



*Arosa*

# Generalversammlung Arosa Tourismus

14. September 2021

## Traktanden

1. Begrüssung und Wahl der Stimmenzähler
2. Protokoll der ordentlichen GV vom 15. September 2020
3. Rück- und Ausblick durch den Vorstand Arosa Tourismus
4. Wahl von Roman Geiser als zusätzliches Vorstandsmitglied von Arosa Tourismus
5. Statutenänderung
6. Präsentation und Abnahme Jahresbericht 2020/21, der Jahresrechnung 2020/21 und der Bilanz per 30. April 2021, des Revisorenberichts sowie Entlastung der Verwaltungsorgane
7. Erläuterung und Genehmigung des Budgets 2021/22
8. Die Direktion hat das Wort
9. Umfrage / Varia





*Arosa*

# 1. Begrüßungsworte & Wahl der Stimmenzähler

Pascal Jenny

Präsident Arosa Tourismus





## 2. Protokoll der ordentlichen GV vom 15. September 2020



*Arosa*



### 3. Rück- und Ausblick durch den Vorstand Arosa Tourismus

## Pascal Jenny, Präsident



[Hier geht es zum Video](#)



## Arosa 2030



**Arosa als nachhaltigste Destination in Graubünden und Top 5 begehrteste Feriendestination in der Schweiz**



In Arosa gibt's Alles – einfach etwas besser und bewusster!  
Genussvoller Konsum ohne Verzicht, mit Verantwortung und gutem Gewissen.

**Arosa 2030**  
Genussvoll nachhaltig

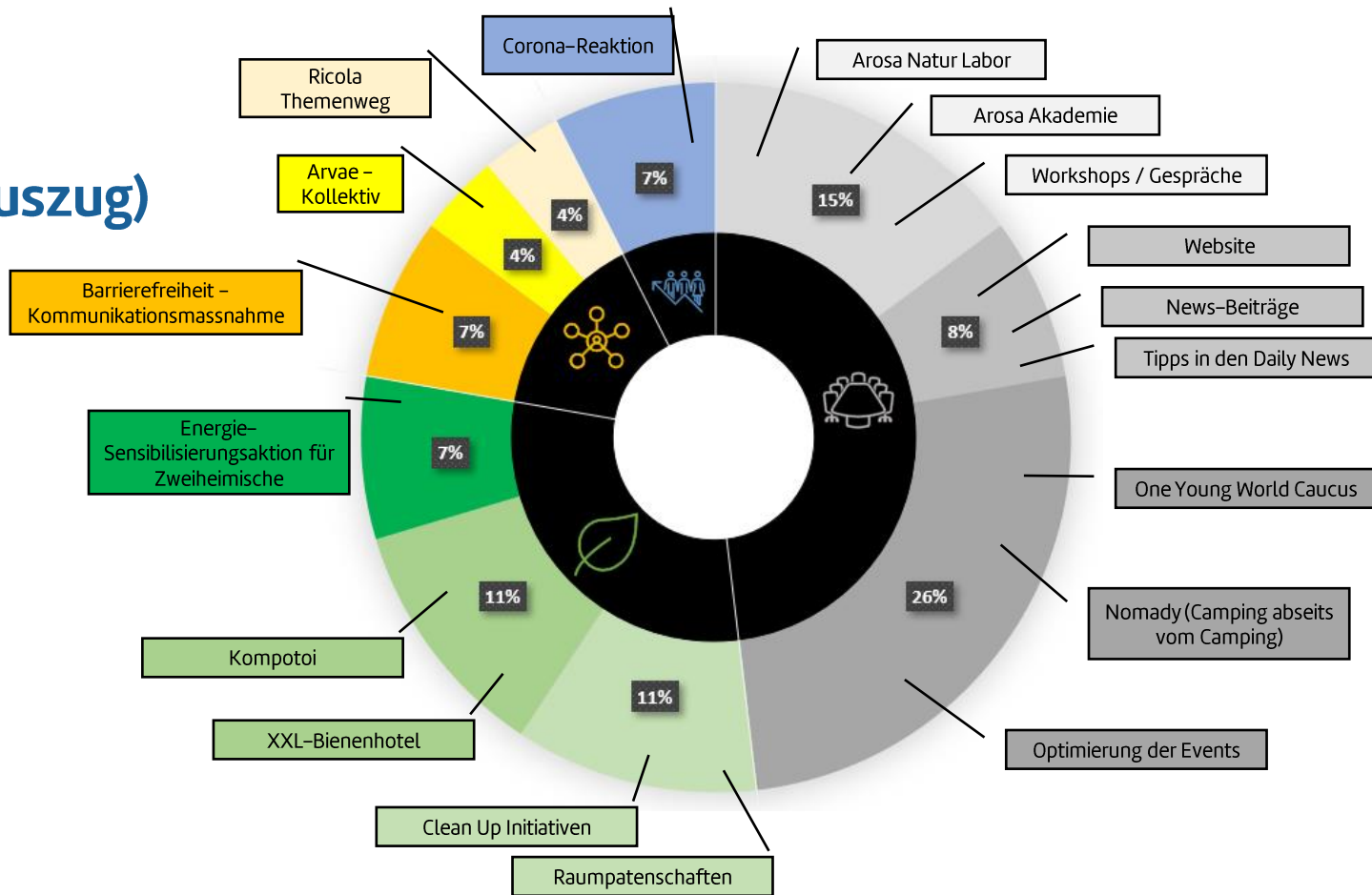
Wir leisten einen Beitrag zu

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**



# Arosa 2030 Projekte (Auszug)

- Sensibilisierung & Bildung
- Kommunikation
- Angebote & Events
- Abfallmanagement
- Biodiversität
- CO2-Reduktion
- Diversität & Inklusion
- Kultur
- Kooperation
- Innovation





## Trend zu Regionalität



## Arosa Valley (Arbeitstitel inspiriert vom Silicon Valley)

### Organisation

- Co-Organisation durch die Gemeindepräsidentin Yvonne Altmann und den Tourismuspräsidenten Pascal Jenny
- Tourismus-Austausch nach dem «Regnose-Prinzip»

### Vorschlagsmodus

- Die AT-Stakeholder (Leistungsträger) unterbreiten in digitaler Form Teilnehmer-Vorschläge (Anmelde-Link)
- 20 Teilnehmende werden im Anschluss zufällig ausgewählt (mit Berücksichtigung der Herkunft)

### Herkunft: Vielfalt & Divers

- Jung-alt-vermögend-weniger vermögend-Frau-Mann-Tourismus-Bau-Arosa-von auswärts-Hotel-FeWo-Zweitheimisch-H&G-BB-Schule-Gastro-Landwirtschaft...



## Kongress Nachhaltigkeit «Be responsible!» (Arbeitstitel)

Der Kongress positioniert Arosa als Nachhaltigkeitsleader, schafft Aufmerksamkeit, fördert kreative Innovationen und generiert Übernachtungen.

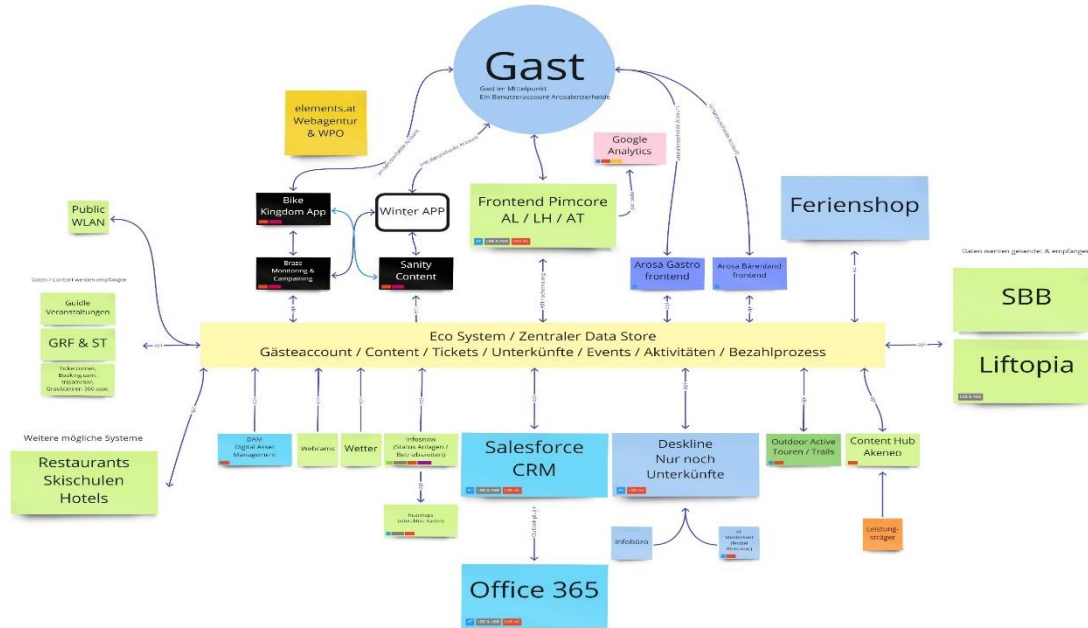
Themenfelder:

- Fokus auf die emotionalen Aspekte: CO2 Verbrauch (Klima), Food Waste, Plastikverbrauch, Tiere & Biodiversität und Nachwuchsförderung (next generation von Touristiker\*innen)
- Praxisberichte von KMUs (nicht nur Tourismus, aber auch Hotels, Seilbahnen, Restaurants und Destinationen zu den definierte Schwerpunktthemen (zur erfolgreichen Plastikreduktion, zum Umfang mit Food Waste, zur Energieeffizienz, zu Marketing an Eco-Travellers, etc.)
- The future of travel / Marktchancen Eco-Travel im alpinen Tourismus
- Best Practices aus der KMU-Welt

# aL.digital Digitalisierungsprojekt

## Gemeinsames digitales Ökosystem für Arosa Lenzerheide

Mit einem digitalen Ökosystem soll das Gästerlebnis in Zukunft in den Vordergrund gestellt werden, indem der Zugang zu sämtlichen Angeboten und Informationen vereinheitlicht, aufgewertet und vereinfacht wird.



## Noldi Heiz, Vorstandsmitglied, Vertreter Handel & Gewerbe



[Hier geht es zum Video](#)





## Themenwege und Aktivitäten im Dorf



Neue Themenwege wie der Krimispass, der Erlebnisweg Bärenland und der Themenweg Ricola lenken die Gäste ins Dorf

→ Mehrwert für Handel & Gewerbe

→ Immer wieder neue Angebote/Erlebnisse erhöhen die Besuchsfrequenz

## Roy Zanin, Vorstandsmitglied, Vertreter Ferienwohnungen

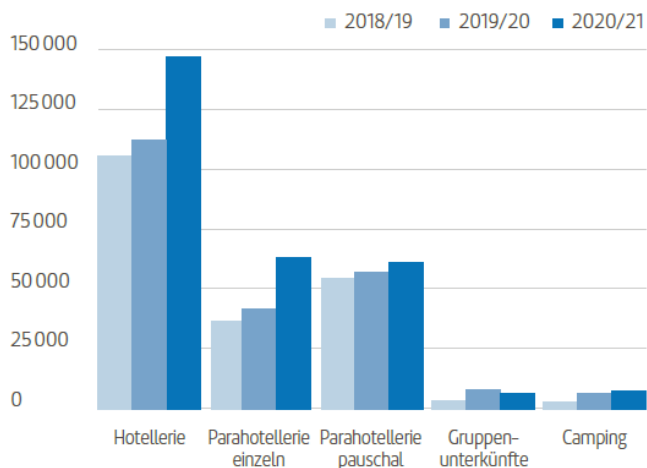


[Hier geht es zum Video](#)



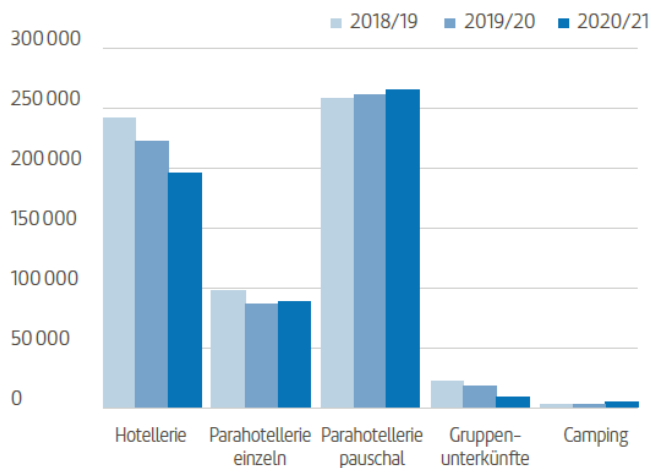
# Entwicklung Logiernächte (Sommer-Boom)

## SOMMER



2020/21: 63'532 Logiernächte  
+ 51.4% gegenüber Vorjahr

## WINTER



2020/21: 91'765 Logiernächte  
+ 0.8% gegenüber Vorjahr

## Märkte (Corona-Effekt polnischer Markt)

Nationen	Sommer 2020	Winter 2020/21	Gesamt	Vorjahr	Differenz in %
<b>PARAHOTELLERIE</b>					
Schweiz	55'081	77'648	132'729	100'695	31.8%
Deutschland	4'743	6'562	11'305	17'215	-34.3%
Benelux	1'675	259	1'934	4'234	-54.3%
Skandinavien	153	273	426	812	-47.5%
Grossbritannien	331	167	498	1'623	-69.3%
Frankreich	182	174	356	476	-25.2%
Israel	36	6	42	1'551	-97.3%
USA	50	74	124	498	-75.1%
Oesterreich	73	163	236	286	-17.5%
Russland	195	173	368	128	187.5%
Italien	7	0	7	594	-98.8%
Polen	14	3'832	3'846	172	2136.0%
Diverse	992	2'434	3'426	4'736	-27.7%
<b>Total</b>	<b>63'532</b>	<b>91765</b>	<b>155'297</b>	<b>133'020</b>	<b>16.7%</b>



Aus einer Bemerkung  
wurde ein Projekt

Idee „Projekt Badi7050“



Die Badi, 2. November 2019

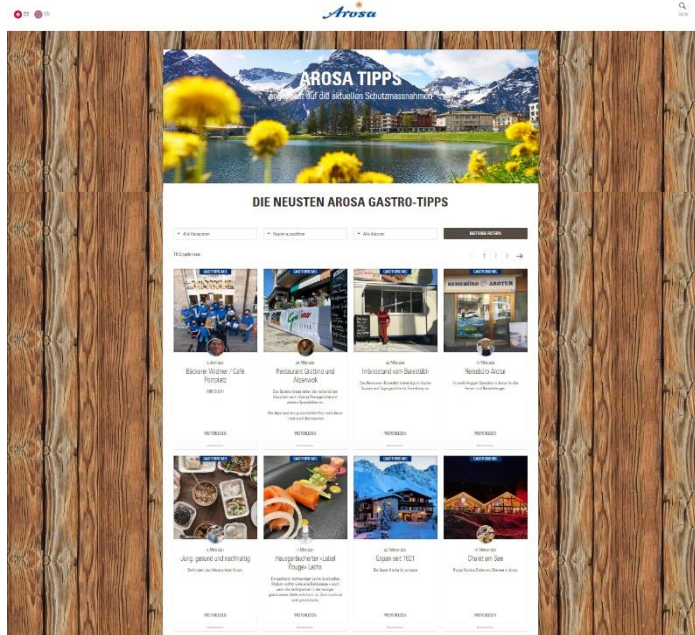


## Sven Bodenmann, Vorstandsmitglied, Vertreter Gastro Arosa



[Hier geht es zum Video](#)

# Gastronomie



[Hier geht es zum Video](#)

## Patric Iten, Vorstandsmitglied, Vertreter Gemeinde Arosa



[Hier geht es zum Video](#)



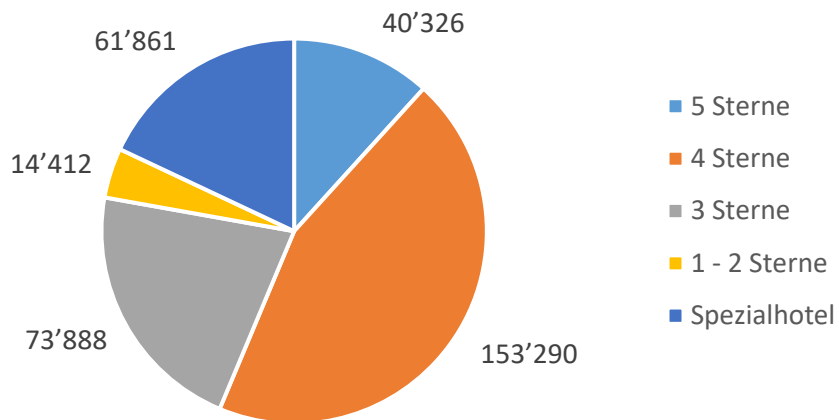
## Thomas Blatter, Vizepräsident, Vertreter Hotelleriesuisse



[Hier geht es zum Video](#)

# Hotellerie

## Logiernächte 2020/21



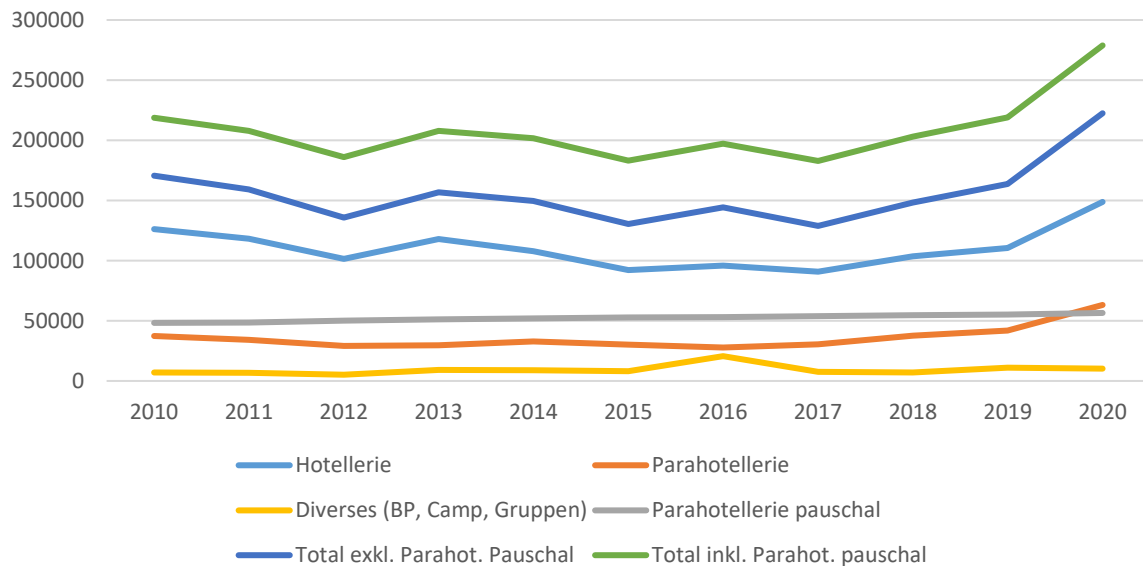
## Flexible Corona Reaktionen

### Individuelle Schutzkonzepte

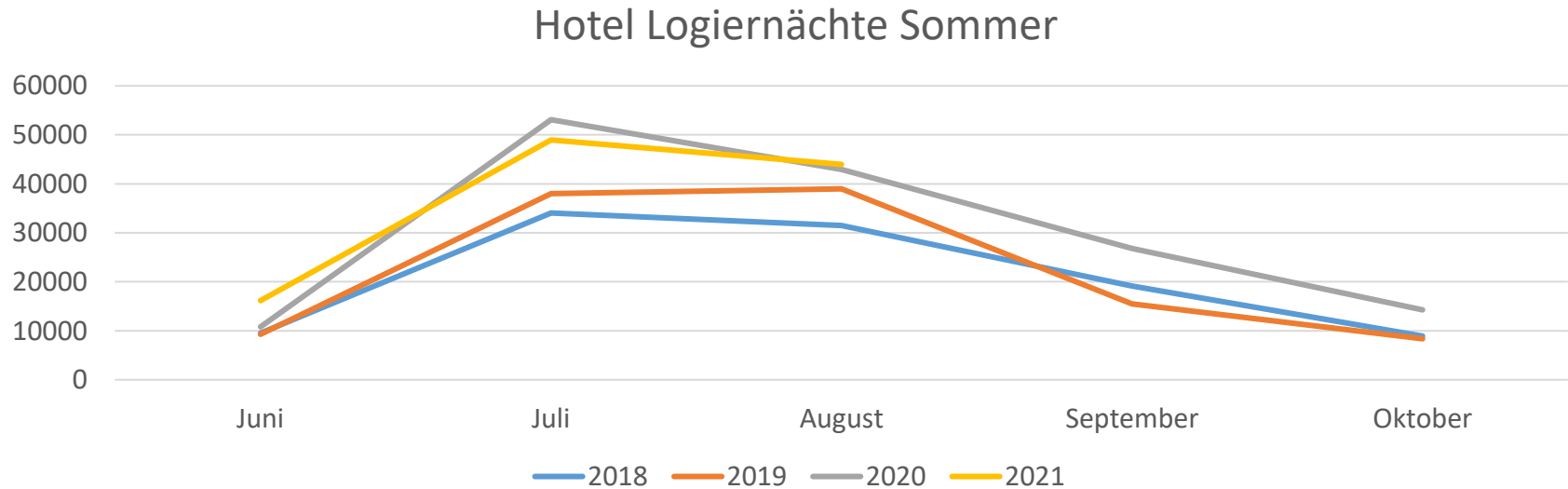
- Restaurant-Konzepte (Bspw. weniger Tische, Trennwände, mehrere Buchungszeitfenster, Digitalisierung Buchungssystem und Karten, etc.)
- Raum-Gestaltungen (Bspw. Empfang und Lobby)
- Spa (Bspw. Flexible Buchungszeiten im Wellness, Einzelnutzungen)
- Neue Hygiene Konzepte (Bspw. Reinigung, Maske, etc.)

# Sommervergleich 10 Jahre

Entwicklung Logiernächte Arosa-Sommer



# Hotellerie Vergleich Sommer-Monate





# Blick in die Zukunft



## Roman Geiser, Berater Vorstand Arosa Tourismus



[Hier geht es zum Video](#)



An aerial photograph of a mountain valley. The terrain is rugged, with steep slopes and a winding road. A small building is visible in the lower left corner. The overall scene is a high-altitude mountain landscape.

Vier Perspektiven aus Sicht der Zweitheimischen und Stammgäste

## Sich willkommen fühlen

# #1

- Zweitheimische und Stammgäste wollen das spezielle Arosa-Gefühl leben
  - Wir wollen uns willkommen fühlen und von den Einheimischen aufgenommen werden
  - Wir alle haben unser Herz an dieses Tal und an Arosa verloren
- Ein schönes und gemeinsames Gefühl!



## Zweitheimische wollen informiert sein

# #2

- Über das Geschehen (Hol- und Bringschuld)
- Über die Investitionen, auch in den Tourismus
- Über die besonderen Arosa-Projekte, die Zweitheimische oft tatkräftig mitunterstützen
  - Bärenland
  - Diamond Slope
  - Arosa-Gutscheine
  - Badi

→ Im Dialog geht alles besser

## Ein gutes Nebeneinander des Angebots

# #3

- Ein nachhaltiges und breites Angebot genießen
- Im Sommer und im Winter
- Aber auch immer öfter in der Zwischensaison (siehe Lockdowns)
- Der richtige Mix
  - Ruhe und Aktivität
  - Natur und lebendiges Leben im Dorf
  - Wandern und Velofahren
  - Schneesport auf und neben der Piste

→ Entscheidend ist das Nebeneinander

## In einem intakten Dorf leben

# #4

- Sorgen tragen zu unserem Dorf
  - Eine attraktive Ladenstrasse
  - Ein gutes öffentliches Transportangebot
  - Freizeit- und Sportmöglichkeiten
  - Kultur
  - Ein gutes gastronomisches Angebot, auch in der Zwischensaison
  - Sinnvolle "Symbiose" für Zweitwohnungen -> Nutzungsdauer soll steigen (siehe Corona) und im Gegenzug treffen Zweitheimische auf eine gute Infrastruktur

→ Weniger "kalte Betten", dafür eine "warme Infrastruktur"



## 4. Wahl von Roman Geiser

Als zusätzlichen Vorstandsmitglied von Arosa Tourismus





## 5. Statutenänderung

## Statutenänderung

- Art. 2 (Zweck), Art. 5 (Beiträge und Mitgliedschaftsausweis), Art. 14 (Befugnisse), Art. 17 (Bestand), Art. 18 (Obliegenheiten und Kompetenzen des Vorstandes), Art. 23 (Einberufung, Beschlussfähigkeit), Art. 27 (Geschäftsprüfungskommission), Art. 31 (Schiedsgericht), Art. 33 (Bestehende Mitgliedschaften) und Art. 34 (Inkrafttreten) sollen angepasst werden.
- Der neue Wortlaut der anzupassenden Statutenartikel lag der Einladung bei / konnte auf der Website ([www.arosalenzerheide.swiss/gv2021](http://www.arosalenzerheide.swiss/gv2021)) eingesehen werden bzw. bei Arosa Tourismus bezogen werden.

**Erläuterung:** Der Vorstand beantragt, die Statuten aufgrund des seit dem 1. Juni 2021 in Kraft stehenden neuen Tourismusgesetzes soweit notwendig anzupassen. Wie im November 2020 bereits mitgeteilt, sollen weiter die Statuten in dem Sinne bereinigt werden, als dass klargestellt wird, dass die im Jahre 2005 beschlossene Änderung von Art. 17 wieder rückgängig gemacht wird und die nach 1996 beschlossene Streichung von Abs. 2 von Art. 5 (gemäss Statutenversion vom 1996) nun in den neuen Statuten entsprechend beschlossen und festgehalten wird. Schliesslich beantragt der Vorstand einige weitere unwesentliche Bereinigungen und Klarstellung gemäss dem vorgeschlagenen neuen Statutenwortlaut.



*Arosa*

# Einführung zum Jahresbericht

Durch den Präsidenten von Arosa Tourismus, Pascal Jenny



# 6. Jahresbericht Arosa Tourismus 2020/21







# Erläuterung und Genehmigung der Rechnung 2020/21

# Erläuterung und Abnahme des Jahresberichtes 2020/21

## Gästetaxen-Rechnung: Aufwand und Ertrag, Seite 30

	BUDGET 2020/21	RECHNUNG 2020/21
<b>Gästetaxen-Aufwand</b>	<b>1503 500</b>	<b>1958 110.58</b>
Beiträge	130 000	122 896.53
Informationsmaterial	102 500	171 432.36
Gästeangebot	1169 000	1 559 418.18
Wander-/Bikewege & Ruhebänke	102 000	104 363.51
<b>Verwaltungs-Aufwand</b>	<b>2 844 500</b>	<b>3 095 610.39</b>
Verwaltung	60 500	119 993.02
Personalkosten	2 232 000	2 370 000.19
Kanzleikosten	373 000	383 791.42
Verwaltungskosten	179 000	221 825.76
<b>Anlagen-Aufwand</b>	<b>848 000</b>	<b>880 634.08</b>
Sportanlagen Obersee	326 000	525 753.78
Angestelltenhaus	4 000	9 063.30
Seminar/Kongress/Incentive	518 000	345 817.00
<b>Sport und Kultur-Aufwand</b>	<b>2 833 500</b>	<b>1 227 531.99</b>
Sportanlässe Sommer	103 000	219 861.68
Sportanlässe Winter	588 000	116 621.62
Beiträge	80 000	80 000.00
Kulturelle Anlässe	2 060 000	809 778.76
Allgemeiner Aufwand	2 500	1 269.93
<b>Gesamt-Aufwand</b>	<b>8 029 500</b>	<b>7 161 887.04</b>

	BUDGET 2020/21	RECHNUNG 2020/21
<b>Gästetaxen-Ertrag</b>	<b>4 080 000</b>	<b>5 066 014.19</b>
Gästetaxen	3 732 000	4 698 967.45
Informationsmaterial	10 000	8 650.40
Gästeangebot	301 000	314 939.12
Ruhebänke	37 000	43 457.22
<b>Verwaltungs-Ertrag</b>	<b>406 000</b>	<b>650 788.86</b>
Verwaltung	156 500	216 871.29
Personalkosten	225 000	426 189.32
Kanzleikosten	23 000	7 674.95
Verwaltungskosten	1 500	53.30
<b>Anlagen-Ertrag</b>	<b>787 000</b>	<b>595 455.94</b>
Sportanlagen Obersee	311 000	406 812.71
Angestelltenhaus	1 000	0.00
Kongress / Incentive	475 000	188 643.23
<b>Sport und Kultur-Ertrag</b>	<b>2 466 500</b>	<b>819 833.52</b>
Sportanlässe Sommer	35 000	42 576.85
Sportanlässe Winter	515 000	42 627.58
Kulturelle Anlässe	1 916 500	734 629.09
<b>Gesamt-Ertrag</b>	<b>7 739 500</b>	<b>7 132 092.51</b>
<b>Verlust</b>	<b>290 000</b>	<b>29 794.53</b>

# Erläuterung und Abnahme des Jahresberichtes 2020/21

## Marketing-Rechnung: Aufwand und Ertrag, Seite 31

	BUDGET 2020/21	RECHNUNG 2020/21
<b>Aufwand</b>	<b>1 980 000</b>	<b>2 010 783.93</b>
Marketing/Kommunikation	1 740 000	1 744 658.41
PR und Events	135 000	165 393.11
Sales/Messen	55 000	61 214.29
Administration	50 000	39 518.12
<b>Ertrag</b>	<b>1 950 000</b>	<b>2 072 723.80</b>
Marketing/Kommunikation	765 000	769 738.53
PR und Events	55 000	66 632.13
Sales/Messen	0	7 465.99
Tourismustaxen H/G	240 000	249 998.65
Tourismusbeitrag Gemeinde	500 000	500 000.00
Tourismusbeitrag Hotel/Fewo	310 000	394 343.00
Markenprozess	10 000	10 000.00
Firmensponsoren	70 000	74 545.50
<b>Gewinn</b>	<b>-30 000</b>	<b>61 939.87</b>

# Erläuterung und Abnahme der Bilanz per 30.04.2021

## Bilanz Aktiven Umlaufvermögen und Anlagevermögen, Seite 28

	30.04.2021	30.04.2020
<b>Aktiven</b>	<b>5 424 276.11</b>	<b>6 216 329.98</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>5 424 266.11</b>	<b>6 216 319.98</b>
Kassa	5 930.90	4 520.75
Postfinance	180 640.97	179 016.28
Banken	4 821 538.37	4 810 831.64
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>5 008 110.24</b>	<b>4 994 368.67</b>
Steuern + Beiträge	279 693.05	816 908.70
Diverse	66 656.80	210 683.18
<b>Forderungen</b>	<b>346 349.85</b>	<b>1 027 591.88</b>
Verkaufsmaterial	1.00	1.00
Diverses Material	1.00	1.00
Werbematerial	1.00	1.00
<b>Vorräte</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>
<b>Aktive Abgrenzungen</b>	<b>69 803.02</b>	<b>194 356.43</b>

	30.04.2021	30.04.2020
<b>Anlagenvermögen</b>	<b>10.00</b>	<b>10.00</b>
Fahrzeuge	1.00	1.00
Möbiliar / Kunstrasen	1.00	1.00
Bootsbetrieb	1.00	1.00
Seilpark	1.00	1.00
<b>Sachanlagen</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>
Aktien Arosa Bergbahnen AG	1.00	1.00
Aktien Golf Arosa AG	1.00	1.00
Anteile Ski-/Snowboardschule Arosa	1.00	1.00
Anteile MTS Samedan	1.00	1.00
<b>Finanzanlagen</b>	<b>6.00</b>	<b>6.00</b>



# Erläuterung und Abnahme der Bilanz per 30.04.2021

## Bilanz Passiven Fremdkapital und Eigenkapital, Seite 29

	30.04.2021	30.04.2020
<b>Passiven</b>	<b>5 424 276.11</b>	<b>6 216 329.98</b>
<b>Fremdkapital</b>	<b>4 891 934.90</b>	<b>5 716 134.11</b>
Laufende Verpflichtungen	1 308 404.82	1 255 906.58
Vorauszahlungen	1 535 351.50	2 873 516.85
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>2 843 756.32</b>	<b>4 129 423.43</b>
<b>Rückstellungen</b>	<b>1 701 016.11</b>	<b>1 347 908.18</b>
<b>Passive Abgrenzungen</b>	<b>347 162.47</b>	<b>238 802.50</b>

	30.04.2021	30.04.2020
<b>Eigenkapital</b>	<b>532 341.21</b>	<b>500 195.87</b>
Gästetaxen-Reserve	327 721.99	357 516.52
Marketing-Reserve	204 619.22	142 679.35
<b>Erarbeitetes Kapital</b>	<b>532 341.21</b>	<b>500 195.87</b>

# Revisionsbericht sowie Entlastung der Verwaltungsorgane, S.34

## Bericht und Antrag der Geschäftsprüfungskommission über die Rechnungs- und Geschäftsprüfung 2020/21 der Arosa Tourismus Genossenschaft

Gestützt auf Artikel 27 Abs 2 der Statuten prüft die Geschäftsprüfungskommission spätestens nach jedem Jahresabschluss die Geschäfts- und Rechnungsführung, erstellt einen schriftlichen Bericht und stellt Antrag.

### Rechnungsprüfung

Für die Jahresrechnung ist der AT-Vorstand verantwortlich. Unsere Aufgabe und Verantwortung besteht darin, die Rechnungsprüfung durchzuführen und darüber ein Prüfungsurteil abzugeben. Wir weisen darauf, dass die Rechnungsführung durch Allenspach & Felix geprüft worden ist. Die Geschäftsprüfungskommission hat die Jahresrechnung 2020/21 bestehend aus der Bilanz und Erfolgsrechnung geprüft.

### Geschäftsprüfung

Die Geschäftsprüfungskommission hat die Geschäftsführung 2020/21 geprüft, hauptsächlich den korrekten Vollzug der Vorstandsbeschlüsse.

### Antrag

Aufgrund unserer Prüfungsergebnisse beantragen wir, die Jahresrechnung 2020/21 zu genehmigen und den Vorstand Arosa Tourismus zu entlasten.

Datum: 12. Juli 2021

Die Geschäftsprüfungskommission  
der Arosa Tourismus Genossenschaft

Jan Twietmeyer

Yvonne Allmann

Oliver Schmid

## Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der

**Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa**  
über die Prüfung der Jahresrechnung 2020/2021

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) der Arosa Tourismus Genossenschaft, Arosa für das am 30. April 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstöße nicht Bestandteil dieser Revision.

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

allenspach & felix ag

Chur, 29. Juli 2021



Franz Allenspach  
dipl. Wirtschaftsprüfer  
Revisionsorganen M&B  
leitender Revisor



Bruno Felix  
dipl. Immobilien-Treuhänder

**Beilage:**  
Jahresrechnung bestehend aus  
- Bilanz  
- Betriebsrechnungen  
- Anhang

*Arosa*



**Erläuterung und Genehmigung vom Budget 2021/22**

# Erläuterung und Genehmigung Budget 2021/22

## GÄSTETAXEN-RECHNUNG

### GÄSTETAXEN-AUFWAND

<b>Beiträge</b>	<b>110 000</b>	<b>Kongress</b>	<b>347 500</b>
Verbände / Vereine		MICE	
Heimatmuseum		Miete Räumlichkeiten	
Arosa Kultur		Catering	
<b>Gäste-Information</b>	<b>160 000</b>	Unterhalt, Ersatz, Nebenkosten	
Prospektmaterial		<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Sommer</b>	<b>332 000</b>
Webseiten		Arosa Classic Car	
Marktplatz		Familienanlässe	
IT und Internet		Sportanlässe	
Gästeinformation		Kulturanlässe	
<b>Gäste-Angebot</b>	<b>1 330 000</b>	Gesellschaftsanlässe	
All-inclusive		Diverse Anlässe/Events	
Digitalprodukte		<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Winter</b>	<b>2 620 000</b>
Gästebindung		Arosa Humorfestival	
Nachwuchsangebote		Live is Life	
Aktivitäten Sommer		Schneesportevents	
Aktivitäten Winter		Arosa Ice Snow Football	
Erlebnisangebote		Diverse Anlässe/Events	
Wandern / Biken		<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Diverses</b>	<b>60 000</b>
Ruhebänke		Erneuerungsfonds	
<b>Personalkosten</b>	<b>2 335 000</b>	Beiträge	
Gehälter		Subventionen Vereine/Verbände	
Sozialleistungen		<b>Gesamtaufwand</b>	<b>8 439 500</b>
Leistungsaufträge			
Personalentwicklung			
<b>Verwaltungskosten</b>	<b>631 000</b>		
Verwaltung			
Mietkosten			
Betriebskosten			
Verwaltungskosten			
Vorsteuerkürzung / MWST			
<b>Sportanlagen</b>	<b>514 000</b>		
Betrieb Anlagen			
Eissport			
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen			
Strom, Heizkosten, Treibstoff			
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial			

Fortsetzung nächste Spalte

### GÄSTETAXEN-ERTRAG

<b>Gästetaxen-Ertrag</b>	<b>4 863 000</b>
Anteil Gästetaxen aus TG Arosa	
Auflösung Rückstellungen	
Firmenpartner/Destinationspartner	
<b>Verwaltungs-Ertrag</b>	<b>163 000</b>
DIRES - Provisionen	
Klassifikation Fewo	
Gebühren Beherbergung	
Mitglieder-Beiträge	
Eintritts-Beiträge	
Verkaufsmaterial	
Skipässe	
<b>Gäste-Information</b>	<b>10 000</b>
Prospektmaterial	
IT und Internet	
<b>Gäste-Angebot</b>	<b>62 000</b>
All-inclusive	
Aktivitäten Winter	
Ruhebänke	
<b>Personalkosten</b>	<b>289 500</b>
Leistungsaufträge	
Personalgutachten Events	
<b>Verwaltungskosten</b>	<b>5 000</b>
Betriebskosten	
<b>Sportanlagen</b>	<b>277 000</b>
Betrieb Anlagen	
Eissport	
Kunstrasen	
Unterhalt, Mobiliar, Maschinen	
Strom, Heizkosten, Treibstoff	
Abfallbewirtschaftung, Reinigungsmaterial	
<b>Kongress</b>	<b>266 000</b>
MICE	
Miete Räumlichkeiten	
Catering	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Sommer</b>	<b>135 000</b>
Familienanlässe	
Sportanlässe	
Kulturanlässe	
Gesellschaftsanlässe	
<b>Sport- &amp; Kulturrechnung Winter</b>	<b>2 340 000</b>
Arosa Humorfestival	
Arosa Ice Snow Football	
<b>Gesamtertrag</b>	<b>8 410 500</b>
<b>Verlust</b>	<b>29 000</b>

## MARKETING-RECHNUNG

<b>Aufwand</b>	<b>2 226 000</b>
Marketing/Kommunikation	1 940 000
Arosa 2030	90 000
PR und Events	120 000
Sales/Messen	30 000
Administration	46 000
<b>Ertrag</b>	<b>2 255 000</b>
Marketing/Kommunikation	805 000
PR und Events	50 000
Anteil TFA aus TG Arosa	800 000
Marketingbeitrag Gemeinde	600 000
<b>Gewinn</b>	<b>29 000</b>



*Arosa*



# Die Direktion hat das Wort

Roland Schuler und Marion Schmitz

## Roland Schuler, Tourismusdirektor



[Hier geht es zum Video](#)

# Team





## Ziele

Die Begeisterung der Gäste steht im Fokus aller Massnahmen. Mit Innovation, Passion, Trendbewusstsein, Agilität und Flexibilität möchte Arosa auch stets eine Vorreiterrolle einnehmen und für Bekanntheit sorgen. Dabei stehen die folgenden Ziele im Vordergrund:

1

Steigerung der **touristischen Wertschöpfung** in der Gemeinde Arosa mit Auslastung der vorhandenen Betten. Übernachtungen mit möglichst langem Aufenthalt und regelmässigem Wiederkommen. Steigerung der täglichen Ausgaben pro Gast

2

Unterstützung von Sport-, Kultur- und Eventorganisationen bei der **Durchführung von touristisch relevanten Anlässen** gemäss Beurteilungsverfahren der Event Strategie von Arosa Tourismus.

3

Angebotsbreite: Stetige **Ausweitung des Destinationsangebotes** für Gäste der Gemeinde Arosa

4

Umsetzung der definierten Strategie in enger **Ab- und Zustimmung** mit den Leistungsträgern von Arosa.



# Markenhaus



Kooperation, Kommunikation, Qualität,  
Innovation und Passion



Förderung der internationalen Strahlkraft vom  
Brand Arosa (Markenstärke gestern, heute,  
morgen)



Stärkung und Erhalt vom „klassischen und  
idyllischen Bergdorf“ (ausgezeichnetes  
Ferienenerlebnis)

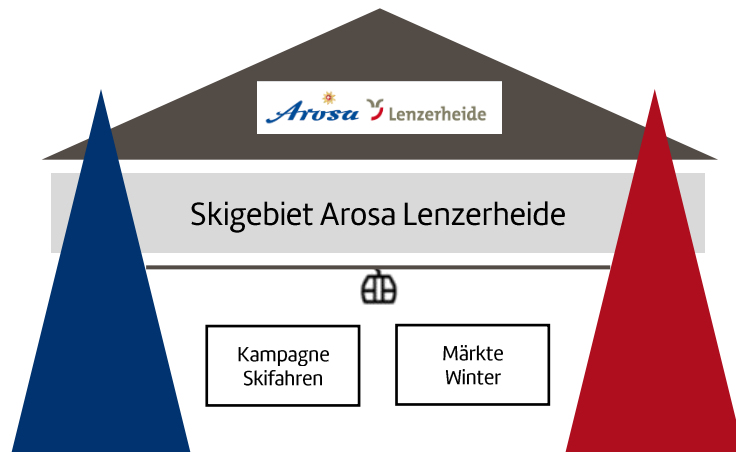
# Anders & doch zusammen



*Arosa*


Bärenland	All-Inclusive	Skischule inkl.
Hike	Bike	Novemberhoch
Nachwuchsförderung	Wiedereinsteiger	Berg-erlebnisse Sommer

---

 Arosa\_offical  
 arosa\_offical  
 Bear Mountains Arosa  
 + weitere Produkt- und Eventkanäle






 Instagram Skigebiet Arosa Lenzerheide → @arosalenzerheide  
 YouTube Skigebiet Arosa Lenzerheide

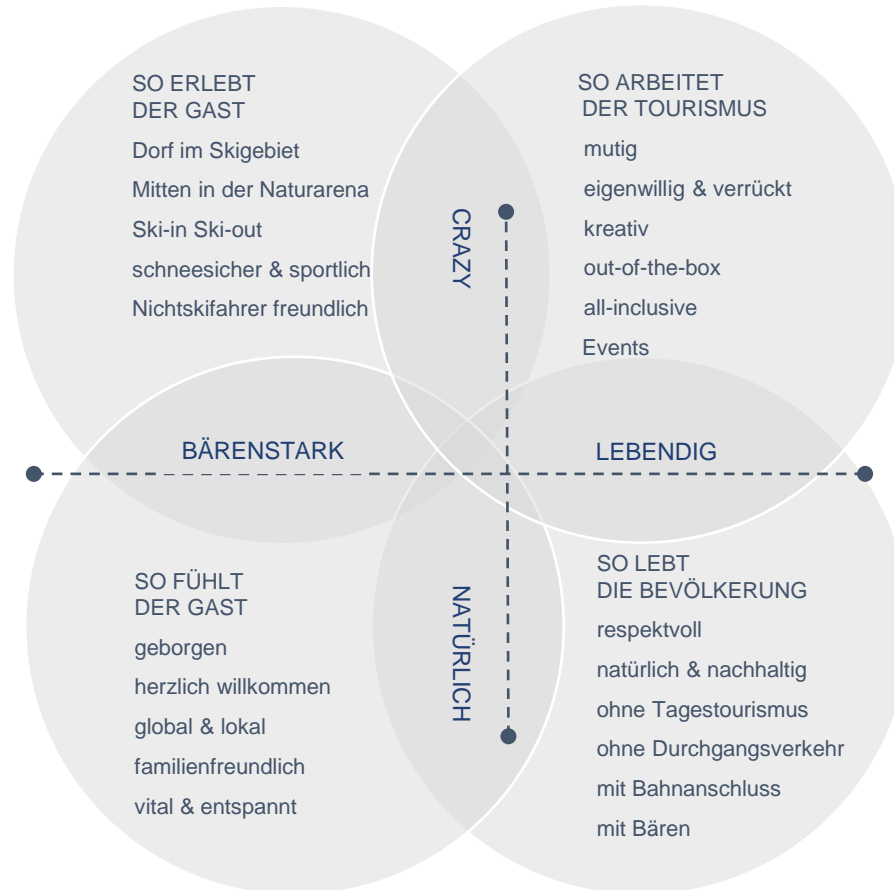


Alpin	Bike Kingdom
Nordic	Familien
Berg-erlebnisse Sommer	

---

 Lenzerheide\_offical  
 lenzerheide\_offical  
 Bike Kingdom Lenzerheide  
 + weitere Produkt- und Eventkanäle

# Markenprofil



# Finanzierung Arosa Tourismus

## Einnahmen Arosa Tourismus

Abgaben Tourismusgesetz	CHF 5'400'000	50.63%
Marketingbeitrag Gemeinde	CHF 600'000	5.62%
Betrieb Arosa Tourismus (Eiseinnahmen, Merchandise, etc.)	CHF 1'260'500	11.82%
Akquise Drittmittel (Sponsoring, Kooperationen, Beiträge etc.)	CHF 2'700'000	25.32%
Kooperation Arosa Lenzerheide	CHF 705'000	6.61%
<b>Gesamtbudget :</b>	<b>CHF 10'665'500</b>	



# Wirkung

Arosa Tourismus beeinflusst mit der Arbeit ganz viele Faktoren. Die Wirkungsanalyse berücksichtigt folgende Parameter

1

Logiernächte generieren

2

Preissteigerungen Beherberger ermöglichen

3

Umsatz pro Gast während Aufenthalt steigern

4

Preise Wohneigentum nehmen zu

5

Gewinnung von Drittgeldern und Firmenpartner

6

Mediale Präsenz (Reichweite)

7

Steuereinnahmen der Gemeinde

8

Infrastrukturangebot (Erweiterungen, Erneuerungen)

# Aufstellung Mitteleinsatz Marketing

## Marketing / Kommunikation

### Klassische Werbung

Kampagnen Wandern, Bike, Bärenland, Novemberhoch, Wiedereinsteiger, Golf, Langlauf, Westschweiz, Weitere Aktivitäten, Spezial Aktionen

### Märkte Werbung

Schweiz Tourismus, Graubünden Ferien, Markt Deutschland, Prio 1 Märkte, Prio 2 Märkte, Markt Familien, Spezial Kooperationen

### Arosa Lenzerheide

Marketing, Marktplatz (Website), AL.digital

### Produktentwicklung

### Digitalisierung

### Produkt Werbung

Skischule Inklusive, All-Inclusive, Nachwuchsförderung etc.

### Direct Marketing

### Merchandising / Give Aways

### Kongress Werbung

### Erlebnis Werbung

Orientierungslauf, Bike Epic, Arosa Gay Ski Week, etc.

### Storytelling

Storytelling, Film/TV/Produktionen

### Social Media

## Arosa 2030

Kommunikation  
Entwicklung  
Kooperationen  
Natur Labor



## PR / Events

Medienarbeit  
Medienreisen  
C-Level Events  
Medienevents



## Sales / Messen

Messen  
Foren  
Verkaufsaktivitäten  
Produktion







*Arosa*

**Umfrage / Varia**