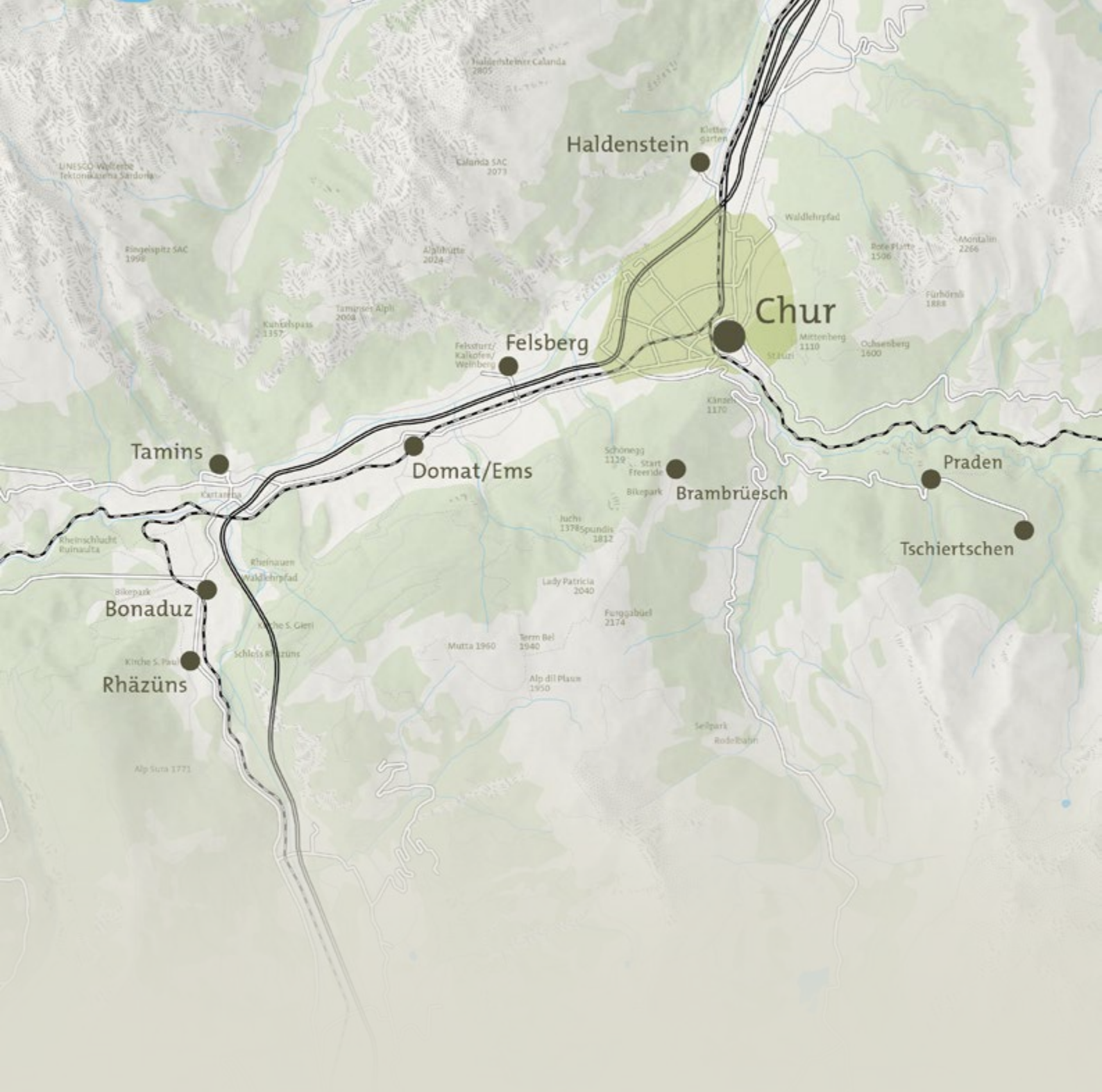


Jahresbericht 2019





Impressum

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

Grafik, Realisation: Hüt Design AG, Thusis

Fotos: Yvonne Bollhalder, RhB, Olivia Aebli-Item / Südostschweiz,
Kevin Suter, Chur Tourismus, Remo Demont, Sonja Eberhard, Arno Mainetti

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

© Chur Tourismus (April 2020)

Inhalt

4	Organisation
5	Bericht des Präsidenten
6–7	Strategie
8–9	Bericht der Direktorin
10	Tourist Services
11	Erlebnisangebote
12–14	Sales und Marketing
15–17	Medienreporting
18	Facts & Figures
19	Statistiken
20–21	Bericht Finanzen
22	Revisionsbericht
23	Organe

Organisation

Verein 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 eine Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde Churwalden sowie seit Frühling ebenso mit Tschierschen. Die Tourismusorganisation ist verantwortlich für die Vermarktung, die Tourismusentwicklung sowie die Information am Gast. Zusammen mit Chur Bus betreibt sie ein täglich geöffnetes Regionales Infozentrum (RIZ) am Bahnhof Chur. Chur Tourismus beschäftigt derzeit zehn Personen (840%) und 21 freischaffende StadtführerInnen, die im Jahr 2019 über 1 000 Führungen durch die Alpenstadt realisierten. Das Gesamtbudget beläuft sich auf rund 2.2 Mio. Franken.

Hauptaufgaben von Chur Tourismus:

- Chur Tourismus betreibt im Bahnhof Chur ein touristisches Informationszentrum. Durch eine hohe Dienstleistungsqualität ist das Regionale Infozentrum die touristische Visitenkarte Churs.
- Chur Tourismus vermarktet das Tourismus- und Freizeitangebot der Stadt Chur und Umgebung und sorgt dafür, dass Reisende auf der ganzen Welt die Vorzüge der Region Chur entdecken.
- 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 branchenübergreifender 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 auswärtige Gäste, sondern bietet auch Produkte und Dienstleistungen für Einheimische an.
- Weiter setzt sich Chur Tourismus mit seinem Tun für die Interessen der Einheimischen ein, indem eben auch die Erlebnisangebote geschaffen werden sowie indem sich Chur Tourismus für eine positive Stadtentwicklung engagiert.
- Chur Tourismus fördert das Tourismusbewusstsein und die touristische Zusammenarbeit bei den lokalen Partnern und der Politik.

Marketingmandate

Die Vermarktungsaufgaben von Chur Tourismus umfassen auch die Marketingmandate für die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein (seit Mai 2013), für die Sport- und Eventanlagen der Stadt (seit Januar 2016), das Weinbaumuseum «Torculum» (seit 2019), für das Gebiet Dreibündenstein (seit 2015) sowie seit Frühling 2019 das Bergdorf Tschierschen. Die enge Zusammenarbeit ermöglicht es Synergien auszuschöpfen und ressourcenschonendes Marketing zu betreiben.

Webseiten

Chur Tourismus betreut und pflegt folgende Webseiten:
churtourismus.ch | stadtfuehrungen.ch | churbergbahnen.ch | sportanlagenchur.ch | gastrospass.ch | churer-advent.ch | dreibuendenstein.ch | tschierschen.ch | torculum.ch | shopping-chur.ch

Wir leben Qualität:



Team Chur Tourismus

Bericht des Präsidenten

Chur Tourismus – Impulsgeber für ein umfassendes Stadtmarketing



Verleihung Wertschöpferpreis 2019

Wir verstehen den Tourismus als branchenübergreifenden Impulsgeber für Chur und Umgebung. Unsere Aufgabe ist es, ökonomisch und gesellschaftlich Mehrwert zu schaffen. Wir sind aber nur Teil des Ganzen. Es sind unsere Partner, wie HotellerieSuisse Chur und Umgebung, Bergbahnen Chur-Dreibündenstein, Churer Sportanlagen und andere mehr, mit denen wir intensiv zusammenarbeiten. Unsere ganz besondere Wertschätzung, welche wir jedes Jahr mit unserem «Wertschöpferpreis» zum Ausdruck bringen, galt im Berichtsjahr der Rhätischen Bahn. Die Rhätische Bahn ist für unseren Kanton, aber auch für unsere Stadt, «systemrelevant». Unsere Wertschätzung gilt nicht nur der touristischen und wirtschaftlichen Leistung. Es ist auch ein Dank für die langjährige Zusammenarbeit mit Chur Tourismus. Der Dank des Vorstandes richtet sich an alle Partner, aber auch an den Stadt- und Gemeinderat Chur und die Behörden der uns angeschlossenen Gemeinden von Haldenstein bis Rhäzüns und neu auch Tschierschen.

Umfassende Vermarktung unserer Stadt

Im letztjährigen Editorial befasste ich mich mit dem Entwicklungspotential des städtischen Leistungsauftrages an Chur Tourismus. Im Berichtsjahr hat sich der Stadtrat in zwei Botschaften an den Gemeinderat vertieft mit diesem Thema auseinandergesetzt. Wir teilen die in der Botschaft «Gaststadt; Kultur Events Sport» zum Ausdruck gebrachte Meinung, wonach die Vermarktung der vielfältigen und attraktiven Angebote unserer Stadt und ihrer Umgebung mit zusätzlichen personellen und finanziellen Ressourcen entwicklungsfähig ist. Wenn

sich der Stadtrat in einer weiteren Botschaft «Positionierung der Stadt Chur; Werkstattbericht» konkret mit der Absicht auseinandersetzt, im Wettbewerb nicht nur um Gäste, sondern auch um Unternehmen, Investoren und um neue Bewohnerinnen und Bewohner erfolgreich zu sein, ist auch für uns enormes Entwicklungspotential erkennbar. Chur Tourismus würde zu einer ganzheitlichen Vermarktungsorganisation mit der Gesamtverantwortung für das Stadtmarketing umstrukturiert. Die Stadtbehörde hat natürlich auch andere Optionen. Wir sind aber überzeugt, für diese Aufgabe prädestiniert zu sein, verfügen wir doch über grosses Marketing-Knowhow, über ein etabliertes Netzwerk und über ausgezeichnete Kenntnisse des Marktes. Im kommenden Jahr werden diese Themen weiterentwickelt, was auch unsere im nächsten Jahr anstehende Strategieüberprüfung beeinflussen wird. Unser Dank und unsere Anerkennung gilt auch in diesem Jahr allen Mitarbeitenden von Chur Tourismus unter der Leitung von Leonie Liesch, Direktorin, und ihrem Stellvertreter, Michael Christ, sowie Livia Camenisch und ihrem Stadtführerteam. Die jährlich über 1000 Führungen bereichern das Bild unserer attraktiven Stadt.

Rico Monsch
Präsident Chur Tourismus



Strategie

1. Dachstrategie

Die Strategie von Chur Tourismus kann anhand des Strategiehauses einfach dargestellt werden. Weiter dient die Abbildung auf der gegenüberliegenden Seite dazu, um die Vernetzung und Abhängigkeit der Marktbearbeitung aufzuzeigen. Die Dachstrategie beinhaltet die Vision und Mission sowie ein entsprechendes Leitbild und bildet weiter die Grundaufgaben und Wertvorstellungen von Chur Tourismus ab. Die Vision lautet wie folgt:

- Chur wird als kulturelles Zentrum Graubündens und multioptionale Alpenstadt wahrgenommen.
- Chur ist begehrt als Ausgangsort für Berg- und Bahnerlebnisse.
- Graubünden Urlauber besuchen Chur während ihrem Aufenthalt mindestens einmal (Meran-Effekt).



2. Markenstrategie

Chur gehört zur Markenfamilie «graubünden» und steht somit ebenso für die Grundidee der Naturmetropole sowie für die Werte «wahr, wohltuend und weitsichtig».

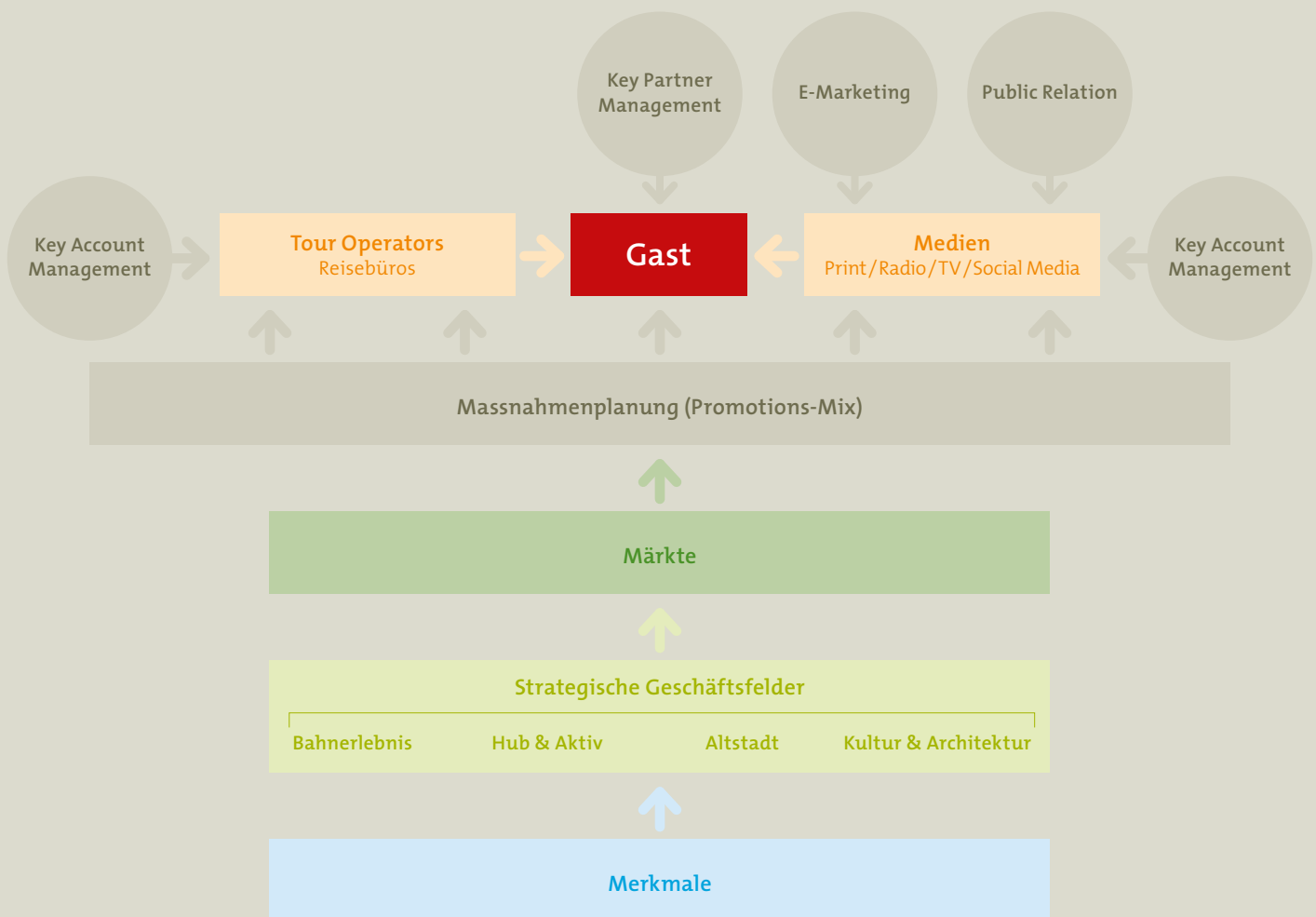
3. Marketingstrategie

Im Rahmen der Marketingstrategie setzt Chur Tourismus u.a. auf folgende sechs Merkmale:

- DIE Alpenstadt: Urbane Kultur und mediterrane Lebensfreude inmitten der einzigartigen Bergwelt Graubündens.
- DER Ausgangspunkt für Bahnreisen und Ausflüge in die ganze Ferienregion Graubündens.
- Älteste Stadt der Schweiz: Geschichte, Kultur und Architektur.
- Bergbahn: Direkter Zugang aus der Stadt zu einem Sommer- und Wintersportgebiet.
- Klima: Eine der wärmsten Städte der Schweiz und nebelfrei.
- Gesunder Gästemix: Dank Unternehmungen (national u. international ausgerichtet) hat Chur nebst dem Freizeitgast auch einen hohen Anteil an Geschäftsreisenden.

Die Merkmale basieren auf den vier strategischen Geschäftsfeldern:
Altstadt, Bahnerlebnis, Hub & Aktiv sowie Kultur & Architektur.

Pro strategischem Geschäftsfeld werden gezielte Marketingmassnahmen in den entsprechenden Märkten umgesetzt. Zu den Hauptmärkten gehören der Heimmarkt, die Schweiz, die Nahmärkte und je nach Geschäftsfeld auch die Fernmärkte. Im Rahmen der jährlichen Massnahmenplanung werden diese nach Aktualität und Wirtschaftslage justiert. Im Zentrum steht immer der Gast.



4. **Kooperationsstrategie**

Zentral für den Erfolg ist die Kooperationsstrategie, welche konsequent gelebt wird. Dank Kooperationen gewinnt Chur an Bekanntheit und kann sich noch besser mit Partnern vernetzen und damit ebenso im Sales und Marketing die richtigen Akzente setzen. Die Mittel können damit effizient und mit möglichst geringem Streuverlust eingesetzt werden. Dies gilt sowohl auf regionaler, kantonaler, nationaler und internationaler Ebene.

5. **Controlling**

Mittels einer Balanced Scorecard «light» wird das Controlling gewährleistet.

6. **Umsetzung**

Basierend auf dem Strategiehaus, wird ein jährlicher Massnahmenplan erstellt, welcher wiederum die strategischen Geschäftsfelder in den jeweiligen Märkten spiegelt. Diese Themen werden mit gezielter Kommunikation sowie personellen und finanziellen Ressourcen von Chur Tourismus proaktiv gefördert und umgesetzt.

Bericht der Direktorin



Schon für das Berichtsjahr 2018 durften wir auf ein Rekordjahr zurückschauen. Dass das 2019 wiederum so erfolgreich wird, traute man sich vor einem Jahr nicht zu denken. Und dass das 2019 sogar noch das Vorjahr übertrifft, war ebenfalls nicht absehbar. Kurzum: das Berichtsjahr 2019 war mit Abstand das bisher erfolgreichste Tourismusjahr für Chur.

Logiernächte

Chur bleibt begehrt. Sei dies als Ort für Geschäftsreisende, welche mit 55% Anteil an den Übernachtungen immer noch die wichtigste Gästegruppe sind oder eben für Freizeitgäste, welche insbesondere dank den attraktiven Bahnreisen erfolgreiche Zahlen schreiben. Im Hinblick auf die Anzahl Übernachtungen versprach das Jahr 2019 sich wie schon das 2018 positiv zu entwickeln. Die Erwartungen wurden erfüllt, ja gar übertroffen. Die Bestmarke vom 2018 wurde im vergangenen Geschäftsjahr um 8.1% übertroffen. Damit gehört das 2019 zum besten Tourismusjahr überhaupt. In absoluten Zahlen wurden 215528 Logiernächte (inkl. Camping) verzeichnet. Im Vergleich zum ganzen Kanton steht Chur sehr gut da. Kantonal wurde ein Zuwachs von 2.4% erreicht. Zu diesem hervorragenden Resultat beigetragen haben vor allem Gäste aus der Schweiz. Aber auch aus allen übrigen Regionen der Welt sind mehr Gäste nach Chur gekommen. In effektiven Zahlen sind die Zunahmen aus der Schweiz, Deutschland und China, die am meisten ins Gewicht fallen. Es zeigt sich, dass die getroffenen Sales und Marketing Aktivitäten in den Zielmärkten die gewünschten Erfolge bringen.

Altstadt

Chur Tourismus engagiert sich für die Altstadt und hat daher zusammen mit dem Quartierverein Altstadt im 2016 die Arbeitsgruppe «Runder Tisch Altstadt» lanciert und im Juli 2017 ein Papier mit konkreten Verbesserungsvorschlägen dem Stadtrat übergeben. Die Stadt hat die Punkte wohlwollend aufgenommen und diese weiter vertieft. Im August 2019 wurde die Projektgruppe von der Stadt eingeladen und über den aktuellen Fortschritt informiert. Seitens Chur Tourismus hoffen wir, dass die angestossenen



Neujahrsapero



Umliegende Gemeinden

Seit 2010 arbeitet Chur Tourismus als Regionale Tourismusorganisation (ReTO Chur und Umgebung) nebst Chur ebenso für Haldenstein, Felsberg, Tamins, Domat/Ems, Rhäzüns und Bonaduz. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit unterstützte das Team von Chur Tourismus das Organisationskomitee der Centenarfeier im Marketing. Die Centenarfeier konnte dadurch markant Budget einsparen. Erfreulich ist, dass die Leistungsvereinbarungen mit diesen Gemeinden per 2020 um weitere vier Jahre verlängert werden konnten. Weiter pflegt die ReTO Chur ebenso eine enge Verbindung mit den Gemeinden Churwalden und Tschertschen. Mit letzterer konnte per Frühling 2019 ein Marketingmandat abgeschlossen werden.

Dank

Mir ist es ein grosses Anliegen all unseren Partnern danke zu sagen. Wir sind nur so stark wie unser Netzwerk. Nur gemeinsam können wir die Herausforderungen im Tourismus meistern. Der Stadt Chur danken wir für das stets entgegengebrachte Vertrauen und die partnerschaftliche Zusammenarbeit. Ebenso danken wir den umliegenden Gemeinden für die zielorientierte Kooperation. Weiter gehört der Dank den touristischen Leistungsträgern wie den Beherbergern, Gastronomen, Freizeitangeboten, Chur Bus sowie ganz im Speziellen der Rhätischen Bahn, welche für uns eine zentrale Rolle spielt. Weiter möchte ich dem Vorstand danken, welcher stets hinter mir und dem Team steht. Mein Dank richtet sich ebenso an das engagierte Büro-Team, das Stadtführungs-Team und an alle, die sich ideell, finanziell und in zahlreichen anderen Engagements für Chur Tourismus und die Alpenstadt Chur einsetzen. Für unsere Mitglieder sind wir da und danken ganz herzlich für das Vertrauen.

Ideen nun weiterverfolgt und konkretisiert werden. Zur Altstadt-Förderung gehört eine gute Belebung. Hierzu unterstützt Chur Tourismus verschiedene Veranstaltungen sowie diverse Massnahmen im Bereich der Kommunikation. Hierzu zählen u.a. die Ladies Night, der Neujahrsapero auf dem Ochsenplatz, das Buskers, die Heimmarktkampagne und die Bewerbung des Churer Advents. Ebenso erwähnenswert sind die Stadtführungen, welche einen positiven Einfluss auf die Altstadt haben.

Mitglieder

Chur ist nur so gut, wie es die Leistungserbringer in und um Chur sind. Daher freut es uns, dass wir nach wie vor einen breiten Mix an Mitgliedern haben. Per 31.12.2019 verzeichnet Chur Tourismus 407 Mitglieder. Unsere Mitglieder sind uns wichtig! Daher legen wir grossen Wert auf einen steten Dialog mit ihnen. Hierzu nutzen wir u.a. den Newsletter «Alpenstadt aktuell» und unsere «Erlebnisperlen». Im Frühling 2019 fand eine Erlebnisperle statt. Dort besuchten wir das eindrückliche Unterwerk der ibc. Die Generalversammlung in der Baustelle des Kantonsspitals war äusserst beliebt. Mehr als 150 Personen, Mitglieder und Gäste nahmen an der 116. Generalversammlung teil.

Leonie Liesch
Direktorin



Tourist Services

RIZ Regionales Infozentrum

Das Regionale Infozentrum RIZ ist Anlaufstelle für Einheimische aber genauso auch Anlaufstelle für Gäste aus aller Welt. Im Berichtsjahr waren die Frequenzen im RIZ leicht rückläufig, konkret wurden 42 818 Schalterkontakte gezählt. Nebst dem RIZ betreibt Chur Tourismus zusammen mit der Interessensgemeinschaft Brambrüesch für den Gästeservice auf Brambrüesch das «Brambus Center».

MICE

Das Thema MICE (Meeting, Incentive, Congress und Events) spielt in der Alpenstadt Chur eine zentrale Rolle und leistet dementsprechend einen wichtigen Beitrag zu den Logiernächten. Zwar hat Chur keine grosse Kongressinfrastruktur, dennoch finden Kongresse in Chur statt. Weiter sind die Bereiche Meetings, Incentives und Events nicht zu unterschätzen. Im MICE nehmen wir die Rolle als Dienstleistungs- und Servicestelle ein, um die Veranstalter bei der Koordination der Unterkünfte, beim Rahmenprogramm zu unterstützen sowie um als Schnittstelle zu lokalen Partnern zu fungieren. Wir setzen uns für eine Vernetzung zwischen Kultur und Tourismus ein. Nebst der Vernetzung mit Kulturschaffenden und dem Support bei Veranstaltungen hat Chur Tourismus seit der vergangenen Generalversammlung zudem eine neue städtische Vertretung im Vorstand: Die Leiterin der Kulturfachstelle, Helena Mettler. Damit kann das Gedankengut von Kultur und Tourismus noch mehr gefördert werden. Gedanklich wird das Thema «Kultur und Tourismus» gelebt, doch finanziell kann dieser

Gedanke nur sehr bescheiden umgesetzt werden, da die finanziellen Mittel seitens Chur Tourismus hierfür gering sind.

Zu den Veranstaltungen dürfen nebst den Kulturevents auch weitere erwähnt werden. Ebenso wichtig sind Events mit sportlichem Charakter oder eben Weiterbildungen. Hierzu gehörte im 2019 das Angebot «Schule Weiterbildung Schweiz» kurz «swch». Die swch veranstaltete im Juli während zwei Wochen ihre nationalen Kurswochen in Chur. Chur Tourismus war im Organisationskomitee vertreten und verantwortete das gesamte Rahmenprogramm. Über 1200 Lehrpersonen haben sich in Chur weitergebildet und abends ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm genossen. Weiter begrüßte die Stadt im Rahmen des Schweizer Städtetags Vertreter der Behörden aus dem ganzen Land.

Vorverkäufe

Wir durften wiederum verschiedene Vorverkäufe koordinieren. Nebst dem Standardangebot für das Theater Chur, Bergbahnen Arosa-Lenzerheide sowie die wiederkehrenden Veranstalter wie Churer Fest, Buskers, Langer Samstag, enuit, Calanda Springfestival liefen u.a. auch der Vorverkauf für das Arcas Rock oder Origen über Chur Tourismus.

In Zahlen

Begleitete MICE Kunden:	33
Vorverkaufs-Partner:	19



Erlebnisangebote

Stadtführungen

Mit 1 081 Stadtführungen bleibt das Angebot nach wie vor beliebt. Sei es für Gäste aber ebenso für Einheimische. Im Vergleich zum Vorjahr kann eine Steigerung von 6.9% verzeichnet werden. Zu den neuen Themenangeboten zählten 2019 folgende Eigenproduktionen:

- Geheimnisvolles Chur
- Nomen est omen
- Dorfführung Haldenstein
- Dorfführung Tschierschen
- Bergwelt Brambrüesch
- Dine-Around

Nebst den Eigenproduktionen, vermittelt Chur Tourismus die Angebote der Partner wie u.a. die der Museen, Galerien sowie Betriebsbesichtigungen.

Gruppenangebote

Die Gruppenangebote verknüpfen verschiedene Erlebnisse zu einem Halbtages- oder Tagesprogramm, welche speziell für Firmen, Vereine und andere Gruppen angeboten werden. Von der Offerte bis zur Buchung mit Detailprogramm organisieren wir dabei alles für unsere Kunden. Durch die Verknüpfung der städtischen Angebote mit den Erlebnissen am Hausberg Brambrüesch entstehen sehr abwechslungsreiche und einzigartige Gruppenausflüge. Mit knapp 100 Gruppen und insgesamt fast 1 300 Personen erfreuten sich diese Angebote auch im 2019 grosser Beliebtheit. Neu lanciert haben wir das Angebot «Alpengaudi-Stafette Brambrüesch», ein

Team-Event in Zusammenarbeit mit der AIS-Sportschule, welcher nebst Hirnschmalz und Muskelkraft auch die Lachmuskeln fordert.

Kulinarik-Touren

Die Kulinarik-Touren verbinden Genuss und Bewegung. Zu Fuss oder mit dem Velo erkundet man verschiedene Routen und geniesst dabei unterwegs ein 3-Gang-Menü. Im 2019 konnten wir eine massive Steigerung bei den Buchungszahlen verzeichnen: 122 Buchungen und insgesamt 631 Personen. Das entspricht einer Verdoppelung der Buchungszahlen und fast einer Verdreifachung der Personenzahlen. Die Steigerung konnte vor allem durch zwei Massnahmen erreicht werden: Einerseits konnten wir eine der Touren in der grossen Raiffeisen Mitgliederkampagne platzieren. Andererseits haben wir die Zusammenarbeit mit spezialisierten Portalen verstärkt. Absoluter Spitzenreiter war das Angebot «Genusswanderung mit Pfiff», welches die Wanderung von Brambrüesch nach Pradaschier mit einem 3-Gang Bündner Menü sowie Bergbahnfahrt, Rodelbahnableitung und ÖV-Rückreise umfasst. Neu lanciert haben wir das Angebot «Dreibündenstein Genusswanderung», welches die Panoramawanderung von Brambrüesch nach Feldis, einen Lunch-Sack mit regionalen Spezialitäten der Plankis Stiftung Chur sowie Bergbahnfahrten und ÖV-Rückreise beinhaltet.



Sales & Marketing



Churer Advent: Lichtinszenierung im RhB Park

Kampagnen

Thematische Kampagnen

Ausgerichtet auf unsere wichtigsten Angebote und Themen haben wir im 2019 Kampagnen u.a. für folgende Bereiche umgesetzt: Stadtführungen, Gruppenangebote, Bahnangebote, Gastro(s)pass, Churer Advent, Kulinarik-touren. Je nach Zielgruppe haben wir dabei den Schwerpunkt eher auf klassische oder digitale Medien gesetzt. Wir versuchen dabei immer, die jeweilige Zielgruppe mit möglichst wenig Streuverlust zu erreichen. Die praktisch ausnahmslos erfolgreichen Buchungszahlen zeigen, dass die entsprechenden Werbemassnahmen bei den jeweiligen Zielgruppen gut angekommen sind.

Kooperations-Marketing

Gemeinsam und über bewährte, reichweitenstarke Partner erreichen wir mehr für unsere Alpenstadt, als im Alleingang. Gerade im internationalen Marketing verfügen wir auch nicht über die Mittel, um mit unserer Botschaft alleine überhaupt wahrgenommen zu werden. Umso wichtiger sind unsere strategischen Kooperationen mit Schweiz Tourismus fürs internationale Stadtmarketing, mit der Rhätischen Bahn und Graubünden Ferien für den Bereich Bahnreisen sowie mit Lenzerheide für das Segment Mountainbiken. So gelingt es uns, die städtischen Inhalte auf grösserer Ebene gemeinsam erfolgreich zu platzieren und vermarkten, was massgeblich zu unserem eigenen wie auch zum gemeinsamen Erfolg beigetragen hat – auch im 2019.

Märkte

Heimmarkt

Mit unserer langjährig etablierten Heimmarkt-Kampagne sprechen wir mehrheitlich Feriengäste aus den umliegenden Feriendestinationen wie Arosa-Lenzerheide oder Flims-Laax an. Diese Gäste verbringen ihre Ferien in unmittelbarer Nähe zur Alpenstadt und wir möchten sie ganz gezielt nach Chur locken für Tagesausflüge (Shopping, Kultur und Genuss). Unser Alpenstadt Magazin wird als wichtiger Bestandteil dieser Kampagne in sämtlichen Destinationen an Hotels und weitere Stellen distribuiert. Weiter haben wir Screen-Werbung in Postautos und Ortsbussen der Destinationen sowie Plakate auf den Anreisestrecken in die Destinationen platziert.

Wachstums-Märkte

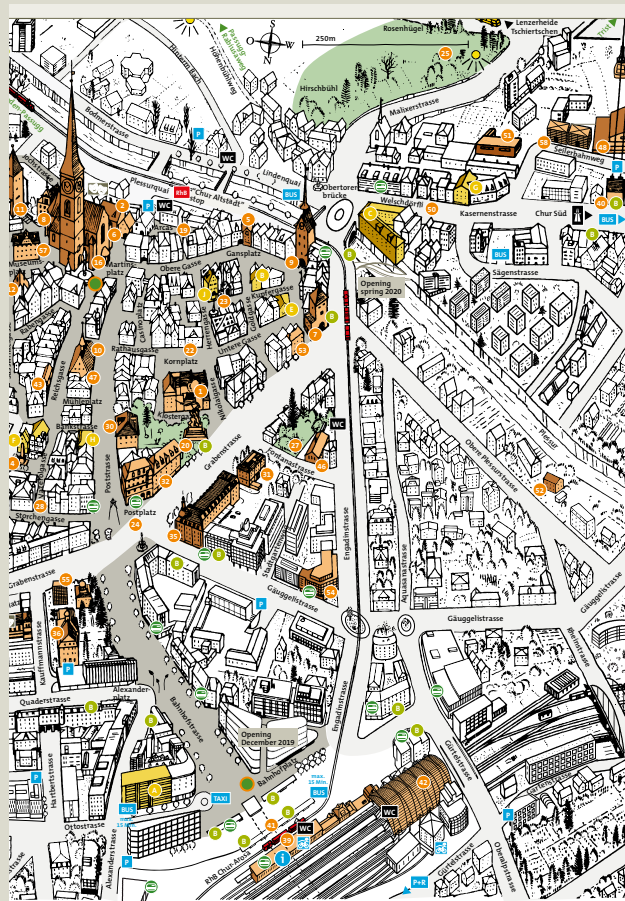
Nebst der Kommunikation über die internationale Städtekampagne von Schweiz Tourismus haben wir im 2019 eine mehrgleisige Märktekooperation für den Wachstumsmarkt China lanciert. Schweiz Tourismus hat uns in die Städtekampagne und in die digitale Marketingkampagne integriert. Die Rhätische Bahn hat Chur aktiv bei den wichtigsten Reiseveranstalter-Messen und bei Verkaufsgesprächen in China und Singapur integriert. Und China Connect hat uns auf dem eigenen Veranstaltungsportal



sowie bei Verkaufsgesprächen integriert, unterstützt bei der Erstellung des neuen chinesischen Stadtplans sowie Chur bei der Reiseveranstalter-Studienreise in Graubünden (mit Davos und Arosa zusammen) eingebaut. Weiter haben wir im aktuell stärksten Wachstumsmarkt USA eine Kooperation für eine breit angelegte digitale Marketingkampagne für den Zeitraum Dezember 2019 bis Februar 2020 realisiert. Beide Märkte-Kooperationen sind in enger Zusammenarbeit und Unterstützung mit hotellerieuisse Chur und Umgebung aufgegleist und umgesetzt worden. Michael Christ, Leiter Marketing & Sales, hat Chur zudem wiederum am grössten



Reiseveranstalter-Anlass in der Schweiz vertreten, dem Switzerland Travel Mart. An zwei Tagen hat er dabei 48 Termine wahrgenommen und konnte mehrere konkrete neue Kontakte mit führenden Veranstaltern, vorwiegend aus Asien und Nordamerika, knüpfen.



Chur - Chur - Chur

搭索伯尔尼纳快线或冰川快车，从库尔出发探索格劳宾登州的山地景观，这般的喜马拉雅级联合国教科文组织列为世界遗产。

无论您是前往达沃斯 - 克洛斯特斯或圣莫里茨等时尚的温泉度假，还是前往阿罗萨或伦策海德等休闲目的地，都可从这莱茵之城市乘坐火车或巴士轻松抵达。

库尔也是瑞士唯一的一个在当布兰姆布拉斯希布路白山滑雪场自己的冬季和夏季运动区的城市，与市区间有缆车连接，交通便捷。

值得一游！

千万不要错过这座阿尔卑斯山城市的文化遗产！库尔是一个重要的主教辖区，罗曼什语区的中心，也被认为是罗曼什最古老的城市。特别值得一提的是主教府，圣莫里茨大教堂及其三个中殿以及老城区保存完好的建筑。

无论您是当地向导或是使用音频导览，都可以让您了解有关这座阿尔卑斯山城市许多有趣的历史和文化故事。作为格劳宾登州的首府，它的三个博物馆拥有无数精彩阿尔卑斯山文化的华丽收藏品。

地中海风情

无车的老城区，狭窄的街道，吸引游客享受悠闲地购物和漫步。美食家们会爱上这里丰富的咖啡屋，珍藏着温暖的阳光，130多家餐厅给予小城无与伦比的地中海氛围。

- Culture & Leisure
 - Birth house of Angelika Kauffmann (see over)
 - Cinema: Quader, Studio, Stadthof
 - Musée
 - Former postal carriage building
 - Municipal gallery
 - Stadthalle
 - Chur Theater / Cantonal Parliament (see over)
 - Veitshof (see over)
 - Levy
 - Lia Rumantscha
 - Adventure Rooms
 - Old Auditorium
- Museums (Museums are open from 10am - 5pm, 10am - 6pm)
 - Museum of Fine Arts (see over)
 - Museum of Natural History (see over)
 - Rhätian Museum (see over)
 - Roman Excavations, Veitshof (see over)

Ausschnitt neuer Chinesischer Stadtplan

Sales & Marketing

E-Marketing

Website

Fast eine halbe Million Besucher sowie rund 2 Millionen Seitenaufrufe im 2019 unterstreichen die Bedeutung unseres Webportals und bestätigen, dass die 2018 neu lancierte Lösung sehr gut ankommt bei den Besuchern. Wir investieren sehr viel Arbeit, auf unserem Webportal ständig aktuelle und interessante Informationen zu bieten und diese in einer visuell möglichst ansprechenden Art und Weise auf allen Endgeräten zugänglich zu machen.

Social Media

Die starken Zuwächse an Follower / Abonnenten auf unseren sozialen Medien (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) im 2019 bestätigen die zunehmende Bedeutung dieser Kanäle. Auf Facebook erreichen wir mit den erfolgreichsten Inhalten regelmässig über 10000 Personen. Der absolute Rekord war im 2019 aber das Video, wo die Stadtpolizei ein Hirschrudel über die Strasse begleitet hat; diesen Beitrag auf unseren Facebook und Instagram Kanälen haben über 200000 Personen gesehen und es gab über 30000 Interaktionen darauf. Im 2019 haben wir folgende Meilensteine erreicht: Facebook über 10000 Abonnenten. Instagram über 5000 Follower. Twitter über 3000 Follower.

Marketingmandate

Seit mehreren Jahren begleiten wir im Mandat weitere Partner und Leistungsträger bei der Vermarktung ihrer Angebote. So wurden unter dem Lead von Chur Tourismus auch im 2019 die Marketingmassnahmen für die Chur Bergbahnen, die Sportanlagen Chur, das Torculum sowie die Dreibündenstein Kooperation umgesetzt. Hinter jeder Kooperation steht jeweils ein eigener Webauftritte, Broschüren und umfassende Marketingmassnahmen. Neu lanciert wurde zudem das Marketingmandat mit Tschierschen; somit begleiten wir auch «das schönste Bergdorf in Graubünden» seither bei der Marketingplanung und -umsetzung.



neues Willkommensschild

Medienreporting

22 Medienmitteilungen versendet

33 Medienreisen mit 97 Teilnehmern aus 14 verschiedenen Ländern betreut

4 FamTrips (Studienreisen) mit 136 Teilnehmern aus 3 verschiedenen Ländern begleitet

Reichweite über 10 Mio.

Die Medienarbeit spielt als Kommunikationsinstrument eine entscheidende Rolle. Dies gilt sowohl im Bereich der klassischen Imagebildung, dem Public Relation als auch für die Unternehmenskommunikation sowie im Bereich der konsequenten Markenbildung. Die PR- und Medienarbeit ist eines der effektivsten Instrumente in der Ansprache von potenziellen Chur-Touristen und ermöglicht uns mit einem überschaubaren Mitteleinsatz eine grösstmögliche Wirkung. Sie ermöglicht uns die Vermittlung vielfältiger Inhalte (Image, Produkte, Botschaften). Im vergangenen Jahr legten wir daher

wiederum grossen Wert auf gute und breit gestreute Berichterstattungen, entweder unserer eigenen Medienmitteilungen oder aber von Beiträgen von Journalisten, welche wir vor Ort betreuten. Zu diesem Sektor zählen wir ebenso die Studienreisen von Touroperatoren. Ziel für diese sogenannten FamTrips ist, Chur im besten Licht zu präsentieren, sodass diese dann später in den Reisebüros Chur authentisch verkaufen. Eine spannende TV Präsenz erreichten wir mit dem SRF Format «mini Schwiiz, dini Schwiiz», wo unser Herzblut Churer, Hubi Pazeller, die Alpenstadt bestens präsentierte.

Eine kleine Auswahl, Beispiele:

Medienreise vom 25.07.2019 mit 3 Journalisten aus der Schweiz

Beitrag im Printmagazin Spot Magazine mit einer Auflage von 15000 Stück

Dreibündenstein Erlebnis
Raus aus dem Alltag!

Chur | Man muss nicht in die Ferne schweifen, um gemeinsamen besonderen Stunden zu erleben! Das beweist der Tagesausflug von Angela und Steve auf den Dreibündenstein.

Zum zehnjährigen Jubiläum machten sich Angela und Steve, ein Paar aus Zürich, das ultimative Geschenk: Zeit zu zweit. Ohne Kinder im Schlepptau wanderten sie von Malton auf den Piz Beverin, einen der bekanntesten Aussichtspunkte Graubündens. Seltener hoffen sie auf eine Fortsetzung.

Als es nun endlich soweit ist, soll die Welt nicht mehr sein. Ein knapper Tag steht zur Verfügung, sonst sollte der Zuteufel nicht allzu grins und die Tour lieber gerundet als übermässig herausfordernd sein. Eine schöne Aussicht ist dennoch ein Muss.

Ein kurzes Durchstreifen der Angebote auf der Freizeitszene der SBB bringt die Osterferien: Das Dreibündenstein Erlebnis! Obacht! Angela und Steve von Chur aufgewacht ist, hat sie die Wanderung zum historischen Monument noch nie abgelehnt. Die perfekte Chance also, um das nachzuholen – besonders in Kombination mit dem «Chur Lunch-Sack» nicht im RailWay-Kombi-Angebot enthalten! Gestellt mit Sünder Spezialitäten aus der Produktion der Hengstler-Stiftung/Reis, demnach über Chur Tourismus für CHF 45 in Voraus bezahlen kann.

Das RailWay-Kombi-Angebot ist schnellgekauft und schon wenige Tage später entschlossen Angela und Steve mit der Brandbräschbahn auf den gleichnamigen Haulweg von Chur, die erste Station mit einer modernen Luftseilbahn, die zweite in einer rustikal-schönen Gondel. Der Kontrast der beiden Bahnen bietet den perfekten Übergang vom Gossensattel in eine völlig andere Welt, die sie nun auf 1950 m ü. M. erreicht. Braungelbte Hölzer säumen das Hochplateau. Blumenfelder des Weizen wechseln sich mit dunklen Wäldern und sorglosen Wäldern ab. Die Landschaft wirkt beruhigend, fast dazu ein, den Blick in die Tiefe schenken zu lassen. Und es kommt sich! Unten leuchtet das Plättchen in der Morgensonne.

Seit den 1950er Jahren ist Brandbräsch öffentlich erschlossen und im Sommer wie Winter ein beliebtes

Ausflugstipp: Zentrale Mountainbike-Trail, Bikes, Wanderwege, Spazieren, Flusstour und gemütliche Pausen sind zu erwarten. Für Angela und Steve steht der erste Teil ihrer Tour vom Hochplateau Brandbräsch durch malerische Auen zur Malverp. Einmal einen Hang umrunden, erreichen sie den kleinen Spitzweg, wo ein Aussichtspunkt mit Bäumen zur Hand liegt. Haben sie vorher vor ihnen die Berge rund um Arosa und Lenzerheide im Blick, so eröffnet sich nun eine spektakuläre Aussicht auf die gegenüberliegende Seite mit Tod, Calanda und Pignatelli. Entdecken und auch die Phänomene der Gebirgsbildung zu erleben. Den Gipfel des UNESCO-Weltkulturerbes Sion ist später auf dem Furggubel, dem höchsten Punkt der Wanderung, eine zweiteilige Panoramatafel gewidmet.

Doch die Wirkung ist der Dreibündenstein auf 2'100 m ü. M., gemeinsamer Grenzpunkt der ehemaligen drei rätischen Bünde und einesseits Denkmal zu Ehren der Freiheitskämpfer Graubündens. Mit seiner schönen Rundumsicht der perfekten Ort, um mit einem Punkt auf den Gipfelberg auszuweichen und sich mit Hochschülern aus dem «Chur Lunch-Sack» zu verbinden, bevor es durch eine aussergewöhnliche Waldschneefeldschicht ins Bergtal führt und von dort mit der Gondel nach Malton und weiter nach Chur geht. Am Ende des Tages ist sich das Paar einig: Einen Tag wie heute können sie sich wieder!

Wanderstipp - Dreibündenstein Erlebnis
Chur - Brandbräsch - Malverp - Dreibündenstein - Piz Beverin - Chur
Strecke: 12 km / Dauer: 2-3 h
Aufstieg: 750 km / Abstieg: 300 km
Wanderstipp: mittel / Technik: mittel

Viel Auswahl für wenig Geld!
Insgesamt 50 RailWay-Kombi Angebote sind unter dem Titel «Sommer Aktiv» zusammengefasst. Unter anderem stehen zahlreiche Wanderungen zur Auswahl, darunter auch anspruchsvolle Passenrouten, gemütliche Familienwanderungen und aussergewöhnliche Wanderungen am Wasser.

Für Hahnenjäger
Wer es gerne anspruchsvoll mag, kommt auf Touren wie der Sommerwanderung, dem Wandern im Roms-Landweg oder dem Gerni-Wandern auf seine Kosten.

Für Familien
Für die ganz kleinen Wanderer sind zum Beispiel die Wanderung im Kletterpark-Blockhütte oder die Hahnenjäger-Wanderung.

Für alle
Aussergewöhnliche Wege am Wasser finden Sie hier: zum Beispiel auf Malverp-Frutt, auf den Piz Beverin oder in der Rätischen Auen.

Alle Kombi-Angebote finden Sie hier:
stb.ch/kombi-aktiv
stb.ch/wandern

LET'S GO Explore

Chur - Brandbräsch - Malverp - Dreibündenstein - Piz Beverin - Chur

Strecke: 12 km / Dauer: 2-3 h
Aufstieg: 750 km / Abstieg: 300 km
Wanderstipp: mittel / Technik: mittel

Stb.ch/kombi-aktiv
Stb.ch/wandern

Medienreporting

Medienreise vom 20.01.2019 mit 6 Journalisten aus Österreich

- Beitrag am 04.03.2019 auf der Website «gutereise.eu»
- Eintrag im Printmagazin «Gute Reise» mit einer Auflage von 60 000 Stück
- Facebook Beitrag am 01.05.2019 auf «Gute Reise» mit 2 340 Follower



Chur ist der Hauptort des Kantons Graubünden. © Chur Tourismus

SOUTH BESS / FOCUS - / FOCUS

Chur: Von Bischöfen und Steinbockschmugglern

Christian-Peuck / Reuters, 2018

Viele Mittel-Schweizer kämpfen mit der korrekten Aussprache des Namens Chur. Die Stadt ist der Hauptort des Kantons Graubünden und die älteste Stadt der Schweiz. Umgeben bietet Chur ein abwechslungsreiches Paket zwischen Kultur, Sport- und Naturerlebnis.

Die Churer sind stolz auf ihre Geschichte. Kein Wunder, ist der Ort doch die älteste Stadt der Schweiz. Es ist nachgewiesen, dass schon 11 000 vor Christus Menschen in Chur gelebt haben. Durchgängig besteht ist die Stadt seit mindestens 5 000 Jahren. Seit 1800 Jahren ist die Bischofsstadt und zwar einer der ältesten überhaupt.

Durch seine Lage an einer der wichtigsten Nord-Süd Routen durch die Alpen, nahe bedeutender Flüsse wie dem San Bernardino-Fluss, ist Chur seit dem Mittelalter ein kulturelles Zentrum. Davon zeugen einige Sehenswürdigkeiten seiner Natur wie das Domkloster oder das ehemalige Domstiftskloster St. Nikolai.



Innenansicht der Kathedrale. © Chur Tourismus

Der goldene Hochaltar

Highlight ist aber die Kathedrale St. Maria Himmelfahrt, 1272 fertiggestellt, drücken diverse Bischofsteile dem Bau ihren Stempel auf. Die Krypte und der erhöht liegende Chor sind sehenswert, ebenso die hochwertigen Fresken. Die Verzierungen sind lebendig und das geschulte Auge kann etliche Entdeckungen machen, etwas diverse Scherereien, die zu den Skulpten hinzugefügt wurden und als Symbole für die Wiedergeburt stehen. Die Kathedrale gilt als Ort der Aufmerksamkeit, weshalb sich einige der Bischofsteile hier beenden oder sogar einbauen lassen. Die große Sehenswürdigkeit in der Kathedrale ist unumstritten der Hochaltar. Das spätgotische Meisterwerk von Jakob Ruck wurde handgeschnitten und mit 24 Karat verguldet.



Hier liegen Spuren findet man vorwiegend in Chur. © Chur Tourismus

Geburtsort von HR Giger

Die Bischofs wurden Ende des 15. Jahrhunderts ihrer weltlichen Macht entbunden. Stattdessen dominierten von da an die Zünfte, etwa Bäcker und Schmiede, in Chur. Das war die Wende zur Neuzeit und einste der Weg für die Modernisierung. Heute kennt man die Stadt als einen der Hotspots für zeitgenössische Schweizer Kunst. So war Chur Geburtsort des bildenden Künstlers HR Giger, den man als Schöpfer der Filmfiguren Alien und als Oscar-Preisträger kennt. In Chur zeugen Statuen sowie eine Giger-Wall von großen Werten der Stadt.

Ähnlich wie die Nachfahren, sollte sich nicht von der Bescheidenheit und Kulturorientierung der 31 000 Einwohner-Stadt lassen lassen. Mit den dynamischen und abwechslungsreichen Graubünden Zürich und Basel kann die Altstadt natürlich nicht konkurrieren. Chur ist aber bekannt für seine hohe Lebensqualität. In der Augenernte vom Komplex bis zum Weichholz gibt es viel zu sehen und das ist die Kiste in die Hand.

Der Stadtrat Vetschdorf ist das Zentrum der rätoromanischen Sprache, die im Kanton Graubünden von fünf Prozent der Bevölkerung gesprochen wird. Von hier kommt der Begriff Kaudenweilch. Vetsch war eine Bezeichnung für die rätoromanische Sprache. Wenn man Martin Luther glauben darf, entstand Kaudenweilch aus dem Wort Churer Vetsch.



Das Innenraummuseum © Chur Tourismus

Malerische Bergwelten und urige Dörfer

Kultur ist eine Säule des Churer Tourismus. Die Landschaft sowie die Natur sind eine weitere. Chur liegt an der Rhätischen Bahn und ist Station der weltberühmten Bergbahnen Bernina und Glacier Express. Die atemberaubende Bergkulisse lockt jährlich eine Vielzahl an Touristen an, darunter viele Adressen. In Japan, Korea und China ist die Schweizer Alpenkulisse eine echte Bekanntheit.

Spannend ist auch der Churer Agnetenturm. Hinter dem Namen verbergen sich natürlich keine Schlingentiere mit schwarzgewichtigen Schweizer Schwingen. Vielmehr erstreckt der älteste Turm in die Dörfer und Bauernhöfe rund um Chur. Die Bündner Weindörfer sind besonders zu empfehlen, romantische Angebote wie Kutschfahrten oder Übernachtungen in Stroh- und Schilf-Fass bringen die urige Schweiz ganz nah. Tipp für Weinliebhaber: das Weinstadtmuseum in Chur.



Denk behender Schmuggler lebt der Steinbock heute wieder in Chur. © Chur Tourismus

Sport zu jeder Jahreszeit

Die Gegend rund um Chur ist auch ein beliebtes Ziel für Wanderer. Das materische Rheintal erhebt sich großer Beliebtheit und der nahe Nationalpark, der älteste Mitteleuropas, ist ein atemberaubendes Naturerlebnis. In Chur ruht man sich gerne der Steinböcke, die dort leben. Das Tier war in Graubünden eigentlich schon ausgestorben. Darum bemüht sich die Bündner, dem kantonischen König Viktor Emmanuel II. Anfang des 20. Jahrhunderts ein paar Exemplare abzukaufen. Da der König aber auf nur schaffte, schmuggelten die Schweizer kurzerhand Steinböcke über die Grenze. Heute leben im Nationalpark wieder 300 Exemplare.

Wenden kann man aber nicht nur im Sommer. Im Winter sind die Berge rund um Chur Schneesportplatz zahlreicher Schneeschuhwanderungen. Vor allem der Churer Neuwald, der Eisbündnerstein, hat sich als Hotspot positioniert. Die Schneeschuhwanderns Graubündenstein verbindet die drei beliebtesten Brandbräse, Felts und Pradach. Die brandigen Crossbikes kommen hier auch nicht zu kurz. Crossbikes sind eine Mischung aus Schneeschuh und Ski, die sowohl zum Gehen als auch zum Gleiten geeignet ist. Chur nennt hier eine Vorstempel ein.



Die nahen Skigebiete machen Chur zum touristischen Komplettpaket. © Chur Tourismus

Skigebiete in unmittelbarer Nähe

Der Brandbräse ist auch der Hausberg der Churer und das nächstgelegene Skigebiet. Dank der Brandbräsebahn ist das in wenigen Minuten erreichbar und führt auf bis zu 2 300 Meter über den Meeresspiegel. 26 Kilometer Harterwegessen bieten reichlich Platz sich auszuüben.

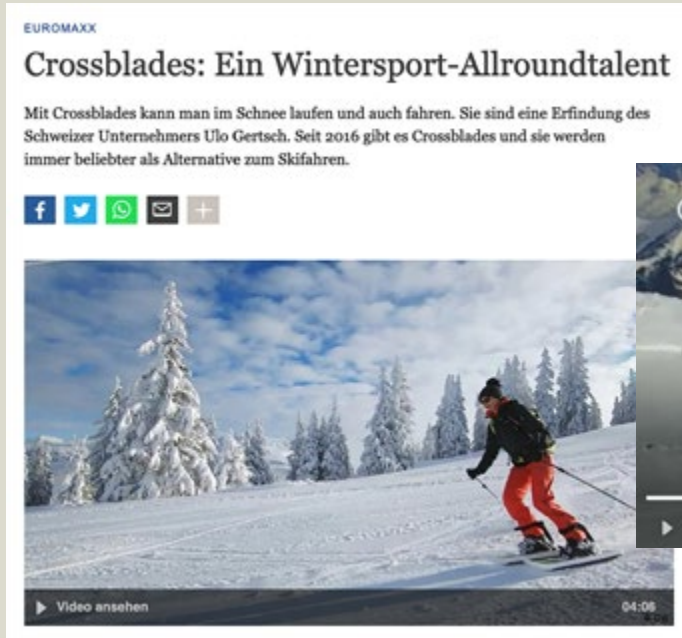
Auch die Skigebiete Ansee Lenzenheide und Flins-Lass sind schnell erreichbar. In sämtlichen Gebieten gibt es die Chemos, Seilbahnen zu machen, zu roben oder auch dem Langlaufen zu Flins.

Das war es aber noch nicht mit dem Sportangebot. Von Klemm über Nordic Walking bis zum Schwimmen im Spornzentrum deckt Chur den gesamten alpinen Erlebnisbereich ab. Mehr Infos zum Angebot finden Sie unter diesem Link.

In wenigen Minuten vom Museum auf die Platte und ebenso schnell wieder retour zum Agens in der Noppen-Bar. Chur holt alles aus seiner geografischen Lage heraus und vereint Kultur, Natur und Sport in einem attraktiven Paket der kurzen Wege.

Medienreise vom 07.01.2019 mit einem Journalisten aus Deutschland

- Ausstrahlung am 27.01.2019 auf dem TV-Sender Deutsche Welle
- In Deutschland rund 400 000 Zuschauer, weltweit mehrere Millionen (Übertragung zusätzlich in Arabisch, Englisch, Französisch und Spanisch)



Medienreise vom 08.–09.01.2019 mit zwei Journalisten aus Schweden

- Beitrag im Printmagazin Vagabond Travel Magazine mit einer Auflage von 30 000 Stück im Herbst 2019
- Beitrag am 25.09.2019 auf der Website vagabond.se



Facts & Figures



Internetpräsenz

www.churtourismus.ch
450 000 Besucher
2 Mio. Seitenaufrufe



Gästenewsletter

1450 Abonnenten



Regionales Infozentrum (RIZ)

42 818 Besucher



Übernachtungen in Chur

215 528 Logiernächte
+ 8.1 %



Audio Guide

334 Ausleihen



TOMAS Buchungssystem

189 Buchungen
469 Logiernächte



Chur Tourismus

407 Mitglieder



Gastro(s)pass

4 800 Pässe verkauft
(Januar – April 2019)



1 081 Stadtführungen

> 16 000 Teilnehmer
> 25 versch. Themenführungen
21 Guides



Diverse Drucksachen

> 210 000 Auflage



Kulinarik Touren

122 Buchungen
631 Personen



Gruppenangebote

95 Buchungen
1 281 Teilnehmer



Facebook

10 000 Abonnenten



Instagram

5 000 Followers



YouTube

130 000 Aufrufe



Twitter

3 000 Followers

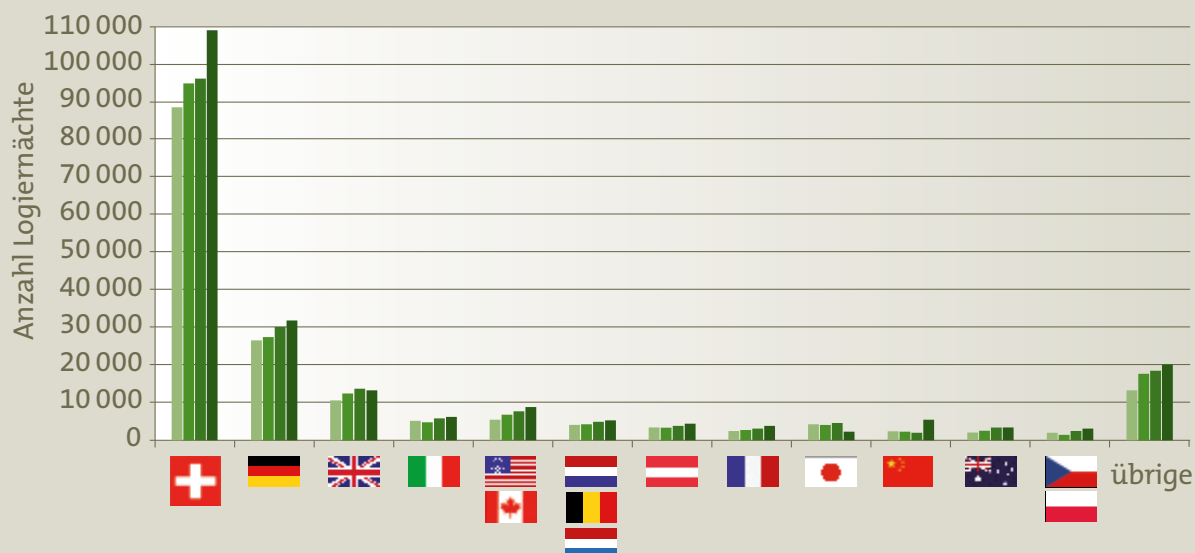


Medien

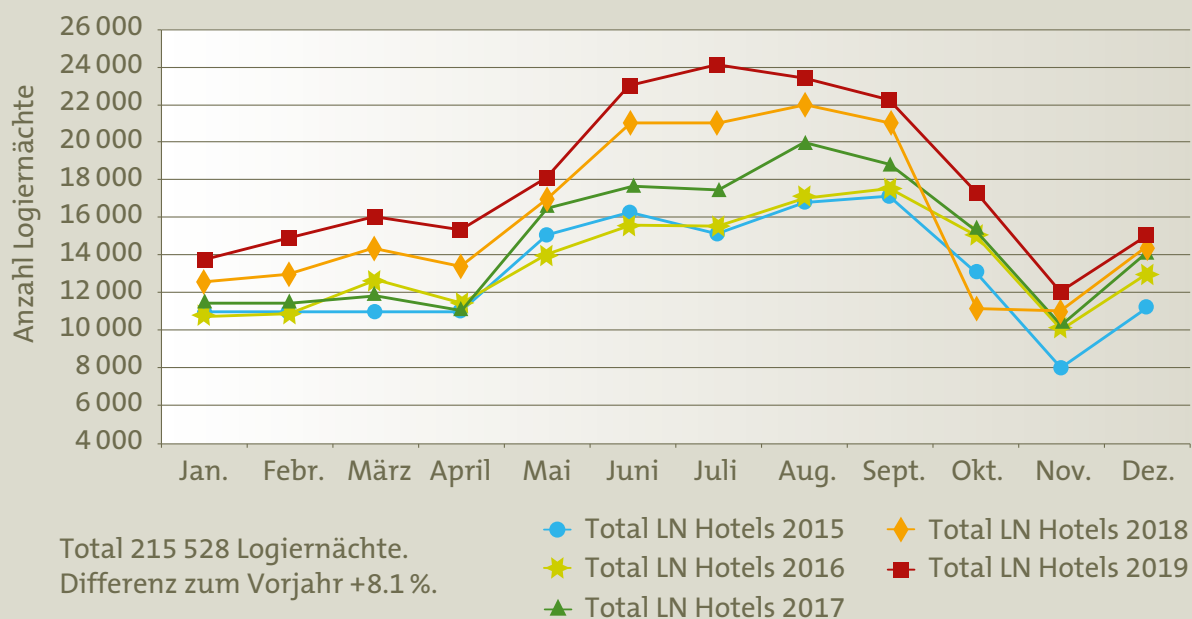
100 Journalisten
33 Medienreisen

Statistiken

Gästeherkunft Chur und Umgebung Quelle: BFS (Hesta)



Logiernächte Entwicklung Stadt Chur Quelle: eigene Erhebung



Bericht zu Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2019	Budget 2019	Abw. Budget	Rechnung 2018
Ertrag				
Mitgliederbeiträge	125 750	132 000	–6 250	127 495
Logiernächtetaxen Stadt	353 691	305 000	48 691	330 719
Beitrag Stadt Chur	380 000	380 000	0	380 000
Beitrag Agglomeration Chur	120 804	120 000	804	80 333
Ertrag aus Gruppen-Reisen	185 378	140 000	45 378	130 866
Ertrag aus Stadtführungen	201 970	185 000	16 970	191 754
Ertrag aus Pauschalen	25 746	15 000	10 746	33 269
Ertrag aus Events / Kongressen / Seminare	58 187	45 000	13 187	33 549
Ertrag aus Kooperationen	1 978	5 000	–3 022	7 688
Kommerzielle Erträge RIZ	62 826	49 800	13 026	146 924
Ertrag Hotel Werbepool	56 324	60 000	–3 676	51 813
Partner-Beiträge für Aktivitäten	703 255	827 500	–124 245	223 020
Übrige Erträge / Strukturreform	82	0	82	0
Erlösminderungen	–1 722	–1 000	–722	–9 390
Total Ertrag	2 274 269	2 263 300	10 969	1 728 040
Aufwand				
Fremdleistungen Gruppen-Reisen	156 282	100 000	56 282	105 350
Fremdleistungen Stadtführungen	45 475	35 000	10 475	36 608
Fremdleistungen Pauschalen	13 719	10 000	3 719	19 352
Kommerzieller Aufwand RIZ	6 358	3 300	3 058	5 713
Vorleistungen Events / Kongresse Seminare	53 454	50 000	3 454	78 968
Personalaufwand	831 503	796 700	34 803	788 195
Raum-Aufwand	83 856	88 700	–4 844	83 111
Allgemeiner Betriebsaufwand	101 835	77 900	23 935	84 720
Verkaufs- und Infosysteme	28 040	26 200	1 840	30 835
Partnerkommunikation	27 094	23 300	3 794	21 063
Marketing-Aktivitäten	876 295	1 003 700	–127 405	401 818
Finanzerfolg	780	200	580	1 180
Rückstellung MwSt.-Vorsteuer	33 759	35 000	–1 241	32 338
Rückstellungen MwSt.-Revision	0	0	0	24 585
Struktur-Reform Kanton GR	5 000	5 000	0	5 000
Abschreibungen	2 950	7 950	–5 000	2 950
Total Aufwand	2 266 401	2 262 950	3 451	1 721 786
Ertrags-/ Aufwandüberschuss	7 868	350	7 518	6 254

Bezeichnung	Rechnung 2019	Rechnung 2018
Aktiven		
Kasse	6735	7037
Post	36378	27355
Bank: GKB	160158	150059
Prämienkonto PK	2777	384
Debitoren	88524	168429
Delkredere	-8400	-8400
Centenarfeier	0	3587
Debitor Vorsteuern	21575	21886
Lager-Vorräte	17944	12003
Transitorische Aktiven	62000	57202
Vorauszahlungen Kreditoren	7972	27928
Möbilen und Büromaschinen	18199	21149
Total Aktiven	413861	488619
Passiven		
Kreditoren	116970	116689
Kreditor ESTV Bern	43586	51481
Rückstellungen MwSt.-Revision	10000	10000
Rückstellungen Projekte	25000	0
Transitorische Passiven	195397	295410
Eigenkapital	22909	15039
Total Passiven	413861	488619

Das Vereinsjahr 2019 schliesst mit einem Ertragsüberschuss von CHF 7868 ab. Der Gewinn wird dem Eigenkapital zugewiesen.

Erfolgsrechnung

Mit einer überschaubaren Abweichung gegenüber dem Budget konnten die finanziellen Ziele gemäss der Balanced Score Card light entsprechend erfüllt werden. Zu bemerken ist, dass die Budgetierung Gastro(s)pass, sowohl auf der Ertrags-, als auch auf der Aufwandseite mit rund 161 000.00 (Konto «Marketing Aktivitäten») bzw. 168 000.00 (Konto «Partner Beiträge») zu hoch budgetiert wurde. Mehrerträge konnten während dem Jahr direkt in kurzfristige Marketingmassnahmen investiert werden. Die Lohnaufwände schlossen aufgrund personeller Veränderungen und Abgrenzungen von Überstunden sowie nicht bezogenen Ferien höher ab als budgetiert. Die Position Strukturreform Graubünden führt den Beitrag auf, welchen Chur Tourismus im Rahmen des kantonalen Projekts «grhome / Faszination Tourismus» als Partner leistet.

Bilanz

Chur Tourismus ist liquide und verzeichnet per Ende des Vereinsjahres ein Eigenkapital von CHF 22 909.00. Im Wesentlichen handelt es sich bei den Transitorischen Passiven um die Rechnungsabgrenzung der Gastro(s)pässe. Das Konto der Centenarfeier wurde aufgrund Projektabschluss aufgehoben. Da die Projektkosten bezüglich AudioGuide und Gästekarte noch unklar sind, wurden entsprechende Rückstellungen hierzu erstellt.

Kennzahlen

- Marketinganteil am Aufwand 41 %
- Anteil Raumkosten am Aufwand 4 %
- Personalanteil am Aufwand 37 % (inkl. Stadtführer-Team)
- Ertrag pro Schalterkontakt CHF 5.60

Leonie Liesch
Chur Tourismus

Revisionsbericht

Verein Chur Tourismus

An die Generalversammlung
Verein Chur Tourismus

Chur, 20. April 2020

Bericht der Revisionsstelle

Sehr geehrte Damen und Herren

Als Revisionsstelle haben wir im Sinne von Art. 13 der Statuten des Verein Chur Tourismus die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Die Revision umfasste analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim Verein vorhandenen Unterlagen. Wir beurteilten die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Die Prüfung der Jahresrechnung hat ergeben, dass

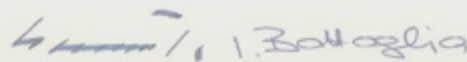
- die Bilanz und die Erfolgsrechnung mit der Buchhaltung übereinstimmen
- die Buchhaltung ordnungsgemäss geführt ist und die Vermögenswerte ausgewiesen sind.

Die vorliegende Jahresrechnung schliesst mit einer Bilanzsumme von Fr. 413'860.94. Das Eigenkapital beträgt Fr. 22'908.51.

Die Erfolgsrechnung schliesst mit Einnahmen von Fr. 2'274'269.05 (Voranschlag Fr. 2'263'300.-) und Ausgaben von Fr. 2'266'400.97 (Voranschlag Fr. 2'262'950.-) mit Mehreinnahmen von Fr. 7'868.08.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung Gesetz und Statuten. Wir empfehlen Ihnen, die Jahresrechnung 2019 zu genehmigen.

Freundliche Grüsse
Die Revisionsstelle



Christian Clement
Betriebsökonom dipl. oek.

Iris Battaglia
Sachbearbeiterin Finanzen und
Steuern Stadt Chur bis 31.12.2019

Organe

per 31. Dezember 2019

Vorstand

Präsident	Rico Monsch
Vize-Präsident	Kurt Künzli (Hotellerie und Gastronomie)
Vertreter der Stadt Chur	Helena Mettler (Leiterin Kulturfachstelle Stadt Chur)
Weitere Mitglieder	Jon Andrea Schocher (Strategie / Forschung), Vera Stiffler (Marketing / Kommunikation), Manfred Kürschner (Verkehr / Umwelt), Claudio Casutt (Handel & Gewerbe)

Geschäftsstelle

Direktorin	Leonie Liesch
Leiter Sales & Marketing	Michael Christ (80 %)
Marketing	Katharina Schreiber Karin Bächer
Gästeberatung	Ruth Moser-Zuber (80 %) Marlen Helmi-Brunold (40 %) Karin Senti (40 %) Alejandra Schircks (Praktikantin)
Stadtführungen	Livia Camenisch
Projekte / Mitgliederwesen	Alessandra Schwarz

Revisoren	Christian Clement, Iris Battaglia
------------------	-----------------------------------

Stadtführer (Freelancer)	Renata Bannwart, Imelda Grisch, Verena Gruber, Marlen Helmi-Brunold, Christian Ruch, Peter Laube, Hans Hürlimann, Renate Chudoba, Monica Andreoli, Claudia Meuli-Simon, Andreas Niedermann, Denise Haltner-Mocci, Ueli Jordi, Karin Senti, Caroline Lampert, Erika Hohenweger, Christoph Bucher, Eliane Barth-Poltera, Maya Crameri, Silvia Crosina und André Walder
---------------------------------	---

Beirat ReTO Chur

Präsident	Bruno Gantenbein
Vertreter Gemeinden	Erich Kohler, Domat/Ems / Gerda Wissmeier, Haldenstein / Lucrezia Furrer, Felsberg / Reto Loepfe, Rhäzüns / Oswald Sulser, Tamins / Elita Florin, Bonaduz

Chur Tourismus
Bahnhofplatz 3
Postfach 115
7001 Chur
Schweiz / Switzerland

Tel. +41 81 252 18 18
info@churtourismus.ch
www.churtourismus.ch



Schweiz.

graubünden