuen Geschäftsjahr 2016/17 wird die Gästeinfo durch Andrea Mende übernommen. Zudem wird Kerstin Schöffler mit ihrer langjährigen Erfahrung an der Gästeinfo als Stellvertretung die Teamleitung unterstützen. Das Gästeinformations-Team startet mit 430 Stellenprozenten, wobei 100 % für Deskline entfallen, in das neue Geschäftsjahr.

Zivilschutzanlage

Die Zivilschutzanlage ist weiterhin als Gruppenunterkunft für Schul- und Freizeitleger sowie bei Sportanlässen beliebt. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden insgesamt 2'647 Übernachtungen für Wochenlager gebucht und 506 Übernachtungen für Kurzaufenthalte. Insgesamt haben 45 Gruppen in der Zivilschutzanlage übernachtet.

Gäste Ehrungen

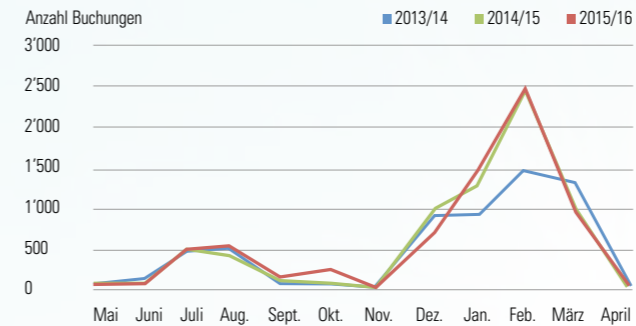
Langjährige Gäste in Arosa erhalten nach 10, 25 und 50 Jahren eine Gäste-Ehrung sowie ein Geschenk als Dankeschön für ihre Treue. Im Team Gästeinformation ist Rebekka Herger seit November 2015 für die Gäste-Ehrungen zuständig. Sie erarbeitete anfangs 2016 ein neues Gäste-Ehrungskonzept. Die Gäste erhalten für 10 Jahre Treue einen Arosa-Pin, neu für 25 Jahre ein Steinbock-Küchenbrett und für 50 Jahre eine Wappenscheibe. Im Geschäftsjahr 2015/16 wurden 22 Gäste für ihre Treue geehrt. Davon 4 Personen für 10 Jahre, 7 Personen für 25 Jahre und 11 Gäste erhielten eine Ehrung für 50 Jahre.

UMSATZ DESKLINE 2015/16 mit Vorjahresvergleich (Aufspaltung nach Verkaufskanälen und Leistungsträgern)

	Total 2014/15	Total 2015/16	% zu VJ	Hotel 2014/15	Hotel 2015/16	% zu VJ	FEWO 2014/15	FEWO 2015/16	% zum VJ
Schalter	CHF 53'076	CHF 109'160	106	CHF 33'072	CHF 50'403	52	CHF 20'004	CHF 58'757	194
Internet	CHF 375'858	CHF 372'088	-1	CHF 204'009	CHF 182'544	-11	CHF 171'859	CHF 189'545	10
Sonstige	CHF 165'385	CHF 106'605	-36	CHF 9'557	CHF -	-100	CHF 155'829	CHF 105'605	-32
Total	CHF 594'329	CHF 587'853	-1	CHF 246'637	CHF 232'947	-6	CHF 347'692	CHF 354'906	2

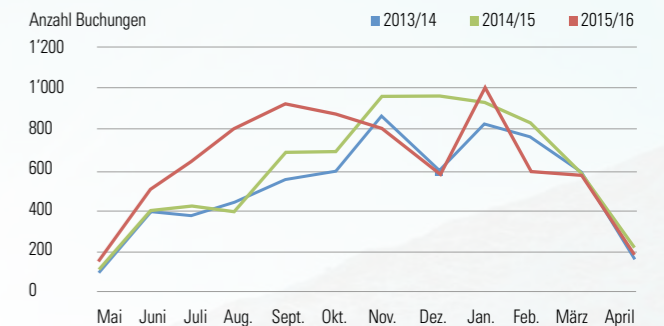
LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG DESKLINE

ausbezahlte Buchungen (3-Jahres-Vergleich)

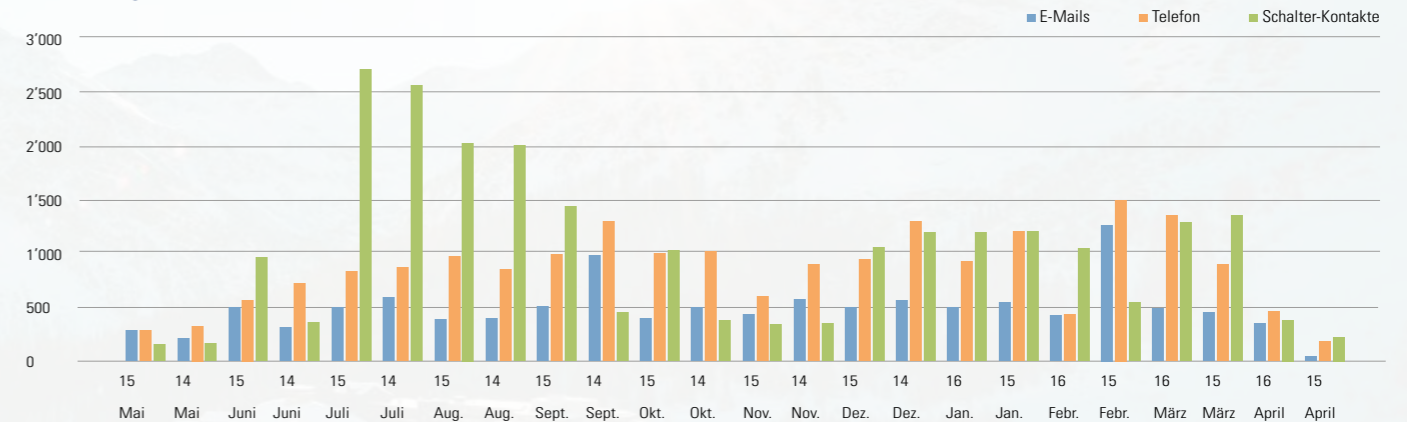


LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG DESKLINE

generierte Buchungen (3-Jahres-Vergleich)



ANZAHL KONTAKTE





Finanzen

Jann Butzerin

Bilanz per 30. April 2016

Die Bilanz weist Aktiven und Passiven von je CHF 2'847'073.36 aus. Das Eigenkapital beträgt per 30. April 2016 CHF 234'428.56.

Aktiven

Das Umlaufvermögen verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von CHF 977'908.11 und beträgt per 30. April 2016 CHF 2'781'063.36, resp. 97.68% der Bilanzsumme.

Das Anlagenvermögen steht nach Abschreibungen von CHF 44'000.00, der Rückzahlung des Darlehens der Gemeinde von CHF 450'000.00 und ohne Neuinvestitionen bei CHF 66'010.00 per 30. April 2016.

Passiven

Das Fremdkapital verzeichnet eine Zunahme von CHF 694'878.29 und beträgt per 30.04.2016 CHF 2'612'644.80 resp. 91.77% der Bilanzsumme.

Die laufenden Verpflichtungen haben per Ende Geschäftsjahr 2015/16 um CHF 174'404.55 abgenommen – die passiven Abgrenzungen haben hingegen um CHF 78'457.50 zugenommen.

Rückstellungen tätigten wir für das Walsertreffen 2016 sowie für die Erneuerung der Website Arosa Lenzerheide – die Rückstellung Arosa Lenzerheide wurde hingegen aufgelöst.

Das Eigenkapital verzeichnet durch die Ausgaben-Überschüsse der Gästetaxen-Rechnung von CHF 218'873.16, der Sport- und Kultur-Rechnung von CHF 12'882.96 sowie dem Ertrags-Überschuss der Marketing-Rechnung von CHF 20'785.94 im Geschäftsjahr 2015/16 eine Abnahme von insgesamt CHF 210'970.18 und beträgt per 30. April 2016 neu CHF 234'428.56, resp. 8.23%.

Erfolgsrechnung 2015/16

Gästetaxenrechnung

Die Gästetaxen-Rechnung verzeichnet bei Einnahmen von CHF 5'706'486.93 und Ausgaben von CHF 5'925'360.09 einen Verlust von CHF 218'873.16 (Budget: Ausgaben-Überschuss von CHF 390'000).

Dank den über den Erwartung liegenden Logiernächte Zahlen, Zusatzeinnahmen durch Taxen-Nachforderungen und einem guten Kostenmanagement schliesst die Gästetaxen-Rechnung besser ab als budgetiert.

Sport- und Kulturrechnung

Mit einem Ausgaben-Überschuss von CHF 12'882.96 schliesst die Sport- und Kulturrechnung 2015/16 bei Einnahmen von CHF 472'160.15 und Ausgaben von CHF 485'043.11 ab.

Die Einnahmen sind ebenfalls auf die besser ausgefallenen Logiernächte zurückzuführen. Die Ausgaben liegen leicht über dem Budget, da die Ticketing-Einnahmen am Arosa Humor-Festival rückläufig waren.

Marketingrechnung

Bei Einnahmen von CHF 1'283'506.37 und Ausgaben von CHF 1'262'720.43 schliesst die Marketing-Rechnung 2015/16 mit einem Ertrags-Überschuss von CHF 20'785.94 ab (Budget ausgeglichen). Die operative Leitung hat sich durch Zusatzeinnahmen über Drittfirmen erneut verantwortlich gezeigt, dass zusätzliche Marketingmittel eingesetzt werden konnten.

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



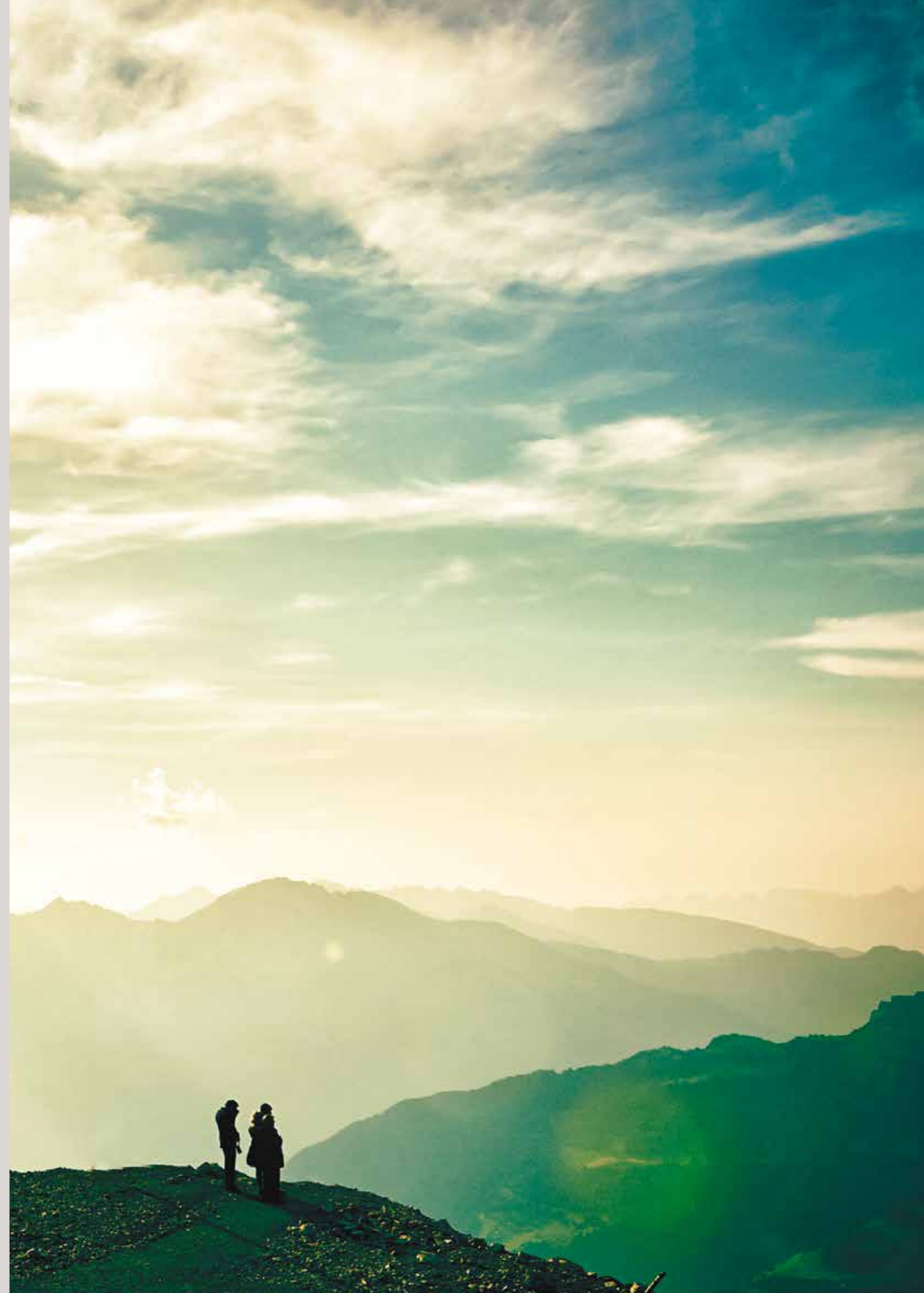
Bilanz

	30.04.2016	30.04.2015
Aktiven	2'847'073.36	2'363'165.25
Umlaufvermögen	2'781'063.36	1'803'155.25
Kassa	3'970.15	6'582.1
Postcheck	516'833.09	381'183.00
Banken	1'502'171.16	690'219.69
Flüssige Mittel	2'022'974.40	1'077'984.79
Steuern + Beiträge	256'049.10	206'278.60
Diverse	352'852.51	329'527.21
Forderungen	608'901.61	535'805.81
Verkaufsmaterial	1.00	1.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
Vorräte	3.00	3.00
Aktive Abgrenzungen	149'184.35	189'361.65
Anlagenvermögen	66'010.00	560'010.00
Fahrzeuge	1.00	1.00
Mobiliar / Kunstrasen	66'001.00	110'001.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
Wasserspiel	1.00	1.00
Sachanlagen	66'005.00	110'005.00
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	0	450'000.00
Finanzanlagen	5.00	450'005.00

	30.04.2016	30.04.2015
Passiven	2'847'073.36	2'363'165.25
Fremdkapital	2'612'644.80	1'917'766.51
Laufende Verpflichtungen	538'346.46	712'751.01
Vorauszahlungen Events	948'004.69	111'035.500
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1'486'351.15	823'786.51
Oeko Fonds	20'000.00	20'000.00
Steuerverwaltung (MwSt.)	25'000.00	25'000.00
Bärenland Arosa	45'000.00	45'000.00
Walsertreffen 2016	65'000.00	50'000.00
Delkredere	60'000.00	60'000.00
Arosa Schneefussball-WM	100'000.00	100'000.00
Arosa ClassicCar	115'000.00	115'000.00
Marketing Arosa Lenzerheide	138'856.15	200'000.00
Arosa Humor-Festival	350'000.00	350'000.00
Rückstellungen	918'856.15	965'000.00
Passive Abgrenzungen	207'437.50	128'980.00
Eigenkapital	234'428.56	445'398.74
Reserven		
Gästetaxen	76'766.22	295'639.38
Sport und Kultur	125'758.56	138'641.52
Marketing	31'903.78	11'117.84
Erarbeitetes Kapital	234'428.56	445'398.74

Gästetaxenrechnung

	Budget 2015/16	Rechnung 2015/16
Aufwand		
Gästetaxen	2'575'900	2'744'075.48
Beiträge	125'000	135'337.80
Informationsmaterial	130'900	137'813.60
Gästeangebot	2'235'000	2'383'884.09
Ruhebänke/Wanderwege	85'000	87'039.99
Verwaltung	1'455'000	1'454'215.89
Personalkosten	1'095'000	1'089'855.42
Kanzleikosten	320'000	321'178.69
Verwaltungskosten	40'000	43'181.78
Anlagen	1'605'000	1'727'068.72
Sportanlagen Obersee	885'000	978'805.89
Angestelltenhaus	5'000	4'080.84
Seminar/Kongress/Incentive	715'000	744'181.99
Gesamt-Aufwand	5'635'900	5'925'360.09
Ertrag		
Gästetaxen Total	4'100'900	4'473'064.28
Gästetaxen	3'360'000	3'596'570.05
Vorsteuerkürzung MwSt.	-145'000	-126'908.36
Informationsmaterial	65'900	63'758.29
Gästeangebot	810'000	930'020.27
Ruhebänke	10'000	9'624.03
Verwaltung	115'000	112'706.46
Anlagen	1'030'000	1'120'716.19
Sportanlagen Obersee	500'000	575'531.18
Angestelltenhaus	5'000	4'895.00
Kongress / Incentive	525'000	540'290.01
Ertrag Gesamt	5'245'900	5'706'486.93
Verlust	390'000	218'873.16



Sport- und Kulturrechnung

	Budget 2015/16	Rechnung 2015/16
Aufwand		
Sportanlässe Sommer	71'000	74'008.78
Sportanlässe Winter	65'000	65'325.88
Beiträge	95'000	95'000.00
Kulturelle Anlässe	123'500	150'805.08
Allgemeiner Aufwand	100'000	99'903.37
Aufwand Total	454'500	485'043.11
Ertrag		
Sport- und Kulturtaxen	450'000	489'165.20
Vorsteuerkürzung MwSt	- 20'000	- 17'005.05
Ertrag Total	430'000	472'160.15
Verlust	24'500	12'882.96

Marketingrechnung

	Budget 2015/16	Rechnung 2015/16
Aufwand		
Promotion	565'000	591'056.86
Product	75'000	88'652.20
Markets Development	285'000	278'841.98
PR und Events	45'000	43'659.48
Sales/Messen	55'000	55'167.90
Administration	200'000	205'342.01
Aufwand Total	1'225'000	1'262'720.43
Ertrag		
Tourismustaxen H/G	250'000	259'435.70
Tourismusbeitrag Gemeinde	534'530	534'530.00
Tourismustaxen Hotel/Fewo	380'000	431'368.30
Kooperation Schanfigg	70'470	70'470.00
Firmensponsoren	31'690	31'690.00
Vorsteuerkürzung MwSt.	- 41'690	- 43'987.63
Ertrag Total	1'225'000	1'283'506.37
Gewinn	0	20'785.94

Budget 2016/2017

Gästetaxenrechnung

Aufwand	
Gästetaxen	1'675'000.00
Beiträge	125'000.00
Informationsmaterial	145'000.00
Gästeangebot	1'352'000.00
Ruhebänke/Wanderwege	53'000.00
Verwaltung	2'624'000.00
Verwaltung	20'000.00
Personalkosten	2'009'000.00
Kanzleikosten	390'000.00
Verwaltungskosten	205'000.00
Anlagen	916'000.00
Sportanlagen Obersee	311'000.00
Angestelltenhaus	5'000.00
Seminar/Kongress/Incentiv	600'000.00
Sport und Kultur	2'748'300.00
Sportanlässe Sommer	223'300.00
Sportanlässe Winter	525'000.00
Beiträge	95'000.00
Kulturelle Anlässe	1'902'500.00
Allgemeiner Aufwand	2'500.00
Gesamtaufwand	7'963'300.00
Ertrag	
Gästetaxen	4'482'000.00
Gästetaxen	4'062'000.00
Informationsmaterial	45'000.00
Gästeangebot	355'000.00
Ruhebänke	20'000.00
Verwaltung	187'500.00
Anlagen	901'000.00
Sportanlagen Obersee	371'000.00
Angestelltenhaus	5'000.00
Kongress/Incentiv	525'000.00
Sport und Kultur	2'392'800.00
Sportanlässen Sommer	155'800.00
Sportanlässe Winter	465'000.00
Kulturelle Anlässe	1'772'000.00
Gesamtertrag	7'963'300.00
Gewinn	0

Für das Geschäftsjahr 2016/17 wurde die Rechnungsstruktur leicht angepasst. Neu werden die Gästetaxen- sowie die Sport- und Kulturrechnung zusammen unter dem Namen Gästetaxenrechnung geführt. Ebenfalls werden im neuen Geschäftsjahr die Einnahmen und Ausgaben der Events jeweils separat, in Form einer Vollkostenrechnung ausgewiesen. Dies hat einen massiv höheren Umsatz zur Folge und gewährt einen detaillierteren Einblick in die Rechnung. Insbesondere zeigt die Vollkostenrechnung auf, in welcher Höhe finanzielle Mittel durch Arosa Tourismus jährlich zur Sicherstellung der wichtigen Wertschöpfungstreiber der Destination Arosa ausserhalb der gesetzlichen Abgaben generiert werden.

Marketingrechnung

Aufwand	
Promotion	1'495'000.00
Product	47'000.00
Markets Development	320'000.00
PR und Events	95'000.00
Sales/Messen	48'000.00
Administration	45'000.00
Aufwand total	2'050'000.00
Ertrag	
Promotion	785'000.00
PR und Events	65'000.00
Sales/Messen	3'000.00
Tourismustaxen H/G	250'000.00
Tourismusbeitrag Gemeinde	500'000.00
Tourimustaxen Hotel/Fewo	382'000.00
Firmensponsoren	65'000.00
Ertrag total	2'050'000.00
Gewinn	0.00

Anhang zur Jahresrechnung

Tourismusstatistik

Logiernächte

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.

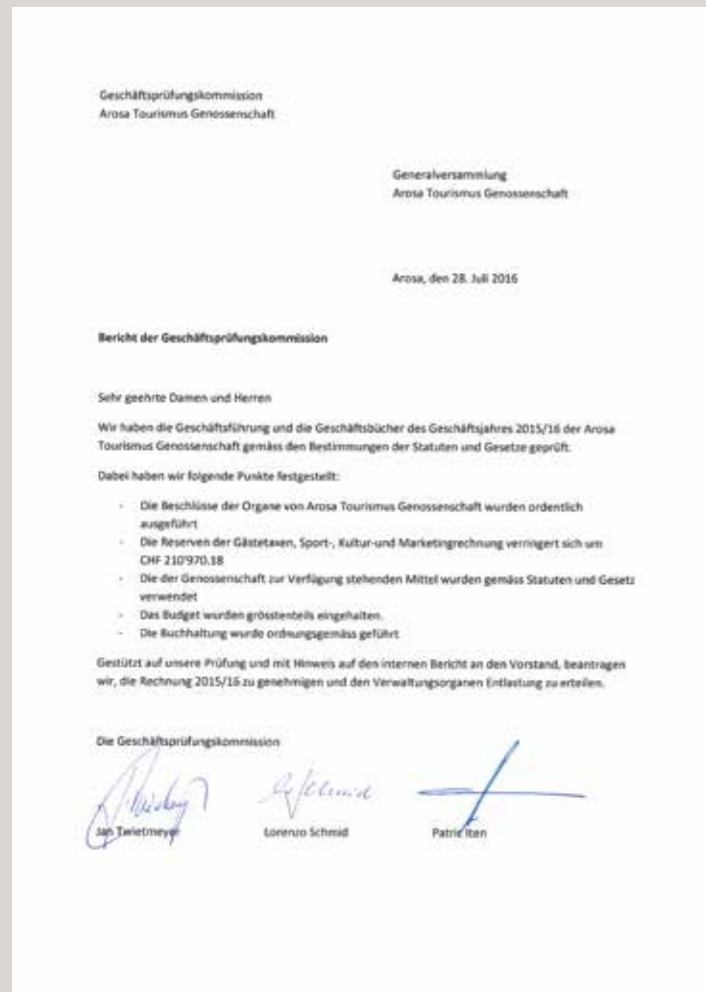
Verpfändungen

Zur Sicherstellung des Kontokorrentkreditrahmens bei der Credit Suisse von CHF 300'000 sind Wertschriften mit einem Buchwert von CHF 1 verpfändet. Der Kontokorrentkredit wird aktuell nicht beansprucht.

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

Kontrollstelle

Geschäftsprüfungskommission



Nationen	Sommer 2015	Winter 2015/16	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
HOTELS					
Schweiz	75'601	154'097	229'698	237'257	- 3.2
Deutschland	5'825	52'975	58'800	77'391	- 24
Benelux	1'703	11'628	13'331	17'843	- 25.3
Vereinigtes Königreich	1'631	14'087	15'718	16'026	- 1.9
Israel	1'342	3'082	4'424	4'686	- 5.6
USA	1'348	1'541	2'889	3'506	- 17.6
Frankreich	522	1'730	2'252	2'914	- 22.7
Australien/Ozeanien	148	551	699	2'816	- 75.2
Russland	349	1'669	2'018	2'457	- 17.9
Skandinavien	500	1'441	1'941	2'376	- 18.3
Italien	472	746	1'218	1'411	- 13.7
Österreich	307	502	809	1'341	- 39.7
Diverse	2'433	6'293	8'726	6'792	28.5
Total	92'181	250'342	342'523	376'816	- 9.1

Nationen	Sommer 2015	Winter 2015/16	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
PARAHOTELLERIE					
Schweiz	21'013	72'587	93'600	97'593	- 4.1
Deutschland	3'421	16'848	20'269	25'606	- 20.8
Benelux	1'549	3'550	5'099	6'469	- 21.2
Skandinavien	192	829	1'021	1'163	- 12.2
Vereinigtes Königreich	1'069	1'417	2'486	1'533	62.2
Frankreich	261	742	1'003	1'481	- 32.3
Israel	1'100	116	1'216	1'668	- 27.1
USA	196	446	642	583	10.1
Österreich	115	169	284	240	18.3
Russland	0	113	113	256	- 55.9
Italien	495	376	871	706	23.4
Diverse	644	1'496	2'140	1'647	29.9
Total	30'055	98'689	128'744	138'945	- 7.3

Backpacker's	3'926	15'949	19'875	23'344	- 14.9
Gruppenunterkünfte	581	4'469	5'050	4'325	16.8
Camping	3'640	2'318	5'958	4'849	22.9
Parahotellerie Pauschal	52'709	248'488	301'197	297'480	1.2
Total	183'092	620'255	803'347	845'759	- 5.0

Entwicklung Tourismus

Unzählige Artikel zu Tourismus, Qualitätsförderung, Politik und Wirtschaft wurden im vergangenen Geschäftsjahr publiziert. Was sind aber die wirklichen Erkenntnisse für die Schweiz und somit grossteils auch für Arosa?

Schweizer Gäste bleiben der Schweiz treu. Auch wenn wir in Arosa in der Gesamtheit leicht rückgängige Zahlen aus der Schweiz haben, ist der Trend klar: Die Schweizer bleiben Arosa treu und sind das Rückgrat unseres Ferientourismus.

Gleichzeitig erreicht der internationale Tourismus neue Höchstwerte. Es gab im Jahr 2015 609 Mio. Ankünfte in Europa. Die Schweiz ist beispielsweise bei asiatischen Gästen sehr beliebt. Auch darum setzt Arosa (in einer Kooperation mit Davos und St. Moritz) als «First Mover» auf die asiatischen FIT-Touristen (Individualtouristen). Die Auswirkungen werden in 5 bis 10 Jahren spürbar sein und ein wichtiger Faktor für die Destination Arosa Lenzerheide darstellen.

Auf der anderen Seite erleidet die Schweiz und auch Arosa einen markanten Rückgang bei den europäischen Gästen. Ein «Massnahmenpaket Frankenstärke» ist notwendig, um hier Gegensteuer zu geben.

Rund um die Politik und Wirtschaft sind Stichworte wie «Aufhebung Euro-Mindestkurs», «Schneesportförderung», «Mobility Pricing», «Tourismus-Partei.CH» präsent. Nun müssen vor allem die lösungsorientierten Aussagen mit Inhalt gefüllt werden. Leichter gesagt als getan, dennoch ist es gerade in der aktuellen Situation essenziell, dass unsere Gäste von A bis Z überzeugt werden. Die Erwartungen müssen permanent übertroufen werden. Gelingt dies den einzelnen Leistungsträgern, ist der Schritt zur Begeisterung klein und die erneute Buchung realistisch.

Graubünden musste im vergangenen Jahr den stärksten absoluten Logiernächterückgang hinnehmen (–335'000 / –6,6 Prozent). Wohl auch, weil die ganz grossen «Leuchttürme» fehlen. Umso wichtiger, dass bestehende Leuchttürme (wie etwa das Arosa Humor-Festival) und neue Anziehungspunkte (wie etwa das Arosa Bärenland) von Kanton, Gemeinden, Tourismusorganisationen und Leistungsträgern geschlossen gestärkt und unterstützt werden.



Vorstand / Direktion

Vorstand

von der Generalversammlung 2014 für 3 Jahre gewählt

Christian Menet, Hotelier, 1998, seit 2001 Präsident

Thomas Blatter, Hotelier, Präsident hotelleriesuisse Arosa, 2005

Noldi Heiz, Skischulleiter, Vertreter H&G, 2008

André Salamin, Hotelier, 2010

Corinne Marty, Präsidentin arosaApartments, 2011

Rolf Bucher, Hotelier, Gemeindevorstand, 2011

Direktion

Pascal Jenny, seit 1.7.2008

Ehrenmitglieder

Dr. Hermann Ambühl

Herbert Geeser

Alois Rüttsche

Ernst Traber



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



Mitarbeitende

Für Arosa im Einsatz

Arosa Tourismus konnte das Geschäftsjahr 2015/16 mit einem motivierten Team bestreiten. Die Mitarbeitenden widmen sich in ihrer täglichen Arbeit der Destination Arosa und setzen sich mit viel Leidenschaft und Herzblut dafür ein, die Gäste von der Destination, unserem vielseitigen Angebot und den abwechslungsreichen Events zu begeistern.

Arosa Tourismus setzt alles daran, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemäss ihren persönlichen Eigenschaften und Fähigkeiten zu fördern und ihnen Möglichkeiten zu geben, sich innerhalb des Teams weiterzuentwickeln. Umso mehr sind wir stolz, wenn wir erfolgreiche Leistungen und/oder neue Abschnitte im beruflichen und privaten Leben unserer Mitarbeitenden verkünden dürfen.

Silvia Kuster verlässt nach 35 Jahren im Sportsekretariat das Team von Arosa Tourismus. Mit viel Herzblut, Hartnäckigkeit und einem Sinn für Gerechtigkeit wirkte Silvia Kuster bei Arosa Tourismus und half bei der Organisation und Durchführung von zahlreichen Sport-Events tatkräftig mit. Wir wünschen Silvia Kuster alles Gute für den neuen Lebensabschnitt.

Nicole Hemmi hat im Frühling 2016 die Ausbildung zum Marketingplaner erfolgreich abgeschlossen. Und **Maja Manojlovic** beendet im Sommer 2016 ihre dreijährige kaufmännische Ausbildung bei Arosa Tourismus, startet anschliessend in ein Praktikum und wird im Sommer 2017 das Studium «Multimedia Production» an der HTW Chur beginnen. Wir gratulieren den Mitarbeiterinnen zu ihren erfolgreichen Leistungen.

Geschäftsführung

Pascal Jenny (1.7.2008)

Marketing, Verkauf, Kommunikation

Yvonne Wüthrich, Mitglied der Geschäftsleitung (1.8.2010)

Jannine Kamm (3.8.2015)

Sandra Willi (1.7.2015 – 30.4.2016)

Nicole Hemmi, (1.7.2011)

Manuela Pargäzti (15.7.2013)

Markus Guler (1.1.2013)

Grafik

Nina Mattli (1.5.2014)

Informationscenter

Louis Anthamatten (1.5.2014 – 30.4.2016)

Andrea Mende (1.3.2016)

Rebekka Herger (2.11.2015)

Kerstin Schöffler (1.5.2013)

Fabienne Simmen (1.6.2010)

Sylvia Weber (25.11.2013)

Finanzen, Gästetaxen

Jann Butzerin (1.12.2014)

EDV/IT, Web, Techn. Dienste

Rochus Caluori (5.9.2011)

Lernende

Maja Manojlovic (1.8.2013)

Marko Nikolic (1.8.2015)

Sport & Kongress, Events

Roland Schuler, Mitglied der Geschäftsleitung (1.2.2010)

Miriam Frei (2.12.2013)

Silvia Kuster (1.12.1982 – 30.6.2016)

Dorothea Mattli (1.6.2014)

Kathrina Rickli (1.12.2015)

Christian Roth (1.9.2008)

Anlagen, Gästeangebot

Oskar Leimgruber (1.6.1990)

Roman Krättli (16.11.1998)

Michael Schmid (1.12.2013)

Urban Rostislav (Wintersaison 2008/09)

Claudio Massalongo (1.1.2014)

Beatrice Heller-Gerber (2.11.2015)

Seilpark

Ernst Gadmer (Sommer 2010)

Harald Umscheid (Sommer 2010)

Markus Buchner (Sommer 2015)

Gästeprogramm

Ruth Licht (Sommer 1985)

Raumpflege

Lilly Reber (1.2.2010)

Kontrollstellen / Geschäftsprüfungskommission

von der Generalversammlung gewählt

Patric Iten (2014)

Jan Twietmeyer (2014)

vom Gemeindevorstand delegiert

Lorenzo Schmid, Gemeindepräsident (2012)

Revisionsstelle

Allenspach & Felix AG, Chur, 2008/09



Silvia Kuster (vorne Mitte) geht nach 35 Jahren Arosa Tourismus in Pension und geniesst mit dem Team von Arosa Tourismus (einige Mitarbeitende fehlen auf dem Gruppenbild) das Foto für den Geschäftsbericht ihres Austrittsjahres.



Arosa  **Lenzerheide** 

Lässt Herzen höher schlagen.