



Chur
Die Alpenstadt

Geschäftsbericht

2009

Impressum

Herausgeber:

Chur Tourismus, Bahnhofplatz 3, CH-7001 Chur
Tel. +41 (0)81 252 18 18, Fax +41 (0)81 252 90 76
info@churtourismus.ch, www.churtourismus.ch

Grafik, Realisation: Hü7 Design AG, Thusis

Druck: druck + design ag, Chur

Gesamtauflage: 550 Ex.

© Chur Tourismus (April 2010)

Inhalt

- 4–5 **Vorwort des Präsidenten**
- 6–8 **Bericht des Direktors**
- 10–12 **Marketingarbeit**
- 13 **Dienstleistungen**
- 14–15 **Statistiken**
- 16–17 **Finanzen**
- 18 **Revision**
- 20–23 **Protokoll GV 2008**
- 24–25 **Mitgliederverzeichnis**
- 26 **Dank**
- 27 **Organe**

Vorwort des Präsidenten

Regionale Tourismusorganisation Chur/ Bündner Rheintal gestartet

Im vergangenen Vereinsjahr ist es gelungen, das Bündner Rheintal von Rhäzüns bis Haldenstein touristisch mit der Alpenstadt Chur zusammenzuschliessen. Ziel ist es, Synergien zwischen Stadt und Land zu nutzen, etwa bezüglich des Sportangebots (Biketouren, Golf), des kulturellen Austauschs sowie der Angebotsvernetzung und der gemeinsamen Vermarktung. Das Bündner Rheintal rund um Chur hat damit eine Chance genutzt und ist als urban geprägter Erlebnisraum in den Alpen noch attraktiver geworden. Wichtig ist, dass die touristische Zusammenarbeit auch mit den Gemeinden nördlich von Chur realisiert werden kann und zwischen Rhäzüns und Bad Ragaz eine starke Destination entsteht.

Chur als Ausgangsort für Bahnerlebnisse

Als Eingangstor und Hauptort Graubündens ist Chur ein Sonderfall in der Bündner Tourismuslandschaft. Die Alpenstadt ist im innerkantonalen Kontext der Destinationen nicht nur ein Schlechtwetterprogramm für all jene, die in einem umliegenden Ferienort weilen. Chur hat sich in der jüngsten Vergangenheit vielmehr zur gefragten Städtedestination und zum Ausgangsort für Bahnreisende entwickelt, wozu die älteste Stadt der Schweiz geradezu prädestiniert ist. Das weltweit vermarktete UNESCO-Weltkulturerbe Albula/Bernina hat auch für die Alpenstadt Chur und das umliegende Bündner Rheintal noch sehr viel Potenzial, das gemeinsam mit der Rhätischen Bahn und der neuen regionalen Tourismusorganisation in den nächsten Jahren zu nutzen ist.



Interesse an Stadtführungen konsolidiert

Die in den letzten beiden Jahren um über 30 Prozent angewachsene Nachfrage nach Stadtführungen zeigt deutlich, dass der international festgestellte Aufwärtstrend des Städtetourismus auch bei uns anhält. Als Konsequenz des weiter anhaltenden Trends nach Stadtführungen konnten wir das Stadtführerteam erweitern. Die Begeisterung für unsere Stadt wird sich längerfristig auch spürbar in den Logiernächten niederschlagen.

Dank

Namens des Vorstandes danke ich unserem Team mit Direktor Michael Meier an der Spitze, seiner Stellvertreterin Leonie Hämmerle und Ruth Moser, Katharina Schreiber, Julia Jörgen und Dagmar Rootering sowie unseren Stadtführerinnen und

Stadtführern für ihre wiederum ausgezeichneten Leistungen im vergangenen Jahr. Unseren Key-Partnern Rhätische Bahn, Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus danke ich für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Allen Mitgliedern danke ich für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

Christian Rathgeb
Präsident Chur Tourismus
Standespräsident
von Graubünden



Bericht des Direktors

Eine klare Strategie ...

... verfolgt Chur Tourismus seit Mai 2007, als das Marketingkonzept 2007–2009 genehmigt und die Marke Graubünden übernommen wurde. Die Marke und Positionierung «Chur – die Alpenstadt», Ausgangsort für Berg- und Bahnerlebnisse und multi-optionales Zentrum Graubündens, ist verständlich und gibt Halt. Für eine Tourismusorganisation ist es absolute Pflicht, zu wissen, wohin sie will, damit sie nicht zum Spielball der Anspruchsgruppen verkommt. Chur Tourismus weiss, wohin es will.

Die Analyse der SSTH Consulting Services (Passugg) hat ergeben, dass unsere Tourismusorganisation sehr gut aufgestellt und bestens dokumentiert ist. In der Gewissheit, auf dem richtigen Weg zu sein, wurde im Rahmen des kantonalen Reformprozesses der geforderte Businessplan erarbeitet. Darin wird die Strategie gefestigt, verfeinert und für die Nachbargemeinden adaptierbar gemacht.

Entsprechend bildet er per 1.1.2010 die Basis für die touristische Vertretung der Gemeinden zwischen Haldenstein und Rhäzüns. Basierend auf dem Businessplan, wurde im Jahr 2009 das Marketingkonzept für die Jahre 2010–2012 erarbeitet. Dabei sind auch Inputs aus dem Referat von Frau Dr. Wichert anlässlich der GV im Mai 2009 eingeflossen. Erwähnenswert ist die fokussierte Zielgruppendefinition, die grössere Gewichtung der Kundenbindungsmassnahmen und der Produktentwicklung. Zudem soll die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern wie z.B. dem Churer

Handel, den Transportunternehmen, den Kulturanbietern sowie der Hotellerie explizit deklariert sein. Die Führung dieser strategischen Allianzen sowie deren Erweiterung z.B. auf das Alpenrhein Village oder Origen Festival Cultural fordert die Geschäftsleitung und fördert die Entwicklung der Alpenstadt. Entsprechend gehört das Key Partner Management neu zum Marketingmodell. Als letzter Punkt ist hier die Kontrolle zu erwähnen, die mittels Balanced Scorecard (BSC) light im Rahmen der kantonalen Vorgaben für Destinationsmanagementorganisationen (DMO) erfolgt, auch wenn Chur nur als regionale Tourismusorganisation agiert. Die folgende Tabelle zeigt die strategischen Ziele.

Finanz-/Ergebnisdimension

- Logiernächteniveau
- Schuldenfreiheit
- Einhaltung der Zahlungsfristen
- Kommerzialisierung der touristischen Services

Kundendimension

- Erreichung der Vision
- Erreichung des Meran-Effekts
- Steigerung der Webbesuche über den Markt
- Aufbau des Alpenstadtimages
- Verbreitung der Marke über Produkte

Prozess-/Ressourcendimension

- Ausbau der Produktpalette
- Umsetzung des Marketing-Massnahmenplans
- RIZ-Frequenz im Verhältnis mit Partnern
- Abstützung des Vereins in Chur stärken
- Leadership through quality

Lern-/Entwicklungsdimension

- Intrinsisch motivierte Mitarbeiter/innen
- Attraktiver Arbeitgeber
- Überdurchschnittlicher Servicelevel der MA
- Wertsteigernde Services in Dienstleistungskette einbauen

Die ausführliche BSC light deklariert daneben Messgrößen, Verantwortlichkeiten, Meilensteine sowie konkrete Massnahmen.

Diese permanenten sowie Stichtagziele werden von der GL laufend überwacht und vom Vorstand jährlich kontrolliert.

Schwerpunkte

«Klotzen statt kleckern», «Wirkungsschwelle erreichen», «unterkritische Grösse überwinden» – dies alles sind Schlagwörter, die einem Tourismusdirektor mehrmals im Jahr über die Lippen gehen. Es gilt, Schwerpunkte zu setzen, denn die Reiz-, Marken- und Werbeüberflutung in den Zielmärkten ist nicht zu verleugnen. Entsprechend legt Chur Tourismus grossen Wert darauf, Schwerpunkte zu setzen. Zum einen mit dem Produkt Bahn (Bernina-Express/Glacier Express/UNESCO-Welt-erbe), zum anderen mit dem Bergerlebnis (Wandern/Biken) und schliesslich mittels Stärkung des multioptionalen Zentrums (Kultur/Architektur/Gastronomie/ Shopping).

Die Sommersaison 2009 war geprägt durch zwei Grossanlässe von einer Dimension, wie sie Chur Tourismus nur alle paar Jahre mitgestaltet. Passend zur Strategie oder auch zum Positionspapier der Wirtschaftsverbände wurden mit der erfolgreichen Durchführung der Mountainbike-Schweizer-Meisterschaften in Crosscountry und Downhill neue Massstäbe gesetzt. Rund 10000 Besucher säumten die Rennstrecken. Die Athletinnen und Athleten

waren wegen des Grossaufmarsches begeistert und die Veranstalter äusserst zufrieden. Chur hat bewiesen, dass Brambrüesch über gute topografische Voraussetzungen verfügt, und Streckenplaner Silvio Bundi hat ganze Arbeit geleistet. Im Rahmen der kantonalen Anstrengungen mit dem Projekt «graubündner Bike» hat der Vorstand beschlossen, im Sommer-zukunftsgeschäft Mountainbikingakzente zu setzen und Ressourcen einzubringen, damit sich Chur dieses Geschäftsfeld sichern kann. Unter der Leitung von Chur Tourismus hat deshalb Ende 2009 eine Arbeitsgruppe die Sicherung, den Ausbau und die Entflechtung der Bike- und Wanderstrecken am Pizoggel vorangetrieben und in einem Gesuch an die Stadt Chur um Teilfinanzierung gebeten. Die Antwort steht noch aus. Der zweite Grossanlass im Berichtsjahr hat das Churer Kulturleben geprägt. «Niki and Friends», ein Ausstellungsprojekt aller grossen Kunstinstitutionen am Platz, hat regionale und nationale Ausstrahlung erreicht. Als verbindendes Element haben Skulpturen im öffentlichen Raum die gemeinsam eröffneten Ausstellungen im Bündner Kunstmuseum, im Kulturforum Würth Chur, in der Galerie Luciano Fasciati, im Kunstraum Sandra Romer und im Rathaus begleitet. Die fahrende Skulptur «Klamauk» von Jean Tinguely konnte dank Wetterglück viermal in der Churer Altstadt bestaunt werden. Chur Tourismus hat «Niki and Friends» mitinitiiert und will gemeinsam mit den

Kulturpartnern ein derartiges Gemeinschaftsprojekt in den nächsten Jahren wiederholen.

Menschen

Der Erfolg hat viele Väter. Umso mehr im Städtemarketing. Denn das Produkt «Alpenstadt» wird von vielen Menschen gestaltet. Und wie Sie wissen, ist das Produkt das beste Marketing. Deshalb hat Chur Tourismus im Jahr 2009 erstmals den «Wertschöpfer» an Marcus R. Bosch und die Kammerphilharmonie Graubünden verliehen für die kulturelle, gesellschaftliche und touristische Wertschöpfung, die über mehrere Jahre u.a. mittels der Schlossoper Haldenstein für Chur und seine Nachbargemeinden erbracht wurde. Auch intern wird Grosses geleistet.

Nach 24 Jahren im Dienst von Chur Tourismus wurde Peter Laube, Leiter Information & Services und ehem. Direktor, per Ende Jahr verabschiedet. Er hat den Umzug an den Bahnhof geleitet und das regionale Informationszentrum am Bahnhof Chur

zu dem gemacht, was es heute ist: ein gut funktionierendes, interdisziplinäres und bestens integriertes Informationsbüro, das kantonale Massstäbe setzt. Seine Nachfolgerin, Leonie Hämmerle, ist in der Bündner Tourismusbranche bestens bekannt und bringt alles mit, um die Dienstleistungen weiter auszubauen und die Qualität weiter zu steigern. Denn sie darf sicher sein, ein gut eingespieltes Team mit bestem Know-how zur Verfügung zu haben. Und dank der voraussehbaren Erweiterung der Vermarktungsregion darf per Anfang 2010 mit 60 % Verstärkung in der Gästeberatung gerechnet werden. Was das Team mit Ruth Moser-Zuber, Katharina Schreiber, Julia Jörgler und Dagmar Rootering in den letzten Jahren geleistet hat, macht stolz und Freude. Vielen Dank!



Michael Meier
Direktor Chur Tourismus



PASSUGGER

Mr. 1



www.passugger.ch

*In der gepflegten Gastronomie und bei
ausgewählten Getränkehändlern*

Marketingarbeit im Jahr 200

Chur Tourismus arbeitet analog dem Marketingmodell von Schweiz Tourismus mit vier «Antrieben» für neue Gäste und hat ein fünftes Instrument hinzugefügt. Es ist das Key Partner Management. Seit drei Jahren gehören Key Account Management (KAM), E-Marketing, Promotionsmix und Key Media Management zum strategischen Repertoire der Marketingorganisation. 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 St. Galler Rheintal, Engadin, Bündner Oberland, oberes Zürichseegebiet und Glarus.

Nah-/Kernmarkt

Schweiz, Deutschland

Zukunftsmarkt

Vereinigtes Königreich (UK), Italien

Frankreich wird nach Streichung des TGV des Grisons nicht mehr bearbeitet.

Produktmanagement

Das «Gipfelstürmer»-Angebot im Winter 2008/2009 setzte sich um 28 Angebote (+39 %) besser ab als im Vorjahr und erreichte 378 Logiernächte (LN), sprich 135 mehr als im Vorjahr (+56 %). Im Sommer konnte mit dem «Gipfelstürmer»-Pauschalangebot das Vorjahresergebnis wiederum deutlich übertroffen werden. 289 Buchungen mit 1064 LN bedeutet eine Steigerung von 75 % bzw. 62 % gegenüber dem Vorjahr. Die «Schneeprinzessin»-Pauschale hat sich sehr positiv entwickelt: Mit 39 Buchungen und 90 LN hat sie sich vervierfacht bzw. verfünffacht gegenüber dem Vorjahr. Das Angebot Mittelaltererlebnis» wurde kaum beworben und hat auf tiefem Niveau von 5 Buchungen stagniert, die Senda Sursilvana hat gar 12,5% verloren. Es hat sich einmal mehr gezeigt, dass mit den Kulturpauschalen keine grossen Umsätze zu generieren sind. So erreichten die «Schlossoper»- und die «Niki and Friends»-Pauschalen keine bemerkenswerten Umsätze.

Offen ist derzeit, was mit der Wander- und der Adventure-Reise passieren soll, die zusammen mit dem Partner wandervelo.ch angeboten werden. Es gingen nur eine Hand voll Buchungen ein. Insbesondere die Adventure-Pauschale scheint keinen Markt zu finden.

Die Brunnenführung wurde erfolgreich lanciert und erhaschte neben regionaler Aufmerksamkeit auch gleich einen Platz in

09 – der Fünfradantrieb

einer Sonderbeilage der Basler Zeitung. Die Buchungszahlen lassen eine Steigerung erwarten. Mit 7 Gruppenführungen und rund 80 Teilnehmenden ist Steigerungspotenzial vorhanden.

Ebenfalls sehr erfreulich schneidet der elfsprachige Audio Guide ab. Während die Vermietungen im RIZ von 75 auf 127 stiegen (+69 %), konnten die Downloads direkt von der Website auf hohem Niveau von 1668 auf 2077 (+25 %) gesteigert werden.

Key Account Partner Management

Die Direktion pflegt einen engen Kontakt zu den Multiplikatoren des Key Account Management. Dazu werden die übergeordneten Organisationen wie Graubünden Ferien (GRF), Schweiz Tourismus (ST), Swiss Cities, Switzerland Travel Center (STC) sowie Touroperators im In- und Ausland gezählt.

Bei einer selbst organisierten Studienreise für Mitglieder des ASTAG wurden ein Dutzend Busunternehmen in Nordbünden begrüsst. Eine Stadtführung durch die Churer Gassen, ein Apéro auf dem Känzeli, die Rundreise mit der RhB via St. Moritz nach Landquart ins Alpenrhein Village waren die Höhepunkte der Reise. Daneben wurden ein Dutzend Fam-Trips und Reko-Reisen aus allen vier Zielmärkten unterstützt und realisiert. Eine Wirkungsmessung ist hier nicht möglich, weil keine direkt messbaren Faktoren existieren bzw. eruierbar sind.

E-Marketing

Im Jahr 2009 erhöhte sich die Besucherzahl auf der Website www.churtourismus.ch um 12,5 % von 146007 auf 164292. Dies ist eine gute Steigerung, sie liegt jedoch unter den Zielen. Der Grund besteht darin, dass die geplante Erneuerung der Website sowie die Onlinekampagne auf das Folgejahr verschoben wurden. «Niki and Friends» sowie die Mountainbike-Schweizer-Meisterschaften haben im Marketingbereich zu viele Ressourcen gebunden.

Im E-Marketing richtet sich die Zusammenarbeit stark auf Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus aus. Im Rahmen der Keypartnerschaft Deutschland ist Chur Tourismus insbesondere in der Ausführung gefordert. Es gilt, Wettbewerbspreise einzuholen (z.B. www.skigebiete-test.de), Texte für Newsletters und Inhalte für Kampagnen zusammenzustellen. Oft wird der «Gipfelstürmer» als Angebot platziert, was sich in entsprechend positiven Buchungszahlen niederschlägt. Per Ende Jahr galt ein grosses Augenmerk der Bedürfnisabklärung sowie der Evaluation der Offerten für das Redesign von www.churtourismus.ch. Der Auftrag wird Anfang 2010 vergeben und soll für mittelgrosse Destinationen in Graubünden zukunftsweisend sein.

Promotionsmix

Neben den bereits erwähnten Events «Niki and Friends» und den Mountainbike-Schweizer-Meisterschaften hat Chur Touris-

mus im Berichtsjahr nicht weniger als 40 Anlässe begleitet, unterstützt oder gar mitorganisiert. Besonders erwähnenswert sind dabei das nationale Wissenschaftsfestival Basecamp, das ganz besonders gut zur Positionierung der Alpenstadt gepasst hat und national kommuniziert. Das Alpenbarttreffen wurde nach zwei Durchführungen im Hotel Drei Könige ans Churer Fest gezügelt. Eine äusserst gelungene Änderung, die bei den haarigen Teilnehmern und beim Churer Festpublikum auf Freude gestossen ist.

Mit Präsenz auf den Messen CMT in Stuttgart (Wander- und Bike-Sonderausstellung) und einer Präsenz anlässlich der Eröffnung der Züricher Westumfahrung ist Chur Tourismus zurückhaltend mit Publikumsmessen. Streuverluste, hohe Ressourcenbeanspruchung und wenig messbare Ergebnisse sprechen dagegen. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Nachfrage nach Dokumentationen gestiegen ist. So mussten die Mood-Broschüre, das Gastgeberverzeichnis und vier Sprachversionen der Stadtpläne im Jahr 2009 erneuert werden. Die Marketingassistentin Katharina Schreiber hat hierfür verantwortlich gezeichnet und hat die Aufgabe mit Bravour gelöst. Damit das Lager mindestens zwei Jahre ausreicht, wurde die Auflage erhöht. Prospekte sind wichtig, verlieren jedoch zunehmend an Bedeutung und sollen bei hoher Qualität mit minimalem Aufwand verbunden sein. Einhergehend mit den Onlinekanälen gewinnt das bewegte Bild enorm an Bedeutung.

Youtube.com, der Fernsehkanal für jedermann, hat diese Entwicklung vorangetrieben. Umso erfreulicher ist es, dass die Stadt Chur im Berichtsjahr einen Imagefilm herausgegeben hat, der von Chur Tourismus massgeblich mitgestaltet wurde und gleich in diversen Formaten verfügbar gemacht wurde. Zahlreiche Reaktionen haben bisher bewiesen, dass die Produktionsfirma SO-emotion dabei gute Arbeit geleistet hat.

Key Media Management

Zum Inhalt des Key Media Management gehört es, stets aktuellstes Bildmaterial zur Verfügung zu haben. Der Fotograf Andrea Badrutt nimmt dabei eine Schlüsselrolle ein und überrascht das Team immer wieder mit faszinierenden Aufnahmen der Alpenstadt und ihrem vielfältigen Angebot. Kultur-, Wander-, Bike- und Panoramabilder kamen im Jahr 2009 hinzu.

Mit 30 betreuten Medienreisen wurde der Vorjahreswert quasi erreicht. Die Zahl von total 44 Journalisten liegt jedoch unter derjenigen des Jahres 2008, als gleich drei grosse Gruppenmedienreisen durchgeführt wurden. Mit derzeit 18 veröffentlichten Berichten geht eine Auflage von 1 234 536 und eine Leserschaft von 4 900 323 einher. «Annabelle», «Basler Zeitung», DR51, «Schweizer Illustrierte», «Sonntagszeitung», Rete Tre oder World Radio Switzerland sind dabei die bekanntesten Schweizer Medientitel.

Dienstleistungen RIZ

Information

Seit Herbst 2006 ist das Regionale Informationszentrum (RIZ) in der Bahnhofsunterführung in Betrieb. Jedes Jahr wurden die Abläufe verbessert und harmonisiert. Ein besonderes Lob gilt den RIZ-Mitarbeitenden, die in den vergangenen drei Jahren zu einem starken Team zusammengewachsen sind. Die Mitarbeitenden, egal von welcher Firma, identifizieren sich mit allen Produkten der drei Unternehmungen und verfügen über einen hohen Dienstleistungsgrad. Peter Laube, welcher zeitgleich mit der Eröffnung des RIZ dessen Leitung übernahm, übergab diese per 1. Dezember 2009 an Leonie Hämmerle.

Verkauf touristischer Angebote

Das RIZ hatte im Jahr 2009 an 365 Tagen geöffnet. Viele nationale und internationale Gäste nahmen die Dienstleistungen in Anspruch. Eine stichprobenartige Frequenz-erhebung ergab hochgerechnet auf das ganze Jahr eine Besucherzahl von 62000. Dies entspricht einer leichten Abnahme von 4%. 47% dieser Besucher sind Kunden der Stadtbuss AG, 26% können der Rhätischen Bahn zugeteilt werden, weitere 24% Chur Tourismus und 3% sind überregionale Auskünfte. Nebst den Besuchern durfte Chur Tourismus im Jahr 2009 über 1400 Prospektanfragen beantworten, was einer Zunahme von rund 10% entspricht.

Verkauf von Dienstleistungen und Waren

Die Nachfrage, Vorverkäufe über das RIZ zu tätigen, ist stark gestiegen. Diese Steigerung

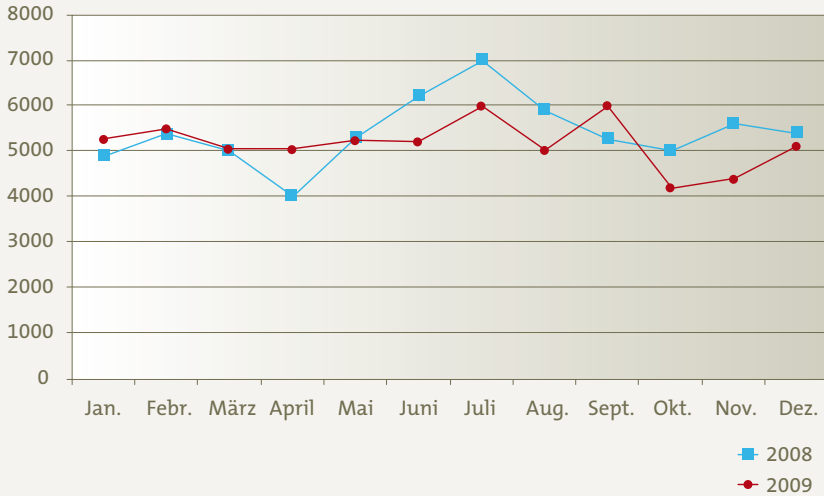
ist sicherlich den sehr kundenorientierten Öffnungszeiten und dem marktgerechten Service zuzuschreiben. Während im Jahr 2008 noch ein Umsatz von 4094 CHF erreicht wurde, durften wir uns im Jahr 2009 über eine Steigerung von 88% (=7690 CHF) erfreuen. Seit dem Sommer 2008 existiert der Audio Guide, welcher Gästen in elf verschiedenen Sprachen einen individuellen Rundgang durch die Alpenstadt ermöglicht. Im Jahr 2009 konnte eine Steigerung der Vermietungen von knapp 70% registriert werden, was einem effektiven Umsatz von 1143 CHF entspricht. Dank einem kleinen, aber feinen Sortiment an Verkaufsgegenständen (Bücher, Karten und diverse Merchandisingartikel) haben die Gäste die Möglichkeit, Unterlagen für Wandertouren oder Souvenirs zu kaufen. Erfreulich ist, dass auch Einheimische von unserem Sortiment Gebrauch machen. Der Umsatzrückgang in diesem Bereich von 11% ist vorwiegend auf weniger Schalterkontakte im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen.

Stadtführungen

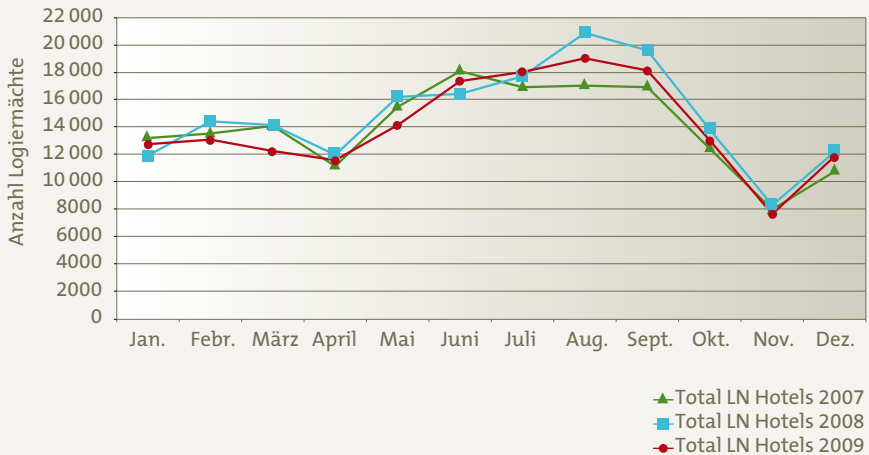
Die Erfolgsgeschichte der Churer Stadtführungen hat im Jahr 2009 ihre Fortsetzung gefunden, denn es wurde wiederum eine Steigerung registriert. Insgesamt durften die Stadtführer und Stadtführerinnen 771 Gästegruppen durch die älteste Stadt der Schweiz führen. Die Führungen wurden hauptsächlich in Deutsch (637 Führungen) durchgeführt. Französisch war die meistgefragte Fremdsprache mit 61 Führungen. Englisch und Italienisch waren gleichermassen beliebt.

Statistiken

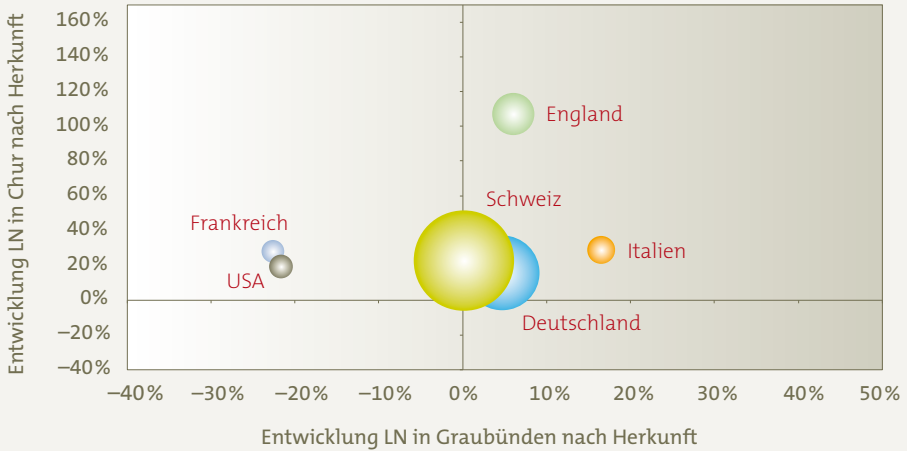
Vergleich Frequenzen RIZ



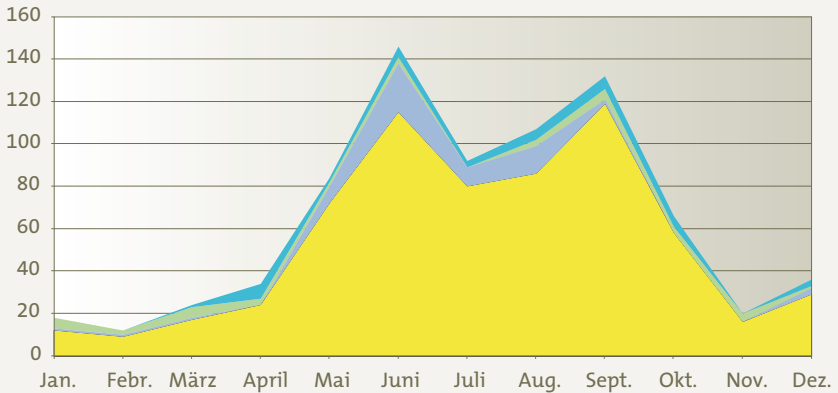
Logiernächte brutto Vergleich 2007–2009 gemäss eigener Erhebung



Gästemix Vergleich 2009 und 2003 Nov.–Okt. gemäss Bundesamt für Statistik



Stadtführungen 2009



Anzahl Stadtführungen im Jahr 2009 sind 6% höher als im Jahr 2008

- Italienisch
- Englisch
- Französisch
- Deutsch

Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2008	Rechnung 2009	Budget 2009	Budget 2008
Ertrag				
Mitgliederbeiträge	94 883	96 858	100 000	95 000
Logiernächte-taxen Stadt	293 093	304 276	270 000	270 000
Beitrag Stadt Chur	400 000	410 900	453 100	400 000
Beitrag Kanton	0	25 000	0	0
Ertrag aus Gruppenreisen	0	56	0	0
Ertrag aus Stadtführungen	98 975	115 646	100 200	62 400
Ertrag aus Events	1 589	313	0	0
Ertrag aus Produkte Warenkorb	751	0	0	0
Kommerzielle Erträge POS	174 564	247 662	124 000	73 000
Marketingeinnahmen (Werbepool)	58 176	60 949	60 000	55 000
Partnerbeiträge für Aktivitäten	64 070	76 672	30 000	33 500
Übrige Erträge	0	10 079	0	0
Erlösminderungen	-215	-250	-1 000	-1 000
Total Ertrag	1 185 885	1 348 161	1 136 300	987 900

Aufwand				
Personalaufwand	569 072	597 087	559 292	529 302
Einkauf Bücher/Karten	8 890	51 513	5 000	4 500
Fremdleistungen Pauschalen	126 785	180 919	90 000	45 000
Fremdleistungen Events	3 247	4 153	0	0
Fremdleistungen Produkte Warenkorb	229	1 797	0	
Raumaufwand	66 629	88 539	67 270	65 208
Allgemeiner Betriebsaufwand	77 753	77 861	79 000	91 970
Verkaufs- und Infosysteme	8 330	6 179	9 500	3 750
Partnerkommunikation	31 144	35 997	35 000	31 500
Marketingaktivitäten	274 367	277 123	272 770	214 840
Finanzerfolg	2 107	1 187	2 000	2 000
Strukturreform Kanton GR	0	8 857	5 000	
Ausserordentlicher Aufwand	0	38 075	4 000	
Abschreibungen	1 297	1 315	0	0
Total Aufwand	1 169 848	1 370 598	1 128 832	988 071
Ertrags-/Aufwandüberschuss	16 037	-22 437	7 468	-171

Bezeichnung	Rechnung 2009	Rechnung 2008
Aktiven		
Kasse	14 071	9 315
Post	5 668	13 781
Bank	48 601	85 040
Verrechnungssteuern	19	94
Prämienkonto Pensionsversicherung	796	0
Debitoren	78 078	75 970
Delkredere	-1 000	-5 000
Lagervorräte (Drucksachen)	15 616	7 701
Transitorische Aktiven	62 998	14 507
Beteiligungen	1	1
Mobilien und Büromaschinen	3 900	1 800
Kapital (bzw. Fehldeckung)	50 944	28 507
Total Aktiven	279 691	231 716
Passiven		
Kreditoren	-172 847	-127 456
UST Pauschalabrechnung 5,2%	-25 965	-7 832
Transitorische Passiven	-55 879	-54 427
Rückstellung EDV-Kosten	0	-10 000
Darlehen Stadt Chur	-25 000	-32 000
Total Passiven	-279 691	-231 716

Das Jahr 2009 wird bei einem Umsatz von 1 370 598 CHF mit einem Aufwandüberschuss von 22 437 CHF abgeschlossen. Dieser gründet auf ausserordentlichen Aufwendungen bei der Miete sowie der EDV. Die vertragliche Situation mit dem Stadtbus Chur erlaubte es nicht, den Teilanspruch an der Mietepauschale der Rhätischen Bahn von 20 000 CHF durchzusetzen. Zudem schlägt eine EDV-Rechnung von 18 075 CHF über die Jahre 2006–2009 des Regionalen Informationszentrums zu Buche. Mit einem Eigen-

wirtschaftsgrad von 43,81 %, wird das Finanzziel von 40 % aus der Balanced Scorecard light im 2009 deutlich übertraffen. Der Marketingaufwand liegt rund 51 000 CHF über Budget, da das Spezialprojekt aus dem Aktienkapital der Freizeit Graubünden AG auf das Jahr 2010 verschoben wurde. Durch den Verlust in der Erfolgsrechnung beläuft sich die Kapitalfehlddeckung neu auf 50 944 CHF. Das Darlehen der Stadt Chur wurde um 7 000 CHF auf 25 000 CHF reduziert.

Revision

Verein Chur Tourismus

Bericht der Revisionsstelle
an den Verein Chur Tourismus

Chur, 3. Mai 2010

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) des Vereins Chur Tourismus für das am 31. Dezember 2009 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.

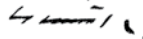
Die Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur nicht eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie 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. Immobilienreuhänder



Christian Clement
Betriebsökonom dipl. oek.





mmmh...
Alpenstadt-Torte

HUT Bildagentur.com - Fotowoman

Bühler's
Zuckerbäckerei

Caluori

Café Martinsplatz

F. Gwerder

Maron
Café Confiérie Chur

Merz

 **Chur**
Die Alpenstadt

Protokoll 106. Generalversammlung

Ort	Calvensaal, SVA Graubünden
Datum/Zeit	Freitag, 8. Mai 2009, 18.30 Uhr
Teilnehmer	55 gemäss Teilnehmerliste
Protokollführer	Peter Laube
Traktanden	
1	Begrüssung
2	Wahl der Stimmenzähler
3	Genehmigung Protokoll GV 2008
4	Jahresbericht 2008
5	Jahresrechnung 2008
6	Budget 2009
7	Informationen zum Geschäftsjahr 2009
8	Varia und Umfrage

1 Begrüssung

Der Präsident, 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 Gaudenz Thoma, Direktor Graubünden Ferien, Dieter Heller, VR-Präsident der Stadtbuss Chur AG, sowie Jon Domenic Parolini als Vertreter der IG Tourismus.

2 Wahl der Stimmenzähler

3 Genehmigung des Protokolls der GV vom 20. Mai 2008

Das Protokoll wird einstimmig genehmigt und der Verfasserin Katharina Schreiber wird gedankt.

4 Jahresbericht 2008

4.1 Des Präsidenten

Christian Rathgeb blickt zurück auf das erste Geschäftsjahr des neuen Vorstandes unter seiner Leitung. Er dankt seiner Vorstandskollegin und seinen Vorstandskollegen für das aktive Mitarbeiten.

- Mit der als Erstes erarbeiteten und eingeführten Corporate Governance haben sich der Vorstand und die Geschäftsleitung die Richtlinien für die künftige zielgerichtete Führung von Chur Tourismus gegeben.
- Die HTW Chur hat im Auftrag einer Interessengruppe eine Studie über den Wirtschaftsstandort Chur verfasst, welche anlässlich einer Klausurtagung besprochen wurde.
- Der Vorstand wird jeweils zweimal jährlich eine Klausurtagung durchführen, um spezielle Belange eingehender diskutieren zu können. Eine dieser Tagungen findet jeweils ausserhalb von Chur statt und dient dem Zweck, z.B. Konkurrenzangebote kennen zu lernen. Die erste dieser Tagungen führt nach Innsbruck. Die Tiroler Landeshauptstadt verfügt über eine geografisch ähnliche Situation wie Chur. Ziel dieser Tagung ist es, Wissenswertes über Innsbrucks Beziehungen und die Zusammenarbeit mit den umliegenden Ferien-dörfern zu erfahren.
- Im Auftrag des Vorstandes hat Bruno Gantenbein (SSTH Consulting) eine Projektarbeit verfasst, die als Grundlage zur Bildung der ReTO (Regionale Tourismus Organisation) dienen soll. Weitere Vorgehensweise:
 - I Gesprächsrunde mit allen Gemeinden von Igis bis Rhäzüns abgeschlossen
 - II Einberufung eines Workshops im Juni zwecks Erarbeitung einer Leistungsvereinbarung
 - III Bis Ende Juni dem Kanton den Businessplan einreichen
 - IV Gesuch um Aufbauprojektbeitrag an den Kanton
 - V Aufbau einer ReTO bis 31.12.2009
 - VI Ab 1.1.2010 ReTO Chur operativ

Sammlung Chur Tourismus

4.2 Bericht des Direktors

Michael Meier zeigt die erzielten Erfolge auf:

73 200 Gäste/Kunden im RIZ

Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Regionalen Informationszentrum erweist sich nach wie vor als sehr gute Lösung und ermöglicht uns eine auch von den Öffnungszeiten her gesehene optimale Gästebetreuung.

727 Stadtführungen (+26 % / +115)

Die in den letzten Jahren stete Nachfrage nach Stadtführungen hat auch im letzten Geschäftsjahr angehalten. Auffallend der Zuwachs an französisch sprechenden Gruppen.

165 Sommerbuchungen (+175 %)

658 Logiernächte (+127 %)

Erfreulich ist auch der prozentual starke Zuwachs an Verkäufen von Pauschalangeboten. Wobei sich vor allem der «Gipfelstürmer» mit integriertem graubündenPASS grosser Nachfrage erfreut.

Audio Guide in elf Sprachen

In Zusammenarbeit mit der SSTH wurde der Audio Guide entwickelt, ein Stadtführer auf MP3-Basis in elf Sprachen. Die Gäste haben die Möglichkeit, die Geräte am Schalter zu mieten oder auf ihre eigenen MP3-Player zu laden.

Alpenstadt-Schokolade

In Bezug auf die Vermarktung von «Chur – die Alpenstadt» konnte die Confiserie Merz als erste Lizenznehmerin gewonnen werden. Mit der Alpenstadt-Schokolade inkl. Memory-Spiel von Chur, wird ein Produkt lanciert, das Genuss und Spass verspricht.

Promotionen

In Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien wurden verschiedene Möglichkeiten wahrgenommen:

— Präsenz am CTM-Salon in Stuttgart, im für uns wichtigsten Markt in Deutschland. Sehr hohe Besucherfrequenz, vor allem an den Tagen der Publikumsmesse.

- Besuch im Reisezentrum der Deutschen Bahn in Berlin im Vorfeld des Schweiz-Tages der Schweizer Botschaft in Berlin.
- Schweiz-Tag in Berlin. Graubünden konnte anlässlich der 1.-August-Feier der Schweizer Botschaft in Berlin als Gastkanton auftreten. Auf dem Platz vor dem Bahnhof Friedrichstrasse wurde ein Festplatz installiert mit verschiedensten Aktivitäten und Standmöglichkeiten für die regionalen Tourismusorganisationen. Wir haben uns zusammen mit Arosa eine Hütte geteilt.

Key Media

Zusätzlich zu den Betreuungen von Reisejournalisten und Medienschaffenden war Chur im letzten Jahr auch Zentrum des jährlich stattfindenden Graubünden-Nachwuchspreises für Reisejournalisten. Zum 10-Jahre-Jubiläum wurden u.a. Preisträger der letzten 10 Jahre nochmals eingeladen, ihre Texte auf einem literarischen Stadtrundgang zu lesen.

Events

Zu den von Chur Tourismus initiierten Veranstaltungen zählt das Internationale Alpenbartreffen, welches bereits zum 23. Mal durchgeführt wurde und stets dankbare Sujets für internationale Presseerwähnungen bietet. Grosse Beachtung fanden auch die Anlässe im Programm der Adventsveranstaltungen auf der Quaderwiese. Als Highlight darf der Auftritt der besten schweizerischen Eisläuferin Sarah Meier bezeichnet werden.

Erfolgszahlen

Mit 177 746 Logiernächten konnte ein weiteres Mal eine Zuwachsrate erzielt werden, welche mit 6,1 % über dem kantonalen Durchschnitt lag. Chur verfügt mittlerweile über 943 Gästebetten in 519 Zimmern, was eine durchschnittliche Bettenauslastung von 51% ergibt. Infolge des für Chur grossen Anteils an Businessübernachtungen in Einzelzimmern, dürfte auch die Zimmerauslastung weiter über dem Durchschnitt liegen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 1,75 Logiernächte. Im Weiteren verweist der Direktor auf die im Jahresbericht publizierten Statistiken.

Die Jahresberichte werden einstimmig gutgeheissen.

5 Jahresrechnung 2008

Die Jahresrechnung für das Berichtsjahr schloss bei einem Ertrag von CHF 1 185 884.65 und einem Aufwand von CHF 1 169 847.97 mit einem Ertragsüberschuss von CHF 16 036.28 ab. Die grössten Differenzen zum Budget sind bei den Einnahmen unter den Titeln «Kommerzielle Erträge aus POS» und «Einnahmen aus Stadtführungen» festzustellen bei den Ausgaben unter «Löhne» sowie «Einkauf von Fremdleistungen».

Die Differenzen bedingen sich selbst: Mehr Stadtführungen = mehr Löhne und mehr verkaufte Pauschalangebote = mehr eingekaufte Fremdleistungen.

Die Bilanz schliesst bei Aktiven und Passiven mit CHF 231 715.86. Die Fehldeckung beträgt noch CHF 28 506.86. Ferner enthält die Bilanz eine Rückstellung von 10 000 CHF für noch ausstehende EDV-Kosten.

Jahresrechnung und Bilanz werden einstimmig genehmigt.

6 Budget 2009

Das Budget für das laufende Geschäftsjahr weist bei Ertrag und Aufwand von je 1 135 832 CHF einen kleinen Ertragsüberschuss von 448 CHF aus.

Das Budget 2009 wird einstimmig genehmigt.

7 Informationen zum Geschäftsjahr 2009

Der Direktor informiert über Ziele und Massnahmen im laufenden Geschäftsjahr.

7.1 Produktbereich

- neue Stadtführungen
 - Brunnen der Altstadt
 - Kleinkraftwerk und Wassernutzung
 - Pulvermühle

Die neuen Stadtführungen werden für einzelne Daten ausgeschrieben, aber auf Anfrage auch für Gruppen durchgeführt. Dazu ist eigens ein neuer Flyer entworfen worden.

- Neue Bike- und Wanderkarte ab Sommer ist in Bearbeitung.

- Zwei neue Markenprodukte sind in Vorbereitung, können zurzeit allerdings noch nicht kommuniziert werden.
- Bergbahn-Kombi für Busunternehmen: Mittagshalt mit Bergbahnfahrt nach Brambrüesch und Mittagessen

7.2 Events

- 27.6.–23.8. Niki and Friends «Grösste Kunstausstellung der Südschweiz» Im öffentlichen Raum sowie im Kunstmuseum und in verschiedenen Galerien werden Kunstwerke der Freunde von Niki de Saint Phalle ausgestellt, während im Kulturforum Würth Exponate von Niki de Saint Phalle zu sehen sind. Dazu gibts Pauschalangebote sowie Spezialführungen, welche von unseren Stadtführer/innen angeboten werden. Ein Anlass von nationaler Bedeutung
- 4./5.7. MTB SM Crosscountry/Downhill «Die Kombination Berg–Stadt–Bike ist echt abgefahren!» Die Schweizer Meisterschaft der Mountainbiker am Pizogel wird Chur während Tagen zum Zentrum der Schweizer Biker werden lassen.
- 16.8. Mit dem Alpenbartreffen gelingt es immer wieder, Medienkontakte zu steigern. «80 000 Besucher am 24. Alpenbartreffen in der Alpenstadt!» dank der Tatsache, dass wir das Alpenbartreffen wieder in das Churer Fest eingebettet haben.
- 26.9. Die Churer Schlagerparade unter dem Motto «Willst Du mit mir gehen?» wird auch dieses Jahr für volle Hotels und nationale Medienaufmerksamkeit sorgen.

7.3 Medienarbeit

- Kontakte und Auflagezahlen steigern durch Pressemailings, Einladungen sowie professionelle Betreuung der uns besuchenden Medienschaffenden
- Chur als «Die Alpenstadt» festigen
- Ausgangsort für UNESCO-Welterbe

7.4 E-Marketing

- Kompletterneuerung Website und Angleichung an die Site Graubünden Ferien

- Website-Besucherzahlen steigern
- Webverkauf einführen (Pauschalen) und steigern.
Der Besucher unserer Website kann auf einfache Art und Weise das Angebot direkt buchen.

7.5 Key Account Management

- Kontakte pflegen zu Reiseveranstaltern
- neue Kunden gewinnen
- Eingang bei Touroperators mit Pauschalangeboten

7.6 Promotionen

- Messen (CMT Stuttgart/Wandern/
Senda Sursilvana)
- Direct Mailings
- Ziel Pauschalverkauf : +10% gegenüber 2008
- Promotionen DE/F (TGV Sommer)

8 Varia und Umfrage

Thomas Hensel (Naturfreunde) zeigt sich etwas irritiert, dass Chur Tourismus auf eine Zusammenarbeit mit dem Alpenrhein Outlet Village setzt, und erkundigt sich, ob nicht nachhaltigere Tourismusangebote zu verfolgen seien.

Der Präsident antwortet, das Potenzial von neuen Gästen, die das Outlet Village mit sich bringe, sei zu nutzen. Gleichzeitig soll auch der naturnahe und umweltverträgliche Tourismus (Wandern/ Biken) gefördert werden.

Mitglieder

Banken

Bank Coop AG / Raiffeisenbank Bündner Rheintal /
Crédit Suisse / Graubündner Kantonalbank / UBS AG

Detailhandel

Pfeiffer J.F. Chur AG / Buchhandlung Provini / Buch-
handlung Strub AG / C&A Mode Brenninkmeijer &
Co / Membrini Kristall / Galerie Anne Kaiser / Maga-
zine zum Globus / Papeterie Koch / Drogerie Ullius /
Expert Strittmatter Inh. Radio TV Brotzer AG / Ama-
vita Apotheke Landi / Manor, Maus & Co. Chur /
Moosberger Elektroanlagen / Schuhhaus Boty
Chur AG / Schuler Bücher / Zoppi AG / Zuckerbäckerei
Obertor / Apotheke St. Martins / Bäckerei-Konditorei
Gwerder / Bernina-Näh- und Stoffcenter / Blumenge-
schäft Calonder / Boutique Cinderella / Bürocenter
Escher / Coop Ostschweiz / Dürr AG Herrenmode /
Eugenio fürs Büro AG / Grischuna Apotheke / Imholz
Fritz AG / Messer Leupi / Migros Ostschweiz / Pro-
dega CC / Rätische Gerberei AG Chur / Rätus
Apotheke / Stadelmaier Optik AG / Urech Gebr. /
Vasella AG / Vré-Claire Herrenmode AG / Waffenge-
schäft Sonderegger / Wollenhof Handarbeitsge-
schäft / Muja Glass Design

Dienstleistungsbetriebe

Taxi Rosamilia GmbH / Berger Remo – Auto-Fahr-
schule / Air Grischa Helikopter AG / Anwaltsbüro
Peter Diener / AP'N DAUN / Bergbahnen Chur-Drei-
bündenstein / Coiffeur Bucceri / Coiffure und
Kosmetik / Curia Treuhand AG / Mosse Media AG /
swisspersonal ag / TCS-Touring Club Schweiz, Sekt.
GR / Terra Grischuna Verlag / Allemann, Zinsli &
Partner AG / Allianz Suisse Generalagentur / Allod
Immobilien AG / APG – Allg. Plakatgesellschaft /
Atelier Brun / Avis Autovermietung AG / Basler Ver-
sicherungen / Beauty Center Lacuna / Body Designer
Remfit / Coiffeur Marc / D+D Druck + Design AG /
Die Mobiliar / Expo Chur AG / Falkenstein Chur AG /
Fiduciar Treuhand AG Chur / Galerie Luciano Fasciati /
Gastroconsult AG / Handwerker Galerie Cascina / IBG
B. Graf AG / Intercoiffure Gmelin / International
Mediation Service / Kath. Kirchgemeinde Titthof /
Kino Apollo / Kinocenter Chur / OBT Treuhand AG /

PANORAMA Hotels AG / Parkhaus Chur AG / Park-
haus Tivolibrücke/Bahnhof / PostAuto Schweiz AG /
Reisebüro W. Roth / Rentenanstalt Swiss Life /
SBB AG, Bern / Sopf Reinigungen / Südostschweiz
Publicitas AG / SUVA Chur / VERIT / Weidinger &
Partner AG / Winterthur Versicherungen / Würth
International AG / heyne consult / Beat Baikhardt /
Thomas Domenig / Dr. Werner Finck

Gastro

Q-Bar / Confiserie Maron / Felsenbar / Café Passage /
Restaurant-Brasserie Süswinkel / Restaurant Zoll-
haus / Restaurant Capellerhof / Bener-Park Betriebs-
AG / Merz AG / Gasthaus Gansplatz / Restorant, Bar
& Vinoteca Controversa / Bergrestaurant Bram-
brüesch / Bergrestaurant Edelweisschütte / Café
Arcas / Café Caluori / Café Postplatz / Café/Restau-
rant du Théâtre / Gastronomica Chur AG / Marmaco-
na AG / Restaurant/Pizzeria Mamma Mia / Restau-
rant Afrodite / Restaurant Chesa / Restaurant
Hallenbad Moby Dick / Restaurant Hofkellerei /
Restaurant Kleinwaldegg / Restaurant Los Tioz /
Restaurant Meiersboden / Restaurant Obelisco /
Restaurant Rätushof / Restaurant Teria / Restaurant
Tres Amigos / Restaurant Weinstube Drei Bünden /
Restaurant Kornplatz / Ristorante Pizzeria Rheinfels /
Ristorante Ticino / Schall und Rauch – Extra-bar
GmbH / SSTH AG / Telegastro AG / Tom's beer box /
Zimt & Zucker / Restaurant Mishio / Restaurant
Marsoel GmbH

Handel/Gewerbe/Industrie

Georg Roffler & Co. / Willi Haustechnik AG / Alpiq
InTec Ost AG / Atelier für Orthopädie Simka AG /
Autohaus Willi AG / ZINDEL AG / Garage Dosch AG /
Weber AG / BR Bauhandel AG Richner Bäder u.Plättli /
Elektroservice Brügger AG / Garage Bayer AG / Kies-
werk Calanda AG / Niederer Willy Transporte AG /
Tschudy & Co. / Albert Joos AG Eisenhandlung / Al-
legria Passugger Mineralquellen AG / Alpina Chur AG /
Autocenter Tribolet AG / Bischof Schriften / Blumen
Joos / Bornhauser Maler / Calanda Beton AG / Casa-
nova Druck und Verlag AG / Casutt AG / Catram AG
Strassenbaustoffe / CDC – Copier + Druck Center /

Digitalfoto Grafik Design / Druckerei Landquart VBA / Ecco Jäger / Elektronik Hengartner / Ems Chemie AG / Feldschlösschen Getränke AG / Fratelli Triacca SA / Freymatic AG / G. Staudacher Rundumkreativ AG / Garage Rageth / Gebr. Kuoni Chur AG / Giesserei Chur AG / Grisotabak AG / Heineken Switzerland AG / Hoffmann E. AG / Hü7 Design AG / Implenia Bau AG / Jul. Meisser Haustechnik AG / A. Käppeli's Söhne AG / Knuchel AG / Maler Lütcher AG / MC Optik (Schweiz) AG / Meli Bedachung + Fassaden / Plüss Sanitär AG / Printbox Grischatex AG / Schlub AG / Schreinerei Toni Jörimann / Senn Chur AG / Spiess & Kühne Orthop. Werkstatt / Südostschweiz Print AG / Sulser Print AG / Von Salis AG / Walo Bertschinger AG Chur / Walser Malerwerkstatt und Büro / Wolf Transport AG / Markenkern AG

Kollektiv

Politische Gemeinde Domat/Ems / Singschule Chur / Klibühni – Das Theater / Florentini Stiftung / Naturfreunde Chur / Theater Chur / Astronom. Gesellschaft GR / Bildungsstätte für Gehörlose / Bündner Kunstmuseum / Bündner Naturmuseum / Bürgerratskanzlei Chur / Gastro Chur – Region / Gastro Graubünden / Gewerbeverein Chur / Gymnastische Gesellschaft Chur / IG Brambrüesch / IG Churer Handel / Jugendmusik Chur / Konzertverein Chur / Laienbühne Calanda Chur / Ski- und Snowboardclub Rätia / Bündner Weinbauverein

Unterkünfte

Hotel Sportcenter Fünf Dörfer / Hotel ABC / Hotel Alte Post / Romantik Hotel Stern / Hotel JBN / Hotel Drei Könige / Bed & Breakfast «Villa Artistica» / Haus Theresia / Hotel Franziskaner / Hotel Marsoel / Schlosshotel Adler / Best Western Hotel Sommerau / Camp Au Chur / Comfort Hotel Post / Gartenhotel Sternen / Gasthaus zur Tanne / Hotel Belvédère / Hotel Chur / Hotel Freieck / Hotel Ibis Pyramid / Hotel Krone / Hotel Rätus / Hotel Rosenhügel / Hotel Schweizerhaus / Hotel Zunfthaus Rebleuten / Hügelhof / Neugüterhof / Sporthotel Brambrüesch / Swiss Heidi Hotel / Hotel Stern Chur AG R 5 / Gasthaus Strela / Hotel Malixerhof

Privat

Günther Schneider / Sonia Spoerri / Elisabeth Brasier / Pius Fryberg / Erminia Gadiant / Peter Laube / Peter Suter / Markus Baumann-Peter / Sepp Bergamin / Jachen C. Bonorand / Thomas Casanova / Pia Decurtins Perry / Ida DöNZ / Daniela Eggler / Peter Fehr / Stefan Gartmann / Bruno Güntlisberger / Oliver Gutjahr / Urs Hartmann / Dieter Heller / Werner Imhof / Mario Kofler / Reto Küng / Myrtha Oetiker / W. Reich / H. Renggli-Derungs / Josef Ruhstaller / Bruno Sauter / Pierluigi Schaad / Aschi Schläpfer / Markus Schnell-Martin / Robert Schwarz / Robert Martin Schwarz-Honegger / Walter Schwendener / Christoph Suenderhauf / Gallus Vorburger / Walter Wehrli – Duschèn / Cristina Melcher-Häfner / Irma Zinsli / Roman Knorr / Robert K. Zschaler / Erwin Cavegn

Ehrenmitglied

Erhard Meier / Milo Pfister

Dank

«Keine Schuld ist dringender als die, Dank zu sagen.»

Das Zitat von Cicero (106–43 v.Chr.) soll auch für Chur Tourismus seine Gültigkeit haben. Der Vorstand dankt vor allem den Mitarbeitenden der Geschäftsstelle unter der Leitung von Michael Meier und den Stadtführerinnen und Stadtführern Gion Alig, Renata Bannwart, Sepp Bergamin, Judith Christen, Imelda Grisch, Verena Gruber, Marlen Ibrahim-Brunold, Thesi Ling, Ester Spoerry, Dr. Christian Ruch, Linus Fetz, Fridolin Jakober und Flurina Badel.

Ein Dank gebührt den Partnerorganisationen und deren Mitarbeitenden: Graubünden Ferien, Rhätische Bahn, Stadtbus Chur, Schweiz Tourismus, Swiss Cities, Arosa Tourismus, Flims Laax Falera Tourismus, Lenzerheide Tourismus sowie den SBB. Grundlage für effiziente und effektive Zusammenarbeit ist das Vertrauen in die Partner. Insbesondere gilt dies für unsere Mitglieder aus Hotellerie/, Gastronomie/, Kultur/, Handel/, Sport, den Kollektiv- und Privatmitgliedern sowie den Vorleisterunternehmungen. Ihnen allen **grazia fitg** für ihr Engagement!

Abschiedsfoto für Peter Laube
Auf dem Bild fehlen Julia Jörger, Beat Gansner, Bettina Menn.



Organe

Organe Chur Tourismus (31. Dezember 2009)

Vorstand

Präsident	Dr. iur. Christian Rathgeb (Recht)
Vizepräsident	Kurt Künzli (Hotellerie und Gastronomie)
Vertreter der Stadt Chur	Christian Boner, Stadtpräsident (Politik)
Weitere Mitglieder	Dr. Philipp Boksberger (Strategie) Andrea Frei (Marketing / Kommunikation) Manfred Kürschner (Verkehr) Eric Senn (Mitglieder)

Geschäftsstelle

Direktor	Michael Meier
Marketing / Verkauf	Katharina Schreiber
Leiter Information & Services	Peter Laube Leonie Hämmerle (ab 1.11.2009)
Gästeberatung	Ruth Moser-Zuber (80 %) Julia Jörgler
Praktikantin	Dagmar Rootering (80 %)

Revisoren	Christian Clement Peter Zürcher
------------------	------------------------------------

Chur Tourismus

Bahnhofplatz 3

Postfach 115

CH-7001 Chur

Tel. +41 (0)81 252 18 18

Fax +41 (0)81 252 90 76

info@churtourismus.ch

www.churtourismus.ch