

1930 1931 1932 1933 1934 1935 1936 1937 1938

1939 1940 1941 1942 1943 1944 1945 1946 1947 1948 1949 1950 1951 1952
1953 1954 1955 1956 1957 1958 1959



geschäftsbericht

2010/2011

1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969 1970 1971 1972
1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987

1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000
2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010





Verwaltungsrat

von der Generalversammlung gewählt bis
Generalversammlung 2014:

Lorenzo Schmid, lic. iur. Rechtsanwalt, Arosa,
Präsident
Alois Rütsche, El. Ing. HTL, Arosa
Riet Theus, Dr. oec. Unternehmensberater, Ebmatingen
Christian Laesser, Dr. Prof. Dozent HSG, Teufen
Werner C. Weber, Dr. iur. Rechtsanwalt, Zollikon

Vertreter:

der Gemeinde Arosa:
bis 31. Dezember 2010
Vincenz Vital, Kaufmann, Arosa,
Gemeindepräsident
ab 1. Januar 2011
Adrian Altmann, eidg. dipl. Malermeister,
Arosa, Gemeindevizepräsident

von Arosa Tourismus:
Christian Menet, Hotelier, Arosa,
Präsident Arosa Tourismus

der Bürgergemeinde Arosa:
Christian Brunold, Werkmeister, Arosa, Bürgermeister

der Bürgergemeinde Chur:
Dr. iur. Rolf Stiffler, Chur, Bürgermeister

Ausschüsse:

Finanzkommission
Riet Theus (Präsident)
Werner C. Weber
Lorenzo Schmid

Baukommission
Alois Rütsche (Präsident)
Christian Brunold
Lorenzo Schmid

Revisionsstelle

Curia Treuhand AG, Chur

Geschäftsleitung

Direktor Thomas Gurzeler,
Bau- und Betriebsingenieur, Arosa

Bereichsleiter

Administration/Verkauf:
Philipp Holenstein, Arosa

Transportbetriebe:
Andreas Sturzenegger, Arosa

Pisten- und Rettungsdienst:
Walter Tschanz, Arosa

Gastro/Beherbergungen:
Andy Abplanalp, Arosa

Stabsstellen/Delegierte

Sekretariat:
Regula Wyss, Arosa

Stabsstelle Marketing/Event:
Roger Meier, Arosa

Stabsstelle Liegenschaften/Baubüro:
Marc Gisler, Arosa

**Delegierter Buchhaltungsgemeinschaft
mit Weisse Arena AG:**
Philipp Holenstein

Betriebskommission

Fridolin Rageth (Vorsitz)
Fredi Kamer
Christian Schaller

Paritätische Verwaltungskommission für die Vorsorgeeinrichtungen der Arosa Bergbahnen AG

Thomas Gurzeler (AG)
Philipp Holenstein (AG)
Thomas Tanner (AN)
Jürg Walter (AN)

Besondere Beauftragte

Arbeitssicherheit:
Fritz Wäfler, Stv. Technischer Leiter

Qualitätsmanagement:
Philipp Holenstein, Bereichsleiter

Geschäftssitz

Arosa Bergbahnen AG
Seeblickstrasse
7050 Arosa
Telefon 081 378 84 84
Fax 081 378 84 44

Internet: www.arosabergbahnen.ch
E-Mail: info@arosabergbahnen.ch

WICHTIGES IN KÜRZE

	2010/2011	2009/2010	Veränd. in %
Verkehrsleistung in 1'000 Personen			
Beförderte Personen, gesamthaft	5'481	5'680	-3,5%
Luftseilbahn Arosa Weisshorn	861	892	-3,5%
Gondelbahnen Hörnli und Kulm (ab Wi 10/11)	728	406	79,3%
Sesselbahnen (ab Wi 10/11 ohne SIT)	2'849	3'175	-10,3%
Skilifte	1'043	1'207	-13,6%
Ersteintritte (Winter)	568	586	-3,1%
Erfolgsrechnung in TCHF			
Ertrag	28'597	30'060	-4,9%
Verkehr	17'078	17'916	-4,7%
Gastro	8'027	8'130	-1,3%
Logement	1'636	1'914	-14,5%
Nebenerträge	1'856	2'100	-11,6%
Betriebsaufwand	22'007	22'302	-1,3%
Warenaufwand	1'735	1'894	-8,4%
Personalaufwand	11'076	11'032	0,4%
Sachaufwand	7'439	7'698	-3,4%
Bank- und Darlehensaufwand	1'654	1'577	4,9%
Leasingaufwand	103	101	2,0%
Cash Flow (Betrieb)	6'397	7'490	-14,6%
Jahresgewinn	91	554	-83,6%
Bilanzübersicht in TCHF			
Investitionen in Sachanlagen	8'061	9'812	-17,8%
Anschaffungswert der Anlagen	193'154	189'925	1,7%
Aktiven	75'726	72'697	4,2%
Buchwert der Sachanlagen	67'456	66'512	1,4%
Umlaufvermögen	7'793	5'710	36,5%
Finanzanlagen	477	475	0,4%
Passiven	75'726	72'697	4,2%
Eigenkapital	24'531	24'940	-1,6%
Langfristiges Fremdkapital	45'954	41'101	11,8%
Übrige Passiven	5'241	6'656	-21,3%
Kennzahlen in TCHF			
EBITDA (Betriebsergebnis I)	8'348	9'436	-11,5%
in % des Ertrages	29,2	31,4	
Abschreibungen	6'366	7'119	-10,6%
EBIT (Betriebsergebnis II)	1'982	2'317	-14,5%
in % des Ertrages	6,9	7,7	
EBT (Betriebsergebnis III)	229	647	-64,6%
in % des Ertrages	0,8	2,2	
Cash Flow	6'397	7'490	-14,6%
in % des Ertrages	22,4	24,9	
Buchwert in % d. Anschaffungsw.	34,9	35,0	
Eigenkapitalquote in %	32,4	34,3	
Dividende			
Namenaktie à CHF 100.- nominell	3% *	4%	

* Antrag des Verwaltungsrates

Geschäftsbericht in elektronischer Form

Der Geschäftsbericht 2010/2011 erscheint als elektronische Ausgabe. Er ist jederzeit im Internet abrufbar unter www.arosabergbahnen.ch, Rubrik Bergbahnen. Diese moderne Form der Berichterstattung wurde 2006 eingeführt und hat sich etabliert. Die Aktionäre erhalten die wichtigsten Kennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres mittels Kurzbericht zusammen mit der Einladung zur Generalversammlung per Post zugestellt.

Generalversammlung

309 Aktionäre fanden sich zur Generalversammlung vom 25. September 2010 in der Mehrzweckhalle Arosa ein. Sie vertraten insgesamt 100'143 Stimmen und repräsentierten somit 80 % des stimmberechtigten Aktienkapitals. Die Aktionäre folgten den Anträgen des Verwaltungsrates und beschloss die Auszahlung einer Dividende von 4 %. Der Präsident des Verwaltungsrates, Lorenzo Schmid, im Amt seit 1992, stellte sich zur Wiederwahl und wurde per Akklamation von der Versammlung für die folgende Amtsperiode 2011 bis 2014 gewählt. Neu in den Verwaltungsrat Einsitz nehmen Prof. Dr. Christian Laesser, Professor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement an der Universität St. Gallen und Vizedirektor am Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus, sowie Dr. iur. Werner C. Weber, Rechtsanwalt und Partner im Anwaltsbüro weber schaub & partner ag, Zürich. Die bisherigen Mitglieder des Verwaltungsrates wurden für die neue Amtsperiode ebenso bestätigt wie die Curia Treuhand AG, Chur, als Revisionsstelle.

Aus dem Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat stellte sich bereits im Rahmen der Budgetberatung für das Geschäftsjahr 2010/2011 auf schwierige Zeiten ein, obwohl die Wirtschaftskrise im Geschäftsjahr 2009/2010 nicht derart negativ durchschlag wie erwartet werden musste. Die Korrekturen der Ertragszahlen im Betriebsbudget aufgrund der Euroschwäche erwiesen sich als richtig. Der Geschäftsabschluss 2010/2011 schloss innerhalb der Budgetwerte ab. Umso ausgabefreudiger zeigte sich der Verwaltungsrat bei den Investitionsvorhaben für ein attraktives Schneesportgebiet. Das „Timing“ der letzten Jahre mit einem konzentrierten Mitteleinsatz in den Ausbau der Beschneiungsanlagen von CHF 15,0 Mio. passte perfekt. Die neuen Infrastrukturanlagen mit dem erweiterten Leitungsnetz erwiesen sich als Lebensversicherung für den Schneesport und für Arosa generell. Als gelungene und besonnene Lösung kann der Neubau der Gondelbahn Kulm in Innerarosa bezeichnet werden. Diese erfüllt ihren Zweck insbesondere für die jüngsten Gäste der Skischule vollumfänglich. Nach dem positiven Bundesgerichtsentscheid im Rechtsstreit zum Neubauprojekt Bergrestaurant Weisshorn Gipfel zugunsten der Arosa Bergbahnen AG wurde eine umfassende Situations- und Kostenanalyse durchgeführt. Der Verwaltungsrat fällte im Juni 2010 den Baentscheid für das neue Gipfelrestaurant. Die voraussichtlichen Baukosten betragen neu CHF 10,8 Mio. und liegen rund CHF 2,0 Mio. über dem ursprünglichen Budget. CHF 1,6 Mio. dieser Mehrkosten gehen zu Lasten der Bauverzögerung infolge der Einsprache des Schweizer Heimatschutzes. Der Baubeginn ist Anfang Mai 2011, die Innenausbauten erfolgen während der Wintermonate 2011/2012. Die Betriebsaufnahme ist nach Abbruch des alten Restaurants an der Bergflanke im Verlauf des Spätsommers 2012 geplant.



Im Unternehmensleitbild „nach oben orientieren“ ist die Skigebietsverbindung Arosa-Lenzerheide als strategische Erfolgsposition höchsten Ranges definiert. An dieser Zielsetzung hat sich nichts geändert. Das Projekt erhielt wieder neuen Schwung. Die Lenzerheide Bergbahnen und die Arosa Bergbahnen konnten mit der Gemeinde Tschierschen den Vertrag für die Durchleitung der neuen Verbindungsbahn über das Urtdental unterzeichnen. In einem nächsten Schritt steht nun die Überarbeitung der Planungsmittel samt öffentlicher Auflage im Vordergrund, damit die Stimmberechtigten der Gemeinden Vaz/Obervaz und Tschierschen im Spätherbst 2011 über den angepassten Zonenplan abstimmen können. Die Arosener Stimmberechtigten haben ihre Zusage bekanntlich schon an der ersten Abstimmung im Juni 2008 mit grossen Mehr (84 %-Ja-Anteil) erteilt.

Der Verwaltungsrat wird auch künftig seine massvolle Investitionspolitik fortführen und die gewählten Projekte im Einklang mit den erwirtschafteten Mitteln und

der Umwelt realisieren. Denn trotz der Wirtschaftskrise und schmälere Kaufkraft der ausländischen Gäste wird der Alpentourismus relativ krisenfest bleiben. Das Bedürfnis der Menschen aus den wachsenden urbanen Räumen nach Abwechslung und nach Emotionen zu einer heilen Bergwelt mit intakter Natur bleibt ungebrochen hoch.

Während seiner Amtszeit von 12 Jahren als Gemeindepräsident war Vincenz Vital als Vizepräsident des Verwaltungsrates tätig. Er gab seinen Verzicht auf eine weitere Kandidatur als Gemeindepräsident schon früh bekannt. Vincenz Vital hat sich engagiert und mit Leidenschaft für das Unternehmen Arosa zum Wohle aller touristischen Leistungsträger eingesetzt. Der Verwaltungsrat dankt Vincenz Vital für die stets angenehme Zusammenarbeit und für seine wertvollen Dienste. Auf den 1. Januar 2011 rückte Gemeinderat Adrian Altmann, Arosa, als Vertreter der Gemeinde in den Verwaltungsrat nach.



1940 1941 1942 1943 1944 1945 1946 1947 1948 1949

1930 1931 1932 1933 1934 1935 1936 1937 1938 1939

Das Geschäftsjahr

Der Sommer 2010 vermochte mit 120'000 Gästeeintritten nicht an die Zahlen der vorangegangenen Sommer anzuschliessen. Der Rückgang gegenüber dem Sommer 2009 beträgt 10'000 Eintritte oder - 7,7 %, gegenüber den Spitzenwerten zwischen 2006 und 2008 sind es 20'000 Eintritte weniger (- 14,4 %). Mit Ausnahme des Oktobers verzeichnete die Arosa Bergbahnen AG in allen Sommermonaten einen leichten Gästerückgang. Es war hinsichtlich der Gästeeintritte der schwächste Sommer seit Einführung des all-inclusive-Konzepts im Jahr 2003. Dafür zeigten sich die anwesenden Gäste in den Bergrestaurants konsumfreudiger (Umsatzplus von 1,7 %) und auch der von Arosa Tourismus betriebene Seilpark als neuste Attraktion im all-inclusive-Angebot war mit 11'000 Besuchern begehrt. Nicht zu übersehen waren die Folgen des zunehmend starken Schweizer Franken, der eine dämpfende Wirkung auf die Gästefrage aus dem Euroraum hatte.

Der Slogan „Arosa schneesicher“ verspricht Schneesicherheit für die Arosa Gäste. Die Konstellation mit den späten Osterfeiertagen Ende April 2011 veranlasste das Bergbahnunternehmen im Dezember 2009, zusammen mit den Leistungsträgern und insbesondere

den ortsansässigen Beherbergungsbetrieben das Bahn- und Pistenangebot in der Nachsaison gemeinsam zu gestalten. Mit einem vielversprechenden Angebot versuchten die Partner die Lücken bis zum langen Saisonende zu schliessen. Leider wurden die Bemühungen derjenigen Leistungsträger, die bis Ostern ihre Betriebe offen hielten, nicht belohnt. So mussten die Arosa Bergbahnen schmerzhaft Einbusen in Kauf nehmen. Für das Image des schneesicheren Arosa war es trotzdem ein wichtiges Zeichen nach Aussen.

Zumindest konnte das Bergbahnunternehmen das Versprechen „Schneesicherheit“ über die ganzen 142 Saisontage einhalten. Trotz der anhaltenden Schönwetterperiode ab März 2011 bis zum Saisonende am Ostermontag präsentierten sich die Pisten bei fast schon frühsummerlichen Temperaturen durchwegs in einem sehr guten Zustand. Der Winter 2010/2011 hat den Leistungsträgern in der Destination Arosa deutlich vor Augen geführt, wie unverzichtbar die technische Beschneigung zur Sicherung des Wintergeschäfts ist. Es belohnte jene Bergbahnunternehmen, die in den letzten Jahren kräftig in die Beschneigungsanlagen investierten. Ohne die getätigten Investitionen von insge-

1952 1953 1954

1958 1959

1960 1961 1962 1963 1964 1965 1966 1967 1968 1969

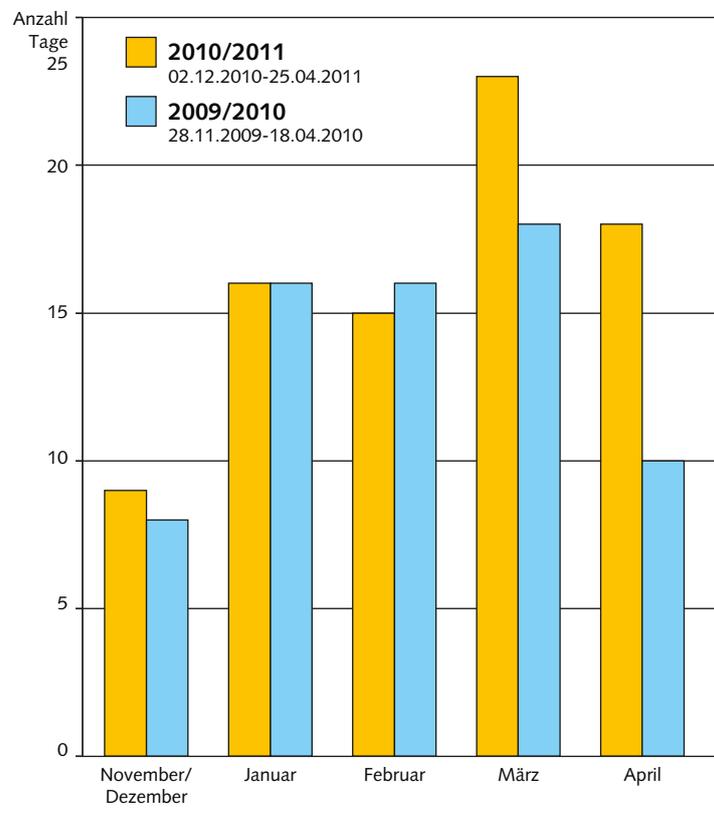
samt CHF 15,0 Mio. in die 3. Ausbautetappe in den vergangenen Jahren wären die Einbussen einiges drastischer ausgefallen. Weniger gut gelungen ist die mediale Kommunikation, die nach wie vor komfortablen Schneesportverhältnisse den potenziellen Gästen näher zu bringen. Titelgeschichten wie „Kein Schneesport in der Schweiz“ und Berichterstattungen mit unappetitlichen Bildern von fehlendem Schnee und grünen Wiesen mitten im Februar vermittelten ein drastisches Bild und waren nicht dazu angetan, die Schneesportler in die Berge zu locken. Diese Meinungsmache war wenig förderlich für die ganze Branche, zumal sich diese Negativmeldungen auch mehr in den Köpfen der potentiellen Gäste verankerten als beispielsweise der schwache Euro. Arosa Tourismus und andere Wintersportdestinationen lancierten die Sponsortaktion „Wir haben Schnee“ und bemühten sich, der vorherrschenden Meinung, es gebe kein Schnee in den Bergen, entgegenzutreten. Allerdings müssen die Wintersport-Destinationen künftig besser darauf vorbereitet sein, die tatsächlich guten Wintersportverhältnisse mit geeigneten Kommunikationsmitteln in die Zielgebiete zu transferieren.

Das Schneesportgebiet Arosa wurde im Winter 2010/2011 von insgesamt 568'000 Gästen besucht, was gegenüber dem Vorjahr ein Rückgang von 3,1 % bedeutet. Bis zu den Festtagen verlief das Wintergeschäft sehr lau. Das eher schlechte Wetter, teils begleitet von kräftigen Winden und mit lediglich 6 Sonnentagen in den ersten 26 Dezembertagen wirkte wenig einladend. Der 27. Dezember war mit 8'000 Gästeeintritten der erste stark besuchte Wintersporttag überhaupt. Die ideale Wetterkonstellation mit Nebel im Unterland und perfekten Wintersportbedingungen in den Bergen brachte in den letzten drei Altjahrestagen mit 9'100 bis 9'800 Eintritten richtig Schwung ins Festtagsgeschäft. Der Januar präsentierte sich auf dem Niveau des 5-Jahres-Schnittes. Die etwas später angelaufenen Sportferien dauerten bis Mitte März hinein. Per Ende März 2011 lagen die Gästeeintritte lediglich 2 % unter dem langjährigen Mittel, bevor im April die

fast schon sommerlichen Temperaturen nur noch wenige Schneesportler in die Berge lockten. Die letzten 25 Saisontage waren sehr schwach besucht und das vorher erreichte EBITDA schmolz ähnlich heftig wie der Schnee an der warmen Frühlingssonne.

Die einmalige und populäre Marketingkampagne „Sonnengarantie“ für alle Saisonpass-Inhaber aus dem Winter 2009/2010 wurde zwar nicht mehr wiederholt. Der Blick auf die Statistik verrät, dass die Schneesportler in Arosa im Winter 2010/2011 in den Genuss von 81 Sonnentagen kamen. Überdurchschnittlich viele Sonnentage gab es im März (74 %) und im April (72 %). Mit einem Anteil von 56 % aller Saisontage war es die sonnigste Wintersaison seit Jahren, womit belegt ist, dass in Arosa die Sonne eben häufiger scheint als anderswo.

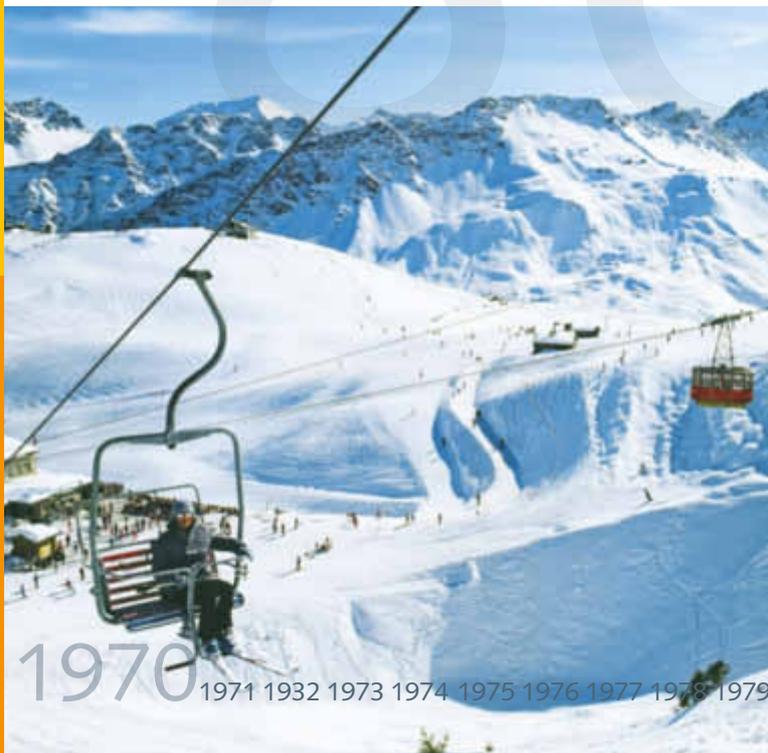
Anzahl Sonnentage



Die Arosa Bergbahnen AG erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2010/2011 einen Gesamtumsatz von CHF 28,6 Mio. Davon stammen TCHF 17'078 aus dem Verkauf von Schneesporthissen (60 %) bei. Der Anteil der Gastronomie und Beherbergung beträgt 34 %. Der EBITDA verringerte sich von TCHF 9'437 auf TCHF 8'348 (29,2 % des Gesamtertrages). Das schmälere Betriebsergebnis erlaubte Abschreibungen von immerhin TCHF 6'366 (Vorjahr TCHF 7'119). Darin sind ausserplanmässige Wertberichtigungen von TCHF 414 enthalten. Die Arosa Bergbahnen AG weist für das Geschäftsjahr 2010/2011 einen Cash Flow von TCHF 6'397, Abschreibungen von TCHF 6'366, ein Eigenkapital von TCHF 24'531, einen Buchwert der Sachanlagen von TCHF 67'456 und einen der Generalversammlung zur Verfügung stehenden Bilanzgewinn von TCHF 758 aus.

Unsere Mitarbeiter/innen

Das professionelle Destinationsmanagement einer Ferienregion ist entscheidend für den Erfolg im wirtschaftlich umkämpften Tourismusmarkt. Mit der neuen Eishalle und integrierten Räumlichkeiten für Arosa Tourismus, dem Einstiegsportal Innerarosa in das Schneesporthisengebiet und der wieder aktuell gewordenen Skigebietsverbindung mit der Lenzerheide stehen wichtige und wegweisende Projekte an bzw. wurden teilweise schon realisiert, welche eine noch engere Zusammenarbeit der Leistungsträger erfordern. Alle Leistungsträger legen grossen Wert auf hohe Qualität im Dienstleistungsservice, denn sie wissen: zufriedene Gäste kommen wieder. Unter dem Titel "Marke Arosa" initiierten Arosa Tourismus, Arosa Energie, die Gemeinde Arosa, die Schweizer Ski- und Snowboardschule Arosa und die Arosa Bergbahnen AG ein Personalentwicklungs-Programm mit dem Ziel, das Verständnis untereinander zu fördern und eine abgestimmte, sinnvolle Aufgabenverteilung anzustreben.



Die erste Phase stand ganz im Zeichen der „Sensibilisierung“ mit folgenden Kernzielen:

- Kernkompetenzen der Leistungsträger kennen lernen
- Verständnis schaffen für Aufgaben und Aufträge der anderen Leistungsträger
- Zusammenarbeit und Kommunikation unter den Leistungsträgern fördern
- bei den Mitarbeitenden der Leistungsträger eine einheitliche Denkweise zur „Marke Arosa“ aufbauen und festigen

Als Ausbildungsmethode für die Workshops der Kader- und Jahresmitarbeiter wählten die Leistungsträger das vom Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern (ITW) entwickelte Destinations-Management-Planspiel. Zusammen mit den Saison-Mitarbeitern kamen im Dezember 2010 rund 450 MitarbeiterInnen aus allen Servicebereichen der Leistungsträger in der Turn- und Mehrzweckhalle Arosa zu einer Grossgruppen-Veranstaltung zusammen, um sich auf die „Marke Arosa“ einzuschwören.

Das Geschäftsjahr 2010/2011 wurde durch zwei Todesfälle von langjährigen Mitarbeitern überschattet. Im Oktober 2010 verstarb Alain Balbinot, Gerant der Tschuggenhütte, im Alter von 43 Jahren. Er übernahm im Oktober 1999 die Führung der Tschuggenhütte und leitete diese mit grossem Einsatz. Am Ostermontag, 25. April 2011 stürzte Willi Kuhn, seit der Wintersaison 1982/1983 bei der Arosa Bergbahnen AG tätig, bei der Demontage des Klettersteigs beim Plattenhorn ab. Nebst seinem Teilzeitjob bei der Arosa Bergbahnen AG konnte er sein grosses fachliches Wissen auch bei der Rega und Heli Bernina einsetzen. Zusätzlich war Willi Kuhn für die Seilbahnen Schweiz Ausbildungsleiter für Patrouilleure. Seinen Beruf übte er mit Hingabe und Leidenschaft aus. Sein grosses Fachwissen konnte er auf begeisternde und feinfühlig Weise weitervermitteln.

Beschäftigung

Die Arosa Bergbahnen AG beschäftigte im abgelaufenen Geschäftsjahr 57 Jahresmitarbeiter (inklusive 5 Lernende, entspricht 54.4 FTE*) und während der Wintersaison bis zu 220 Saisonmitarbeiter. Zusammen mit den Jahresangestellten sind dies 158 FTE (Vorjahr 157 FTE).

*FTE = Full Time Equivalent = Vollzeitstellen

Neue JahresmitarbeiterInnen

Nathalie Aebi, KV-Lernende (B-Profil), ab 1. August 2010
Severin Bürge, Mitarbeiter Pisten- und Rettungsdienst, ab 1. September 2010
Urs Christen, Mitarbeiter Technik, ab 1. Januar 2011
Martina Näf, Mitarbeiterin Technik, ab 1. Januar 2011
Fabrice Schmid, Mitarbeiter Technik, ab 1. Januar 2011

Pensionierungen

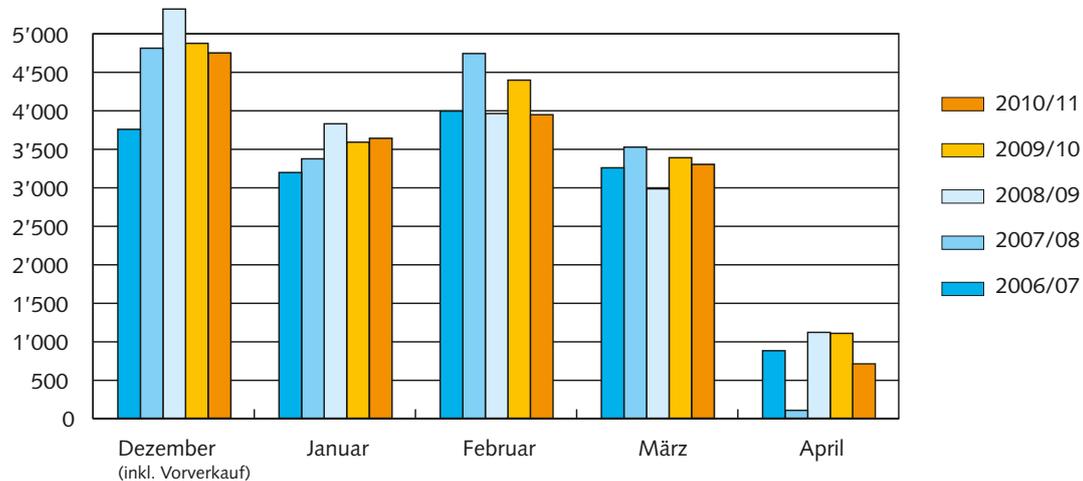
Peter Zippert, Patrouilleur, Eintritt 1974 bis zur Frühpensionierung im Mai 2010.
Oskar Lattmann, Mitarbeiter Technik, Eintritt 1979 bis zur Pensionierung im Oktober 2010.

Transportbetriebe

Im Juni 2011 begannen die Umbauarbeiten für die neue Gondelbahn Kulm auf dem bisherigen Trasse der Sesselbahn Innerarosa-Tschuggen (SIT). Die Inbetriebnahme der von der Firma Bartholet, Flums, projektierten und erstellten Bahnanlage erfolgte Ende November 2011. Die Gondelbahn transportiert die Schneesportler und Fussgänger mit den Arosa-blauen 4er-Gondeln auf den Tschuggen. Der geplante direkte

12'984 Stunden in Betrieb (Vorjahr 12'268 Stunden). Infolge starker Winde und Nebel mussten die Anlagen häufiger eingestellt werden als in den vorangegangenen Jahren. Vor allem im Dezember wurde das Schneesportgebiet von Stürmen heimgesucht, sodass die Bahnen einen Betriebsausfall von mehr als 260 Stunden verzeichneten. Von den insgesamt 435 Stunden Betriebsausfall waren lediglich 14 Stunden auf technische

Entwicklung der Verkehrseinnahmen pro Monat (in TCHF)



Zugang vom Plateau der Parkgarage bis zur Talstation der Gondelbahn mit einem rund 100 m langen festinstallierten, gedeckten Förderband in Holz-/Plexiglasverschalung konnte die Arosa Bergbahnen AG leider noch nicht realisieren, da die Zustimmung der Anstösser noch offen ist. Das Bergbahnunternehmen erstellte für den Winter 2010/2011 ein Provisorium mit zwei leicht versetzten, schmalen Förderbändern. Diese Provisorien entsprechen aber nicht dem gewohnten Qualitätsstandard der Arosa Bergbahnen AG.

Die Transportanlagen beförderten im vergangenen Geschäftsjahr 2010/2011 gesamthaft 5'481'077 Personen, was einem Minus von 3 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der Anteil beförderter Schneesportler beträgt 94 %. Die Sommergäste generierten 303'501 Fahrten auf den beiden Sommeranlagen Luftseilbahn Arosa – Weisshorn und Hörnli-Express. Die Bahnanlagen waren während der Wintersaison an

Probleme zurückzuführen, Äussere Einflüsse verursachten die restlichen Betriebsunterbrüche (96,8 %).

Die Technik-Mitarbeiter führten während des Geschäftsjahres wiederum einige nennenswerte Revisionsarbeiten an den Bahnanlagen durch:

- Totalzerlegung der Laufwerke der 1. Sektion der Luftseilbahn Arosa – Weisshorn. Bereits zum dritten Mal seit Bestehen der Pendelbahn (Baujahr 1992) wurden diese Arbeiten ausgeführt. Mit dem Einsatz des Lastwagenkrans konnte der Arbeitsaufwand für die Demontage und Montage um eine Woche verkürzt werden.
- An der dreizehnjährigen Sesselbahn Hörnli wurden alle 99 Klemmen zerlegt und einer Risseprüfung unterzogen. Das elektromechanische Antriebsteil wurde nach den modernen Standards für Antriebstechnologien umgebaut, was zukünftig Energieeinsparungen von ca. 15 % bringen wird.

- Die Betriebselektriker brachten die elektronischen Hausinstallationen beim Umbau der SIT-Hütte und beim Neubau der 4er-Gondelbahn Kulm auf den neuen Stand. Bei der Sesselbahn Tschuggen-Ost wurden die Brandschutzauflagen mit dem Bau von neuen Kommandoräumen in der Tal- und Bergstation erfüllt.

Im Juli 2010 schloss Nathanael Fellberius, der erste Lernende im Bereich Technik der Arosa Bergbahnen

AG und zugleich Teilnehmer des ersten Lehrganges dieses neuen Ausbildungsberufs überhaupt, die vierjährige Lehre als Seilbahn-Mechatroniker EFZ erfolgreich ab. Die abwechslungsreiche Ausbildung im Lehrbetrieb wird mit jeweils einwöchigen Blockkursen im Ausbildungszentrum von Seilbahnen Schweiz in Meiringen ergänzt. Die Lernenden werden während den Kurswochen in Theorie und Praxis geschult und erfüllen gleichzeitig die Berufsschulpflicht.

Segmentberichterstattung - Transportbetriebe und Pistendienst 2010/2011

	2010/2011	in %	2009/2010	in %
Verkehrsertrag	17'078	96,1	17'916	95,0
Nebenerträge	697	3,9	935	5,0
Betriebserträge	17'775	100,0	18'851	100,0
Personalaufwand Transportbetriebe	-3'368	18,9	-3'268	17,3
Personalaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-2'065	11,6	-1'974	10,5
Sach- und Warenaufwand Transportbetrieb	-3'722	20,9	-3'740	19,8
Sachaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-1'767	9,9	-1'750	9,3
Deckungsbeitrag	6'853	38,6	8'119	43,1





Pisten- und Rettungsdienst

Ideale meteorologische Bedingungen ermöglichten bereits ab dem 8. November in den Gebieten Weisshorn, Carmenna und Tschuggen während 15 Tagen eine konzentrierte und ununterbrochene künstliche Beschneigung der Pisten. Mit 150 Schneelanzen, 40 Schneeerzeugern und Wasser aus dem prall gefüllten Speichersee produzierte die Beschneigungsequipe hochwertigen Kunstschnee in grossen Mengen. Dieser optimalen Grundlage konnten auch die heftigen Dezemberstürme nicht allzu viel Schaden zufügen. Die

schneigung wurde fast 300'000 m³ Wasser verbraucht, vornehmlich in den Monaten November und Dezember. Angesichts der langen Saisondauer war dies ein weiser Entscheid, denn die Gesamt-Neuschneemenge im Winter 2010/2011 fiel mit lediglich 4,75 m unterdurchschnittlich aus. In der Nachbetrachtung hat sich dieser Aufwand gelohnt, ansonsten der Schneesportbetrieb nicht in dieser Angebotsvielfalt und Pistenqualität bis zu den späten Ostern hätte sichergestellt werden können.

Statistische Angaben zur künstlichen Beschneigung

	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Niederschlagssumme Weisshorngipfel jeweils ab 1. November	768 cm	508 cm	475 cm
Betriebsstunden Beschneigungsanlage	1'415 Std.	1'280 Std.	1'695 Std.
Betriebsstunden Beschneigungsanlage neu	0 Std.	670 Std.	762 Std.
Betriebsstunden gesamthaft	1'415 Std.	1'950 Std.	2'457 Std.
Wasserverbrauch Beschneigung:	128'215 m ³	172'483 m ³	294'919 m ³

Piste vom Weisshorngipfel über die Sattelhütte zur Mittelstation war noch nie zuvor so früh beschneit worden.

Plangemäss startete der Schneesportbetrieb am 2. Dezember 2010 mit Beginn des Humorfestivals. Bereits am 4. Dezember standen den Wintersportlern mit Ausnahme der Leichten Maran- und der Alpenblickpiste alle Schneesportabfahrten zur Verfügung. Vor Weihnachten nahmen dann die restlichen Anlagen (Skilifte Prätschli und Ried und die Sesselbahn Brügerhorn) ihren Betrieb auf. Für die künstliche Be-

Erfreulicherweise waren wiederum keine Lawinenniedergänge zu verzeichnen. Der Blick in die Unfallstatistik zeigt, dass sich die Einsätze des Rega-Helikopters auf 51 Transporte deutlich reduzierten, dafür die Bergung mit dem Rettungsschlitten etwas anstieg. Die professionelle Betreuung der gut ausgebildeten Patrouilleure wird von den verunfallten Gästen geschätzt und immer wieder gelobt.

	Durchschnitt 1998/1999 bis 2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Rettungsschlitten	264	298	321	280	282	303
Helikopter (REGA)	37	42	66	62	63	51
Total Unfälle	301	340	387	342	345	354
Fahrten pro Unfall	18'824	15'590	15'673	17'098	15'534	14'626

Bergrestaurants

Der Neubau der Gondelbahn Kulm eröffnete für das Gastronomieangebot am Berg eine praktische Gelegenheit, die Sitzplatz-Kapazität der SIT-Hütte zu erweitern. Der von der demontierten Sesselbahn Innerarosa-Tschuggen frei gewordene Raum für das Umlaufrad und den Spannschacht wurde für 24 neue Sitzplätze umgebaut. Die vor allem bei den jüngeren Gästen sehr beliebte Hütte verfügt nun über gesamt-haft 50 Innenplätze. Die Arosa Bergbahnen AG und Mirko Schadegg von der Schönwetter GmbH, seit der Wintersaison 1997/1998 Pächter der SIT-Hütte, verlängerten den Mietvertrag bis 2015.

Die Gastronomiebetriebe setzten im Geschäftsjahr 2010/2011 trotz rückläufiger Gästeeintritte praktisch gleich viel um wie im Vorjahr. Massgeblich dazu beigetragen haben das schöne Winterwetter mit insgesamt 81 Sonnentagen und die angenehmen Temperaturen. Die insgesamt 830 Terrassen-Sitzplätze und 290 Liegestühle in den vier Bergrestaurants waren an diesen

Tagen meist sehr gut belegt. Generell darf sich das Angebot der Bergbahnen an bedienten Aussenplätzen sehen lassen. Der April 2011 mit dem späten Ostertermin und den durchwegs schwachen Frequenzen war für die Gastrobetriebe eine echte Herausforderung. Sandra und Jürg Gadiant ist die Neuausrichtung des Restaurants auf dem Weisshorn Gipfel gelungen. Sie verzeichneten eine konstante Umsatzsteigerung und legten im Vergleich zum Vorjahr um 13,6 % zu. Ebenfalls mit einem positiven Ergebnis konnte die Sattelhütte aufwarten, die ein Umsatzplus von 2 % erreichte. Die Tschuggenhütte konnte ihren Umsatz vom Vorjahr egalisieren. Die Leitung über die Wintersaison oblag vorübergehend dem langjährigen Stellvertreter Michail Bachtsetzis, der die Unternehmung am 30. April 2011 verliess. Ab dem 1. Mai 2011 wird die grösste bediente Skihütte der Schweiz von Roger Siegrist geführt. Die Brüggerstuba bei der Mittelstation musste eine Umsatzeinbusse von 8 % hinnehmen.

Segmentberichterstattung - Bergrestaurants 2010/2011

	2010/2011	in %	2009/2010	in %
Ertrag Gastro	7'305	100,0	7'295	100,0
Warenaufwand	-1'508	20,6	-1'667	22,9
Bruttogewinn I	5'797	79,4	5'628	77,1
Personalaufwand	-3'514	48,1	-3'552	48,7
Sachaufwand	-1'684	23,1	-1'830	25,1
Deckungsbeitrag	599	8,1	246	3,3

Beherbergungsbetriebe

Unter dem Hintergrund des schwachen Euro starteten die Beherbergungsbetriebe mit gemischten Gefühlen in das neue Geschäftsjahr. Der Währungszerfall bewirkte sofort ein hemmendes Buchungsverhalten der Gäste. Schlussendlich musste mit einem Gesamtumsatz von TCHF 2'460 ein Minus von 14,8 % hingenommen werden.

Die Mountain Lodge konnte sich als einigermaßen solides Standbein für die Arosa Bergbahnen AG halten. Obwohl der Gruppentourismus sehr verhalten buchte, konnte ein ansprechendes Ergebnis erzielt werden. Der Rückgang im Logement beträgt 11 %. Nach dem Motto „locker und lässig übernachten“ können heute alle Altersgruppen zu einem günstigen Preis in Zwei- und Mehrbettzimmern ihren Urlaub in Arosa geniessen. Die getätigten Investitionen in den Innenausbau und in die Energieeffizienz des Gebäudes waren nötig, um die fällige sanfte Komfortsteigerung zu bewerkstelligen und die hohen Energiekosten im Lot zu halten.

Das Hotel Hohenfels etablierte sich in den vergangenen Jahren als stabiler Wert in der Drei-Sterne-Hotellerie in Arosa. Die Umsätze konnten seit der Übernahme im Sommer 2002 kontinuierlich gesteigert werden. Im Geschäftsjahr 2010/2011 litt der Betrieb übermässig stark vom Buchungsrückgang, vor allem der Monat Februar war nicht zuletzt wegen der späten Osterferien sehr schwach gebucht. Ende Saison verzeichnete das Hotel einen Rückgang im Logement von 20 %. Das Betriebsleiter-Ehepaar Therese und Daniel Mariotto entschied sich Anfang März 2011, die Arosa Bergbahnen AG zu verlassen und eine neue Herausforderung anzunehmen. Sie führten das Hotel Hohenfels seit Sommer 2002. Die neue Geschäftsführung des Hotels Hohenfels obliegt ab Sommer 2011 Franziska und Nicolas Gartmann-Jolis. Sie kehren nach einem längeren Engagement in Basel wieder zurück nach Arosa.

Segmentberichterstattung - Beherbergungsbetriebe 2010/2011

	2010/2011	in %	2009/2010	in %
Ertrag Beherbergungen	2'460	100,0	2'886	100,0
Warenaufwand	-195	7,9	-214	7,4
Bruttogewinn I	2'265	92,1	2'672	92,6
Personalaufwand	-1'098	44,6	-1'132	39,2
Sachaufwand	-953	38,7	-942	32,6
Deckungsbeitrag	214	8,8	598	20,8

Info/Verkauf

Der Gesamt-Verkehrsertrag aus dem 7. all-inclusive-Sommer 2010 betrug TCHF 744 (Vorjahr TCHF 746). Der am stärksten frequentierte Sommertag war der 1. August mit 2'755 Eintritten. Das traumhafte Herbstwetter sorgte während den letzten Ferienwochen vom 9. bis 15. Oktober mit durchschnittlich 1'340 Eintritten pro Tag für die am besten besuchte Sommersaison-Woche überhaupt.

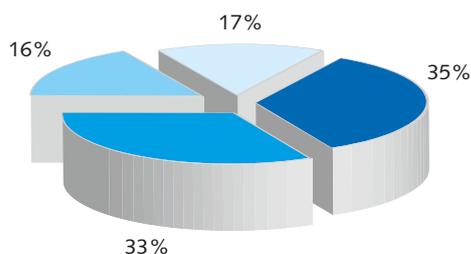
Auf die Wintersaison hin wurden die Preise auf dem ganzen Ticketsortiment um durchschnittlich 1,66 % erhöht. Der Schneesportpass für Erwachsene kostete neu CHF 61.00 (bis-her CHF 60.00). Die Preisanpassung wurde unter anderem mit der Investition in die neue Gondelbahn Kulm mit Förderband-Zubringer begründet. Dieser Bau bringt den Gästen wesentliche Komfort- und Sicherheitsverbesserungen ab dem Einstiegportal Innerarosa. Zudem wurden sämtliche Ticket-Verkaufspreise mit der MWST-Erhöhung von 0,4 % auf neu 8,0 % für die IV-Zusatzfinanzierung ab 1. Januar 2011 belastet. Der Umsatz aus dem Saisonpass-Vorverkauf im Oktober und November lag mit CHF 2,111 Mio. etwas über dem Vorjahresniveau. Hier vermittelte der frühe Wintereinbruch Anfang November 2010 den Gästen die Lust auf Schnee und liess auf ein ansprechendes Wintergeschäft hoffen. Der Ticket-Direktverkauf durch die Arosener Hotelleriebetriebe und ausgewählte Dienstleister mit dem OPOS-System von Skidata ging gegenüber dem Vorjahr um 14 % zurück.

Das neue Einstiegportal in Innerarosa schafft einen modernen Zugang zu den Dienstleistungen und Ser-

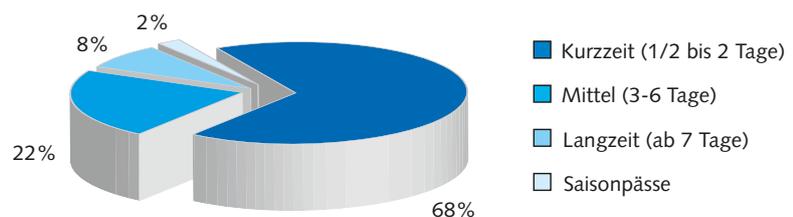
vices der Schweizer Ski- und Snowboardschule Arosa und der Arosa Bergbahnen. Der Ortsbus hält neu direkt vor dem Portal Innerarosa. Von dort gelangt der Gast über den modernen und weiträumigen Zugang in das grosszügig gestaltete Skischulzentrum der Schweizer Ski- und Snowboardschule Arosa, die im Auftrag der Arosa Bergbahnen AG ab Winter 2010/2011 die Schneesporttickets verkauft. Überaus gut gelungen ist der neue Picnic-Raum an der Talstation des Skilifts Tomeli. Das Holzglu bietet Gruppen und Schulen auf Voranmeldung Platz für bis zu 60 Personen und erfreut sich regen Zuspruchs. In der Talstation befinden sich neue Toilettenanlagen.

Die Arosa Bergbahnen AG hat auf die Wintersaison hin die Seniorenrabatte abgeschafft und gewährte dafür im Gegenzug den in Ausbildung stehenden jüngeren Gästen bis Alter 24 einen Preisnachlass von 33 % auf den Normaltarifen. Dieser Transfer von Preisermässigungen zugunsten der jüngeren Generation löste bei den treuen Stammgästen in diesem Alter verständlicherweise wenig Begeisterung aus. Die zunehmende Finanzstärke der Seniorengeneration erlaubt es ihnen, überdurchschnittlich viel für Konsum auszugeben. Demgegenüber steht die jüngere Generation zwischen Alter 17 und 24 in der Regel in der Ausbildung (Berufsschule, Gymnasium, Studium), ist hinsichtlich Kaufkraft weitaus bescheidener aufgestellt und bis zum Übergang in das Erwerbsleben oft auf finanzielle Unterstützung durch die Familie angewiesen. Diesem Faktum wollen die Bergbahnen mit diesem Tarifentscheid Rechnung tragen.

Ticket Erlös Schneesportpässe nach Zeitgruppen



Anzahl Schneesporttickets nach Zeitgruppen



Marketing

Ein sinnvoller und ausgewogener Marketing-Mix setzt voraus, dass die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste berücksichtigt und über die Angebote am Berg informiert werden. Im Winter 2010/2011 prägten aussergewöhnlich viele Veranstaltungen und Events den Terminkalender und sorgten für manches Highlight. Nebst den wöchentlichen Winterhits mit Kesseltrunk (montags), Schlittelparty (dienstags), Schlittelgaudy (donnerstags) und Schwiizer Z'Morga (sonntags) fand jeweils an vorgegebenen Daten die beliebte Vollmondparty statt. Sympathisch aufgefallen ist auch die Massage Drive-In Aktion am Entspannungsberg Brüggerhorn, welche am 19. und 20. Februar 2011 für jedermann zugänglich angeboten wurde.

Veranstaltungen und Events

Ambühl Invitational 11./12.03.2011

Bereits zum vierten Mal fand das Andri Ambühl Invitational in Arosa statt. Der Event wächst von Jahr zu Jahr und gilt heute als einer der grössten Freeski-Events der Schweiz. Absolute Top-Athleten des weltweiten Freeski-Zirkus waren in Arosa zu Gast.

LG FIS Snowboard Weltcup Finale 23.-27.03.2011

Nach dem Weltcup Finale 2003, der Weltmeisterschaft 2007 und dem Weltcup 2008 empfing Arosa die weltbesten Snowboarder erneut zu einem Grossanlass. In den Disziplinen Boardercross, Parallelslalom und Halfpipe wurden die begehrten Kristallkugeln vergeben. Arosa zeichnete sich einmal mehr als attraktive Snowboard-Event-Destination aus. Nicht weniger als 30 Stunden Fernsehpräsenz wurde in die ganze Welt hinaus getragen. Alleine die Liveübertragung von SF2 mit 1:07 Std. ergibt einen Werbewert von mindestens CHF 150'000.00.

Skicross Schweizer Meisterschaft 02.04.2011

Zum ersten Mal war Arosa Austragungsstätte einer nationalen Skicross-Veranstaltung. Die Organisatoren lobten die Professionalität und den attraktiven Kurs

der Schweizer Meisterschaften. Die extrem hohen Temperaturen (+12 Grad) verlangten der Pistenpräparation alles ab. Doch einmal mehr waren es die fleissigen Helfer, welche mit ihrem unermüdlichen und hervorragenden Einsatz zum guten Gelingen beitrugen.

Nebst solchen Veranstaltungen ist der Name Arosa auch im Zusammenhang mit diversen Partnerschaften prominent vertreten. Grössere Kooperationen wurden mit Athleticum, RailAway, der Rhätischen Bahn, Alpa-mare und neu mit „Swiss Olympic Volunteers“ erarbeitet. Ebenfalls wurden verschiedene Plakatkampagnen in den Agglomerationen Zürich und St. Gallen lanciert. Rechtzeitig auf Anfang Wintersaison machten an 250 Stellen grosse Strassenplakate auf unser Wintersportgebiet aufmerksam. Über unterschiedliche Radio-Werbepots waren wir während der ganzen Wintersaison auch akustisch präsent. Unterstützt wurden wir von Radio Zürisee, Radio Energy, Radio Grischa, Radio Toxic.fm, Radio FM1, Radio Liechtenstein und Radio 105.

Spezielle Umsetzungen im e-Marketing

Mobile Ski

Im vergangenen Jahr wurde eine neue, innovative Buchungsplattform mit der Firma x-Smart umgesetzt. „Mobile Ski“ steht für Ticketbestellung über SMS. Über die Zielnummer 363 mit dem Keyword AROSA konnte der Gast Tageskarten direkt mittels eines SMS bestellen.

Arosa App

Die Arosa App war wohl eine der grossen Erfolgsgeschichten im vergangenen Winter. Die Arosa Bergbahnen setzte zusammen mit der Werbeagentur Adverma eine dynamische Arosa App für die iPhone Technologie um, welche über das eigene Redaktionssystem selbst betreut und mit Inhalt gefüllt wird. Die App enthält viele Rubriken, sogenannte Tab's, wie etwa „Ak-

tuelles“, „Gastronomie“, „Nightlife“, „Wetter“ und neu auch „ArosaTV“ und „Arosa LIFE“. Der Arosa Fan hat somit ein umfassendes Informationssystem stets in der Hosentasche, sofern er ein iPhone besitzt. Im ersten Winter haben bereits über 8'000 Personen die gratis App heruntergeladen. Somit wurde ein echtes Bedürfnis abgedeckt.

Bei allen Social Media-Prophezeiungen und interaktiven Medianutzungen ist die Arosa Bergbahnen AG darauf bedacht, seine Echtheit und Glaubwürdigkeit zu bewahren. Ein im Vorjahr mit externer Begleitung ausgearbeitetes Projekt mit spannenden und unkonventionellen Angeboten soll vor allem Wintersport-Tagesgäste in schwächeren Saisonzeiten anziehen.

Qualitäts-Gütesiegel Schweiz Tourismus

Das Programm „Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus“ bietet den Betrieben die Möglichkeit, ihre Dienstleistungen zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren. Es hat zum Ziel, in den Betrieben das Qualitätsbewusstsein zu steigern, die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern zu fördern und die Dienstleistungsqualität im Reise- und Ferienland Schweiz hoch zu halten. Die Arosa Bergbahnen AG ist seit vielen Jahren mit dem Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet. Die jüngste Zertifizierung durch die Prüfstelle mit Verlängerung des Gütesiegels bis 2012 fand 2010 statt.

Die Massnahmen im laufenden Aktionsplan 2010/2011 zielten auf Qualitätsverbesserungen in den Bereichen Führung/Organisation, Kunden/Gäste, Personal und Arbeitssicherheit hin.

Nr.	Thema
66	Einstiegsportal Innerarosa, Verkaufsstelle Skischule/ABB
67	Helmablage in den Bergrestaurants
68	CRM-Tool für ganze Unternehmung
69	Picnic-Raum für Schulen und Gruppen im Schneesportgebiet
70	Arosa App für Smartphones
71	Neue Wege in der Personalgewinnung
72	Optimales Verbraucher-Verhalten im Energieeinsatz
73	Notfallorganisation
74	Umrüstung elektrischer Antrieb auf Frequenzumrichter

Gästabefragung

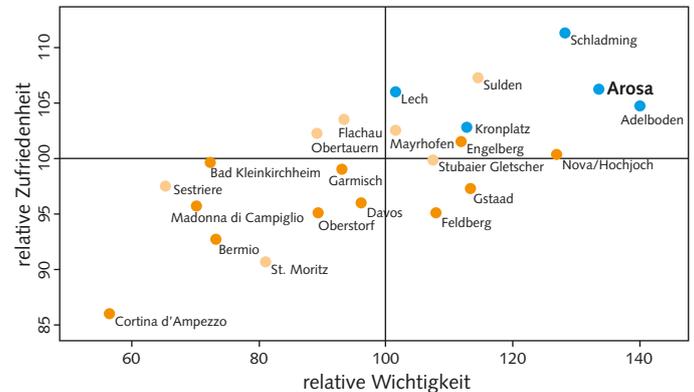
Gästabefragungen sind weitaus mehr als Zufriedenheitsumfragen. Mit gezielten Fragen an die Gäste geht es darum, Verbesserungspotenziale für Produkte, Dienst- und Serviceleistungen zu identifizieren, die Wirksamkeit umgesetzter Verbesserungsmaßnahmen zu beurteilen oder Trends hinsichtlich sich ändernder Gästebedürfnisse und Erwartungen zu erkennen. Die Arosa Bergbahnen AG setzt seit Jahren kontinuierlich verschiedene Instrumente als fester Bestandteil des Qualitätsmanagements ein, um die Gästezufriedenheit zu messen. Eines davon ist der „Best-Skiresort-Report“, der alle 3 Jahre durchgeführt wird. Mit über 18'000 direkt befragten Schneesportlern zählt diese Studie zu den grössten im Alpenraum. Sie zeigt die Position von Arosa im internationalen Wettbewerb und im direkten Vergleich mit den Mitbewerbern.

Aus der Studie lassen sich zusammenfassend Aussagen zu Stärken und Verbesserungspotenzialen ableiten:

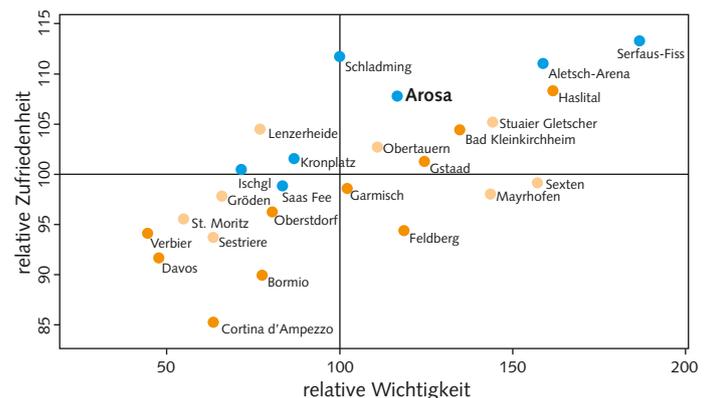
- Das Ambiente von Arosa ist top, die Marke Arosa gut aufgestellt.
- In der Freundlichkeit gegenüber den Gästen hält Arosa mit den Besten mit.
- Arosa kann auf treue Gäste zählen. Für sie verkörpert Arosa ein fast perfektes Image als Wintersportdestination.
- Die Positionierung als familienfreundliches Schneesportgebiet wird von den Gästen auch so wahrgenommen.
- Neue Gäste bewerten Arosa tendenziell schlechter als langjährige, loyale Gäste.
- Das Gastronomieangebot am Berg ist für Arosa äusserst wichtig. Hier besteht noch Optimierungspotenzial.

In der Bewertung der Gesamtzufriedenheit erzielt Arosa unter den 40-Top-Skiregionen den 5. Rang, gleichauf mit Serfaus-Fiss-Ladis. Die gemeinsamen Anstrengungen der Leistungsträger müssen dahin zielen, für Arosa neue „frische“ Gäste zu gewinnen. Dabei ist die Loyalität der treuen Gäste für den Transfer auf neue Kunden vermehrt einzusetzen.

Freundlichkeit



Familienangebot





Erläuterungen zur Erfolgsrechnung

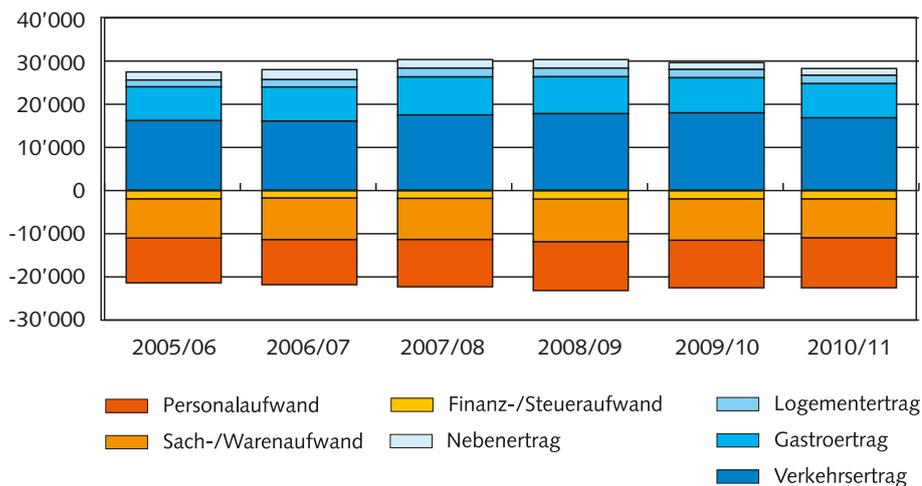
Ertrag

Die Arosa Bergbahnen AG erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2010/2011 mit CHF 28,6 Mio. einen etwas tieferen Umsatz als in den beiden vorangegangenen Spitzenjahren. Die ausserordentlich niederschlagsarmen Wintermonate und milden Temperaturen ab März 2011 prägten die Wintersaison 2010/2011. Dank dem konzentrierten Einsatz der technischen Beschneigung zu Saisonbeginn fanden die Gäste während der ganzen Saison trotz unterdurchschnittlicher Schneefallmenge hervorragende Schnee- und Pistenverhältnisse vor. Die schwierigen Rahmenbedingungen mit stark aufgewertetem Franken, welcher die Nachfrage aus dem Euroraum deutlich bremste, drückte auf den Gesamtumsatz. Beim Verkauf von Schneesporttickets ging der Umsatz um 4,7 % auf TCHF 17'078 zurück. Vor allem in der zweiten Saisonhälfte mit fast schon vorsommerlichen Temperaturen war es äusserst schwierig, Schneesportler in die Berge zu locken. Weitaus besser sieht die Ertragslage in der

Berggastronomie aus, die dank dem schönen und milden Terrassenwetter ihre Umsätze auf dem Vorjahresniveau von TCHF 7'300 halten konnte. Dafür mussten die Beherbergungsbetriebe Mountain Lodge (- 12,4 %) und insbesondere das Hotel Hohenfels (- 17,8 %) markante Umsatzeinbussen in Kauf nehmen. Die Nebenerträge von TCHF 1'856 enthalten den Liegenschaftsertrag von TCHF 1'029 und übrige Erträge von TCHF 828 wie Eigenleistungen für Bahnrevisionen und Beschneigungsanlagen, die im abgelaufenen Geschäftsjahr geringer ausgefallen sind als im Vorjahr.

Das Sommergeschäft mit dem all-inclusive-Konzept verlief zufriedenstellend. Der Anteil für die Bergbahntickets beträgt TCHF 744 (Vorjahr TCHF 746). Die Berggastronomie erwirtschaftete einen Sommer-Umsatz von TCHF 863 (Vorjahr TCHF 853), die Beherbergungsbetriebe einen solchen von TCHF 226 (Vorjahr TCHF 260).

Entwicklung der Erfolgsrechnung (in TCHF)



Aufwand

Die Personalkosten blieben trotz der fälligen Lohnanpassung für das Saison-Betriebspersonal und der langen Wintersaison praktisch auf Vorjahresniveau. Dazu beigetragen haben unter anderem die Reorganisationen, die im Geschäftsjahr zu wirken begannen. Die gesamten Personalaufwändungen von TCHF 11'076 machen 38,7 % des Gesamtumsatzes aus. Beim Sachaufwand stiegen die Stromkosten auf TCHF 1'393 an. Die Zunahme bei den Grossverbrauchern im Schneesportgebiet betrug rund 9 % und ist auf den Weiterausbau der Beschneiungsanlagen sowie auf die längere Wintersaison zurückzuführen. Der gesamte Strombezug viel aber geringer aus als im Budget angenommen. Hier wirken sich die getätigten Investitionen in die Energieeffizienz bei den Bahnanlagen (Einbau Frequenzumrichter) kostendämpfend aus. Grössere Kosteneinsparungen konnten im Unterhalt erzielt werden. Einerseits gelang es, das Dieselöl für die Pistenfahrzeuge zu günstigen Konditionen einzukaufen, andererseits reduzierte sich der Verbrauch gegenüber dem Vorjahr um 30'000 Liter. Die zahlreichen Erneuerungs- und Instandhaltungs-Investitionen bei den Bahnlagen Gondelbahn Kulm, Sesselbahn Hörnli und Sesselbahn Tschuggen-Ost führten zu deutlich tieferen Unterhaltskosten. Bei den übrigen Aufwandsposten blieben die Werte im Rahmen der Vorjahre. Ein Indiz für den bedachten und kostenbewussten Umgang mit den finanziellen Mitteln.

Betriebsergebnis

Angesichts der unvorteilhaften Bedingungen ist der erzielte EBITDA von TCHF 8'348 (Vorjahr TCHF 9'436) ein ansprechendes Ergebnis. Die EBITDA-Marge von 29,2 % ist im Branchenvergleich immer noch ein gutes Ergebnis. Das schmalere Betriebsergebnis erlaubt Abschreibungen auf dem Anlagevermögen von immerhin TCHF 6'366 (Vorjahr TCHF 7'119). Darin sind ausserplanmässige Wertberichtigungen von TCHF 414 enthalten. Der Finanzaufwand nahm etwas zu und macht mit TCHF 1'758 oder 6,1 % des Gesamtertrages aus. Der Gewinn aus der Veräusserung von Anlagevermögen stammt vom Verkauf alter Pistenfahrzeuge.

Der betriebliche Cash Flow von TCHF 6'397 gilt mit 22,4 % vom Umsatz als guter Branchenwert. Im Geschäftsjahr konnte das Unternehmen mit dem Wechsel der Pensionskasse die in früheren Jahren gebildeten Rückstellungen für die Ausfinanzierung der Deckungslücke auflösen. Nach Verbuchen der Einlage von TCHF 2'000 und der Bewertungskorrekturen von Anlagen und Wertschriften resultiert ein bereinigter Cash Flow von TCHF 4'214. Nach Abzug der Steuern von TCHF 214 verbleibt ein Jahresgewinn von TCHF 91 (Vorjahr TCHF 554).

Erläuterungen zur Bilanz

Aktiven

Die Flüssigen Mittel betragen Ende Geschäftsjahr TCHF 5'336 (Vorjahr TCHF 3'926). Der Anteil des Umlaufvermögens am Gesamtvermögen liegt per Ende April 2011 bei 10,3 % (Vorjahr 7,9 %). Der Buchwert der Sachanlagen nahm mit den Investitionen in die Infrastrukturanlagen um TCHF 944 zu und liegt bei TCHF 67'456 (Vorjahr TCHF 66'512).

Vom Investitionsvolumen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010/2011 von insgesamt TCHF 8'061 entfallen rund TCHF 5'787 auf die neue Gondelbahn Kulm und TCHF 1'063 auf die Beschaffung neuer Pistenfahrzeuge.

Passiven

Durch das im Berichtsjahr geleistete Investitionsvolumen stieg das langfristige Fremdkapital weiter an und beträgt neu TCHF 44'610. Die beanspruchten Bankkredite erhöhten sich um TCHF 5'938 auf TCHF 41'794. Die Leasingverbindlichkeiten nahmen um TCHF 245 ab und betragen TCHF 2'817. Der Eigenkapital-Anteil beträgt nun 32,4 % (Vorjahr 34,3 %). Die Arosa Bergbahnen AG verfügt per Ende Geschäftsjahr über eine freie Kreditlimite von TCHF 9'070.





Unternehmensgewinn

Der ausgewiesene Jahresgewinn beträgt TCHF 91 und liegt aus steuerlichen Überlegungen unter dem Niveau der Vorjahre (TCHF 554 im Geschäftsjahr 2009/2010, TCHF 558 im Geschäftsjahr 2008/2009). Der Verwaltungsrat will an seiner langjährigen Dividendenpolitik trotz schmalerem Ergebnis festhalten, der Generalver-

sammlung jedoch gegenüber den Vorjahren eine angepasste Dividende von 3 % (bislang 4 %) beantragen. Er beabsichtigt, die Dividendenzahlung von insgesamt TCHF 375 (CHF 3.00 brutto pro Aktie für 125'000 dividendenberechtigte Aktien) aus den gebildeten Reserven aus Kapitaleinlagen steuerfrei auszuzahlen.

Arosa, 22. August 2011

Für den Verwaltungsrat:
Lorenzo Schmid
Präsident des Verwaltungsrates

Für die Geschäftsleitung:
Thomas Gurzeler
Direktor

Finanzkennzahlen

	gute Werte	Ø 5 Jahre	2009/2010	2010/2011
Umsatz in TCHF		29'404	30'060	28'597
Anteil Bahn		59%	60%	60%
Anteil Gastro und Beherbergung		35%	33%	34%
Anteil Nebenbetriebe		6%	7%	6%
EBITDA-Marge	≥ 28.5%	30.1%	31.4%	29.2%
Eigenkapital	≥ 33.3%	35.3%	34%	32.4%
Zinsdeckungsgrad	≥ 6x	6.2	6.0	5.0
Kapitalzins/Gesamtumsatz	≤ 7.5%	4.82%	5.25%	5.78%
EBDA-Marge (betrieblicher Cash-Flow)	> 21.5%	23.9%	24.9%	22.4%