



Botschaft des Stadtrates an den Gemeinderat

Nr. 12/2006

583.10

Neuausrichtung Chur Tourismus

Antrag

1. Dem Verein Chur Tourismus wird ab 1. Januar 2007 während maximal fünf Jahren ein jährlich wiederkehrender Beitrag von maximal Fr. 400'000.-- gewährt.
2. Der Stadtrat wird ermächtigt, mit dem Verein Chur Tourismus eine Leistungsvereinbarung abzuschliessen.
3. Zwecks nahtloser Fortführung der Marketingaktivitäten von Freizeit Graubünden durch Chur Tourismus wird für den Zeitraum vom 1. November 2006 bis zum 31. Dezember 2006 ein Nachtragskredit von Fr. 50'000.-- bewilligt (Konto 1001.3655.007)
4. Ziff. 1 dieses Beschlusses wird gestützt auf Art. 11 lit. c Stadtverfassung dem obligatorischen Referendum unterstellt.

Zusammenfassung

Die regionale Tourismusmarketing-Organisation „Freizeit Graubünden AG“ wird von der Stadt seit dem Jahr 2002 mit einem jährlichen Beitrag von Fr. 300'000.-- unterstützt; die Beitragsleistung ist bis Ende dieses Jahres befristet. Hinzu kommt ein jährlicher Beitrag an Chur Tourismus von Fr. 50'000.--. Freizeit Graubünden hat gezeigt, dass es möglich ist, mit attraktiven Produkten und einer professionellen Marktbearbeitung zusätzliche Logiernächte zu generieren und Tagestouristen in die Region zu holen. Dennoch ist Freizeit Graubünden primär an der kleinen, heterogenen Struktur ihres Marktgebiets gescheitert und wird per Ende Oktober 2006 ihre Geschäftstätigkeit einstellen. Da das Destinationsmodell des Kantons noch in den Anfängen steht, erachtet der Stadtrat eine temporäre Wiedereingliederung des Marketings bei Chur Tourismus als momentan einzig gangbaren Weg. Die für Chur interessanten Projekte, Produkte und Beziehungen der Freizeit Graubünden AG sollen möglichst lückenlos unter dem Dach von Chur Tourismus weitergeführt werden. Der Stadtrat geht davon aus, dass der Marketing-Franken künftig gezielter für Chur eingesetzt werden kann. Mit der Einrichtung eines während sieben Tagen pro Woche geöffneten Regionalen Informationszentrums (RIZ) am Bahnhof Chur steht Chur Tourismus zudem vor einer weiteren Herausforderung. Durch Kooperationen kann die zeitliche Präsenz für die Kundschaft verdoppelt werden.



Bericht

1. Aufbau von Freizeit Graubünden

1.1 Ziele und Organisation

Am 25. März 1999 stimmte der Gemeinderat einem Kredit von Fr. 147'075.-- für den Aufbau der Tourismusregion „Freizeit Graubünden“ zu (Botschaft Nr. 7/1999). Der Stadtrat schrieb in seiner Botschaft, es werde in Zukunft nur einem starken Partner möglich sein, „entsprechend notwendige Marketingauftritte zu erreichen“. Mit dieser Regionalisierung im Bereich der Tourismusförderung sollten unter anderem folgende Ziele erreicht werden:

- Koordination der Marketingmittel
- Aufbau einer professionellen Verkaufs- und Marketingorganisation
- Förderung der regionalen Zusammenarbeit

Die Hauptzielsetzung all dieser Bemühungen damals wie heute lautet: Anzahl Logiernächte erhöhen und Tagesgäste in die Region holen.

Bis zu diesem Zeitpunkt war Chur Tourismus für die umfassende Tourismusförderung zuständig. Die Gründung von Freizeit Graubünden brachte folgende Aufgabenteilung zwischen den beiden Organisationen:

- **Freizeit Graubünden „Marketing“**
 - . Entwicklung von Angeboten/Produkten
 - . Marktbearbeitung
 - . Distribution
 - . Preisgestaltung
- **Chur Tourismus „Information“**
 - . Betrieb Verkehrsbüro
 - . Verkäufe
 - . Information
 - . Stadtführungen

Unter dem Namen „Freizeit Graubünden“ wurde am 17. Dezember 1999 eine Aktiengesellschaft (AG) gegründet. Das Aktienkapital finanzierten je hälftig die Kur- und Verkehrsvereine bzw. Gemeinden (Chur, Domleschg/Heinzenberg, Bündner Herrschaft, Fünf Dörfer, Gräsch-Danusa, Reichenau und Umgebung) sowie die touristischen Leistungserbringer



(Hotellerie, Gastronomie, Verkehrsbetriebe etc.). Hauptaktionärin mit einem Anteil von 53 % ist die Stadt Chur. An die laufenden Ausgaben von jährlich Fr. 950'000.-- steuerte die erst-erwähnte Gruppe Fr. 750'000.-- bei (vgl. Botschaft Nr. 7/1999), die touristischen Leistungserbringer den Rest. Bei der Finanzierung von Freizeit Graubünden setzte man seinerzeit grosse Hoffnungen auf die Erträge aus dem Casino Chur.

1.2 Erhöhung des städtischen Beitrags an Freizeit Graubünden

Die Hoffnungen, Chur werde im Jahr 2000 über ein Casino verfügen, erfüllten sich allerdings nicht. Das Churer Casino-Projekt wurde von der Eidgenössischen Spielbankenkommission abgelehnt, weshalb im Jahr 2001 erneut über die Beteiligung der Stadt an der Freizeit Graubünden AG befunden werden musste. Da die vom Casino erwarteten Einnahmen ausfielen, sprang die Stadt in die Bresche und beantragte, der Freizeit Graubünden AG während fünf Jahren einen jährlich wiederkehrenden Beitrag von Fr. 300'000.-- zu leisten. An der Volksabstimmung vom 2. Dezember 2001 hiessen die Stimmberechtigten diese Beitragsleistung gut.

Zusammen mit dem Beitrag an Chur Tourismus (gestützt auf Art. 6 des Gesetzes zur Förderung des Fremdenverkehrs, RB 541) von Fr. 50'000.-- leistet die Stadt für den Tourismus aktuell jährliche Beiträge von insgesamt Fr. 350'000.--.

2. Scheitern von Freizeit Graubünden

2.1 Aufbauarbeit/Erfolge

Wie die Entwicklung der Logiernächte-Zahlen der letzten vier Jahre für die Stadt Chur zeigt, konnte hier ein überdurchschnittliches Wachstum erzielt werden. Im Jahr 2005 wurde in Chur mit einem Plus von 8000 Logiernächten sogar das beste Ergebnis seit 1977 erzielt (vgl. Medienmitteilung Chur Tourismus vom April 2006), was ganz wesentlich auf das professionelle Marketing von Freizeit Graubünden zurückzuführen ist.

Total Logiernächte Hotels

	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	Total
2005	10'069	11'814	11'356	8'760	13'457	15'817	15'782	16'854	16'785	11'397	8'053	8'815	148'959
2004	10'536	11'628	10'090	9'005	13'561	15'171	14'399	16'211	14'939	10'706	7'047	8'031	141'324
2003	9'307	11'343	11'566	9'406	13'241	13'835	13'482	16'340	15'380	9'766	6'503	9'003	139'172
2002	9'548	11'931	11'857	8'004	12'660	14'242	14'513	15'773	14'219	9'150	7'396	8'417	137'710

Quelle: Chur Tourismus



Es wurden fünf strategische Geschäftsfelder definiert:

- Ferien Sommer
- Ferien Winter
- Freizeit
- Vereine, Firmen, Gruppen
- Busreisen

Gemäss Businessplan bietet Freizeit Graubünden seiner Kundschaft „einmalige Erlebnisse ausserhalb ausgetrampelter Pfade zu einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis und eine grosse Vielfalt auf minimalem Platz“.

Mit den privaten Werbegeldern aus dem Pool der Churer Hotels kreierte Freizeit Graubünden zudem konkrete, auf Chur fokussierte Produkte wie z.B. „Golfstadt“, „Bahnstadt“, „Gourmetstadt“ oder „Kulturstadt“. Durch die Förderung des Gruppenreisegeschäfts wurden Tausende von Gästen nach Chur vermittelt. So konnte in den letzten fünf Jahren im von Freizeit Graubünden direkt organisierten Gruppenreisegeschäft ein Umsatz von total 1.3 Mio. Franken erzielt werden. Die Organisation war zudem an zahlreichen Tourismus-messen im In- und Ausland präsent und baute mehrere, erfolgreiche Produktlinien auf, wie etwa

- Chur Kultur und Shopping
- Kultur Tour Graubünden
- Ferien beim Heidi
- Golf Packages
- Bahnerlebnis Graubünden

2.2 Gründe für das Scheitern

Trotz dieser Erfolge musste im Laufe der Jahre festgestellt werden, dass das Einzugsgebiet aus zu vielen kleinen Einheiten besteht, was das ganze Gebilde schwerfällig macht. Hinzu kamen auch „Zersetzungserscheinungen“ in der Bündner Herrschaft und eine Neuausrichtung im Gebiet Domleschg/Heinzenberg, welche die bisherige Trägerschaft für die Zukunft in Frage stellten.

Die Analyse eines externen Sachverständigen ergänzte diese Erkenntnisse. Es wurde bemängelt, dass kein funktionierendes Markensystem bestehe, da Graubünden Ferien und Freizeit Graubünden ebenso verwechselt würden wie die Heidi-Produkte des Einzugsgebiets mit denjenigen der Ferienregion Heidiland. Auch die Strukturen wurden als zu kompliziert bezeichnet. Zudem fehlten für die an sich als richtig erachtete Realisierung der regio-



nen Informationszentren (RIZ; geplant in Chur, Thusis, Bündner Herrschaft) die Mittel. Die Partner identifizierten sich temporär auch zu wenig mit der Geschäftsführung von Freizeit Graubünden, weshalb es auch zu einer vorsorglichen, einseitigen Kündigung seitens der Region Domleschg/Heinzenberg und zur Auflösung von Tourismus Bündner Herrschaft gekommen sei.

2.3 Kooperationsprojekt mit der Ferienregion Heidiland

Aufgrund der dargelegten Gründe für das Scheitern der Idee „Freizeit Graubünden“ gelangte der Verwaltungsrat im letzten Jahr zum Schluss, dass die Kooperation mit der St. Galler Ferienregion Heidiland die einzige Option für einen Turnaround darstellt.

Mit dem Kooperationsprojekt hätte der vor allem international zugkräftige „Heidi“-Begriff als Dachmarke dienen sollen, unter welcher die verschiedenen, sich ergänzenden Angebote vermarktet worden wären. Mehr Werbemittel hätten effizienter eingesetzt werden können. Das bestehende Markenproblem von Freizeit Graubünden wäre gelöst worden und die starke Heidi-Marke hätte sich bestens ins künftige Destinationenkonzept des Kantons eingefügt (vgl. Ziff. 3.1.1).

Das Kooperationsprojekt scheiterte allerdings am ungenügenden Mitfinanzierungsangebot durch den Kanton Graubünden und der vorgesehenen Verbindung der Marken „Heidiland“ und „Graubünden“. Voraussichtlich im Juni dieses Jahres wird deshalb die Generalversammlung der Freizeit Graubünden AG formell beschliessen, ihre Geschäftstätigkeit auf Ende Oktober 2006 einzustellen.

2.4 Erkenntnisse

Die Idee einer Regionalisierung und Professionalisierung des Tourismusmarketings ist nicht am mangelnden Erfolg, sondern an den bestehenden heterogenen Strukturen mit ganz unterschiedlichen Interessenlagen gescheitert. Der Grundgedanke des geplanten Destinationenkonzepts des Kantons, welches eine Reduktion der Tourismusorganisationen im Sinne einer Bündelung der Marketingmittel anstrebt, wurde mit der Gründung von Freizeit Graubünden vor bereits sechs Jahren antizipiert.

Auch die Vorwärtsstrategie mittels Verbund mit der Ferienregion Heidiland zeigte in eine viel versprechende Richtung, scheiterte jedoch an finanziellen und strukturellen Barrieren. Aus Sicht von Chur ist eine Region ohne die Bündner Herrschaft und Domleschg/Heinzenberg wenig sinnvoll.



Die Aufbauarbeit von Freizeit Graubünden war allerdings nicht umsonst. Es konnte gezeigt werden, dass eine professionell geführte Marketing-Organisation die touristischen Frequenzen positiv beeinflussen kann. Es wurden Produkte entwickelt und am Markt erfolgreich platziert, die unbedingt weitergeführt werden sollten. Auch das aufgebaute touristische Netzwerk sollte ohne Unterbruch weiter gepflegt und ausgebaut werden - zum Nutzen der Stadt Chur.

3. Neuausrichtung von Chur Tourismus

Mit der Geschäftsaufnahme von Freizeit Graubünden am 1. Januar 2000 konzentrierte sich Chur Tourismus auf die Betreuung der Gäste vor Ort und trat das Marketing an die neu geschaffene, regional abgestützte Organisation ab. Freizeit Graubünden wird auf Ende Oktober 2006 die Geschäftstätigkeit aufgeben. Damit stellt sich die Frage, wer Chur künftig touristisch vermarkten soll.

Um Entscheidungsgrundlagen für das weitere Vorgehen zu erhalten, erteilte der Stadtpräsident einer Arbeitsgruppe, bestehend aus dem Stadtschreiber (Vorsitz), Kurt Künzli, Präsident des Churer Hoteliervereins und Vorstandsmitglied von Chur Tourismus, Peter Laube, Geschäftsführer von Chur Tourismus sowie Michael Meier, Geschäftsführer der Freizeit Graubünden AG, den Auftrag, Wege für eine Neuausrichtung von Chur Tourismus aufzuzeigen.

3.1 Rahmenbedingungen

Für die Arbeitsgruppe als zentral erwiesen sich zum einen das laufende Projekt des kantonalen Departements des Innern und der Volkswirtschaft zur Bildung einer Destinations-Management-Organisation (DMO), zum anderen das Informationszentrum, welches Chur Tourismus ab Herbst 2006 am Bahnhof Chur betreiben wird.

3.1.1 Projekt „Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus“

Im Februar 2006 hat das Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden einen Zwischenbericht „Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus“ vorgestellt. In den Jahren 1990 - 2003 hat Graubünden 13 % der Logiernächte in der Hotellerie und noch mehr davon in der Parahotellerie verloren, was einem Verlust von rund 450 Mio. Franken an touristischer Wertschöpfung entspricht. Als eine Ursache für diesen Rückgang werden die 92 Bündner Tourismusorganisationen gesehen, die mehrheitlich sehr klein



strukturiert sind und über zu kleine Marketingbudgets verfügen, um neue Gäste zu akquirieren. Von den total ca. 74 Mio. Franken, welche den Organisationen jährlich zur Verfügung stehen, werden lediglich ca. 16 Mio. Franken für Marketing verwendet. Um wieder mehr Gäste zu gewinnen und neue Arbeitsplätze zu schaffen, soll sich das Tourismusmarketing künftig auf bestehende bekannte Marken mit Potenzial konzentrieren. Nach dem Motto „weniger ist mehr“ sollen künftig nur noch einige wenige Top-Destinationen beworben werden (z.B. Graubünden, St. Moritz-Engadin, Davos-Klosters, Flims-Laax, Arosa, Lenzerheide, Scuol-Engadin sowie Samnaun-Ischgl). Lokale Tourismusorganisationen werden die Wahl haben, sich einer eigenständigen DMO oder aber Graubünden Ferien anzuschliessen. Auch ein Alleingang ist möglich, doch bleiben solche Destinationen von Fördergeldern ausgeschlossen.

Bis Ende Sommer 2006 werden die politischen Behörden und die Tourismusinteressenz über den Projektstand informiert und deren Meinung eingeholt. Dann erfolgt die Ausarbeitung von Umsetzungsvorschlägen, die auch detaillierte Anforderungen an künftige Destinationen enthalten werden.

3.1.2 Touristisches Informationszentrum am Bahnhof Chur

Bereits in der Botschaft betreffend städtischer Beitrag an Freizeit Graubünden AG (Botschaft Nr. 23/2001) führte der Stadtrat aus, die bestehenden Räumlichkeiten von Freizeit Graubünden (Malans) und Chur Tourismus (Grabenstrasse) seien nicht ideal für eine optimale Kundenbetreuung. Der Umbau des Bahnhofs Chur biete die Chance, diesen Verkehrsknotenpunkt touristisch besser zu nutzen und den Dienst am Kunden zu verbessern.

Chur Tourismus betreibt am Bahnhof Chur ab Herbst 2006 ein touristisches Informationszentrum in den von der Stadtbus Chur AG gemieteten Räumlichkeiten. Eine Kooperation mit der Rhätischen Bahn wird zurzeit geprüft. Mit dem neuen Standort bietet sich die einmalige Gelegenheit, die Gästebetreuung qualitativ und bezüglich zeitlicher Verfügbarkeit deutlich zu verbessern. An bester Lage erhält Chur Tourismus die Möglichkeit, Durchreisende zu einem Abstecher in die Stadt zu bewegen und generell für die Stadt eine positive Visitenkarte abzugeben. Im Informationszentrum werden touristische Dienstleistungen und solche für den Stadtbus gemeinsam erbracht:

Chur Tourismus

- Hotelreservationen für Chur und Umgebung
- Allgemeine Tourismusinformationen Chur und Umgebung



- Verkauf von touristischen Dienstleistungen wie Pauschalangebote, Bergbahntickets, Stadtführungen etc.
- Verkauf von Merchandising-Artikeln und touristischer Literatur, Wanderkarten etc.

Stadtbus Chur AG

- Auskünfte über Fahrpläne und Tarife im Nahverkehr
- Beratung in allen Belangen des öffentlichen Nahverkehrs
- Kundendienst, Handling Fundgegenstände
- Verkauf von Fahrausweisen für Einzelpersonen und Gruppen
- Beratung Buswerbung

3.2 Vorgehen

Die Arbeitsgruppe beschäftigte sich stark mit der Frage, ob ein Anschluss an eine künftige DMO oder aber eine Vermarktung via Graubünden Ferien angestrebt werden soll. Zu diesem Zweck wurden Gespräche mit den Verkehrsdirektoren von Arosa, Lenzerheide-Valbella und Flims-Laax geführt. Ebenfalls interviewt wurde der Direktor von Graubünden Ferien, Olivier Federspiel, Dr. Philipp Boksberger vom Institut für Tourismus und Freizeitforschung der HTW und Mitglied des Projektteams zur Bildung von DMO's im Bündner Tourismus sowie Thomas Meier, Marketingleiter bei der RhB.

3.3 Erkenntnisse

Chur kann sich im Rahmen der von der Kantonsregierung forcierten Destinationsbildung entweder in das Boot einer Destination (DMO) begeben oder aber als „Nichtdestination“ bei Graubünden Ferien „andocken“. Auch unter dem DMO bleibt ein Alleingang möglich, wird durch die Arbeitsgruppe aber ausgeschlossen, da auch von einer Vermarktung durch Graubünden Ferien einige Synergien zu erwarten sein werden.

3.3.1 Anbindung an eine DMO

Da Chur gemäss aktuellem Stand des kantonalen Konzepts die Voraussetzungen als eigene DMO nicht erfüllen wird, erachtet die Arbeitsgruppe eine Anbindung an eine künftige DMO, z.B. Arosa-Lenzerheide oder Laax-Flims-Falera, als sinnvoll. In diesem Zusammenhang wird auf die „Innsbruck-Situation“ Churs verwiesen, denn wie Innsbruck sei Chur Ausgangspunkt zu einer grossen Anzahl attraktiver Winter- und Sommerkurorte. Umgekehrt sei Chur für Gäste der umliegenden Kurorte als Ausflugsziel attraktiv (Kultur, Shopping).



Der Prozess der Destinationsbildung steckt allerdings noch in den Anfängen. Nach Angaben des Amtes für Wirtschaft und Tourismus wird die Realisierung dieser Strukturreform mehrere Jahre dauern.

3.3.2 Vermarktung durch Graubünden Ferien

Sollte sich Chur dereinst keiner DMO anschliessen, erfolgte das Marketing unter dem Dach von Graubünden Ferien. Als Option prüfte die Arbeitsgruppe, ob Chur das Marketing bereits im aktuellen Zeitpunkt an Graubünden Ferien abtreten könnte. Dazu erhielt sie jedoch von Graubünden Ferien einen abschlägigen Bescheid. Begründet wurde dieser damit, dass die strukturellen Voraussetzungen für eine Integration des Marketings momentan nicht vorhanden seien. Die Strukturbereinigung im Kanton sei zudem noch nicht so weit fortgeschritten, dass daraus klare Signale abgeleitet werden könnten.

3.3.3 Kommerzialisierung von Informationsdienstleistungen

Die geführten Gespräche zeigten zudem, dass die umliegenden Ferienorte am Informationszentrum Bahnhof interessiert sind und auch bereit wären, für die erbrachten Dienstleistungen nebst Sockelbeiträgen Buchungspauschalen auszurichten. Geplant ist, den Gästen ein unterschiedliches Mass an Informationen und Services anzubieten, je nach dem, ob der betreffende Kurort Partner bzw. nicht Partner von Chur Tourismus ist. Mögliche Dienstleistungen sind:

- Betreuung umsteigender Gäste umliegender Kurorte
- Führen eines Welcome-Desks
- Buchung und Verkauf von Ski-Abos und weiteren Angeboten
- Weitere Dienstleistungen für Partner im Rahmen spezieller Vereinbarungen

3.4 Schlussfolgerung/Empfehlung

Als Übergangslösung schlagen der Stadtrat und die Arbeitsgruppe vor, dass Chur Tourismus die Marketingaufgaben von Freizeit Graubünden für einen befristeten Zeitraum von maximal fünf Jahren wieder übernimmt.

Durch die Befristung der Beitragsleistung können die Varianten

- Anschluss an eine DMO oder
- Ausgliederung der Marketings an Graubünden Ferien,



welche im Moment nicht zur Diskussion stehen, zu gegebener Zeit näher geprüft werden. Die Aktivitäten von Freizeit Graubünden haben deutlich gezeigt, dass mit professionellem Marketing Gäste nach Chur und in die Region geholt werden können. In diesem Bereich wurde in den letzten sechs Jahren einiges an Know-how erarbeitet, das - zumindest in Teilen - weiterhin für Chur nutzbar gemacht werden soll. Ein gänzlicher Verzicht auf die touristische Vermarktung von Chur bildet für den Stadtrat deshalb keine Option.

4. Kosten und Nutzen der Neuausrichtung

4.1 Chur Tourismus bisher

Chur Tourismus ist als Verein im Sinne von Art. 60 ff. ZGB organisiert. Gemäss Statuten bezweckt der Verein

- die Führung eines Verkehrsbüros
- Werbung im In- und Ausland
- Veranstaltung oder Förderung von Anlässen und Kongressen
- Anstrengung von Verkehrsverbesserungen aller Art
- Förderung anderer Bestrebungen im Interesse des Fremdenverkehrs

Der Personalbestand umfasst aktuell insgesamt 280 Stellenprozente, hinzu kommen 12 Stadtführer/-innen.

Die Personalaufwendungen belaufen sich gemäss Rechnung 2005 auf über Fr. 304'000.--, die sonstigen Betriebsaufwendungen auf Fr. 323'000.--. Mit Erträgen von Fr. 622'000.-- konnte die Jahresrechnung 2005 praktisch ausgeglichen gestaltet werden. Bei den Erträgen fallen die Mitgliederbeiträge mit Fr. 98'000.--, der Beitrag der Stadt Chur mit Fr. 50'000.-- sowie die Fremdentaxen mit Fr. 252'000.-- am meisten ins Gewicht. Hinzukommen Erträge aus Stadtführungen von Fr. 57'000.-- sowie übrige Erträge von Fr. 40'000.-- (Vorverkäufe, Dienstleistungen für Dritte etc.).

4.2 Chur Tourismus neu (mit RIZ und Marketing)

Personell fällt der Betrieb des Regionalen Informationszentrums am Bahnhof (RIZ) mit zusätzlichen 250 Stellenprozenten am meisten ins Gewicht. Da das RIZ an sieben Tagen pro Woche geöffnet ist, sind hier - trotz der Zusammenarbeit mit der Stadtbuss Chur AG - zusätzliche Stellen nötig. Für die Integration des Marketings von Freizeit Graubünden werden



zusätzlich 150 % Stellenprozente benötigt, wovon 100 % für den Gesamtleiter Chur Tourismus bzw. Leiter Marketing vorgesehen sind. Auf der Ertragsseite sind neu Fr. 50'000.-- für Dienstleistungen zugunsten Dritter aus der Kommerzialisierung von Informationsdienstleistungen budgetiert. Als Beitrag der Stadt sind Fr. 400'000.-- vorgesehen.

Das Budget 2007 von Chur Tourismus ist aufgeteilt in die Ressorts Information und Marketing, um eine gewisse Vergleichbarkeit zur Rechnung 2005 zu gewährleisten. Der Aufwand für den Bereich Information (d.h. Chur Tourismus bisher) liegt mit 574'000 Franken etwas unter der Rechnung 2005 von Chur Tourismus, was an der Verschiebung gewisser Aufwandpositionen zum Ressort Marketing liegt.

4.2.1 Vergleich Öffnungszeiten Grabenstrasse/RIZ Bahnhof

Mit dem RIZ am Bahnhof Chur kann die zeitliche Präsenz praktisch verdoppelt werden. Dank der Kooperation mit der Stadtbus Chur AG sind bei Chur Tourismus dafür lediglich zwei zusätzliche Stellen erforderlich.

Grabenstrasse bis 30.9.2006				Bahnhof Chur ab 1.10.2006	
	vormittags	nachmittags	Total Stunden		Total Stunden
Montag	geschlossen	13.30 - 18.00	4.5	07.00 - 19.00	12.0
Dienstag	08.30 - 12.00	13.30 - 18.00	8.0	07.00 - 19.00	12.0
Mittwoch	08.30 - 12.00	13.30 - 18.00	8.0	07.00 - 19.00	12.0
Donnerstag	08.30 - 12.00	13.30 - 18.00	8.0	07.00 - 19.00	12.0
Freitag	08.30 - 12.00	13.30 - 18.00	8.0	07.00 - 19.00	12.0
Samstag	09.00 - 12.00	geschlossen	3.0	08.00 - 18.00	10.0
Sonntag	geschlossen			09.00 - 17.00	8.0
Total Stunden			39.5		78.0
Personalbedarf	regulär		180.0 %		525.0 %
	Ablösungen durch Leiter		20.0 %		
	Total		200.0 %		525.0 %

Um diese Präsenz abzudecken, werden neu total 5,25 Stellen benötigt. Gemäss aktuellem Stand teilen sich Chur Tourismus (Budget 2007: 2,5 Stellen) mit zwei Stellen und die Stadtbus Chur AG mit ebenfalls zwei Stellen dieses Pensum. Sollte die Kooperation mit der RhB zustande kommen, würde diese 1,25 Stellen beisteuern. Andernfalls müssten unter Umständen die Schalterpräsenz oder die Öffnungszeiten angepasst werden.



4.2.2 Marketingmassnahmen

Die für Chur interessanten bestehenden Projekte, Produkte und Beziehungen der Freizeit Graubünden AG sollen möglichst lückenlos unter dem Dach von Chur Tourismus weitergeführt werden. Der Stadtrat geht davon aus, dass der Marketing-Franken künftig gezielter für Chur eingesetzt werden kann als unter dem Dach von Freizeit Graubünden, wo immer auch die Interessen der mitfinanzierenden Partner zu berücksichtigen waren. Auch die Vereinigung der Ressorts Marketing und Information unter einem Dach erachtet der Stadtrat als viel versprechend, da die Erkenntnisse aus der Nähe zum Gast direkt ins Marketing einfließen können, d.h. es ist ein unmittelbarer Einfluss auf die Produktegestaltung möglich als bisher.

Das provisorische Marketing-Budget sieht Gesamtausgaben von Fr. 218'500.-- vor. Sie verteilen sich auf die verstärkte Vermarktung von Events (Fr. 60'000.--), das Produkte-Marketing (Verkaufsunterlagen, Distribution, Mediaplanung, Fr. 125'000.--) und Mitgliedschaften (z.B. bei Swiss Cities, Fr. 33'500.--).

4.3 Finanzierung

Die Stadt hat gestützt auf Art. 6 des Gesetzes zur Förderung des Fremdenverkehrs (RB 541) bisher einen jährlichen Beitrag von Fr. 50'000.-- geleistet. Gemäss Art. 6 entsprechen die jährlichen Beiträge der Stadtgemeinde in der Regel den ausgewiesenen Leistungen der Privatinteressenz an den Verein. An Freizeit Graubünden wurden während fünf Jahren Fr. 300'000.-- ausgerichtet. Der nun erforderliche Betrag liegt gesamthaft um Fr. 50'000.-- höher, lässt sich jedoch mit einer bedeutenden Leistungsausweitung beim RIZ rechtfertigen, wo zusätzliche Stellen erforderlich sein werden. Hinzu kommt der Mehrnutzen aus dem Marketing. Dabei erwartet der Stadtrat, dass die Wirkung für Chur grösser sein wird als bisher im Rahmen von Freizeit Graubünden, da sämtliche Marketingaktivitäten auf Chur konzentriert sein werden.

5. Leistungsvereinbarung

Die Zielsetzungen einer städtischen Förderung des Fremdenverkehrs sind in Art. 2 des Gesetzes zur Förderung des Fremdenverkehrs (RB 541) genannt. Dennoch erachtet der Stadtrat angesichts der erheblichen städtischen Unterstützung von Chur Tourismus einen Leistungsauftrag in Form einer Vereinbarung als notwendig.

Basis für den Inhalt des Leistungsvereinbarung bildete der Vertrag der Freizeit Graubünden AG mit der Stadt Chur vom 29. November 1999, die Rechenschaftsablage der Freizeit



Graubünden AG im Rahmen ihrer Jahresberichte sowie ein Vorschlag der unter Ziff. 3 erwähnten Arbeitsgruppe.

Der dieser Botschaft beiliegende Entwurf einer Leistungsvereinbarung ist mit den Verantwortlichen von Chur Tourismus vorbesprochen worden, kann aber aufgrund aktueller Entwicklungen (z.B. Kooperation mit der RhB) noch Änderungen erfahren. Die Leistungsvereinbarung wird durch den Stadtrat abgeschlossen.

Als Leistungen seitens Chur Tourismus werden vereinbart:

- Betrieb des touristischen Informationszentrums am Bahnhof während sieben Tagen pro Woche
- Dienstleistungsangebot des touristischen Informationszentrums gemäss Pflichtenheft
- Weiterführung bzw. -entwicklung derjenigen Angebote/Produkte von Freizeit Graubünden, von denen die Stadt touristisch profitieren kann
- Aufbau neuer touristischer Angebote
- Weiterer Ausbau des touristischen Netzwerks

Als Indikatoren für die erfolgreiche Tätigkeit von Chur Tourismus werden vereinbart:

Informationszentrum

- Anzahl vermittelte Buchungen für Churer Hotels
- Anzahl Auskünfte nach Themen (Stichproben)
- Verkaufte Produkte (Pauschalangebote, Gästepässe, Aktionen etc.)
- Erzielte Erträge aus Kommissionen

Marketing

- Erfolg der einzelnen Produktlinien
- Aktivitäten im Bereich Networking
- Ausblick/Massnahmenplan

Chur Tourismus wird im Rahmen seines Jahresberichts und der Jahresrechnung Rechenschaft bezüglich Zielerreichung ablegen.



6. Weiteres Vorgehen

Falls der Gemeinderat keine Vorberatungskommission einsetzt, will der Stadtrat die Volksabstimmung am 24. September 2006 durchführen.

7. Überbrückungskredit

Freizeit Graubünden ist momentan bereits mit der Planung der Aktivitäten für das Jahr 2007 beschäftigt. Damit möglichst rasch Klarheit über das weitere Vorgehen besteht, beantragt der Stadtrat einen Nachtragskredit von Fr. 50'000.--, damit das Marketing ab November 2006 nahtlos bei Chur Tourismus integriert werden kann.

Wir bitten Sie, sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrte Mitglieder des Gemeinderates, dem Antrag des Stadtrates zuzustimmen.

Chur, 24. April 2006

Namens des Stadtrates

Der Stadtpräsident

Der Stadtschreiber

Christian Boner

Markus Frauenfelder

Anhang

Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Chur und Chur Tourismus (Entwurf)

Aktenauflage

Stadt

- Botschaft Nr. 30/1996 betr. Voranschlag 1997
- Botschaft Nr. 7/1999 betr. Städtischer Beitrag an Chur Tourismus und „freizeit.graubünden“
- Botschaft Nr. 23/2001 betr. Städtischer Beitrag an Freizeit Graubünden AG
- Botschaft Nr. 24/2001 betr. Anpassung der städtischen Fremdentaxen
- Urnenbotschaft vom 2. Dezember 2001 betr. Städtischer Beitrag an Freizeit Graubünden AG
- Auszug aus dem Protokoll der Gemeinderatssitzung vom 19. Dezember 1996
- Auszug aus dem Protokoll der Gemeinderatssitzung vom 25. März 1999



Freizeit Graubünden

- Statuten der Freizeit Graubünden AG vom 17. Dezember 1999
- Geschäftsreglement der Freizeit Graubünden AG vom 26. November 2004
- Businessplan der Freizeit Graubünden AG vom 7. April 2006
- Vertrag der Freizeit Graubünden AG mit der Stadt Chur und Chur Tourismus über die jährlichen Betriebsbeiträge vom 29. November 1999
- Geschäftsberichte Freizeit Graubünden der Jahre 2000 - 2004
- Kurzpräsentation Kooperationsprojekt Heidiland AG vom 29. Juni 2005
- Medienmitteilung „Keine Fusion der Ferienregion Heidiland und Freizeit Graubünden“ vom 19. Oktober 2005
- Ideenskizze von Freizeit Graubünden zur Zukunft des Churer Tourismus, 21. November 2005
- Diverses Prospektmaterial von Freizeit Graubünden

Destinationenkonzept/Kanton

- Broschüre Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus vom Februar 2006
- Wirtschaftsleitbild Graubünden 2010
- Wertschöpfungsstudie über den Tourismus im Kanton Graubünden

Chur Tourismus

- Tourismusleitbild 1994
- Statuten Chur Tourismus vom 12. Dezember 1994
- Jahresbericht 2005
- Bericht Chur Tourismus vom Januar 2006 betr. Neukonzeption von Chur Tourismus für die Jahre 2007 - 2012
- Rechnung Chur Tourismus für das Jahr 2005
- Budget Chur Tourismus neu nach Integration Marketing
- Netto-Marketing-Budget Chur Tourismus 2007
- Grobkonzept Chur Tourismus neu des Hoteliervereins Chur und Umgebung vom 1. November 2005
- Medienmitteilung Chur Tourismus vom April 2006 „Erfolgreiches Churer Tourismusjahr“
- Pflichtenheft Regionales Touristisches Informationszentrum Chur vom 24. Februar 2006



Stadt Chur

***** Entwurf *****

Leistungsvereinbarung

zwischen der

Stadt Chur, vertreten durch den Stadtrat

und

dem Verein Chur Tourismus, vertreten durch den Präsidenten und den Geschäftsführer

1. Grundlagen

- 1.1 Gesetz zur Förderung des Fremdenverkehrs vom 16. Oktober 1966 (RB 541)
- 1.2 Pflichtenheft Regionales touristisches Informationszentrum Chur vom 24. Februar 2006 (Chur Tourismus)
- 1.3 Neukonzeption Chur Tourismus 2007 - 2012; Bericht vom Januar 2006

2. Zielsetzung

- 2.1 Der Tourismus als Branchen übergreifender Impulsgeber für Chur und Umgebung wird gefördert, um die Logiernächte in Chur zu erhöhen und Tagestouristen nach Chur zu bringen.
- 2.2 Am Bahnhof Chur besteht ein touristisches Informationszentrum, das eine für An- und Durchreisende wichtige Anlaufstelle bildet. Durch eine hohe Dienstleistungsqualität wird das Informationszentrum zur touristischen Visitenkarte Churs.

3. Finanzierung

- 3.1 Die Stadt leistet an Chur Tourismus einen jährlichen Beitrag von maximal Fr. 400'000.--.
- 3.2 Der genaue Betrag wird nach Prüfung des Budgets und der Rechnung des Vorjahres von Chur Tourismus durch die städtische Finanzkontrolle vom Stadtrat festgelegt.



4 Leistungen

- 4.1 Chur Tourismus betreibt am Bahnhof Chur gemeinsam mit der Stadtbus Chur AG und allenfalls weiteren Partnern ein touristisches Informationszentrum.
- 4.2 Das Informationszentrum ist während sieben Tagen pro Woche geöffnet.
- 4.3 Das Dienstleistungsangebot des Informationszentrums richtet sich nach dem Pflichtenheft vom 24. Februar 2006, welches integrierenden Bestandteil dieser Vereinbarung bildet.
- 4.4 Chur Tourismus führt diejenigen Angebote/Produkte von Freizeit Graubünden weiter, von denen die Stadt Chur touristisch profitieren kann.
- 4.5 Chur Tourismus entwickelt neue Produkte zur Vermarktung von Chur.
- 4.6 Chur Tourismus baut das von Freizeit Graubünden aufgebaute touristische Netzwerk weiter aus.

5 Controlling

Im Rahmen des jährlichen Geschäftsberichts legt Chur Tourismus Rechenschaft ab über den Grad der Zielerreichung, insbesondere

Informationszentrum

- Anzahl vermittelte Buchungen für Churer Hotels
- Anzahl Auskünfte nach Themen (Stichproben)
- Verkaufte Produkte (Pauschalangebote, Gästepässe, Aktionen etc.)
- Erzielte Erträge aus Kommissionen

Marketing

- Erfolg der einzelnen Produktlinien
- Aktivitäten im Bereich Networking
- Ausblick/Massnahmenplan

6 Schlussbestimmungen

- 6.1 Diese Vereinbarung tritt am 1. Januar 2007 in Kraft und gilt bis am 31. Dezember 2011.
- 6.2 Die Parteien beabsichtigen, spätestens im 1. Semester 2010 Verhandlungen über die weitere Zusammenarbeit aufzunehmen.



7 Kündigung

- 7.1 Diese Leistungsvereinbarung kann von beiden Parteien aus wichtigen Gründen, insbesondere bei groben Verletzungen dieser Vereinbarung sowie im Falle der Stadt bei einer aussergewöhnlichen, gravierenden Verschlechterung ihrer finanziellen Situation vorzeitig aufgelöst oder angepasst werden. Die Kündigungsfrist beträgt in diesem Falle ein Jahr und kann nur auf Ende eines Kalenderjahres erfolgen.
- 7.2 Zuständig für eine Kündigung seitens der Stadt ist der Stadtrat.

Chur,

Chur Tourismus

Stadt Chur

.....

.....