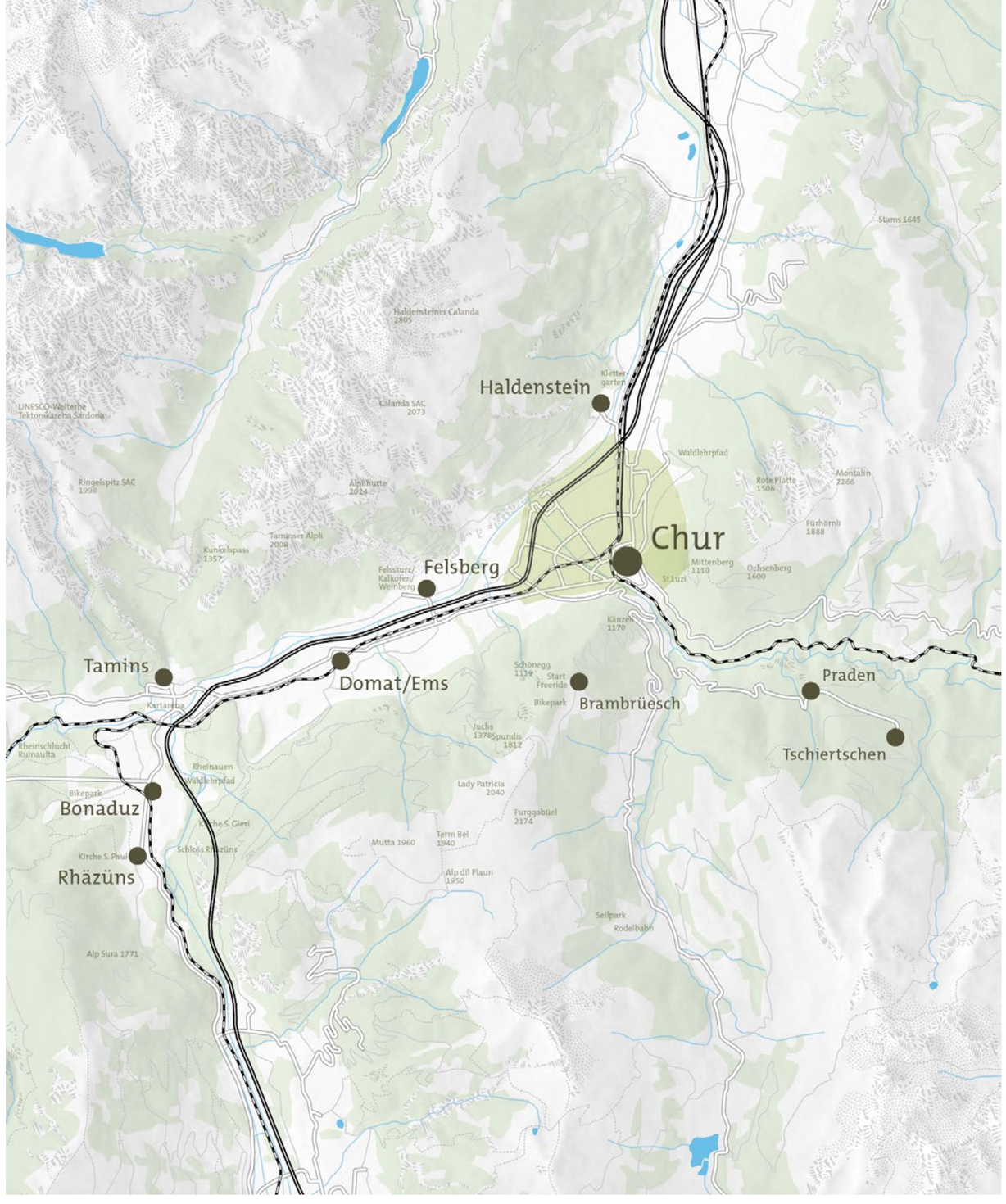
Chur

Jahresbericht

2022

Schweiz.



Inhaltsverzeichnis

4 Organisation
5 Bericht des Präsidiums
6 Strategie
9 Bericht Geschäftsführerin
10 Tourist Services und Erlebnisangebote
12 Sales und Marketing
16 Medienreporting
18 Facts & Figures
19 Statistiken
20 Bericht Finanzen
22 Revisionsbericht
23 Organe

Impressum

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

Grafik, Realisation: Hü7 Design AG, Thusis

© Chur Tourismus (April 2023)

Fotografen / Bilder
Mattias Nutt: Titelbild Jahresbericht
Yvonne Bollhalder: Bild Bericht Geschäftsführerin
Walter Schmid: Bild Kampagnen / Bergbahn Brambrüesch
RhB / Erik Süsskind: Bild Kampagnen / RhB
Armin Bearth: Bild Kampagnen / Fahrrad Brücke
Remo Demont: Sales & Marketing / Bergbahn Abend
Andre Meier: Sales & Marketing / E-City Guide

Organisation

Verein Chur Tourismus

Chur Tourismus ist die Regionale Tourismusorganisation (ReTO) für die Stadt Chur und die Gemeinden Felsberg, Domat/Ems, Bonaduz, Tamins und Rhäzüns. Weiter besteht eine Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde Churwalden sowie mit Tschiertschen. Die Tourismusorganisation ist verantwortlich für die Vermarktung, die Tourismusentwicklung sowie die Gästeinformation. Chur Tourismus beschäftigte 2022 neun Personen (820 %) und 25 freischaffende StadtführerInnen. Das Gesamtbudget beläuft sich auf rund 2 Mio. Franken.

Hauptaufgaben von Chur Tourismus:

- Chur Tourismus betreibt 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 Branche übergreifender Impulsgeber für Chur und die Umgebung gefördert wird, um die Logiernächte in den Churer Hotels 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.
- Chur Tourismus setzt sich für eine positive Standort- und Stadtentwicklung ein.
- Chur Tourismus fördert das Tourismusbewusstsein und die touristische Zusammenarbeit bei den lokalen Partnern und der Politik.

Mitglieder

Chur Tourismus lebt von seinen Mitgliedern und Leistungserbringern. Umso erfreulicher ist es, dass wir auf einen breiten Mix an Mitgliedern aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel und Dienstleistern zählen dürfen. Gemeinsam gestalten die 377 Mitglieder das Angebot der Tourismusdestination Chur aktiv mit.

Wir legen grossen Wert auf die gute Partnerschaft mit unseren Mitgliedern. Um den Dialog zu pflegen, versorgen wir die Mitglieder mit regelmässigen News und Möglichkeiten zum Partizipieren. Im Dezember 2022 wurde zusätzlich exklusiv für Mitglieder eine Adventliche Führung mit anschliessendem weihnachtlichen Apéro organisiert. Diese Anlässe sollen unsere Mitglieder miteinander vernetzen und neue Ideen und Projekte hervorbringen.

Partnerschaften von Chur Tourismus

Nationale Partnerschaften:
Schweiz Tourismus, Schweizer Tourismusverband, Verein Grand Train Tour, SBB/RailAway, Projektgruppe RheinGenuss, etc.

Kantonale/Regionale:
Graubünden Ferien, ITG Tourismus Graubünden, Rhätische Bahn, IG Brambrüesch, Bike Kingdom, Bergbahnen Chur-Dreibündenstein AG, öffentlicher Verkehr, Arosa Tourismus, Lenzerheide Marketing & Support AG, Flims/Laax Tourismus, Ruinaulta, Heidiland, Viamala, Somedia, Projektgruppen wie Dreibündenstein, Via Sett, Rhein und Golf, Zusammenarbeit mit Passugger, Kirchgemeinden und vielen weiteren Partnern

Lokale
Chur Bus AG, HotellerieSuisse Chur, Theater, Museen, IG Handel, Verein Altstadt Chur, Gastro Chur, Gewerbeverein Chur, Fachhochschule Graubünden, lokale Veranstalter, etc.

Webseiten

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

Wir leben Qualität:

QUALITY
Our Passion

Geschäftsbericht 2022

Bericht des Präsidiums

Im Frühling 2022 durften wir voller Vorfreude das Präsidium von Chur Tourismus übernehmen. Wir – dies stellt eine Neuerung bei Chur Tourismus dar – ein Co-Präsidium. Trotz mehrjähriger Vostandserfahrung war uns bewusst, welche Herausforderungen auf uns zukommen würden. Dies war mitunter der Grund, ein Co-Präsidium anzustreben und umzusetzen. Die Verantwortung und Kompetenzen konnten so besser aufgeteilt und das präsidiale Know-how verstärkt werden. Seite an Seite stellten wir uns zusammen mit unseren Vorstandskollegen Manfred Kürschner, Jago Leyssens, Victor Zindel und unserem neuen Geschäftsführer Marc-Andrea Barandun den anstehenden Herausforderungen.

Das Jahr war für uns ein sehr schwieriges und prägendes Jahr. Im Sommer 2022 mussten wir uns erneut mit der Situation befassen, dass es die Geschäftsführung nochmals neu zu besetzen galt. Dazu kamen die anstehenden Mandatsverhandlungen mit unseren Partnern und Leistungsträgern.

So haben wir uns im Vorstand nicht nur auf der strategischen Ebene engagiert, sondern haben im August 2022 sämtliche operativen Aufgaben der Geschäftsführung auf die Vorstandsmitglieder verteilt und eine interims Geschäftsführung gesucht. Organisiert in verschiedenen Ressorts haben sich alle Vorstandsmitglieder sofort bereit erklärt, die zusätzlichen Aufgaben zu übernehmen. Ein enormes zusätzliches Arbeitsvolumen, welches uns alle teilweise bis an die Grenzen gebracht hat. Jedes Vorstandsmitglied hat unglaublichen Einsatz geleistet und war stets im Vordergrund und Hintergrund für die Mitarbeitenden und Chur Tourismus da. Wir sahen uns mit ganz neuen Aufgaben konfrontiert, wie z.B. die Verfügbarkeiten von Bargeld in der Kasse, dem Kontieren von Rechnungen, dem Organisieren von Anlässen, Treffen mit Partnern oder dem Einstellen von neuen Teammitgliedern. Ohne die tolle Unterstützung des Teams in Zusammenarbeit mit dem Vorstand, wäre diese interims Lösung nicht umsetzbar gewesen. In Kürze konnte auch die Geschäftsführung ad interims mit Bruno Gantenbein besetzt werden, einem ausgewiesenen Tourismusfachmann. Bruno Gantenbein konnte dank seiner Erfahrung die nötige Ruhe sicherstellen und dem Team gleichzeitig auch die Perspektiven für die Weiterentwicklung von Chur Tourismus aufzeigen.

Gegen Ende des Jahres durften wir dann mitteilen, dass die Geschäftsführung neu besetzt werden konnte. Mit Renya Heinrich haben wir nicht nur eine Tourismusexpertin für uns gewinnen können, sondern auch eine Powerfrau mit tollen Ideen und viel Empathie. Sie wird zusammen mit dem Vorstand die strategische Ausrichtung im 2023 überarbeiten, das Team wieder einen und Chur Tourismus in eine erfolgreiche Zukunft führen. Davon sind wir überzeugt.

Eine weitere Herausforderung, welche höchste Priorität für uns hatte, war das Suchen nach einer neuen Lösung für das regionale Informationszentrum. Die Räumlichkeiten am Bahnhof müssen im Sommer 2023 aufgrund einer Umstrukturierung der SBB am Bahnhof geräumt werden. Diverse Räumlichkeiten und Möglichkeiten – kontrovers und konservativ wurden besprochen und geprüft.

Wir danken unseren Vorstandskollegen und dem Team für ihren enormen und ausserordentlichen Einsatz in einem turbulenten und herausfordernden Jahr. Der Dank gilt auch all unseren Partnern, Mitgliedern und Leistungsträgern, welche uns im 2022 unterstützt haben und danken dafür, dass sie über die eine oder andere «Panne» aufgrund der personellen Veränderungen hinweggesehen haben. Es ist nicht selbstverständlich, dass wir auf ein so tolles Umfeld zählen dürfen und wir überall auf offene Ohren, gute Ratschläge, Hilfestellungen und Support gestossen sind.

Ebenso danken wir der Stadt Chur, allen voran unserem Stadtpräsidenten Urs Marti und dem Stadtschreiber Marco Michel für die Unterstützung und das Wohlwollen, welches sie Chur Tourismus auch in diesem Jahr entgegengebracht haben. Ebenfalls bedanken wir uns bei den anderen Gemeinden der Regionalen Tourismusorganisation, Felsberg, Domat/Ems, Reichenau-Tamins, Bonaduz und Rhäzüns, für ihre Wertschätzung und die gute Zusammenarbeit.

Jon Andrea Schocher und Sandra Adank

Co-Präsidium Chur Tourismus

Strategie

Aufgrund der internen Wechsel im vergangenen Jahr und der Führungsvakanz wurde der Strategieprozess sistiert. Für 2023 werden die Arbeiten wieder aufgenommen, mit dem Ziel, ab Herbst 2023 die neue Strategie präsentieren zu können.

1. Dachstrategie

Die Strategie von Chur Tourismus kann anhand des Strategiehauses einfach dargestellt werden. Weiter dient die Abbildung auf der gegenüberliegenden Seite dazu, 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 als 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».

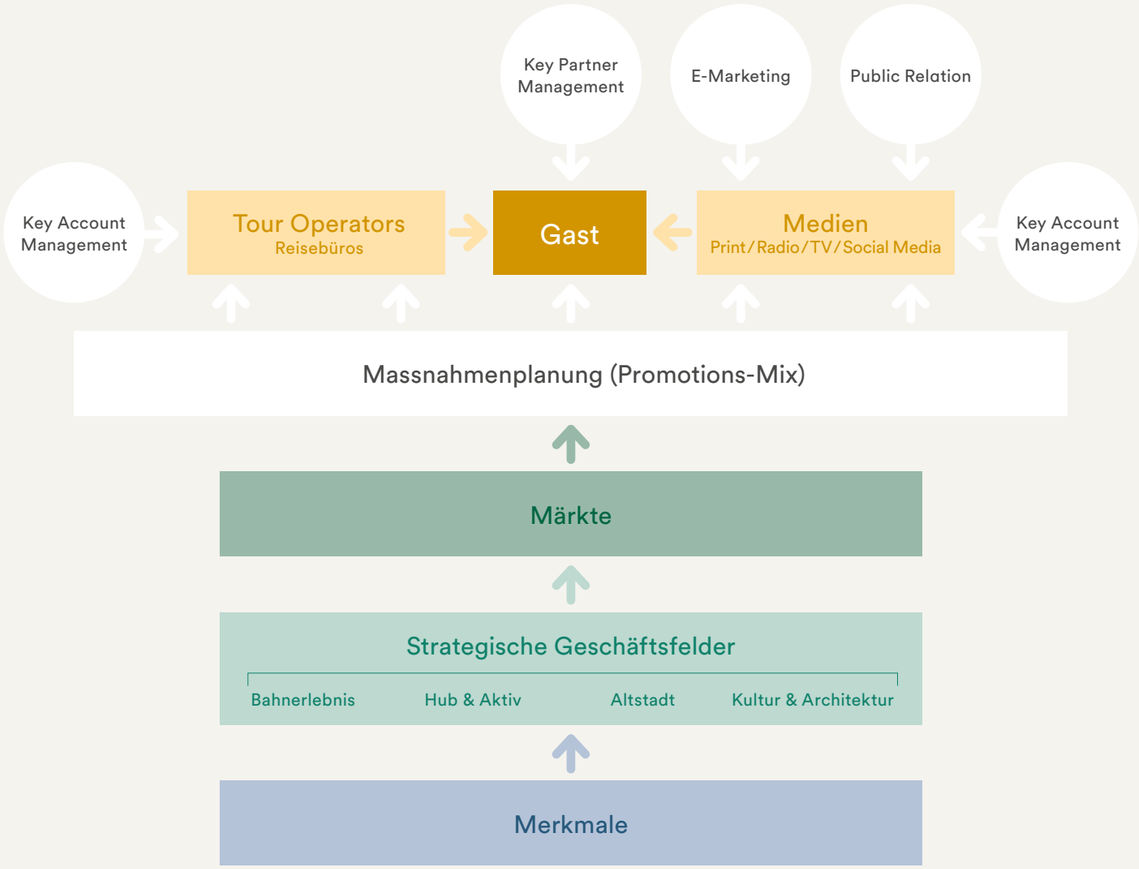
3. Marketingstrategie

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 Graubünden.
- 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 Geschäftsführerin

Seit Februar 2023 bin ich als Geschäftsführerin bei Chur Tourismus «an Bord» und freue mich sehr über diese spannende und herausfordernde Aufgabe. Chur Tourismus selber wurde im vergangenen Jahr durch interne Veränderungen geprägt, was nicht nur die Mitarbeitenden, sondern auch den Vorstand, den Geschäftsführer ad interim und Sie als Mitglieder und Partner gefordert hat. Wie das Leben spielt: Manchmal gibt es Stürme, danach aber auch immer wieder ruhigere und sonnige Wetterlagen. Wir haben gelernt, dass nach der Krise vor der Krise ist bzw. der Wandel die einzige Konstante bleibt in unserem hochagilen, sensiblen und doch so wunderschönen Business. Ich danke allen, die Chur Tourismus durch das turbulente und dennoch sehr erfolgreiche Jahr 2022 getragen haben. Und ich freue mich, zusammen mit Ihnen allen, gestützt von einem engagierten Vorstand und dank einem hochmotivierten und professionellen Team, den Tourismus in Chur weiterzuentwickeln. Wir wollen Chur im Jahr 2023 neu positionieren und vorwärtsschauen, dahin wo die Chancen und die Möglichkeiten liegen, dorthin, wo die Sonne scheint.

Logiernächte

Wir dürfen auf ein sehr positives Jahr zurückblicken, was die Gästezahlen in Chur und der Region anbelangt. Entgegen aller Prognosen, sind die Gäste nach Covid-19 schneller zurückgekehrt. Im Hinblick auf die Anzahl Übernachtungen wurden die Erwartungen übertroffen. In absoluten Zahlen wurden 220’418 Logiernächte (inkl. Camping) verzeichnet. Eher defensiv budgetiert, konnten wir im Vergleich zu 2021 mit einem überragenden Plus von 39 % abschliessen. Zu diesem hervorragenden Resultat haben vor allem Gäste aus der Schweiz und Deutschland beigetragen. Aber die Herkunftsstatistik zeigt klar, dass auch wieder Gäste aus den übrigen Ländern, den Weg nach Chur finden.

Dank

Aufgrund meiner erst kurzen Zeit bei Chur Tourismus danke ich insbesondere meinem Vorgänger und ad interim Geschäftsführer Bruno Gantenbein für die wertvolle Arbeit im Jahr 2022. Er hat das Team von Chur Tourismus mit viel Ruhe und Professionalität durch die herausfordernde Zeit geführt. Auch danke ich dem Vorstand von Chur Tourismus für das Vertrauen in mich. Ich durfte bereits in den wenigen Monaten meiner Arbeit viel Unterstützung und Wohlwollen erfahren. Danke auch Ihnen, geschätzte Mitglieder, für Ihre Treue und Unterstützung – denn Sie machen unsere Arbeit möglich. Mit Ihrem Engagement für den Tourismusstandort Chur helfen Sie der Region. Ein gesunder und wertiger Tourismus fördert die Lebensqualität der Menschen vor Ort, schafft Arbeitsplätze, generiert Wertschöpfung und gestaltet die Infrastruktur und den Naherholungraum für Gäste und Einheimische. In diesem Sinne auch ein grosses Danke an die Stadt Chur für die finanzielle Unterstützung sowie an die umliegenden Gemeinden, an die Leistungsträger und Partner. Ein persönlicher Dank meinerseits geht zudem an die vielen Wegbegleiter:innen, Freund:innen und Berufskolleg:innen, die mir ein herzliches Willkommen in Chur bereitet haben und nicht zuletzt dem Team von Chur Tourismus inklusive dem Vorstand, die mit mir zusammen für Chur das Beste geben!

Renya Heinrich
CEO Chur Tourismus

Tourist Services und Erlebnisangebote

Regionales Infozentrum – Tourist Info (RIZ)

Dass die Gäste wieder zurück in Graubünden sind und unsere Produkte gefragt sind, zeigt sich anhand der erneut gestiegenen Nachfrage. Im Jahr 2022 zählten wir im RIZ 8532 Schalterkontakte, was gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung von 27 % bedeutet. Dies ist grösstenteils auf die wiedergewonnene Reiselust und den Möglichkeiten nach der COVID-19 Pandemie zurückzuführen. Das Team im RIZ verkaufte die eigenen Angebote wie auch Tickets für diverse Veranstaltungen in Chur und gab den Gästen freundlich und hilfsbereit Auskunft rund um Chur und den Kanton Graubünden. Hotelinformationen, Restauranttipps und Freizeitmöglichkeiten in Chur, Brambrüesch und Umgebung bildeten die Hauptinformation, welche wir den Gästen aus aller Welt mitgaben. Im Backoffice betreuten wir die Gäste mit denselben Informationen an 335 Telefonaten und diversen E-Mail-Anfragen.

Im Brambus Center auf Brambrüesch betreut das Team der Interessensgemeinschaft Brambrüesch (IGB) rund um Martina Domenig die Gäste sowohl im Sommer als auch im Winter erfolgreich bei Fragen rund um den Churer Hausberg.

Auch 2022 arbeiteten wir mit der Bus und Service AG im RIZ und durften so noch von den gemeinsamen Synergien profitieren. Aufgrund des neuen Nutzungskonzepts und die Neugestaltung des Bahnhofs haben 2022 die Umbauarbeiten begonnen. Chur Tourismus hat sich entschieden, für das RIZ einen neuen Standort zu suchen und ist glücklicherweise fündig geworden: Ab Juni 2023 werden die Gäste an der Bahnhofstrasse 32 (Manor Gebäude) willkommen geheissen.

Stadtführungen

Die Nachfrage der Churer Stadtführungen war 2022 so gross wie noch nie. Wir verzeichnen mit Total 1264 Führungen unser erfolgreichstes Jahr und übertreffen damit 2017 mit Total 1156 Führungen. Im Vergleich zu 2021 verzeichnen wir ein Plus von 68 %. Mit 131 Buchungen war September der Spitzenmonat.

Das Jahr 2022 durften wir in Zusammenarbeit mit der Reformierten Kirche mit den ersten exklusiven 24 öffentlichen Führungen durch das Antistitium starten. Diese Themenführung fand grossen Anklang und werden wir ab Mai 2023 wiederum als private und öffentliche Führung anbieten.

Gästekarte

Die Idee zur Gästekarte entstand gemeinsam mit HotellerieSuisse Chur und Umgebung. Sie dient Touristen und Geschäftsreisenden zur Steigerung der Attraktivität ihres Aufenthaltes in Chur. Nach der Einführung im März 2021 hat sich die Gästekarte in ihrem zweiten Jahr der 3-jährigen Pilotphase bei Gästen, Hoteliers und Leistungsträgern etabliert und erfreut sich grosser Beliebtheit. Das einfache Handling – sei es in der elektronischen oder gedruckten Variante – überzeugt und macht die Nutzung für den Gast einfach und für die Leistungsträger effektiv. Das daraus generierte Reporting gibt den Partnern Sicherheit und dient als Grundlage für die Überprüfung des Kosten-Nutzenverhältnisses.

Die Basisleistungen umfassen seit Beginn den öffentlichen Verkehr auf Stadtgebiet, den Eintritt in Kunst-, Natur- und Rätisches Museum sowie einen Eintritt ins Hallen- oder Freibad Obere Au respektive Freibad Sand. Der Churer Hausberg Brambrüesch hat nach dem ersten Jahr die Leistungen neu verhandelt und bietet statt einer kostenlosen Berg- und Talfahrt für Fussgänger neu eine Reduktion von 50 % für Fussgänger und 25 % auf die Bike-Tageskarte an. Die Attraktionsleistungen variieren je nach Saison und werden laufend erweitert, im letzten Jahr unter anderem mit dem Ski- und Fahrradverleih Outside. Bereits seit dem letzten Spätsommer führt HotellerieSuisse Chur und Umgebung Verhandlungen mit den Partnern der Basisleistungen für die Einführung der definitiven Gästekarte ab Januar oder März 2024. Wir sind zuversichtlich, dass diese positiv abgeschlossen werden können und hoffen, die Gästekarte als attraktive Dienstleistung für die Churer Gäste nächstes Jahr definitiv einführen zu können.

Urban Golf

Auch im zweiten Jahr nach der Einführung bleibt Urban Golf in Chur eine Trendsportart und erfreut sich grösster Beliebtheit. Golfbegeisterte und solche, die es werden möchten, können in urbanem Ambiente mit den speziellen Softbällen ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen. Dieses Angebot haben im Jahr 2022 2872 Gäste sowie Einheimische genutzt. Besonderen Anklang fand Urban Golf bei Schulklassen und Teamanlässen. Das Angebot wurde im ganzen Jahr 314 Mal gebucht.

Sales und Marketing

Kampagnen

Chur Tourismus arbeitet im Marketingbereich nebst den Leistungsträgern und Partnern in der Region eng mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien zusammen, wo jeweils spezifische Schwerpunktthemen und Produkte den saisonalen Grundstein legen.

Dabei beteiligte sich Chur Tourismus 2022 entsprechend den strategischen Geschäftsfeldern an diversen Kampagnen wie u.a. Rundreisen und Touringangebote im Rahmen des «Alpine Circle», Wandern und Weitwandern, Biken. Auch bei der Städtekampagne von Schweiz Tourismus waren wir wieder erfolgreich dabei. Diverse Marketingkooperationen in den Bereichen Golf, Trailrunning u.a. runden das Portfolio ab. Ebenso wurde die strategische Mitgliedschaft im «Verein Grand Train Tour of Switzerland» fortgesetzt, damit Chur bei diesem Premium Bahnprodukt voll integriert ist.

Chur Tourismus bewirbt das vielseitige Angebot der Region auf allen gängigen Kommunikationskanälen und baut diese laufend nach den entsprechenden Trends aus. Diverse Broschüren und Sales Manuals runden das Angebot ab.

Zahlreiche Massnahmen wurden wiederum in enger Kooperation mit HotellerieSuisse Chur und Umgebung umgesetzt.

Ziel unserer Arbeit ist es, mehr Gäste nach Chur zu bringen und so mehr Wertschöpfung für die Stadt und die Region zu ermöglichen. Dabei legen wir den Fokus auf Freizeitgäste, Bahngäste, Familien, Gruppen und natürlich auch die wichtigen Businessgäste, die nach der Covid-Krise wieder zurückkehren.

Thematische Kampagnen
Die Planung und Budgetierung der Kampagnen fürs 2022 erfolgte anhand aktueller Themen und Marktbedürfnisse. Das Segment «Leisure» (Freizeitgäste) stand dabei im Vordergrund. Auch die Adventsangebote (Kulinarik, Shopping, Märkte, Erlebnisse) konnten im Dezember wieder durchgeführt werden, und wir haben die Kampagne rund um das Thema «Chur im Advent» koordiniert und umgesetzt.

Alpine Circle
Diverse Anbieter nutzen den Alpine Circle als Ausgangsort für Touren in deren Umgebung. Dabei ist Chur in vielen Touren inkludiert; die Gäste übernachten dabei in der Stadt, verköstigen sich in den lokalen Restaurants und/oder verbringen die Freizeit mit einem der unzähligen Angebote. Im Jahr 2022 wurden auf die Touren, welche Chur inkludieren, 288 Personen mit 1388 Logiernächten gebucht. Der gesamte Alpine Circle wies 1745 Personen mit 4166 Logiernächten auf. Sowohl in der online wie auch offline Kommunikation des Alpine Circles ist Chur präsent und profitiert somit von einer grossen kommunikativen Reichweite. Weitere Informationen unter: graubuenden.ch/alpinecircle

RheinWelten
Auf dem Weg von den Quellgebieten bis nach Basel verbindet RheinWelten den Rhein mit dem Velo/Bike in 15 vielfältigen Erlebniswelten, darunter auch Chur. Dabei ist den Gästen freigestellt, ob sie Chur als Ausgangsdestination oder als Zwischendestination wählen. Auf der digitalen Plattform informiert sich der Gast über die Möglichkeiten und Erlebnistipps in und um Chur und benützt diesen als inspirativen Reisebegleiter. Der Rhein und die nationale Veloroute 2 bieten ein enormes Potenzial, was sich aus den vielen Velofahrern in Chur über das ganze Jahr erahnen lässt. Weitere Informationen unter: rheinwelten.com.

Marketingmandate
Die bewährten Marketingmandate (Chur Bergbahnen, Dreibündenstein Kooperation, Sport- und Eventanlagen Chur, Ferienregion Tschiertschen-Praden mit Bergbahnen Tschiertschen) konnten wie gewohnt erfolgreich umgesetzt werden. Daneben wurden je Mandat die spezifisch erarbeiteten Marketingmassnahmen und die Basiskommunikation (Print, Online, Newsletter, Social Media) umgesetzt. Die Marketingmandate bilden damit einen bedeutenden Teil innerhalb des Marketingteams.

Sales und Marketing

FamTrips und Medienreisen

Im Jahr 2022 durften wir zusammen mit unseren Partnern (GRF, Schweiz Tourismus, Rhätische Bahn) 32 Fam-Trips / Journalistenbesuche in Chur durchführen. Der Hauptfokus lag erneut im Markt DACH, wobei wir erneut viele Schweizer Gäste in Chur verzeichnen durften.

Medienreisen sind ein wichtiger Bestandteil des Destination Marketings und formen das Bild der Stadt und der Region als attraktives Reiseziel weltweit. 136 JournalistInnen aus rund zehn verschiedenen Ländern haben die Stadt Chur und die Region besucht und darüber berichtet. Die Berichterstattung reichte dabei von einem Fernsehbeitrag, über Social Media-arbeit bis hin zu den klassischen Printmedien.

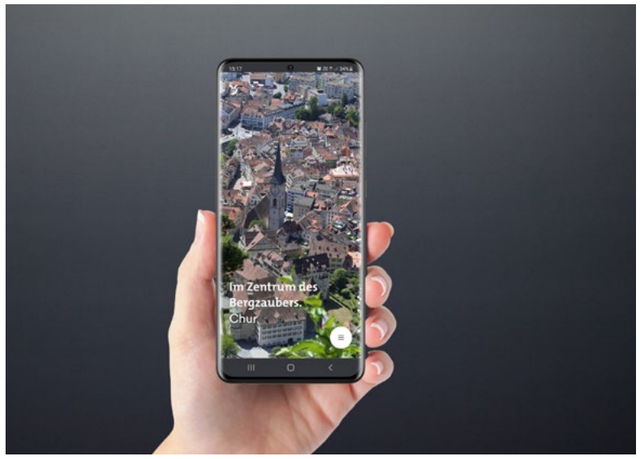
FamTrips sind eine weitere gute Möglichkeit die Stadt Chur im Ausland zu präsentieren. In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Graubünden Ferien wurden fünf sehr spannende FamTrips realisiert. Dabei orientierte sich Chur Tourismus vor allem an seinen Zielmärkten unter anderem Nordamerika, Österreich und der Schweiz.

E-Marketing

Social Media

Wir sind auf den gängigen Social Media Plattformen Facebook, Instagram und Linkedin aktiv unterwegs und kommunizieren dabei zeitgemäss und innovativ unsere Produkte sowie die der Partner und Leistungsträger.

Die Anzahl Follower konnten auch 2022 gesteigert werden. Hauptthemen waren unter anderem BIG AIR Chur, ÖKK Bike Revolution, Chur im Advent, Chur als Kultur- und Eventstadt sowie im Aktivbereich die Themen Wandern und Trailrunning. Auch verschiedenste Veranstaltungen und Angebote von Mitgliedern und Partnern wurden über unsere reichweitenstarken Kanäle kommuniziert.



Suchmaschinenwerbung

Mit der Zielsetzung, die Bekanntheit und den Absatz unserer eigenen Angebote zu erhöhen und Chur als Ausgangsort für Aktiverlebnisse bekannt(er) zu machen, wurden zu folgenden Themen suchmaschinenbasierte Kampagnen umgesetzt:

Bahnpauschalen, Kulinariktouren, Gruppenangebote mit Fokus «Angebote verkaufen».

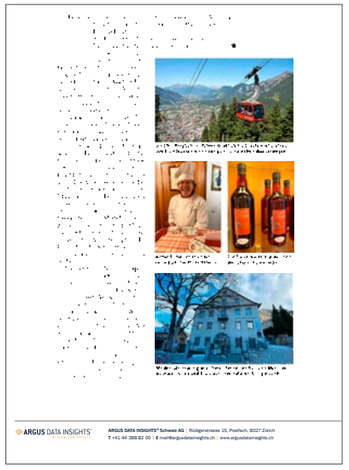
E-Biken, Via Sett und Schlechtwetter mit Fokus Positionierung der Stadt als Ausgangsort für E-Bike- und Wandererlebnisse sowie als Ausflugsziel für Feriengäste in Graubünden.

Mit insgesamt 525'000 Impressionen, 21'500 Klicks und einer durchschnittlichen «click-through-rate» von über 7.35 % wurden sehr gute Werte erzielt, was sich auch in den hohen Buchungszahlen der Angebote widerspiegelte.

Medienreporting

Über Chur wurde im vergangenen Jahr viel berichtet. Eine der sehr grosse Partnerschaft auch im letzten Jahr war das BIG AIR Chur. Aber auch ohne Sport- und Musikspektakel wurde im In- und Ausland über Chur Berichtet. Chur ist ein beliebter Ort für Berg- und Bahnerlebnisse, eine Kleinstadt, die es zu entdecken gilt und eine urbane, moderne Stadt, die pure Lebensfreude für Jung und Alt bietet. Hier einige Eindrücke von verschiedenen Berichterstattungen im 2022:

Glückspost
Auflage: 109’280
Erscheinung 03.03.2022



Volksblatt
Auflage: 6200
Erscheinung 17.11.2022

Auf Reisen
Auflage: 44’850
Erscheinung 03.04.2022

Blick
Auflage: 83’626
Erscheinung 21.10.2022

Sonntagszeitung
Auflage: 129’069
Erscheinung 27.11.2022

Wir Eltern
Auflage 34’389
Erscheinung 01.12.2022

Schweizer Illustrierte
Auflage: 111’725
Erscheinung 21.10.2022

Facts & Figures

13’243 Gäste und Einwohner haben sich im Tourist Info informiert.

Im Jahr 2022 haben 203’705 Gäste in Chur übernachtet. Im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 44% der Logiernächte.

Täglich erreichen uns im Durchschnitt bis zu 20 Anrufe aus der Schweiz und dem nahen Ausland. Das sind jährlich über 6550 telefonische Auskünfte.

Unsere 39 StadtführerInnen und Experten-Guides zeigen Gästen aus aller Welt unsere schöne Altstadt. Insgesamt werden 1264 Führungen pro Jahr durchgeführt. Das sind Rund 19’000 Teilnehmer im Jahr, das bei 30 verschiedenen Themenführungen.

2872 Personen haben im vergangenen Jahr die Softbälle durch die Stadt Chur geschlagen. Insgesamt wurde das Angebot 314 Mal gebucht.

772 Personen haben unsere sieben verschiedenen Kulinarik-Touren genossen. Das entspricht 227 Buchungen im Jahr 2022.

Unseren Gästenewsletter haben 2500 Personen abonniert.

27 nationale und internationale Medienreisen mit 136 Journalisten wurden durch Chur Tourismus geplant und unterstützt.

1813 Gäste haben die Gruppenangebote im 2022 in Anspruch genommen. Dies entspricht total 115 Gruppenbuchungen.

Auf unserer Webseite verzeichneten wir 400’000 Nutzer und 585’000 Sitzungen. Die Durchschnittliche Sitzungsdauer beträgt 2:16 Minuten.

Jährlich wird eine Auflage von ca. 200’000 Broschüren für unsere Gäste gedruckt.

Facebook
11’100 Followers

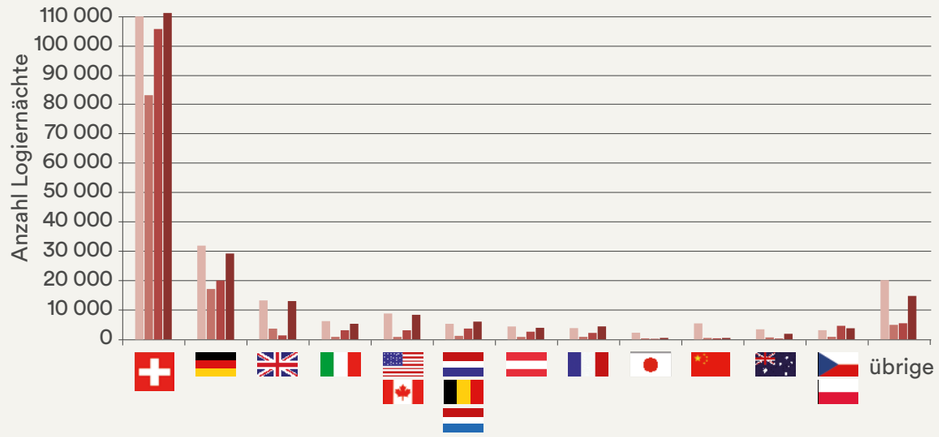
Instagram
8800 Followers

YouTube
300 Followers

Twitter
3400 Followers

Statistiken

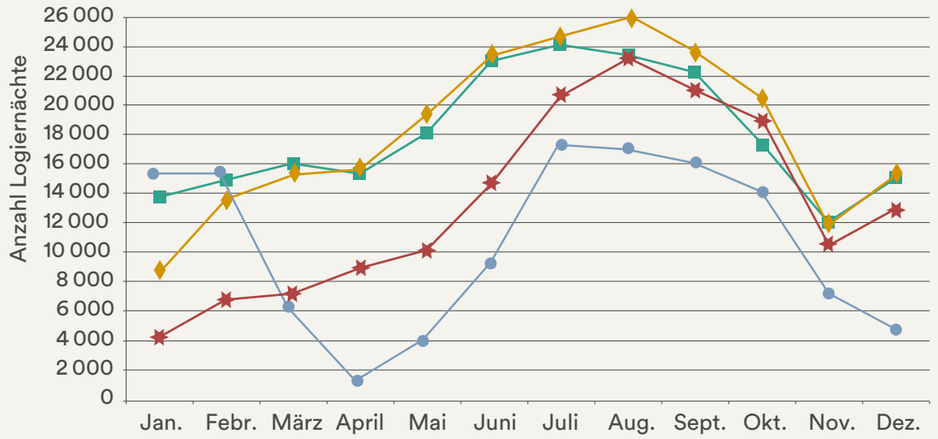
Gästeherkunft 2022 Quelle: BFS (Hesta)



Nach wie vor sind die Gäste aus dem Inland und aus Deutschland die wichtigsten Herkunftsländer unserer Gäste: 57% Schweiz, 15% Deutschland. Die Schweizer Gäste sind im Gesamtvergleich aber etwas rückläufig.

Total LN Hotels 2019 Total LN Hotels 2021
Total LN Hotels 2020 Total LN Hotels 2022

Logiernächte Entwicklung Chur Quelle: eigene Erhebung



Total 220’418 Logiernächte.
Differenz zum Vorjahr +39 %.

Total LN Hotels 2019 Total LN Hotels 2021
Total LN Hotels 2020 Total LN Hotels 2022

Bericht Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2021	Budget 2022	Rechnung 2022
Ertrag			
Mitgliederbeiträge	133’410	117’000	115’879
Logiernächtetaxen Stadt	248’061	262’000	368’079
Beitrag Stadt Chur	435’000	385’000	385’000
Beitrag Agglomeration Chur	133’378	122’500	122’466
Ertrag aus Erlebnisangeboten	67’840	38’000	29’571
Ertrag aus Gruppen-Reisen	116’660	110’000	185’410
Ertrag aus Stadtführungen	133’190	162’000	214’592
Ertrag aus Pauschalen	28’188	24’500	29’921
Ertrag Events / Kongr. / Semin.	62’909	0	-1’209
Ertrag aus Kooperationen	22’097	4’000	18’119
Kommerzielle Erträge RIZ	36’611	43’250	28’626
Ertrag Hotel Werbepool	34’438	48’000	45’599
Partner-Beiträge für Aktivitäten	470’118	612’000	513’158
Übrige Erträge / Strukturreform	2’140	0	90
Erlösminderungen	-421	-1’500	-1’382
Total Ertrag	**1’923’619**	**1’960’090**	**2’053’919**
Aufwand			
Fremdleistungen Erlebnisangebote	33’623	20’000	1’273
Fremdleistungen Gruppen-Reisen	87’768	92’500	149’469
Fremdleistungen Stadtführungen	23’982	25’000	34’322
Fremdleistungen Pauschalen	15’021	16’000	11’682
Kommerzieller Aufwand RIZ	7’629	4’250	2’542
Vorleist. Events / Kongr. / Semin.	95’832	1’000	21’047
Personalaufwand	798’477	814’900	847’671
Raum-Aufwand	85’172	86’200	86’964
Allgemeiner Betriebsaufwand	95’673	81’400	92’077
Verkaufs- und Infosysteme	32’902	37’000	42’614
Partnerkommunikation	246’324	86’600	220’473
Marketing-Aktivitäten	307’721	630’000	402’407
Finanzerfolg	550	700	304
a.o. Aufwand / Ertrag	50’000	0	83’062
Mehrwertsteuer / Vorsteuer	24’294	27’000	24’650
Struktur-Reform Kanton GR	6’000	10’000	0
Abschreibungen	3’078	3’000	9’478
Total Aufwand	**1’914’046**	**1’935’550**	**2’030’035**
Ertrags- / Aufwandüberschuss	**9’573**	**-8’800**	**23’884**

Bezeichnung	Rechnung 2021	Rechnung 2022
Aktiven		
Kasse	6’305	1’820
Post	23’325	27’789
Bank: GKB	139’836	176’775
Debitoren	100’857	93’675
Delkredere	-8’400	-8’400
Debitor Vorsteuern	25’431	19’009
Lager-Vorräte	14’847	9’888
Transitorische Aktiven	51’998	86’604
Vorauszahlungen Kreditoren	44’635	17’239
Mobilien und Büromaschinen	13’236	3’758
Total Aktiven	**412’070**	**428’157**
Passiven		
Kreditoren	148’688	161’029
Kreditor ESTV Bern	32’162	35’258
Rückstellungen Projekte	75’750	140’230
Transitorische Passiven	118’377	30’663
Eigenkapital	27’520	37’093
Jahresergebnis	9’573	23’884
Total Passiven	**412’070**	**428’157**

Revisionsbericht

BMU TREUHAND AG

Chur
Thusis
St. Moritz
Wittenbach

An die
ordentliche Generalversammlung
des Vereins Chur Tourismus
7001 Chur

Chur, 24. April 2023

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Chur Tourismus für das am 31. Dezember 2022 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 Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

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

BMU Treuhand AG

M. Bundi
zugel. Revisionsexperte
Leitender Revisor

ppa. D. Jenal
zugel. Revisionsexperte

Jahresrechnung

Hartbertstrasse 9 7000 Chur T 081 257 02 57 info@bmuag.ch bmuag.ch TREUHAND | SUISSE

WIR BERATEN UNTERNEHMER BMUAG.CH

Organe

Vorstand

Co-PräsidentIn	Sandra Adank (Handel / Gewerbe)
	Jon Andrea Schocher (Strategie / Forschung)
Vertreter der Stadt Chur	Victor H. Zindel (Leiter Kontaktstelle Wirtschaft)
Weitere Mitglieder	Manfred Kürschner (Verkehr/Umwelt)
	Jago Leyssens (Hotellerie)

Geschäftsstelle

Geschäftsführerin	Renya Heinrich (100 %)
Marketing	Fabian Maasch (100 %)
	Karin Senti (60 %)
	Flavio Schlegel (80 %)
	Manuela Grob (100 %)
Gästeberatung	Silvia Crosina (80 %)
	Marlen Helmi-Brunold (60 %)
Praktikum	Cristina Wieser (100%)
Stadtführungen	Karin Burkart (80%)
Mitgliederwesen/Projekte	Jennifer Cuñarro (90%)

Revisor

BMU Treuhand, Martin Bundi und Dominik Jenal

Stadtführer (Freelancer)

Imelda Grisch, Verena Gruber, Marlen Helmi-Brunold, Christian Ruch, Hans Hürlimann, Renate Chudoba, Monica Andreoli, Claudia Meuli-Simon, Andreas Niedermann, Denise Haltner-Mocci, Ueli Jordi, Karin Senti, Caroline Lampert, Erika Holenweger, Christoph Bucher, Eliane Barth-Poltera, Maya Crameri, Silvia Crosina, André Walder, Barbara Rohrer, Baukje Fringer, Judith Rizzi, Andrea Kuratle, Jachen Prevost und Jasmine Tschan

Beirat ReTO Chur

Präsident	Bruno Gantenbein
Vertreter Gemeinden	Silvia Bisculm, Domat-Ems
	Ursin Widmer, Felsberg
	Thomas Müller, Rhäzüns
	Martin Wieland, Tamins
	Stefan Herger, Bonaduz

facebook.com/churtourismus
instagram.com/churtourismus

Chur Tourismus
Bahnhofplatz 3
7001 Chur, Schweiz
Tel. +41 81 252 18 18
info@churtourismus.ch

churtourismus.ch

Schweiz.