



Chur
Die Alpenstadt

Geschäftsbericht

2011

Inhalt

4–5	Vorwort des Präsidenten
6–8	Bericht des Direktors
9	Dienstleistungen RIZ
10–13	Marketingarbeit
14–15	Statistiken
16–17	Finanzen
18–21	Protokoll GV 2011
22	Revision
24–25	Mitglieder
26	Dank
27	Organe

Impressum

Herausgeber: Chur Tourismus, Bahnhofplatz 3, CH-7001 Chur
Tel. +41 (0)81 252 18 18, Fax +41 (0)81 254 58 89
info@churtourismus.ch, www.churtourismus.ch

Grafik, Realisation: Hü7 Design AG, Thuisis

Fotos: Andrea Badrutt, Nadja Simmen, Chur Tourismus

Druck: Casanova Druck und Verlag AG
klimaneutraler Druck
Gesamtauflage: 400 Ex.

© Chur Tourismus (Januar 2012)



Vorwort des Präsidenten

Schwieriges Umfeld für den Bündner Tourismus

Der Tourismus boomt zwar weltweit, doch Einflüsse wie der Arabische Frühling, Unruhen oder eine starke Landeswährung tangieren das Reiseverhalten. Graubünden und die Alpenstadt Chur trifft es schwer, weil die Abhängigkeit vom deutschen Markt hoch ist. Auch wir haben gespürt, dass die Gäste aus unserem nördlichen Nachbarland ausbleiben.

Herausforderung für die Alpenstadt Chur

Chur Tourismus ist nach den Kürzungen des städtischen Beitrages und ausbleibenden Kurtaxen dank einer zurückhaltenden Ausgabenpolitik in den schwarzen Zahlen geblieben. Die Schulden des letzten Jahrzehnts sind abgebaut. Doch die Streichungen gehen in letzter Konsequenz vom Marketingbudget ab. Höchste Zeit, dass Graubünden eine zielgerichtete Tourismusfinanzierung einführt, die auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten Bestand hat.

Die nun von der Regierung präsentierte Lösung erscheint mehrheitsfähig.

Andere Regionen schlafen nicht. Anlässlich der jährlichen Mitbewerber Klausur konnte der Vorstand im Februar 2011 erleben, was in Luzern passiert: Neues Stadion, neue Messehallen, 30 Mio. Franken Investitionen auf dem Pilatus, eine aktive und progressive Wirtschaftsförderung (PPP Modell). Luzern hat vorbildlich das Heft in die Hand genommen. Auch Chur hat das Potenzial dazu!

Die Neugestaltung der Bahnhofstrasse und des Areals Bündner Kunstmuseum sowie die Parkanlage der Rhätischen Bahn, das Hotelprojekt beim Stadtbaumgarten, das Sportanlagenkonzept oder das Domschatzmuseum bieten die Möglichkeit, Akzente zu setzen, die über die Alpenstadt hinaus strahlen.

ReTO Chur / Bündner Rheintal und DMO Chur – Lenzerheide – Arosa

Die Regionale Tourismusorganisation Chur (ReTo) hat sich weiter gut entwickelt. Das Führungsangebot wurde erfolgreich auf die Agglomeration ausgeweitet und die Beschilderung der Bikerouten schreitet voran. Mit den Gemeinden zwischen Rhäzüns und Haldenstein besteht eine sehr gute Zusammenarbeit. Bereits ist spürbar, dass das touristische Bewusstsein in der Bevölkerung unserer ReTO zugenommen hat. Nun ist mit dem Entscheid für die Skigebietsverbindung Arosa – Lenzerheide auch der Startschuss für die DMO Chur – Lenzerheide – Arosa gefallen und es wird Aufgabe des neuen Führungsteams sein, diesen Weg konsequent weiter zu beschreiten.

Dank

Namens des Vorstandes danke ich unserem Team und ganz besonders unserem Direktor Michael Meier an der Spitze,

der designierten Direktorin und heutigen Leiterin Information & Services Leonie Hämmerle, Peter Broder, Livia Camenisch, Mirjam Della Santa, Raphael Geiger, Yannick Kramm, Ruth Moser, Katharina Schreiber und Annette Shan sowie unseren Stadtführerinnen und Stadtführern für ihre wiederum ausgezeichneten Leistungen und die über 800 Stadtführungen. Unseren Key-Partnern Rhätische Bahn, Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus danke ich für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Besonders meinem Vizepräsidenten Kurt Künzli, meiner Kollegin und meinen Kollegen im Vorstand und allen Mitgliedern danke ich für das entgegengebrachte Vertrauen!

Christian Rathgeb
Präsident Chur Tourismus



Bericht des Direktors

Chur ist keine Stadt

Im klassischen Sinne natürlich schon. Und für den Tagesgast sowieso. Eine Alpenstadt natürlich. Was jedoch Image der kleinen Städte und die Bedürfnisse der Freizeitreisenden betrifft – Chur Tourismus bearbeitet das Business- und MICE-Geschäft nur reaktiv – ist Chur keine Stadt. Es ist eine Region. Die neuesten Erkenntnisse aus dem Tourismusmonitor Schweiz 2010 belegen es.

Ausgenommen von der Bedeutung der Berge und des Wanderangebotes liegt das Image der Gäste der Kleinstädte nahe bei denen Graubündens: *Angenehmes Wetter / Klima, Wasser, Natur und Gastfreundlichkeit* sind Top of Mind. Der See, der mit Kleinstädten eher in Verbindung gebracht wird, ist in Graubünden *Berge und Wandern*. Ausgehend von den Bedürfnissen, die unsere Besucher haben, können die Kleinstädte bei *Angenehmes Wetter / Klima* und *Natur* die Erwartungen erfüllen. Unerfüllt bzw. unzureichend erfüllt bleibt der Wunsch nach *Gastfreundlichkeit*, einem *guten Preis- / Leistungsverhältnis* und nach *Erholung*. Besondere Zufriedenheit löst die *Sauberkeit*, die *Wanderwege* und das *Tourismusbüro* in kleinen Schweizer Städten aus. Als Fazit darf eine bereits in früheren Geschäftsberichten gemachte Aussage wiederholt werden. Das Produkt ist entscheidend und das beste Marketing. Chur Tourismus, genauso wie jeder einzelne Leistungsträger, waren und sind gefordert, täglich daran zu arbeiten.

Die Euro- und Wirtschaftskrise beschäftigt die Schweiz und insbesondere den Tourismus seit Mitte 2010. Früher oder später musste der starke Franken Auswirkungen auf die Erträge der Exportwirtschaft haben. Im Jahr 2011 sind sie Realität geworden und haben den Tourismus mit voller Wucht getroffen.

Was das eigene Produkt, die Stadtführungen, betrifft, darf Chur Tourismus zufrieden sein. Die hohen Werte des Vorjahres wurden wieder erreicht. Die Kundschaft interessiert sich zunehmend für die Kinder-, Brunnen-, Kulinarikführungen und für die Schloss- / Gartenführung Haldenstein.

Was das Packaging und die Vermittlung von Leistungen betrifft, hat die Krise zugeschlagen. Die guten Zahlen der Vorjahre sind Geschichte und die Einbussen hoch. Und auch hier zeigt sich, dass Chur nicht als Städtedestination zu werten ist. Während in den Schweizer Kapitalen dank der guten Konjunktur der Geschäftstourismus noch boomt, hat die Ferienregion Graubünden hohe Einbussen zu verzeichnen (Jan.–Nov. –7 % ggü. Vorjahr). Chur Tourismus wird doppelt getroffen: Zum einen bleiben die Bahnreisenden aus (Umsatzrückgang per Oktober 2011 beim Glacier Express –6.1 %), zum anderen bleibt insbesondere im Winter der «Überlauf» aus. Gäste also, die in der Vergangenheit von ausgebuchten oder hochpreisigen Nachbardestinationen in das verfügbare oder kostengünstigere Chur ausgewichen sind.

Der Logiernächterückgang ist einschneidend. Gemäss eigener Erhebung verzeichnet Chur im Berichtsjahr 166387 Übernachtungen (–14721 / –8.1 % ggü. Vorjahr). In einzelnen Monaten lagen die Werte sogar tiefer als im Fünfjahreschnitt. Dieses Bild wiederholt sich beim Ergebnis der Pauschalangebote. Siehe Tabelle auf Seite 10.

Kooperieren oder sterben

Geteiltes Leid ist halbes Leid, geteilte Freude ist doppelte Freude! So einfach wie im Volksmund ist es in der Geschäftswelt nicht. Doch gilt heute mehr denn je: Partnerschaften helfen beim Sparen und erhöhen die Schlagkraft. Leider muss sich Chur Tourismus per Ende Jahr vom Partner Rhätische Bahn im Regionalen Infozentrum lösen. Zu gross waren für sie die Synergieeffekte in der neuen Kooperation mit der SBB nebenan. Personal und IT-Aufwand liessen sich um einen sechsstelligen Betrag reduzieren, da konnten unsere Argumente Kundensicht, Servicekette und Verlust der geleisteten Aufbauarbeit nicht überzeugen. Das Pilotprojekt eines gemeinsamen Infozentrums mit Tourismus und Rhätische Bahn war Vorzeigebispiel für Bahnhöfe wie Davos, Bergün oder Thusis. Bahnhöfe ohne SBB Gleise... Die Kooperation mit der Stadtbus Chur AG bleibt bestehen. Die Bedingungen sind trotz dem Ausstieg der RhB gleich geblieben und die Verträge sind in einem konstruktiven, positiven Prozess gemeinsam erarbeitet worden. Die Professoren der Universität St. Gallen

geben es vor. Im Destinationsmodell 3.0 wird auf die Stärksten am Markt gesetzt und in Kooperationen für die ganze Destination mehr Wertschöpfung für alle erzielt. Chur Tourismus hat dahingehend sein Wirken in den letzten Monaten auch im Marketing verstärkt. Ob im Werbepool der Hoteliers, bei Stadtführungen, mit den Alpenstadt-Produkten oder in der Bewerbung des Shopping- und Kulturangebotes im Heimmarkt, erst Kooperationen ermöglichen uns die Umsetzung der Massnahmen ab einer kritischen Grösse. Deshalb wurden Ende Jahr, nach dem erfolgreichen Aufbau des Bike Segments in Chur, Verhandlungen für eine Vermarktungskoope-ration mit der Lenzerheide Marketing und Support AG aufgenommen. Die Verträge stehen kurz vor dem Abschluss.

Leider weitaus weniger schnell, jedoch mit mehr Aufwand und am Ende ohne Erfolg, hat sich der Versuch einer Fusionierung der beiden «City Vereinigungen» IG Churer Handel und Vereinigung Churer Altstadt gestaltet. Unterstützt durch den Berichten- den, hätte eine gemeinsame, schlagkräftige Vereinigung entstehen können, die die Anliegen des Handels und der Innenstadt gegenüber Behörden und Medien verstärkt hätte wahrnehmen können. Die Bildung eines Werbepools für das Shopping Angebot hätte die Sache gekrönt. Stattdessen bleiben Doppelspurigkeiten, hoher koordinativer Aufwand und wenig Schlagkraft. Chur Tourismus wird das Produkt Shopping überdenken müssen. Im Vergleich zu

anderen touristischen Organisationen in der Schweiz, wo die Handelsorganisationen selbstständig für die Belebung des Zentrums sorgen, hatte unsere Tourismusorganisation ihren Auftrag stets breiter gefasst.

Leider auch beim Konjunktiv bleibt eine Kooperation mit den Bergbahnen Chur Dreibündenstein (BCD), die 2011 hätte vertieft werden sollen. Aus der Klausurtaugung 2010 hervorgegangen, wurde mit Prof.Dr. Philipp Boksberger ein Kooperationspapier ausgearbeitet und vom Präsidenten und Direktor dem Verwaltungsrat der BCD vorgelegt. Nach einem ersten Nichteintreten der BCD ist das Geschäft nun doch pendent und soll von der neuen Direktion 2012 behandelt werden. In der Zwischenzeit sind Monate vergangen und die operative Zusammenarbeit bleibt auf Sparflamme. Am Hausberg wäre es dringend an der Zeit, in grösseren Dimensionen zu denken. Nachdem mit dem «geschenken» Alpenbikemark bereits ein Viertel des Sommerertrages generiert wird, sollte auch die Bahn dieses Segment weiterentwickeln. Auf Brambrüesch fehlt es zudem schlicht an Attraktionen, um die Transporterträge zu steigern. Es entsteht der Eindruck, dass der Betrieb bei knapper Liquidität unverändert weitergeführt werden soll, bis die nächste grosse Investition nicht mehr abzuwenden ist (z.B. Konzession 2. Sektion) und die Bahn ohne Finanzspritze von aussen geschlossen werden muss.

Es bleibt zu hoffen, dass mit der Neugestaltung der Bahnhofstrasse im 2012 wieder in das Produkt Alpenstadt investiert wird und mit der Erneuerung des Bündner Kunstmuseums 2013 ein weiterer Akzent gesetzt werden kann. Die Einführung eines integralen Tarifverbundes und der Bau eines Domschatzmuseums sind weitere hoffnungsvolle Projekte, die es voranzutreiben gilt. Ich bin zuversichtlich, dass Chur gestärkt aus der Krise hervorgehen wird. Frestgamain Enavant.

Michael Meier
Direktor Chur Tourismus



Regionales Infozentrum RIZ

Im Berichtsjahr wurden im RIZ rund 64000 Kundenkontakte (–3 % ggü. Vorjahr) registriert. Der Auszug der RhB aus dem RIZ erforderte eine Überarbeitung der Prozesse. Per Ende 2011 konnten alle wichtigen Punkte (Tourenplan, Öffnungszeiten, Servicekette, Einrichtung, Beschriftung) definiert werden, damit die Besucher auch im neuen Geschäftsjahr ein kundenorientierter Service erwartet. Es bleibt zu beobachten, wie sich die Verteilung der Kunden auf die nunmehr zwei Unternehmen entwickelt.

Gästeberatung und Qualität

Telefonische Anfragen erfordern einen zunehmenden Beratungsaufwand, Chur Tourismus legt viel Wert auf verkaufsorientierte Telefongespräche. 2011 wurde deshalb das ganze Team geschult und eine erhebliche Verbesserung erreicht. Ein weiterer Meilenstein im Berichtsjahr ist die Auszeichnung mit dem Qualitätsgütesiegel Q II. Nach einer umfassenden Analyse des Unternehmens wurden die Erkenntnisse in einem Massnahmenplan zur Verbesserung der Abläufe festgehalten. Für die Erhaltung des Labels sind wir gefordert, die Massnahmen jährlich zu kontrollieren und zu erneuern. Dies sichert einen hohen Qualitätslevel und unserem Anspruch «Leadership through quality» gerecht zu werden.

Verkauf von Dienstleistungen und Waren

Als Vorverkaufspartner der Schlossoper

Haldenstein konnte in diesem Geschäftsbereich definitiv ein neues Standbein aufgebaut werden. Mit Beginn der Spielsaison 2011 / 12 kam mit dem Theater Chur ein weiterer Vorverkaufspartner dazu. Dank diesen neuen Kooperationen und den langjährigen kleineren Veranstaltungspartnern wird 2011 ein Umsatz von über CHF 25000 verzeichnet. Ein ungebrochen beliebtes Produkt ist der Audio Guide, der im Geschäftsjahr 2011 rund 250 Mal ausgeliehen wurde. Die Neubeschaffung von Geräten wurde aus den Erträgen finanziert. 2011 kamen vier neue Betriebe beim Reservationssystem Deskline dazu. Insgesamt können nun 18 Beherbergungsbetriebe professionell vermittelt werden.

Stadtführungen

Trotz des starken Frankens konnte die Anzahl der gebuchten Stadtführungen im Vergleich zum Rekordjahr 2010 beibehalten werden. Grossen Zuspruch erfuhren die neuen Themenführungen. Seit dem Geschäftsjahr 2011 gehören Führungen für unsere kleinsten Gäste, kulinarische Führungen, Gartenkultur-Führungen sowie Schloss- und Gartenführungen Haldenstein zum Angebot. Insgesamt führten unsere fünfzehn StadtführerInnen total 829 Gruppen mit rund 14000 Gästen durch die Alpenstadt.

	2010	2011	+/-
Altstadtführung	822	761	–61 (–7 %)
Themenführungen	13	68	+55 (+423 %)
Total	835	829	–6 (–0.7 %)

Marketingarbeit im Jahr 2011 – der Fünfradantrieb

Chur Tourismus arbeitet analog dem Marketing-Modell von Schweiz Tourismus mit vier «Antrieben» für neue Gäste und hat ein fünftes Instrument hinzugefügt. Es ist das Key-Partner Management. Seit fünf Jahren gehören Key-Account Management (KAM), E-Marketing, Promotions-Mix und Key-Media Management zum strategischen Repertoire der Marketing-Organisation. Die Basis und das eigentliche Vehikel, das damit bewegt wird, ist natürlich das Produkt, das im Produktmanagement erarbeitet und entsprechend den Zielmärkten entwickelt wird. Dies sind:

Heimmarkt (Tagesgäste): Nachbardestinationen, Arosa, Bad Ragaz, Flims/Laax, Lenzerheide, Thusis sowie Einzugsgebiete SG Rheintal, Engadin, Bündner Oberland, Oberes Zürichseegebiet und Glarus.

Kernmarkt: Schweiz, Deutschland

Zukunftsmarkt: Vereinigtes Königreich (UK), Italien, Polen/Tschechien (ab 2012)

Produktmanagement

Angebot	Buchungen	Personen	Logiernächte	Umsatz CHF
Gipfelstürmer Winter	18 (–58 %)	32 (–62 %)	130 (–59 %)	17 593 (–59 %)
Gipfelstürmer Sommer	69 (–57 %)	139 (–59 %)	495 (–59 %)	66 348 (–57 %)
Schneeprinzessin	9 (–64 %)	16 (–74 %)	34 (–76 %)	8 812 (–71 %)
Mittelaltererlebnis	8 (+/–0 %)	13 (–7 %)	39 (–19 %)	5 348 (+9 %)
Senda Sursilvana	9 (–25 %)	33 (–11 %)	18 (–44 %)	18 150 (+/–0 %)
Total	113 (–54 %)	233 (–57 %)	716 (–59 %)	116 251 (–54 %)

(prozentuale Zu-/Abnahmen ggü. Vorjahr)

Das Ergebnis bei den Pauschalangeboten entspricht ungefähr den Zahlen des Jahres 2008. Neben dem schlechten wirtschaftlichen Umfeld hat die E-Marketing Kampagne mit der Firma Tradedoubler ein sehr unbefriedigendes Ergebnis gebracht. Mit dem sehr eingeschränkten Marketingbudget war keine kurzfristige Reaktion mehr möglich. Zudem scheint ein Jahr ohne RhB Jubiläum sich einschneidender auszuwirken als zu erwarten war. Für die

Zukunft heisst dies klar, Marketing & Sales verstärken und weitere Allianzen schmieden.

Neue Produkte wie die E-Bike Gourmet Tour oder die Schneeschuh- und Wanderangebote mit VivaTrail haben einen schweren Stand. Die Angebote haben im ersten Jahr noch nicht «eingeschlagen». Hier ist Geduld gefordert und eine Erhöhung der Werbemittel.

Der Gastro(s)pass, das wirkungsvolle Promotionsinstrument für die Gastronomie, wurde im Winter 2010/11 erfolgreich wieder aufgenommen. 2398 Pässe wurden verkauft, welche in 10 Restaurants in Chur, Domat/Ems und Untervaz eingelöst werden konnten. Es resultierte ein Bruttoertrag von CHF 237 402.

Die Alpenstadt-Produktpalette wurde im September um ein Salsiz von der Metzgerei Mark (Altstadtmetzg) erweitert. Bis Ende Jahr wurden bereits ca. 500kg bzw. 2500 Stück verkauft. Alpenstadt-Salsiz und Käse sind seit November zudem im E-Shop von Alpinavera beziehbar. Der «zu Gast» Auftritt mit einer sog. Byline wurde im 2011 von fünf Partnern übernommen.

Key-Partner Management

Dank der B-Partnerschaft bei den Swiss Cities, der Marketing Vereinigung der Schweizer Städte, die zur Integration in der Hauptkampagne «Städte» bei Schweiz Tourismus führt, konnte Chur wiederum von diversen Plattformen im In- und Ausland profitieren. Die verstärkte Promotion im Schweizer Markt, wo insbesondere B-Städte platziert werden, hat zu Präsenzen in Coop Zeitung, Schweizer Illustrierten und anderen geführt. Noch immer sprechen die Medien gut auf Vreni Gruber, unsere Co-Moderatorin von «SF bi de Lüt» 2010, an. Mit einer Präsenz im «Städteverführer», der neben dem Einsatz in den ausländischen Märkten auch in allen UBS Filialen der Schweiz aufgelegt wurde, war Chur in die

Städtekampagne integriert. Schweiz Tourismus hat insbesondere mit dem Werbespot der Steinträger Sebi und Paul, welche für Chur im Arosabahn Clip 2010 mitgewirkt haben, viel Beachtung für die Schweizer Städte generiert.

Die Key-Partnerschaft mit Graubünden Ferien (GRF) in Deutschland wurde von der Marketing-Assistentin intensiv betreut. Vorallem die Traumjob Kampagne sticht aus dem Massnahmenkatalog heraus. Mittels online Medien (wissen.de) wurde ein Traumjob als Winzerlehrling im bischöflichen Weinberg für eine Woche verlost. Der Gewinner, Pit Waser, hat während seines Aufenthaltes täglich einen Blog geschrieben. Über alle Destinationen hat GRF 26 000 Personen erreicht, die sich registrieren liessen. Im Zeitraum der Kampagne wurden 208 000 Besuche auf der Website ausgelöst. Eine detaillierte Auswertung pro Destination ist nicht erhältlich.

E-Marketing

Das E-Marketing ist der am stärksten forcierte Antrieb im Fünf-Rad Marketingmodell. Die Schaffung einer Praktikumsstelle in diesem Bereich hat erst ermöglicht, die neue Website oder die unumgänglichen Social Media Plattformen aktiv zu bewirtschaften. In einem Lernprozess für den Stelleninhaber Peter Broder, genauso wie für den Berichtenden, wurde innert einem Jahr viel Know-how aufgebaut. Aufbereitung und Platzierung von Inhalten, Suchmaschinenoptimierung,

Analyse der Besucher, Kontrolle und Aktualisierung von Partner-Websites, Buchung von Tourismuswebsites (www.ausflugsziele.ch, ...), und «last but not least», die Einführung einer mobilen Website haben dazu beigetragen, dass Chur im online Zeitalter bei den Leuten bleibt. Zwar musste ein leichter Rückgang der Besucher hingenommen werden, doch die Qualität konnte deutlich gesteigert werden.

Eindeutige Besucher

120274 (–4 %)

Ø Anzahl Seitenaufrufe

3.84 (+11 %)

Aufenthaltsdauer

03 min 27 sek (+24 %)

Facebook Freunde

1500 (+251 %)

Die Kooperation mit Graubünden Ferien und weiteren Destinationen, die unter dem Dach der Marke arbeiten, hat sich bewährt und soll weiter intensiviert werden. Der Nutzen liegt beim Austausch von Programmierungen, Schulungen, Benchmarks usw. Im Berichtsjahr wurde www.graubuenden.ch erneuert. Die Inhalte waren durch die Destinationen zu liefern.

Promotions-Mix

Der Führungsprospekt wurde 2011 übersichtlicher gestaltet und mit einer Agenda versehen. Mit dem Ausbau an Themenführungen, die Chur Tourismus selber anbietet oder auch vermittelt (z.B. Brauerei Chur,

Pulvermühle, ...), bietet sich dem Gast fast täglich die Chance, sich einer Führung anzuschliessen. Einhergehend damit wurde in Zusammenarbeit mit der IG Handel erstmals eine Sommerwerbekampagne in den Nachbardestinationen realisiert, die darauf abzielt, Tagesbesucher zu gewinnen.

Wegen der hohen Absatzzahlen mussten im Berichtsjahr die Mood Broschüre in Deutsch, das Gastgeberverzeichnis (Deutsch / Englisch) sowie die Stadtpläne in Deutsch, Englisch und Französisch ersetzt werden. Dank dem Verkauf von Inseraten bzw. Beiträgen von Partnern, konnte dies grösstenteils kostenneutral geschehen.

Bei der Wiederholung der Inserate in der Schweizer Familie inkl. PR im online Bereich lag das Ergebnis unter den Erwartungen. Die Vorjahreszahlen wurden nicht mehr erreicht.

Dank der Partnerschaft mit der Rhätischen Bahn war Chur fast kostenlos an der Herbstmesse Solothurn präsent. Mittels eines Wettbewerbes konnten 502 Kontakte generiert werden.

Chur hat seinen Platz im Bike Segment mit einer neuerlichen Austragung von Mountainbike Rennen Ende Juni / Anfang Juli in Erinnerung gerufen. Unter der Leitung von Silvio Bundi wurden ein City-Sprint sowie Rennen des Racer Bikes Cup (Crosscountry) und des iXS Downhill

Cups ausgetragen. Absicht war es, die Bike-Woche den Bikerinnen und Bikern aus der Schweiz mit Dreitagesangeboten (ohne Rennen) zu verkaufen. Eine Reaktion auf ein Mailing mit dem entsprechenden Angebot an 1100 Rad- und Schneesportvereine blieb jedoch aus. Es wurden keine Angebote verkauft. Der Markteintritt scheint schwieriger als erwartet. Die Events selber wurden von zahlreichen Schaulustigen besucht.

Zwei Jahre Vorbereitungszeit brauchte es für die Durchführung des Eidgenössischen Volksmusikfestes vom 9. – 11. September. Bei herrlichem Hochsommerwetter genossen es die 300 Musikformationen an Wettbewerben und «Stubete» das Publikum zu begeistern. Fazit: 75000 Besucher und 1300 Musikanten besuchten die Alpenstadt. Mit Livesendungen aller staatlichen Radio- und Fernsehstationen wurde ein Millionenpublikum erreicht. Allein die grosse TV Gala am Samstagabend erreichte ¼ Million Zuschauer, denen mittels Porträt auch unsere Stadt näher gebracht wurde. Als Beteiligte im OK haben Michael Meier und Leonie Hämmerle vor, während und nach dem Fest mitgewirkt. Der grosse Pfiff-Wettbewerb, sowie das Motto «Volksmusik mit Pfiff» wurden von Küng pluskom und Chur Tourismus entwickelt.

Key-Account Management

Das Gruppengeschäft spürt den starken Franken besonders stark. Die Margen

sind knapp und der schwache Euro hat zu vielen Stornierungen bzw. einer Reduktion des Feriengeldes der Gäste geführt. Die Gruppen sind geschrumpft. Lokale Reiseleiter werden durch Reisebegleiter aus dem Herkunftsland ersetzt. Chur Tourismus war im Berichtsjahr wiederum an der ITB in Berlin, der grössten Tourismusmesse der Welt. Die Präsenz an den Fachtagen konnte für zahlreiche Gespräche mit Veranstaltern, Medien und Partnern genutzt werden. Ohne eigenen Stand und trotzdem vertreten von Graubünden Ferien und den Swiss Cities, hielt sich der Aufwand in Grenzen.

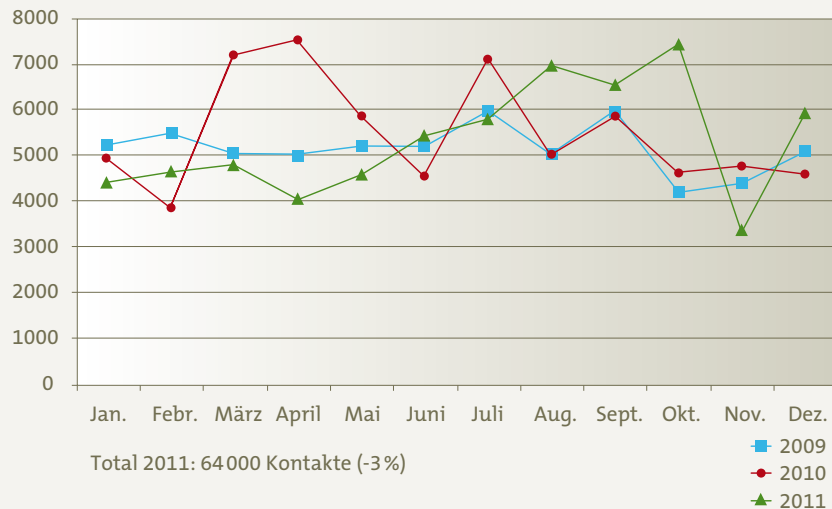
Key-Media Management

Neben dem erwähnten nationalen Medienereignis anlässlich des Volksmusikfestes, durfte Chur Tourismus im 2011 einen Höhepunkt mit der Sendung Hit auf Hit verzeichnen: 1.4 Mio. Deutsche wurden mit der Musiksendung auf den Spuren des Glacier Express erreicht. Insgesamt konnten die überragenden Vorjahreswerte nicht erreicht werden. Das Ergebnis mit 26 betreuten Medienreisen, die ca. 5 Mio. Personen erreicht haben, ist zufriedenstellend.

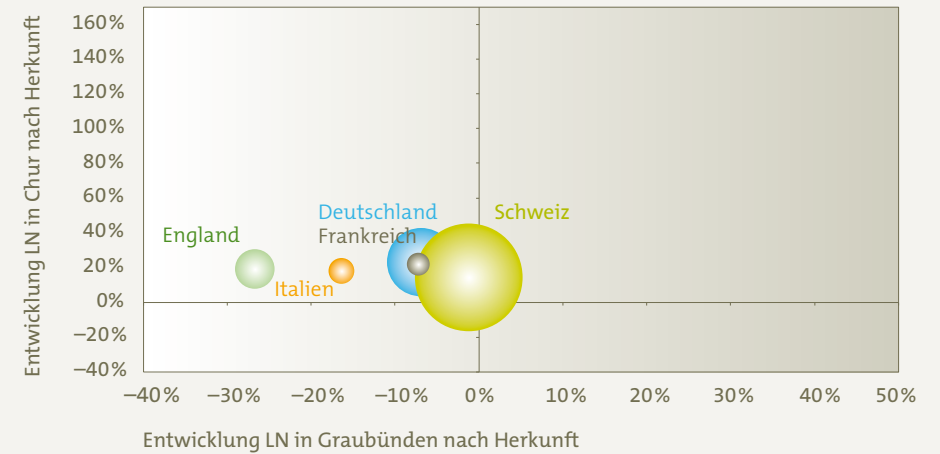
Zusammengefasst darf man festhalten, dass das Berichtsjahr wiederum ein ereignisreiches und intensives Jahr war. Das Team Chur Tourismus hat viel gesät und die Felder gepflegt. Durch Wind und Wetter fiel die Ernte teilweise magerer aus als in den Vorjahren. Doch dürfen wir uns dadurch nicht verunsichern lassen und müssen den eingeschlagenen Weg weitergehen.

Statistiken

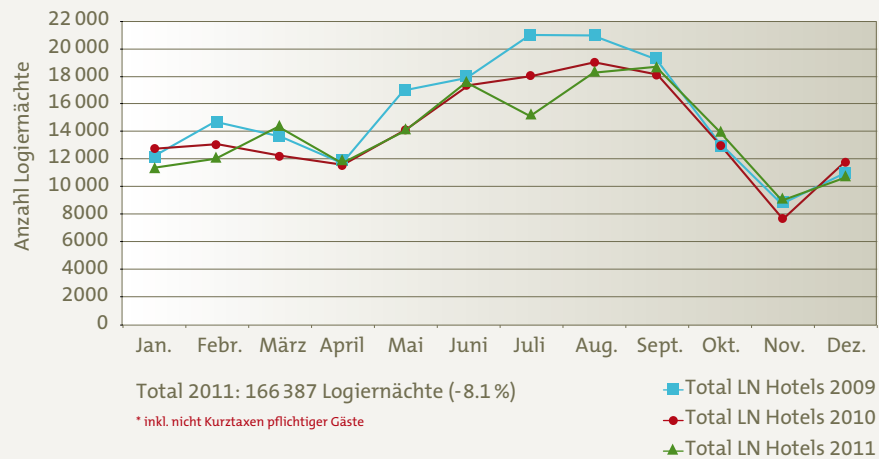
Vergleich Frequenzen RIZ gemäss eigener Erhebung



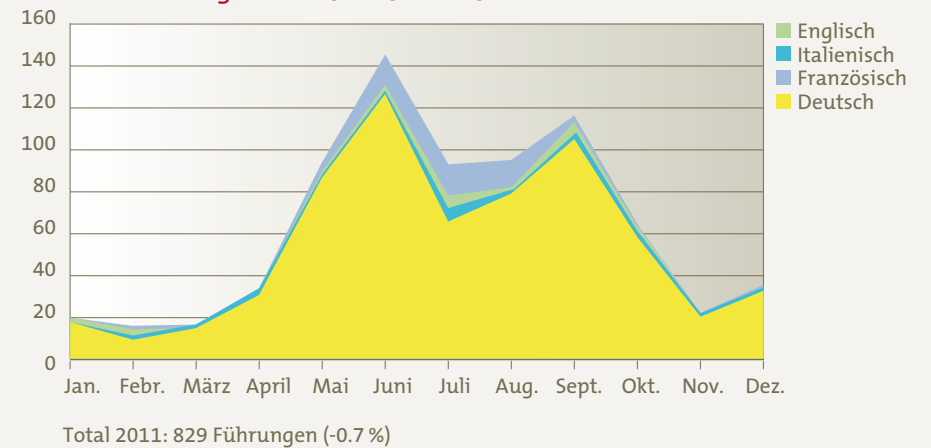
Gästemix Vergleich 2011 und 2006 Nov. – Okt. gemäss Bundesamt für Statistik



Logiernächte brutto* Vergleich 2009 – 2011 gemäss eigener Erhebung



Stadtführungen 2011 gemäss eigener Erhebung



Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2011	Budget 2011	Abw. Budget-Rg.	Rechnung 2010
Ertrag				
Mitgliederbeiträge	115 791	100 000	15 791	98 817
Logiernächte-taxen Stadt	290 310	280 000	10 310	298 544
Beitrag Stadt Chur	300 000	300 000	0	442 200
Beitrag Agglomeration Chur	65 028	56 000	9 028	56 099
Beitrag Kanton	17 500	17 500	0	20 000
Ertrag aus Gruppen-Reisen	0	0	0	0
Ertrag aus Stadtführungen	142 069	108 700	33 369	134 834
Ertrag aus Pauschalen	104 055	220 000	-115 945	245 574
Ertrag aus Events	757	800	-43	1 189
Ertrag aus Kooperationen	0	0	0	2 403
Kommerzielle Erträge RIZ	66 492	54 000	12 492	26 188
Ertrag Hotel Werbepool	59 965	60 000	-35	58 355
Partner-Beiträge für Aktivitäten	89 076	73 000	16 076	47 572
Übrige Erträge	22 334	0	22 334	21 517
Erlösminderungen	-47	-1 000	953	-1 236
Total Ertrag	1 273 330	1 269 000	4 330	1 452 056

Aufwand				
Fremdleistungen Pauschalen	96 317	198 000	-101 683	216 680
Kommerzieller Aufwand RIZ	15 294	9 000	6 294	11 827
Personalaufwand	646 965	590 300	56 665	623 471
Raum-Aufwand	76 447	76 405	42	79 329
Allgemeiner Betriebsaufwand	93 017	92 000	1 017	87 333
Verkaufs- und Infosysteme	5 214	7 650	-2 436	7 976
Partnerkommunikation	29 795	35 500	-5 705	34 020
Marketing-Aktivitäten	303 573	268 100	35 473	283 749
Finanzerfolg	-7	2 000	-2 007	1 159
Ausserordentlicher Aufwand	-19 776	0	-19 776	74 283
Rückstellung MwSt.-Vorsteuer	10 000	0	10 000	0
Abschreibungen	719	1 000	-281	4 989
Total Aufwand	1 257 558	1 279 955	-22 397	1 424 815
Ertrags- / Aufwandüberschuss	15 772	-10 955	26 727	27 241

Bezeichnung	Rechnung 2011	Rechnung 2010
Aktiven		
Kasse	4 141	5 182
Post	1 746	2 183
Bank: GKB	121 624	184 616
Verrechnungssteuern	38	41
Debitoren	75 275	43 855
Delkredere	-2 200	-2 200
Debitor Vorsteuern	11 953	0
Lager-Vorräte (Drucksachen)	11 554	10 794
Transitorische Aktiven	21 999	32 236
Beteiligungen	1	1
Mobilien und Büromaschinen	1	1
Kapital (Fehldeckung)	7 931	23 703
Total Aktiven	254 063	300 411
Passiven		
Kreditoren	54 144	128 124
Kreditor ESTV Bern	10 916	7 274
Transitorische Passiven	179 004	145 128
Rückstellung RIZ	0	20 000
Rückstellung MwSt.	10 000	0
Total Passiven	254 063	300 526

Das Jahr 2011 wird mit einem Ertragsüberschuss von CHF 15 772 abgeschlossen. Markant sind die Steigerungen bei den *Kommerziellen Erträgen* RIZ (CHF 40 304), den *Partner-Beiträgen für Aktivitäten* (CHF 41 504) sowie bei den *Mitgliedern* (CHF 16 974). Im Konto *übrige Erträge* fällt ein grosser Betrag auf: Wegen eines Abgrenzungsfehlers bei den Logiernächten 2010 resultiert ein a.o. Ertrag von CHF 20 366. Die Marketing-Aktivitäten wurden um CHF 19 824 gesteigert. Im Konto a.o. Aufwand werden die Rückstellungen RIZ (CHF 20 000) wieder gutgeschrieben, die

dank dem Verbleib am Bahnhof nicht angetastet werden mussten.
Zur Bilanz: Das Mobiliar ist abgeschrieben und der Lagerbestand ist stabil. Wegen dem Wechsel zur effektiven Mehrwertbesteuerung, ist mit einer Differenz der Vorsteuerabzüge zu Lasten von Chur Tourismus im Umfang von CHF 10 000 zu rechnen. Entsprechende Rückstellungen wurden gebildet.
Fazit: Chur Tourismus ist schuldenfrei, sehr liquide und verzeichnet im 2011 einen Selbstfinanzierungsgrad von 48 %.

Protokoll 108. Generalversammlung Chur Tourismus

Ort Restaurant Marsöl, Chur
Datum / Zeit Mittwoch, 25. Mai 2011,
18.30–19.40 Uhr
Teilnehmer 37 Mitglieder und 36 Gäste
gemäss Präsenzliste
Protokoll Mirjam Della Santa
Traktanden

1. Begrüssung
2. Wahl der Stimmenzähler
3. Genehmigung Protokoll
GV 2010
4. Jahresbericht 2010 / Rückblick
5. Jahresrechnung 2010
6. Wahlen
7. Information zum
Geschäftsjahr 2011 /
Kenntnisnahme Budget 2011
8. Varia & Umfrage

1. Begrüssung

Der Präsident, Dr. Christian Rathgeb, begrüsst die Mitglieder und Mitarbeiter von Chur Tourismus. Ein besonderer Gruss und Dank für das Erscheinen geht an die Behörden sowie die Medienvertreter und Gäste, unter ihnen Standespräsidentin Christina Bucher-Brini, Stadtrat Roland Tremp, Bürgermeisterin Ruth Bochsler sowie Robert Giger (Gemeindepräsident Haldenstein) und Christian Theus (Gemeindepräsident Bonaduz) als Vertreter der Standortgemeinden sowie Ehrenmitglied Milo Pfister. Es wird festgestellt, dass die Einladung fristgerecht versandt wurde. Der Jahresbericht des Präsidenten sowie des Geschäftsführers ist im Geschäftsbericht enthalten.

2. Wahl der Stimmenzähler

Olivier Zuber wird als Stimmenzähler gewählt.

3. Genehmigung Protokoll

Das Protokoll der 107. Generalversammlung wird stillschweigend genehmigt und der Verfasserin Leonie Hämmerle verdankt.

4. Jahresbericht 2010 / Rückblick

4.1 Ausgangslage

Christian Rathgeb blickt auf das beste Jahr aller Zeiten zurück. Im speziellen wurden zwei Zahlen erwähnt. Dank dem Engagement und der hervorragenden Leistung des Teams und der Stadtführer konnten über 180 000 Logiernächte verzeichnet und über 800 Stadtführungen durchgeführt werden. Dies auch dank der besonders guten Partnerschaften mit Hotelleriesuisse Chur und Umgebung welche mit einem Tag der offenen Hoteltüren einen Blick hinter die Kulissen gewährte. Ein herzliches Dankeschön dazu an Kurt Künzli.

4.2 Regionale Tourismusorganisation (ReTO)

Zusammen mit den ReTO Gemeinden wurde das erste gemeinsame Produkt, die Bike- und Wanderkarte lanciert. Weitere geplante Projekte sollen Stadt und Land miteinander verknüpfen und somit Türöffner für gemeinsames produktives Schaffen sein. Im Weiteren soll das Tourismusver-

ständnis in der Bevölkerung gestärkt werden. Der Präsident bedankt sich an dieser Stelle für das Vertrauen und die sehr gute Zusammenarbeit.

4.3 Finanzierung regionales Informationszentrum (RIZ)

Es wurde zur Kenntnis genommen, dass der städtische Beitrag um $\frac{1}{4}$ gekürzt wurde und mit der neuen Tourismusfinanzierung die Hoffnung besteht, dass noch in diesem Jahr eine Lösung gefunden wird. Bezüglich der weiteren Zusammenarbeit mit der Stadtbuss Chur AG sieht es positiv aus, so dass für die nächsten fünf Jahre die Zukunft des RIZ gesichert werden sollte.

4.4 Chur Tourismus auf Kurs, Dank an das ganze Team

Auch im kommenden Jahr hat sich Chur Tourismus viel vorgenommen. Angestrebt wird die Konsolidierung und Steigerung der angerissenen Projekte. Der Präsident bedankt sich an dieser Stelle bei seinen Vorstandskollegen, dem Team, den Stadtführern, Partnern und Mitgliedern von Chur Tourismus für die gute Zusammenarbeit und übergibt das Wort Direktor Michael Meier.

4.5 Bericht des Direktors Michael Meier

Der Direktor begrüsst die Anwesenden mit der Churer Version des national bekannten «Steinträger»-Spots von Schweiz Tourismus. Sein anschliessender Bericht basiert auf dem Geschäftsbericht 2010 und wird hier nicht detailliert wiedergegeben.

5. Jahresrechnung 2010

Die Jahresrechnung für das Berichtsjahr schloss bei einem Ertrag von CHF 1 452 056 und einem Aufwand von CHF 1 424 815 ab, was einen Ertragsüberschuss von CHF 27 241 ergibt.

Gleichzeitig konnten die Schulden an die Stadt retour bezahlt sowie Rückstellungen für die Zukunft des RIZ gebildet werden. In der Bilanz wird ein Verlustvortrag von CHF 23 703 aufs Jahr 2011 übertragen. Christian Rathgeb verweist für den Revisorenbericht auf den Geschäftsbericht 2010, da keiner der Revisoren anwesend ist.

Die Jahresrechnung und Bilanz werden von der Versammlung einstimmig genehmigt und der Vorstand entlastet.

6. Wahlen

6.1 Vorstand

Prof. Dr. Philipp Boksberger tritt per sofort aus dem Vorstand zurück, aufgrund einer neuen beruflichen Herausforderung in Zürich. Er hat mit viel Engagement und Herzblut und ohne Entschädigung praktikable Grundlagen für Chur Tourismus erarbeitet. Der Präsident bedauert es sehr, diesen «Top Shot» zu verlieren und bedankt sich im Namen des Vorstandes für seine Verdienste.

Als Nachfolger wird Jon Andrea Schocher, Dozent und Projektleiter an der HTW Chur

gewählt. Herr Schocher stellt sich kurz vor und freut sich auf die Zusammenarbeit mit den Vorstandskollegen sowie die Unterstützung des operativen Bereichs.

6.2 Touristischer Beirat

Im touristischen Beirat ist ebenfalls ein Rücktritt zu vermelden. Thomas Kirchhofer, ehemaliger Clubmanager Golfclub Domat / Ems, nimmt in der Zentralschweiz eine neue Herausforderung an. An seiner Stelle wird Bruno Gantenbein, des. Leiter der Academia Engiadina und Leiter der Kaderschule Graubünden, Chur als Nachfolger vorgeschlagen. Für den Beirat ist dies ein Glücksfall, Bruno Gantenbein als Projektleiter gewinnen zu können, weil er am Businessplan der ReTO mitgewirkt hat. Herr Gantenbein freut sich auf seine neue Aufgabe. Dem scheidenden, nicht anwesenden Thomas Kirchhofer wird der Dank für seine geschätzte Mitarbeit ausgesprochen. **Per Akklamation wird Bruno Gantenbein gewählt.**

7. Information zum Geschäftsjahr 2011

7.1 Budget

Das Budget für das laufende Geschäftsjahr weist bei einem Ertrag von CHF 1 269 000 und einem Aufwand von CHF 1 280 955 einen Aufwandüberschuss von CHF 10 955 aus.

7.2 Ziele und Massnahmen Geschäftsjahr 2011

Michael Meier erklärt, dass bewusst konservativ budgetiert sowie die Marketingausgaben reduziert wurden. Ein Mehretrag soll über den Vorverkauf der Schlossoper generiert werden. Somit soll am Ende eine ausgeglichene Rechnung im Rahmen der Vorjahre erreicht werden.

7.3 Marketingkonzept

Im Rahmen des erstellten Marketingkonzepts gibt Michael Meier einen kurzen Einblick in die Produktlinien, welche die Alpenstadt Chur anbietet: Bahn, Aktiv / Berg, Kultur, Shopping, Freizeit und Gastro. Alle Produktlinien zusammen stellen das Angebot der Alpenstadt dar. Hieraus ergibt sich die Aufgabe das Produkte-Portfolio weiter zu entwickeln, neue Angebote zu gestalten, Grundlagen und Zielsetzungen zu verfolgen und mit den geeigneten Mitteln konsequent umzusetzen.

7.4 Events und Ziele im 2011

Das Jahr 2011 steht im Zeichen der Führungen. Ebenfalls im Fokus steht die optimale Beschilderung der Bike-Routen, der Ausbau des E-Marketing und die Optimierung der Website für mobile Endgeräte (dazu wurde ein E-Marketing Praktikant eingestellt) sowie die Aktualisierung der Imprime.

2011 stehen folgende Grossanlässe an:

- Bike-Woche vom 24.06. bis 03.07.
- Churer Fest mit 26. Int. Alpenbartreffen vom 19. bis 21. August
- Das Highlight des Jahres: Eidg. Volksmusikfest vom 09. bis 11. September
- 15 Jahre Jubiläum der Schlagerparade am 24. September

8. Varia & Umfrage

Der Präsident weist auf die kommende Vernissage (26.05.11) des Stadtführers von Dr. Christian Ruch hin und empfiehlt, sich diesen Führer unbedingt anzusehen.

8.1 Wortmeldungen der Behörden und Partner

Der Präsident übergibt das Wort an Vertreterinnen und Vertreter des Gemeinderates. Christian Durisch spricht als Vertreter der Bündner Älplerinnen und Älpler. Das Ziel, sich den Leuten und Gästen zu präsentieren wurde mit grossem Erfolg erreicht. Durisch überbringt den Anwesenden die besten Grüsse von Karin Niederberger, Präsidentin, und bedankt sich für die top Unterstützung und die gute, erfolgreiche Zusammenarbeit. Keine weiteren Wortmeldungen.

Der Präsident bedankt sich bei den Anwesenden und gibt den Gruss an Karin Niederberger gerne zurück. Christian Rathgeb schliesst die 108. Generalversammlung von Chur Tourismus um 19.40 Uhr.



Verein Chur Tourismus

Bericht der Revisionsstelle
an den Verein Chur Tourismus

Chur, 3. Februar 2012

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) des Vereins Chur Tourismus für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Die Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur nicht eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim Verein 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 der Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem Gesetz und den Statuten entspricht.

Peter Zürcher
Eidg dipl-Immobilientreuhänder



Christian Clement
Betriebsökonom dipl oek



Gastro(s)pass®

Mit Pepp durch die Woche.

**3 Abendessen
für 99 Franken.**



zum Gastro(s)pass laden Sie ein:

Restaurant Capellerhof
Hotel Drei Könige
Hotel Franziskaner
Restaurant Fünf-Dörfer
Thai Restaurant Mandarin
Thai Restaurant Teria

Speiserestaurant Term Bel
Restaurant Tircal
Restaurant VA BENE
Restaurant Pizzeria Verdi
Restaurant zum Metzgerort
Restaurant Zunfthaus zur Rebleuten

Verkauf bei Chur Tourismus und www.gastrospass.ch

Mitglieder 2011

Accor Gestion Hôtelière & Services SA, Chur, UKFT – Air Grischa Helikopter AG, Untervaz, DL – ais-sportschule, Chur, DL – Albert Joos AG Eisenhandlung, Chur, HGI – Allegra Passuger Mineralquellen AG, Passugg, HGI – Allemann, Zinsli & Partner AG, Chur, DL – Allianz Suisse Generalagentur, Chur, DL – Allod Immobilien AG, Chur, DL – Alpina Chur AG, Chur, HGI – Alpiq InTec Ost AG, Chur, HGI – Amavita Apotheke Landi, Chur, DH – Anwaltsbüro Peter Diener, Chur, DL – APG – Allg. Plakatgesellschaft, Chur, DL – AP'N DAUN, Chur, DL – Apotheke St. Martin, Chur, DH – Atelier Brun, Chur, DL – Autocenter Tribolet AG, Chur, HGI – Autohaus Willi AG, Chur, HGI – Avis Autovermietung AG, Chur, DL – **B12** caffè & bar, Chur, GG – Bäckerei-Konditorei Gwerder, Chur, DH – Bank Coop AG, Chur, B – Basler Versicherungen, Chur, DL – Baumann-Peter Markus, Chur, P – Beauty Center Lacuna, Chur, DL – Bed & Breakfast «Villa Artistica», Rhäzüns, UKFT – Bener-Park Betriebs-AG, Chur, GG – Bergbahnen Chur-Dreibündenstein, Chur, DL – Berger Remo Auto-Fahrschule, Chur, DL – Berggasthaus Eggwald, Chur, GG – Bergrestaurant Brambrüesch, Malix, GG – Best Western Hotel Sommerau, Chur, UKFT – Biohof Danuser, Chur, UKFT – Bildungszentr. BGS, Chur, K – Bischof Schriften, Chur, HGI – Blumen Joos, Chur, DH – Blumengeschäft Calonder, Chur, DH – Body Designer Remfit, Chur, DL – Bonorand Jachen C., Chur, P – Bornhauser Maler, Chur, HGI – Boutique Cinderella, Chur, DH – Bowling Center Chur GmbH, Chur, DL – Brasier Elisabeth, Chur, P – Brauerei Chur AG, Chur, HGI – BR Bauhandel AG, P – Buchhandlung Provini, Chur, DH – Buchhandlung Strub AG, Chur, DH – Bundicycling, Untervaz, DH – Bündner Kunstmuseum, Chur, K – Bündner Naturmuseum, Chur, K – Bündner Weinbauverein, Landquart, K – Bürgergemeinde der Stadt Chur, Chur, K – Bürocenter Escher, Chur, DH – C & A Mode Brenninkmeijer & Co, Chur, DH – **Café Arcas**, Chur, GG – **Café Caluori**, Chur, GG – **Café Fiegl**, Chur, GG – **Café Passage**, Chur, GG – **Cafestübli Angelika Kauffmann**, Chur, GG – **Calanda Beton AG**, Chur, HGI – **Camp Au Chur**, Chur, UKFT – **Casanova Thomas**, Chur, P – **Casanova Druck und Verlag AG**, Chur, HGI – **Casutt AG**, Chur, HGI – **Catram AG Strassenbaustoffe**, Chur, HGI – **Cavegn Erwin**, Chur, DL – **Coiffeur Bucceri**, Chur, DL – **Coiffeur Marc**, Chur, DL – **Comfort Hotel Post**, Chur, UKFT – **Confiserie Maron**, Chur, GG – **Coop Genossenschaft**, Basel, DH – **Corina Rizzi**, Chur, FeWo – **Crédit Suisse**, Chur, B – **Curau Chur AG**, Chur, GG – **Curia Treuhand AG**, Chur, DL – **Davide Barandun**, Chur, FeWo – **D&D Druck und Design**, Chur, DL – **Die Mobiliar**, Chur, DL –

Digitalfoto Grafik Design, Chur, HGI – **Domenig Thomas**, Chur, DL – **Domenig Immobilien AG**, Chur, DL – **Dönz Ida**, Chur, P – **Dosch Garage AG**, Chur, HGI – **Drogerie Ullius**, Chur, DH – **Druckerei Landquart VBA**, Landquart, HGI – **Dürr AG Herrenmode**, Chur, DH – **Ecco Jäger**, Bad Ragaz, HGI – **Elektroservice Brügger AG**, Malix, HGI – **Ems Chemie AG**, Domat/Ems, HGI – **Eugenio fürs Büro AG**, Chur, DH – **Event&Kart AG**, Chur, DL – **Evvisa GmbH**, Chur, GG – **Expo Chur AG**, Chur, DL – **Extrabar AG**, Chur, GG – **Feldschlösschen Getränke AG**, Rheinfelden, HGI – **Fels Gastro AG**, Chur, GG – **Felsenbar Chur**, Chur, GG – **Fiduciar Treuhand AG Chur**, Chur, DL – **Finck Werner**, Chur, DL – **Florentini Stiftung**, Chur, K – **Fontana Passugg**, Passugg-Araschgen, UKFT – **Fryberg Pius**, Chur, P – **Gadient Erminia**, Chur, P – **Galleria Arrivada**, Chur, DL – **Galerie Anne Kaiser**, Chur, DH – **Galerie Luciano Fasciati**, Chur, DL – **Galerie M. Cathomas**, Chur, DL – **Garage Bayer AG**, Chur, HGI – **Garage Rageth**, Chur, HGI – **Gästehaus Strela**, Maladers, UKFT – **Gasthaus Gansplatz**, Chur, GG – **Gasthaus zur Tanne**, Mastrils, UKFT – **Gastro Chur-Region**, Chur, K – **Gastro Graubünden**, Chur, K – **Gastroconsult AG**, Chur, DL – **Gastronomia Chur AG**, Chur, GG – **Gebr. Kuoni Chur AG**, Chur, HGI – **Gemeindeverwaltung Bonaduz**, Bonaduz, – **Gemeindeverwaltung Domat/Ems**, Domat/Ems, – **Gemeindeverwaltung Felsberg**, Felsberg, – **Gemeindeverwaltung Haldenstein**, Haldenstein, – **Gemeindeverwaltung Rhäzüns**, Rhäzüns, – **Gemeindeverwaltung Tamins**, Tamins, – **Georg Roffler & Co.**, Chur, HGI – **Gewerbeverein Chur**, Chur, K – **Giesserei Chur AG**, Chur, HGI – **Golfclub Domat/Ems**, Domat/Ems, DL – **Graubündner Kantonalbank**, Chur, B – **Grischuna Apotheke**, Chur, DH – **Grisotabak AG**, Chur, HGI – **Gross Brocki Antik**, Chur, DL – **G. Schneider**, P – **Guadagnini Grafik und Schriften**, Chur, DL – **Guest House Chur**, Chur, UKFT – **Güntlisberger Bruno**, Chur, P – **Gymnastische Gesellschaft Chur**, Chur, K – **Handwerkergalerie Cascina**, Chur, DL – **Happy Gastro Metzger**, Chur, GG – **Hartmann Urs**, Chur, P – **Haus Theresia**, Malix, UKFT – **Haus Riedji M. Weibel**, Chur, FeWo – **Haus Weibel BnB**, Chur, GG – **Hefti René**, Chur, P – **Heineken Switzerland AG**, Chur, HGI – **Heller Dieter**, Chur, P – **Hensel Thomas**, Chur, P – **heyne consult**, Chur, DL – **Hoffmann E. AG**, Chur, HGI – **Hotel ABC**, Chur, UKFT – **Hotel Alte Post**, Bonaduz, UKFT – **Hotel Belvédère**, Malix, UKFT – **Hotel Chur**, Chur, UKFT – **Hotel Drei Könige**, Chur, UKFT – **Hotel Franziskaner**, Chur, UKFT – **Hotel Freieck**, Chur, UKFT – **Hotel Grischunata**, Chur, GG – **Hotel Krone**, Chur, GG – **Hotel Rätus**, Rhäzüns, UKFT – **Hotel Rosenhügel**, Chur, UKFT – **Hotel Schweizerhaus**, Chur, UKFT – **Hotel Sportcenter Fünf Dörfer**, Untervaz Bahnhof, UKFT – **Hotel Stern Chur AG**, Chur, UKFT – **Hotel Surselva**,

Chur, GG – **Hotel Zunfthaus zur Rebleuten**, Chur, UKFT – **hü7 design ag**, Thusis, HGI – **Hügelhof**, FeWo – **IBG B. Graf AG**, Chur, DL – **IG Brambrüesch**, Chur, K – **IG Churer Handel**, Chur, K – **Imholz Fritz AG**, Chur, DH – **Implenia Bau AG**, Chur, HGI – **ING Real Estate Development Alpenrhein AG**, Zürich, DH – **Intercoiffure Gmelin**, Chur, DL – **Jasmin Said Bucher**, Chur, FeWo – **Jugendmusik Chur**, Chur, K – **Jul. Meisser Haustechnik AG**, Chur, HGI – **Karin Caviezel BnB**, Chur, FeWo – **Kath. Kirchgemeinde Titthof**, Chur, DL – **Kieswerk Calanda AG**, Chur, HGI – **Kino Apollo**, Chur, DL – **Kinocenter Chur**, Chur, DL – **Klibühni** – Das Theater, Chur, K – **Knuchel AG**, Chur, HGI – **Konzertverein Chur**, Chur, K – **Küng Reto**, Chur, P – **La Pasteria Otello**, Chur, GG – **Laienbühne Calanda Chur**, Domat/Ems, K – **Laube Peter**, Sils i. D., P – **Macelleria Zanetti**, Chur, DH – **MC Optik AG**, Chur, DL – **Magazine zum Globus AG**, Spreitenbach, DH – **Maler Lütcher AG**, Chur, HGI – **Maler Walser AG**, Chur, HGI – **Manor AG**, Basel, Udorf, DH – **Marken Kern AG**, Chur, HGI – **Marmacona AG**, Wollerau, GG – **mbt-mwst beratung treuhand**, Chur, DL – **M. Cathomas Innendeco**, Chur, DH – **Med. Zentrum Gleis D**, Chur, DL – **Meier Erhard**, Chur, E – **Meiersboden Chur, Restaurant & Hostel**, Chur, GG – **Meli Bedachung + Fassaden**, Chur, HGI – **M. Jörimann**, Chur, FeWo – **Membrini Kristall**, Chur, DH – **Mephisto-Bar GmbH**, Chur, GG – **Merz Gastro AG**, Chur, GG – **Messer Leupi AG**, Chur, DH – **Metzgerei Mark**, Chur, DH – **Migros Ostschweiz**, Gossau, DH – **Moosberger Elektroanlagen**, Chur, DH – **Muja Glass design**, Chur, DH – **Niederer Willy Transporte AG**, Chur, HGI – **Norbert Joos Bergsport AG**, Chur, DH – **OBT AG**, St. Gallen, DL – **Oetiker Myrtha**, Chur, P – **ÖKK AG**, Chur, DL – **Panoramahotel Malixerhof**, Malix, UKFT – **Panoramahotels AG**, Chur, UKFT – **Parkhaus Chur AG**, Chur, DL – **Parkhaus Tivolibrücke/Bahnhof**, Chur, DL – **Pension Marsoel**, Chur, UKFT – **Pfeiffer J.F. Chur AG**, Chur, DH – **Pfister Milo**, Chur, E – **Plüss Sanitär AG**, Chur, HGI – **PostAuto Schweiz AG**, Bern, DL – **Printbox Grischatex AG**, Chur, HGI – **Prodega CC**, Chur, DH – **Q-Bar**, Chur, GG – **Raiffeisenbank Bündner Rheintal Genossenschaft**, Landquart, B – **Ralph Joos Top Sport**, Chur, DH – **Rätische Gerberei AG Chur**, Chur, DH – **Rätus Apotheke**, Chur, DH – **Reich W.**, Tägerwil, P – **Reisebüro W. Roth**, Chur, DL – **Renggli-Derungs H.**, Chur, P – **Restaurant / Brasserie Süswinkel**, Chur, GG – **Restaurant / Pizzeria Mamma Mia**, Chur, GG – **Restaurant Afrodite**, Chur, GG – **Restaurant Capellerhof**, Chur, GG – **Restaurant Chesa**, Chur, GG – **Restaurant Hallenbad Moby Dick**, Chur, GG – **Restaurant Hofkellerei**, Chur, GG – **Restaurant Klein-Waldegg**, Chur, GG – **Ristorante La Meridiana**, Chur, GG – **Restaurant La Vita**, Chur, GG – **Restaurant**

Marsoel GmbH, Chur, GG – **Restaurant Obelisco**, Chur, GG – **Restaurant Old Town**, Chur, GG – **Restaurant Rätushof**, Chur, GG – **Restaurant Teria**, Chur, GG – **Restaurant Tres Amigos**, Chur, GG – **Restaurant Weinstube Drei Bünden**, Chur, GG – **Restaurant Zollhaus**, Chur, GG – **Ristorante Pizzeria Rheinfels**, Chur, GG – **Ristorante Ticino**, Chur, GG – **Restaurant Tircal**, Domat/Ems, GG – **Ruhstaller Josef**, Zürich, P – **Sauter Bruno**, Chur, P – **Scalärhof Baumgärtner**, Chur, DL – **Schaad Pierluigi**, Chur, P – **Schläpfer Aschi**, Chur, P – **Schlosshotel Adler**, Tamins, UKFT – **Schlub AG**, Chur, HGI – **Schreinerei Jörimann**, Chur, HGI – **Schuhhaus Botty**, Chur, DH – **Schuler Bücher**, Chur, DH – **Schweizerische Bundesbahnen SBB**, Bern, DL – **Sennerei Maran**, Arosa, Passugg-Araschgen, HGI – **Silvia Heinz**, Chur, FeWo – **Singschule Chur**, Chur, K – **Ski- und Snowboardclub Rätia**, Chur, K – **Sopf Reinigungen**, Chur, DL – **Sozialversicherungsanstalt**, Chur, DL – **Spieß & Kühne Orthop. Werkstatt**, Chur, HGI – **Sporthotel Tanne**, Chur, GG – **SSTH AG**, Chur, GG – **Stadelmaier Optik AG**, Chur, DH – **Strittmatter UE AG**, Chur, DH – **Südostschweiz Presse und Print AG**, Chur, HGI – **Südostschweiz Publicitas AG**, Chur, DL – **Suenderauf Christoph**, Chur, P – **Sulser Print AG**, Chur, HGI – **Suter Peter**, Chur, P – **SUVA Chur**, Chur, DL – **Swiss Heidi Hotel**, Maienfeld, UKFT – **Swiss Life**, Chur, DL – **Swiss River Adventures GmbH**, Ilanz, DL – **swisspersonal ag**, Chur, DL – **Taxi Rosamilia GmbH**, Chur, DL – **Theater Chur**, Chur, K – **thomas & romana's basilic**, Chur, GG – **Tschudy & Co.**, Chur, HGI – **UBS AG**, Chur, B – **Urech Gebr.**, Chur, DH – **Vasella AG**, Chur, DH – **VERIT Immobilien AG**, Chur, DL – **Von Salis AG**, Landquart, HGI – **Vorbürger Gallus**, Chur, P – **Vre-Claire Boutique**, Chur, DL – **Waffengeschäft Sonderegger**, Chur, DH – **Walo Bertschinger AG**, Chur, HGI – **Weber AG**, Chur, HGI – **Weidinger & Partner AG**, Chur, DL – **Willi Haustechnik AG**, Chur, HGI – **Wincasa AG**, Chur, DL – **Winterthur Versicherungen**, Chur, DL – **Wolf Transport AG**, Chur, HGI – **Wollenhof Handarbeitsgeschäft**, Chur, DH – **Würth International AG**, Chur, DL – **ZINDEL AG**, Chur, HGI – **Zoppi AG**, Chur, DH – **Zschaler Robert K.**, Chur, P – **Zuber Aussenwelten**, Chur, HGI – **Zuckerbäckerei Obertor**, Chur, DH

Total 325 Mitglieder
37 Zutritte / 13 Austritte

Abkürzungen:

Dienstleistung: DL; Handel / Gewerbe / Industrie: HGI; Detailhandel: DH; Kollektiv: K; Unterkunft: UKFT; Gastgewerbe: GG; Bank: B; Privatperson: P; Ehrenmitglied: E; Ferienwohnung: FeWo

Dank

Der vorliegende Geschäftsbericht ist der letzte der Ära Rathgeb / Meier. Es ist den Verfassern ein besonderes Anliegen dem Backoffice und Stadtführer Team, dem Vorstand sowie dem ReTO Beirat für die Zusammenarbeit im Berichtsjahr und den vorangegangenen Jahren zu danken. Gemeinsam wurde Chur unter der Marke graubünden als «die Alpenstadt» positioniert und der Umsatz verdoppelt. Das Team hat sich auch in stürmischen Zeiten bewährt und mit Sicherheit werden sich die Zahlen unter der neuen Leitung von Leonie Hämmerle 2012 wieder erholen.

Chur hat als Verein mit 325 Mitgliedern in den verschiedensten Branchen bereits heute eine Art Tourismusförderungsabgabe, den Jahresbeitrag. Für die jährliche Unterstützung und die darüber hinausgehenden Beiträge für Promotionsplattformen, Werbepools oder ähnliches sei hier ebenfalls gedankt. Chur Tourismus bedankt sich zudem für die strategische Partnerschaft mit den Hoteliers, insbesondere Kurt Künzli, dem Präsident von Hotelleriesuisse Chur und Umgebung und bei der ÖKK Krankenkasse, vertreten durch CEO Stefan Schena.

Das Info-Team vor dem neu gestalteten Regionalen Infozentrum.



Organe

Organe Chur Tourismus (31. Dezember 2011)

Vorstand

Präsident Dr. iur. Christian Rathgeb (Recht)

Vizepräsident Kurt Künzli (Hotellerie und Gastronomie)

Vertreter der Stadt Chur Christian Boner, Stadtpräsident (Politik)

Weitere Mitglieder Jon Andrea Schocher, seit Mai 2011 (Strategie)
Andrea Frei (Marketing / Kommunikation)
Manfred Kürschner (Verkehr)
Eric Senn (Mitglieder)

Geschäftsstelle

Direktor Michael Meier

Marketing / Verkauf Katharina Schreiber

Leiterin Information & Services Leonie Hämmerle

Gästeberatung Ruth Moser-Zuber (80 %)
Mirjam Della Santa-Hug (60 %)
Livia Camenisch

Praktikanten Yannick Kramm (bis 31.08.2011)
Annette Shan (ab 01.08.2011)
Peter Broder (bis 31.12.2011)
Raphael Geiger (ab 01.12.2011)

Revisoren Christian Clement
Peter Zürcher

Chur Tourismus

Bahnhofplatz 3

Postfach 115

CH-7001 Chur

Tel. +41 (0)81 252 18 18

Fax +41 (0)81 254 58 89

info@churtourismus.ch

www.churtourismus.ch