



Chur
Die Alpenstadt

Geschäftsbericht 2015



Inhalt

- 4 **Organisation**
- 5 **Vorwort des Präsidenten**
- 6–9 **Bericht der Direktorin**
- 10–11 **Statistiken**
- 12–13 **Bericht zu Finanzen**
- 14 **Revision**
- 15 **Organe**

Impressum

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

Grafik, Realisation: Hü7 Design AG, Thusis

Fotos: Gulliver Theis, Yvonne Bollhalder, Chur Tourismus

Druck: Digitalis Print GmbH, Chur
klimaneutraler Druck
Gesamtauflage: 200 Ex.

© Chur Tourismus (Mai 2016)

ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID12105-1602-1001

Organisation

Chur Tourismus

Chur Tourismus ist die Regionale Tourismusorganisation (ReTO) für die Stadt Chur und die Gemeinden Haldenstein, Felsberg, Domat/Ems, Bonaduz, Tamins und Rhäzüns. Weiter besteht ebenfalls eine Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde Churwalden. Die Tourismusorganisation ist verantwortlich für die Vermarktung, die Tourismusentwicklung sowie die Information am Gast. Zusammen mit der Stadtbus Chur AG betreibt sie ein täglich geöffnetes Regionales Infozentrum (RIZ) am Bahnhof Chur. Chur Tourismus beschäftigt derzeit neun Personen (760%) und 14 Freelance StadtführerInnen, die im Jahr 2015 über 1000 Führungen durch die Alpenstadt realisierten. Das Gesamtbudget beläuft sich auf ca. 1.46 Mio. Franken.

Hauptaufgaben von Chur Tourismus:

- Chur Tourismus betreibt im Bahnhof Chur ein touristisches Informationszentrum. Durch eine hohe Dienstleistungsqualität ist das Regionale Infozentrum eine touristische Visitenkarte Churs.
- Chur Tourismus vermarktet das Tourismus- und Freizeitangebot der Stadt Chur.
- Chur Tourismus entwickelt das touristische Angebot der Stadt Chur und des Churer Rheintals weiter. Koordination und Angebotsentwicklung in Zusammenarbeit mit den Gemeinden und den Leistungsträgern gehören dazu.
- Weiter ist Chur Tourismus darum bestrebt, dass der Tourismus als Branche übergreifender Impulsgeber für Chur und die

Umgebung weiter gefördert wird, um die Logiernächte in den Churer Hotels weiter zu erhöhen und Tagestouristen nach Chur zu bringen.

- Chur Tourismus engagiert sich nicht nur für Gäste sondern bereitet auch Produkte und Dienstleistungen für Einheimische auf.

QII – Auszeichnung

Seit Februar 2011 ist der Verein Chur Tourismus mit dem Qualitätsgütesiegel Q II des Schweizerischen Tourismusverbandes ausgezeichnet. Mit 3.61 von 4 möglichen Punkten wurde Chur Tourismus im 2011 das Zertifikat überreicht. Kriterien und Informationen zum Q-Programm im Schweizer Tourismus sind unter www.quality-our-passion.ch zu finden.



Vorwort des Präsidenten

Die Schweizer Wirtschaft sieht sich derzeit mit verschiedensten Herausforderungen konfrontiert. So hat auch der Tourismus mit massiven Veränderungen zu kämpfen. Das gilt auch für die Tourismusdestination Chur mit den angeschlossenen Gemeinden Haldenstein, Felsberg, Tamins, Domat/Ems, Bonaduz und Rhäzüns. Unter dem Aspekt der ständigen Veränderung wird es aber immer Gewinner und Verlierer geben. So sind denn alle unsere Partner, ob Gewerbe oder Dienstleister, gleichermaßen gefordert, ihre Geschäftsmodelle zu hinterfragen und, wo erfolgversprechend, auch anzupassen. Es ist unser höchstes Ziel, die Verantwortung für die Förderung eines innovativen und engagierten Tourismus in Chur und den uns angeschlossenen Gemeinden wahrzunehmen.

Wir werben mit dem Slogan «Chur – die Alpenstadt im Zentrum des Bergzaubers». Damit positionieren wir uns als älteste Stadt der Schweiz mit ihrer eindrücklichen Geschichte und Architektur. Ob Shopping an der Bahnhofstrasse oder in der autofreien Altstadt, ob Bergerlebnis auf unserem Hausberg Brambrüesch, ob Kulturstadt mit unseren 16 Museen und Galerien und dem Theater, ob als Ausgangsort für vielfältige Bahn- und Bergerlebnisse – es sind viele Gründe, die für Chur sprechen und die auch entsprechende Vermarktungsmöglichkeiten bieten. Dabei sind wir uns bewusst, dass der Schlüssel des Erfolgs im Wesentlichen in einer gezielten Zusammenarbeit mit unseren Partnern liegt. Ich denke dabei an das Gewerbe, die Hoteliers und Gastronomen,

aber auch an die vielen Institutionen, welche unsere Stadt und ihr Einzugsgebiet mit unterschiedlichsten kulturellen Angeboten bereichern. Ganz besonders freuen wir uns natürlich auf die Eröffnung des erweiterten Bündner Kunstmuseums – ein «Leuchtturm», welcher auch den Kulturtourismus nachhaltig positiv beeinflussen wird.

Im letzten Jahr habe ich vom Potential einer verstärkten Zusammenarbeit mit den umliegenden klassischen Tourismusdestinationen geschrieben. Viel hat sich zwischenzeitlich nicht verändert. Der Mehrwert, welchen unsere Stadt mit seinen ergänzenden Angeboten zu bieten hat, wird kaum wahrgenommen. Über die Gemeindegrenzen hinausgehende regionale Tourismuskonzepte sind nicht erkennbar. Die damit verbundenen Chancen werden bis heute weder von den Tourismusakteuren noch von der Politik in den Gemeinden erkannt. Schade eigentlich. Ich schliesse mit dem Dank an unsere Mitarbeitenden unter der Leitung unserer Direktorin, Leonie Liesch, für ihren unermüdlichen Einsatz. Das kompetente Handeln und Streben, den höchsten Nutzen für unsere Gäste und Partner zu erzielen, verdient Anerkennung. Der Dank des Vorstandes gilt aber auch den politischen Behörden und all den vielen Partnern für ihre Unterstützung und ihre Zusammenarbeit.

Rico Monsch
Präsident Chur Tourismus



Bericht der Direktorin

Die Herausforderungen im Tourismusumfeld waren im vergangenen Geschäftsjahr nicht immer ganz einfach. Die Aufhebung des Euro-Mindestkurs haben wir spätestens ab Februar zu spüren bekommen. Mit Erleichterung dürfen wir aber feststellen, dass wir lediglich ein Minus im Bereich der Übernachtungszahlen verzeichnen mussten. In den anderen Bereichen durften wir durchaus positive Zahlen registrieren.

Logiernächte und Stadtführungen

Die Herausforderungen im Tourismus waren im 2015 besonders gross, denn der starke Franken ging auch an Chur Tourismus nicht spurlos vorüber. Die Zahlen der Logiernächte zeigen dies – zwar sind unsere Zahlen weniger dramatisch als die der umliegenden Destinationen – dennoch weist Chur ein Minus von 12 448 Nächti-

gungen (= -7.4%) aus. Insgesamt verzeichneten wir im vergangenen Jahr 159 077 Logiernächte. Der Rückgang ist auf folgende zwei Punkte zurück zu führen: Starker Franken sowie das fehlende Hotel Post, welches im November 2014 geschlossen wurde. Seit 2014 ermittelt Chur Tourismus zudem auch die Zahlen der Zimmerbelegung, da diese insbesondere für den Stadttourismus relevantere Aussagen über den aktuellen Stand der Hotellerie zulässt. Wenn ein Hotel alle Zimmer belegt hat (=ausgebucht), heisst dies nicht zwingend, dass steigende Logiernächte zu verzeichnen sind. Der Umsatz kann jedoch sehr wohl positiv sein. Die Zimmerbelegung zeigt daher für das Berichtsjahr 2015 einen geringeren Rückgang als die der Logiernächte. Mit minus 4.9% kommt Chur mit einem blauen Auge davon.

Erfreulich sind nach wie vor die Stadtführungen, welche an Beliebtheit nicht eingebüsst haben. Mit neuen Angeboten schaffen wir es immer wieder neue Gruppen für die Führungen zu gewinnen. Die geologische Entstehung der Stadt, das Paradies von Flora und Fauna in den Rheinauen und die Gartenkultur in der Alpenstadt mit exklusiven Einblicken in private Gärten gehörten zu den neuen Themen der Angebotspalette. Weiter entstand in Zusammenarbeit mit dem Rätischen Museum «Chur im Ohr – Man höre und staune» ein ganz neues Führungserlebnis über Churer Hörenswürdigkeiten. Mit 1 016 Führungen ist die Tausendergrenze nach wie vor überschritten. Der Rückgang von fünfzehn Führungen (= -1.45%) im Vergleich zum Vorjahr ist demzufolge vertretbar.

Sales & Marketing

Der Social Media Bereich gewinnt stetig an Bedeutung. Umso erfreulicher ist es, wenn die entsprechenden Anstrengungen in diesem Bereich gut ankommen. So durften wir in der Social Media Welt positive Zahlen verzeichnen:

Kanal	2014	2015	Bemerkung
Facebook	5 480 Fans	6 079 Fans	+10%
Instagram	250 Fans	820 Fans	Ø 65 Likes/Bild
Twitter	1 200	1 600	+33%

Bei Facebook hatten wir eine durchschnittliche Reichweite pro Beitrag von 2 000 Personen. Der erfolgreichste Beitrag zählte gar eine Reichweite von 15 346 Personen. Im

Mai führten wir erstmals einen «InstaMeet»-Event durch. Rund 30 Instagramer nahmen teil, machten Fotos und erzielten zusammen über 10 000 Likes, was beste Werbung für Chur bedeutet, alles verknüpft mit den wichtigsten Hashtags (#Chur/#VisitChur/#ChurCity).

Im Marketing haben uns auch die neu lancierte «Grand Tour of Switzerland» sowie die «Grand Train Tour» von Schweiz Tourismus positiv zugespielt. Diese neuen Produkte waren vielleicht auch ausschlaggebend, dass wir bei den Asiatischen Gästen einen Zuwachs von über 26% verbuchten.

Erfolgreiche PR erzielten wir zudem mit unserem Botschafter, Werner Erb und seinem Alphorn. Dies geschah im Rahmen der Swiss Cities Botschafter-Kampagne, welche Persönlichkeiten aus den Schweizer Städten ins «Schaufenster» stellte.

Produktmanagement – Stadt und Berg

Unter dem Motto «Lust auf Bergzauber oder pulsierendes Stadtleben?» will man Gäste für die Alpenstadt gewinnen. Denn Chur bietet beides und mit den attraktiven Pauschalangeboten kann man einen abwechslungsreichen und preiswerten Kurzurlaub in der ältesten Stadt der Schweiz mit ihrer malerischen Altstadt geniessen. Wir unterscheiden bei den Pauschalen unter Bahn-, Stadt- und Aktiv-Package. Da die Rhätische Bahn RhB nach wie vor zu einem der wichtigsten Leistungsträger von Chur zählt und quasi das Matterhorn von Graubünden ist, laufen Pauschalen, welche eine Leistung der RhB beinhalten besonders gut.



Bericht der Direktorin

Dennoch sind die Gesamtbuchungszahlen der verkauften Packages ernüchternd. So mussten wir im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang der Buchungen von 25% verzeichnen.

Dafür durften wir im Bereich der Gruppenangebote, welche wir erst seit knapp drei Jahren bearbeiten, eine Zunahme von 7.65% Teilnehmern verzeichnen. Zu den Gruppenangeboten gehören unter anderem Tages-Kombiangebote auf dem Churer Hausberg sowie Angebote mit kulinarischen Köstlichkeiten der Alpenstadt. Das neueste grosse Angebot aus der Produktküche von Chur Tourismus ist auf dem Dreibündenstein zu finden. Dort lancierten wir zusammen mit den Partnern und Bergbahnen der Regionen Lenzerheide und Viamala die Schneeschuh-

Arena Dreibündenstein. Dass das Schneeschuhlaufen stetig an Bedeutung gewinnt, ist kein Geheimnis, daher waren wir froh, dass wir mit der Eröffnung der Schneeschuh-Arena Dreibündenstein ein neues, gebietsübergreifendes Angebot neu positionieren durften. Die Schneeschuh-Arena Dreibündenstein ist somit einzigartig und wird künftig an Bedeutung und Ausstrahlung für die Region gewinnen. Dass dieses innovative und kooperative Projekt im Rahmen des «Tourismusprogramms Graubünden 2014 – 2021» keine Unterstützung fand, musste die Projektgruppe bedauerlicherweise hinnehmen.

Werfen wir aber nochmals einen Blick in die Stadt. Unser Erfolgsprodukt «Gastro(s)pass» stiess wiederum auf grosses Interesse und feierte im 2015 sein Zehnjähriges. Der

«Gastro(s)pass» ist ein gutes Beispiel dafür, dass Chur Tourismus auch tolle Angebote für die Einheimischen umsetzt.

Zu den internen Errungenschaften des 2015 gehört eine neue moderne Adressdatenbank, mittels welcher wir ein professionelles CMS betreiben können. Damit wird unsere Arbeit im Marketing- und Kommunikationsbereich erheblich erleichtert.

Mitglieder

Im Berichtsjahr 2015 führten wir erstmals eine Mitgliederbefragung durch. Gesamthaft kann gesagt werden, dass die Mitglieder zufrieden mit der Leistung von Chur Tourismus sind. Vor allem werden primär die Personen und nicht die Organisation selber gelobt, was als gutes, interpersonelles Zeichen gewertet werden kann. Weiter ist den Mitgliedern der Sinn und die Wichtigkeit von Chur Tourismus bewusst. Die «Erlebnisperlen» (exklusive Events für Mitglieder um echten Mehrwert zu schaffen) tragen sicherlich auch zu diesem äusserst positiven Ergebnis bei.

Im 2015 durften wir 37 neue Mitglieder begrüßen aber auch 30 Austritte verzeichnen, womit wir Total per Ende Jahr 357 Mitglieder zählten. Chur Tourismus freut sich im kommenden Geschäftsjahr die Mitglieder der Vereinigung Churer Altstadt bei Chur Tourismus zu begrüßen. Das Team von Chur Tourismus wird mit verschiedenen Massnahmen darum bedacht sein, die Churer Altstadt ins beste Licht zu rücken, um damit die entsprechenden Frequenzen zu generieren.

Danke

Mir ist es ein grosses Anliegen dem Team – RIZ, Backoffice und Stadtführer – für das stets grosse Engagement zu danken. Dank der hohen Motivation gelingt es uns, die Herausforderungen gemeinsam zu meistern. Mein Dank richtet sich auch an alle Leistungsträger und touristische Partner, die sich ebenso für den Tourismus und für die Region Chur engagieren. Dank der guten Zusammenarbeit mit der Stadt Chur, den ReTO Gemeinden sowie Churwalden gelingt es uns gemeinsam den Tourismus zu fördern. An dieser Stelle möchte ich den Gemeinden für das Vertrauen danken. Weiter danke ich auch dem Vorstand, welcher uns gegen Innen und Aussen immer mit Wohlwollen unterstützt. Weiter danke ich allen, die Chur Tourismus in irgendeiner Form unterstützen. Ich freue mich auf ein ebenso spannendes 2016 und auf weitere viele positive Begegnungen.

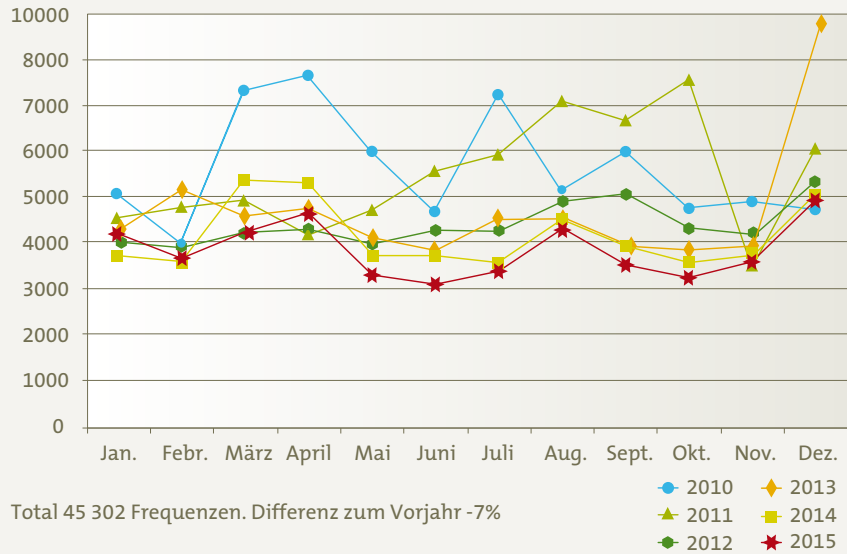


Leonie Liesch
Direktorin Chur Tourismus

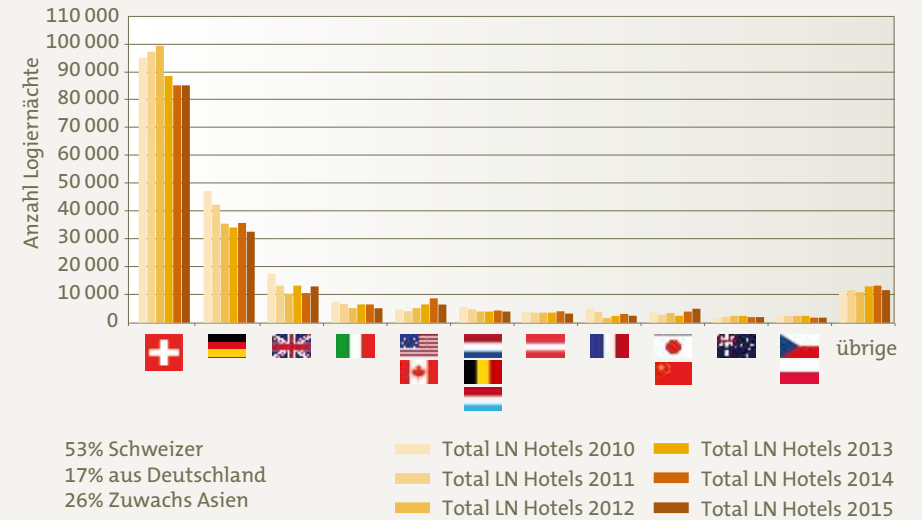


Statistiken

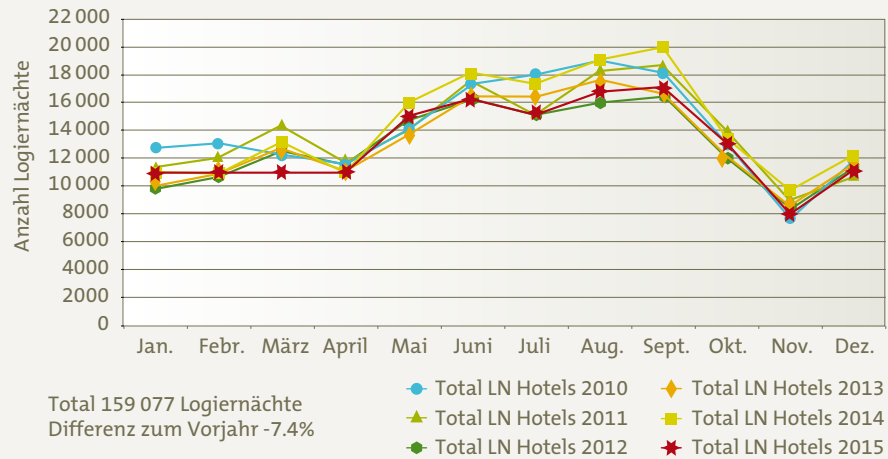
Vergleich RIZ Frequenzen Quelle: eigene Erhebung



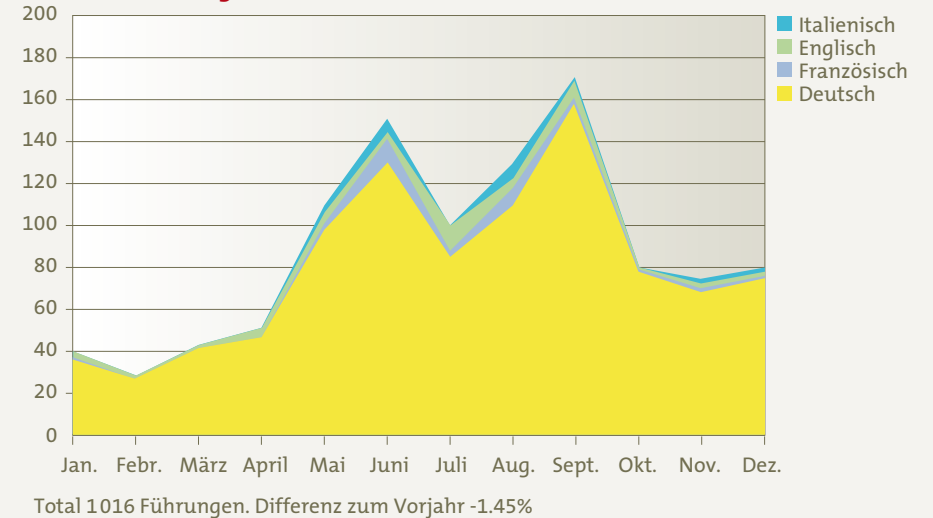
Gästerherkunft Chur und Umgebung Quelle: BFS (Hesta)



Logiernächte Entwicklung Stadt Chur Quelle: eigene Erhebung



Stadtführungen 2015 Quelle: eigene Erhebung



Bericht zu Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2015	Budget 2015	Abw. Budget	Rechnung 2014
Ertrag				
Mitgliederbeiträge	110 785	112 000	-1 215	112 055
Logiernächtetaxen Stadt	265 080	270 000	-4 920	281 707
Beitrag Stadt Chur	320 000	320 000	0	320 000
Beitrag Agglomeration Chur	73 230	73 000	230	74 310
Ertrag aus Gruppen-Reisen	63 105	42 000	21 105	44 945
Ertrag aus Stadtführungen	175 150	170 000	5 150	196 795
Ertrag aus Pauschalen	34 775	40 000	-5 225	49 015
Ertrag aus Events/Kongressen/Seminaren	72 290	100 800	-28 510	86 930
Ertrag aus Kooperationen	6 000	5 000	1 000	5 500
Kommerzielle Erträge RIZ	93 890	81 200	12 690	86 930
Ertrag Hotel Werbepool	50 275	48 000	2 275	53 405
Partner-Beiträge für Aktivitäten	201 660	153 200	48 460	144 315
Übrige Erträge/Strukturreform	5 390	0	5 390	30
Erlösminderungen	-85	-1 000	915	-45
Total Ertrag	1 471 545	1 414 200	57 345	1 455 792

Bezeichnung	Rechnung 2015	Budget 2015	Abw. Budget	Rechnung 2014
Aufwand				
Fremdleistungen Pauschalen	33 555	32 000	1 555	41 545
Kommerzieller Aufwand RIZ	4 370	3 100	1 270	6 205
Fremdleistungen Stadtführungen	33 380	25 000	8 380	43 070
Fremdleistungen Gruppenführungen	45 930	30 000	15 930	35 055
Vorleistungen Events/Kongresse/Seminare	70 260	83 000	-12 740	85 975
Personalaufwand	689 415	656 700	32 715	637 227
Raum-Aufwand	80 895	75 200	5 695	76 445
Allgemeiner Betriebsaufwand	85 235	85 900	-665	108 995
Verkaufs- und Infosysteme	4 040	8 500	-4 460	4 360
Partnerkommunikation	22 150	27 500	-5 350	24 320
Marketing-Aktivitäten	375 805	359 000	16 805	366 225
Finanzerfolg	325	0	325	15
Rückstellung MwSt.-Vorsteuer	24 000	20 000	4 000	25 000
Struktur-Reform Kanton GR	0	0	0	2 000
Total Aufwand	1 469 360	1 405 900	63 460	1 456 397
Ertrags-/ Aufwandüberschuss	2 185	8 300	-6 115	-605

Bezeichnung	Rechnung 2015	Rechnung 2014
Aktiven		
Kasse	10 520	22 833
Post	25 985	80 283
Bank: GKB	141 689	165 293
Verrechnungssteuern	51	50
Debitoren	162 124	106 588
Delkredere	-10 000	-10 000
Debitor Vorsteuern	21 515	20 596
Lager-Vorräte (Drucksachen)	10 713	12 981
Transitorische Aktiven	55 168	36 232
Beteiligungen	1	1
Mobilien und Büromaschinen	4 293	1
Total Aktiven	422 059	434 858

Bezeichnung	Rechnung 2015	Rechnung 2014
Passiven		
Kreditoren	125 340	167 585
Kreditor ESTV Bern	42 794	33 735
Prämienkonto Pensionsversicherung	6 371	177
Transitorische Passiven	241 820	220 812
Rückstellungen EDV Kosten	0	9 000
Eigenkapital	5 734	3 549
Total Passiven	422 059	434 858

Kennzahlen

- Selbstfinanzierungsgrad 55%
- Marketinganteil am Aufwand 27%
- Anteil Raumkosten am Aufwand 6%
- Personalanteil am Aufwand* 34% (*ohne Stadtführer-Team)
- Ertrag pro Schalterkontakt: CHF 4.30

Das Vereinsjahr 2015 wurde mit einem Ertragsüberschuss von CHF 2 185.00 abgeschlossen.

Aufgrund neuer Organisationsstrukturen beim Ride Mountainbike Kongress, fielen die Erträge für den Kongress geringer aus. Die Organisationsstrukturen mussten seitens Chur Tourismus angepasst werden, da der Kongress aufgrund seiner Grösse mit den personellen Ressourcen von Chur Tourismus nicht mehr vereinbar waren. Daher ist nun Swiss Sport Publishing im Lead des Kongress. Chur Tourismus nimmt aber nach wie vor die Rolle fürs Hosting ein, womit der Austragungsort Chur gesichert ist.

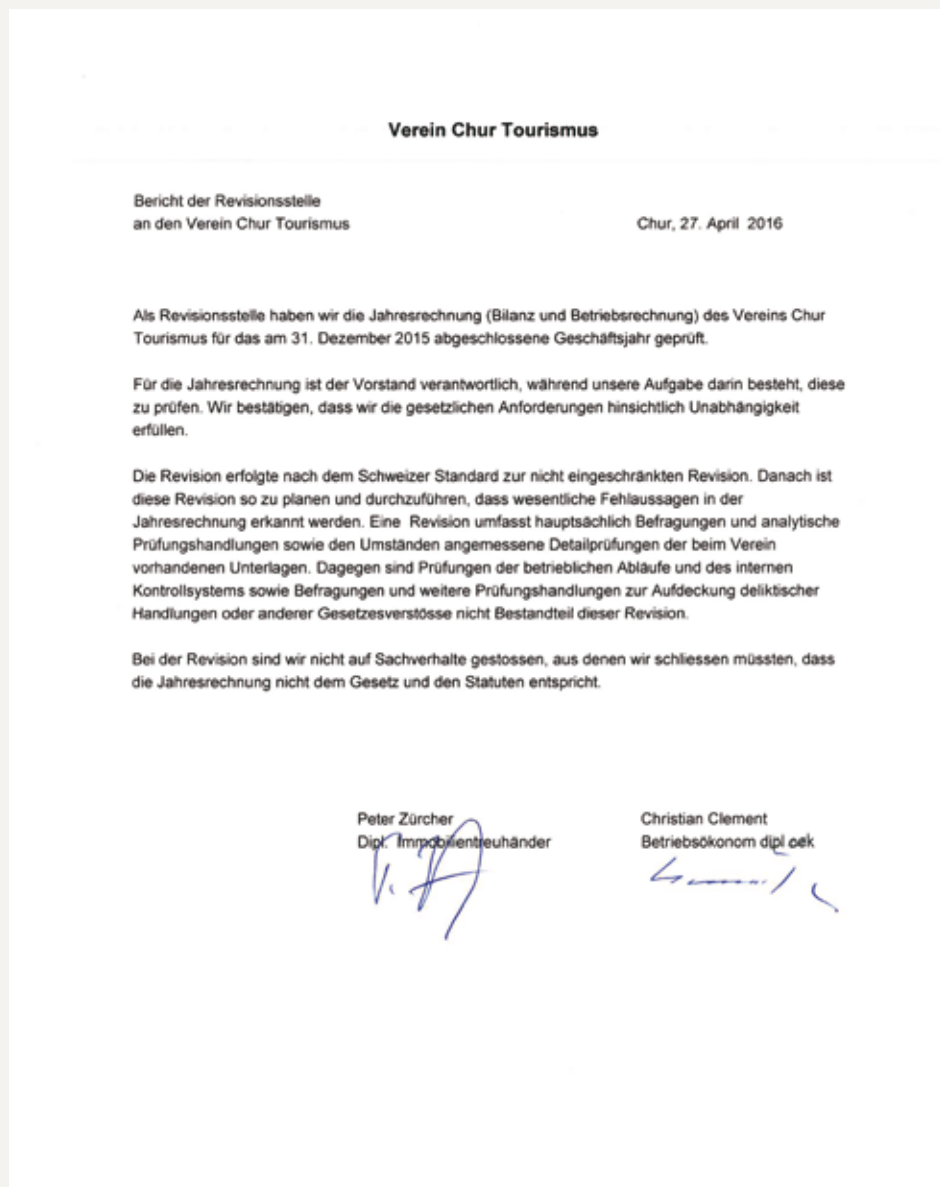
Chur Tourismus hat den Lead für das neue Angebot der Schneeschuh-Arena Dreibündenstein übernommen. Dies hatte auch buchhalterisch zur Folge, dass die Abrechnungen für die Projektfinanzierung bei Chur Tourismus lag. Dies ist sowohl auf der Einnahmeseite als auch bei der Aufwandsseite zu sehen. Zusammen mit den Marketingleistungen für das Projekt Dreibündenstein sowie die klassischen Marketingmassnahmen investierte Chur Tourismus knapp CHF 400 000 ins Marketing und in die Kommunikation.

Die Differenz zum Budget im Bereich der Personalkosten ist auf Personalwechsel sowie Mehraufwendungen bei den Stadtführern zurück zu führen.

Erfreulich sind insbesondere die erwirtschafteten Erträge im Bereich der Stadtführungen als auch im Gruppenbereich. Leider sind die Umsätze im Bereich der Pauschalen nach wie vor nicht zufriedenstellend. Langfristig müssen hier neue Wege geprüft werden.

Zur Bilanz: Chur Tourismus ist weiter sehr liquide und verzeichnet per Ende des Vereinsjahrs ein Eigenkapital von CHF 5 734.00. Bei den transitorischen Abgrenzungen handelt es sich vorwiegend um die Rechnungsabgrenzung im Rahmen des Gastro(s)passes.

Leonie Liesch, Chur Tourismus



per 31. Dezember 2015

Vorstand

Präsident Rico Monsch

Vize-Präsident Kurt Künzli (Hotellerie und Gastronomie)

Vertreter der Stadt Chur Tom Leibundgut, Stadtrat

Weitere Mitglieder Jon Andrea Schocher (Strategie/Forschung),
Vera Stiffler (Marketing / Kommunikation),
Manfred Kürschner (Verkehr/Umwelt),
Eric Senn (Handel & Gewerbe)

Geschäftsstelle

Direktorin Leonie Liesch

Leiter Sales & Marketing Michael Christ

Marketing Katharina Schreiber (80%)

Melanie Sigron (bis 31.08.2015)

Karin Bächer (ab 01.08.2015)

Marketing / Mitgliederw. Mirjam Della Santa-Hug (50%),

Gästeberatung Ruth Moser-Zuber (80%), Livia Camenisch,

Marlen Helmi-Brunold (50%),

Andrina Hartmann, Praktikantin (bis 30.06.2015)

Dario Lohner, Praktikant (ab 01.06.2015)

Stadtführungen / Medienreisen Claudia Meuli-Simon (40%, 01.05.–31.10.2015)

Revisoren Christian Clement, Peter Zürcher

Stadtführer (Freelancer) Renata Bannwart, Imelda Grisch, Verena
Gruber, Marlen Helmi-Brunold, Theresia Ling,
Christian Ruch, Peter Laube, Hans Hürlimann,
Renate Chudoba, Monica Andreoli, Claudia
Meuli-Simon, Andreas Niedermann, Denise
Haltner, Ueli Jordi

Beirat ReTO Chur

Präsident Bruno Gantenbein

Vertreter Gemeinden Beatrice Baselgia, Domat-Ems / Robert Giger,
Haldenstein / Peter Müller-Denoth, Felsberg /
Edi Rölli, Rhäzüns / Oswald Sulser, Tamins /
Elita Florin, Bonaduz

Chur Tourismus

Bahnhofplatz 3

Postfach 115

CH-7001 Chur

Tel. +41 81 252 18 18

Fax +41 81 254 58 89

info@churtourismus.ch

www.churtourismus.ch