



Chur
Die Alpenstadt

Geschäftsbericht 2017



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: Hū7 Design AG, Thusis

Fotos: Valeria Mella, Yvonne Bollhalder, Gulliver Theis, Chur Tourismus

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

© Chur Tourismus (April 2018)



Inhalt

- 4 **Organisation**
- 5 **Vorwort des Präsidenten**
- 6–9 **Bericht der Direktorin**
- 10–11 **Statistiken**
- 12–13 **Bericht zu Finanzen**
- 14 **Revision**
- 15 **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 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 zehn Personen (780 %) und 17 Freelance StadtführerInnen, die im Jahr 2017 insgesamt 1 156 Führungen durch die Alpenstadt realisierten. Das Gesamtbudget beläuft sich auf ca. 1.7 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.

Marketingmandate

Die Vermarktungsaufgaben von Chur Tourismus umfassen auch die Marketingmandate für die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein (seit Mai 2013) sowie für die Sportanlagen der Stadt (seit Januar 2016), welche nebst dem Basismarketing für die Alpenstadt noch zusätzlich durch Chur Tourismus umgesetzt werden. Die enge Zusammenarbeit ermöglicht es Synergien auszuschöpfen und ressourcenschonendes Marketing zu betreiben.

Webseiten

Chur Tourismus betreut folgende Webseiten:
churtourismus.ch / stadtfuehrungen.ch /
churbergbahnen.ch / sportanlagenchur.ch /
gastrospass.com / chureradvent.ch /
dreibuendenstein.ch

Wir leben Qualität:



Vorwort des Präsidenten

Das Berichtsjahr 2017 war für Chur Tourismus einmal mehr ein erfolgreiches Jahr. Diese erfreuliche Feststellung bezieht sich auf unsere Leistungserbringung in allen Bereichen. Ich verweise diesbezüglich auf den Bericht unserer Direktorin, Leonie Liesch. Auch das Finanzergebnis konnte ausgeglichen gestaltet werden. Grundlage dafür war, wie in den Vorjahren, ein umsichtiges Finanzmanagement, geht es doch darum, unsere eigenen ehrgeizigen Projekte mit den vielfältigen Begehrlichkeiten und Ansprüchen unserer Partner laufend abzustimmen und zu optimieren. Der Vorstand dankt unserer Direktorin, Leonie Liesch, und ihrem Stellvertreter, Michael Christ, Leiter Sales & Marketing, aber auch allen Mitarbeitenden, ungeachtet ihrer Funktion für ihr Engagement. Sie sind es – zusammen mit den Stadtführerinnen und Stadtführern – die das erfolgreiche Wirken von Chur Tourismus überhaupt erst ermöglichen. Der Dank des Vorstandes gilt aber auch allen unseren Partnern, wie hotelleriesuisse Graubünden Sektion Chur, Graubünden Ferien, der Rhätischen Bahn und vielen anderen. Auch den politischen Behörden der Stadt Chur und den unserer Tourismusorganisation angeschlossenen Gemeinden danken wir für ihre Unterstützung. Es ist unser Bestreben, die mit den entsprechenden Leistungsaufträgen verbundenen Erwartungen und Ziele zu erfüllen.

Der Vorstand hat sich im Berichtsjahr zusammen mit der Geschäftsleitung insbesondere auch mit der Überarbeitung und Aktualisierung unserer strategischen

Stossrichtungen befasst. Es liesse sich vieles aus dieser Arbeit zitieren. Ich muss mich deshalb lediglich auf einige wesentliche Aussagen beschränken. Wir verstehen uns als modernes Dienstleistungszentrum, welches seine Tätigkeiten nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten ausrichtet. Auf dieser Grundlage soll das touristische Angebot unserer Stadt und unserer Region mit einer klaren Marketingstrategie gefördert werden. Bestandteil dieser Strategie ist eine Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit mit dem Ziel, vor allem auch unserer einheimischen Bevölkerung den Mehrwert aufzuzeigen, welcher vom Tourismus ausgeht. Dazu gehört beispielsweise auch die Unterstützung strategisch wichtiger Anlässe, wie beispielsweise die «Schlagerparade» oder die drei unsere Stadt bereichernden Märkte, den «Churer Wochenmarkt», den «Weihnachtsmarkt» und den «Christkindlimarkt», welche wir im Berichtsjahr mit dem alljährlich zur Verleihung gelangenden «Wertschöpferpreis» geehrt haben.

Noch im Dezember 2017 hat der Stadtrat die neue «Kulturstrategie 2025» verabschiedet. Sie soll auch unseren Gästen den Reichtum des Kunst- und Kulturschaffens und das damit verbundene Potential aufzeigen. Wir freuen uns, die Umsetzung dieses Projektes unterstützen zu können.



Rico Monsch
Präsident Chur Tourismus



Bericht der Direktorin

Wir dürfen auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurückblicken. Die Statistiken zeigen durchs Band positive Zahlen. Geprägt war das Jahr mit zahlreichen Aktivitäten im Rahmen des Jubiläums 500 Jahre Reformation, verschiedene Engagements für die Altstadt, erfolgreiche Lancierung der «uffa»-Aktion der Bergbahnen Chur-Dreibündenstein sowie erfolgreiche Präsenz am Switzerland Travel Mart in Davos.

Logiernächte & Stadtführungen

Mit den absoluten Logiernächtezahlen von 176828 liegt das Geschäftsjahr 2017 wieder auf dem Niveau von 2008. Im Vergleich zum Vorjahr ist dies eine Steigerung von 9%. Die Zahlen belegen klar, dass sich der starke Franken relativiert hat, die Leistungsträger wie aber auch Chur Tourismus die Hausaufgaben gemacht haben und Chur sich somit bei den Gästen gut präsentieren

konnte. Eine Erhebung bei den Beherbergern zeigt, dass nach wie vor weit über 50% der übernachtenden Gäste «Businessgäste» sind. Bei den «Leisuregästen» ist die Rhätische Bahn das Haupt-Reisemotiv, um in Chur zu übernachten. Die Sommersaison ist weiterhin die Hauptsaison von Chur und der Monat September weist die meisten Logiernächte – auch ohne Schlagerparade – aus. Auch im Stadtführungsbereich ist wiederum eine Steigerung zu verzeichnen. Insgesamt können wir eine Steigerung von 4.9% vorweisen, woraus sich ein Total von 1156 Führungen im Berichtsjahr ergibt. Das Angebot wurde aufgrund des Jubiläums «500 Jahre Reformation» mit drei neuen Führungen – szenische Refo, klassische Refo-Führung, Kinder-Refo-Führung – ergänzt. Mit dem Angebot «Food-trail» konnte im Rahmen eines Franchising eine moderne Schnitzeljagd mit kulinarischen Stationen erfolgreich lanciert werden.



Sales & Marketing

Marketingmandate: Die Marketingmandate für die Sportanlagen Chur und die Bergbahnen Chur-Dreibündenstein forderten uns auch im 2017 heraus. Die stetige Weiterentwicklung in Sachen Kommunikationsauftritt nach Innen und Aussen bei den Sportanlagen sowie die strategische Ausrichtung und Entwicklung der Bergbahnen Chur-Dreibündenstein mit der «uffa»-Strategie durften wir seitens Chur Tourismus aktiv begleiten. Rückblickend ist es erfreulich, dass mit «uffa» gar die Zielvorgabe übertroffen wurde.

Basismarketing: Kampagnen wie die Heimmarktkampagne (u.a. zehnte Ausgabe des Alpenstadt Magazins), Swiss Cities (Fokus Culture Traveller), Segmentmarketing mit Graubünden Ferien und Partnern (Kunst und Bahnreisen) und der Churer Advent nahmen einen erheblichen Anteil am Gesamtbudget ein. Die Massnahmen setzen sich zum einen aus klassischen Promotionen und aber natürlich auch aus diversen online Massnahmen zusammen.

STM: Ein wichtiges Highlight im 2017 war zudem die Teilnahme am Switzerland Travel Mart (#STM17) in Davos, wo wir zusammen mit den Romantikhotels Stern und Alpina (Tschierschen) sowie dem Landquart Fashion Outlet vor Ort waren. Der STM ist die wichtigste Veranstaltung, um den Absatz von Reiseprodukten und -dienstleistungen in der Schweiz zu steigern. Unser Ziel, die Präsenz von unseren Angeboten in den Portfolios von Reiseveranstaltern zu stärken, konnten wir ganz klar verfolgen und somit bot der STM einmal mehr eine sehr gute

Plattform um neue Kontakte aufzubauen. **Public Relation:** Ein wichtiger Bereich im Marketing sind zudem gute PR-Beiträge. Daher legen wir grossen Wert auf Medienreisen und ansprechende Programme für Journalisten vor Ort, damit daraus tolle Reportagen entstehen. Im 2017 betreuten wir über 50 Journalisten/Medienreisen. Mit den nachfolgenden Berichterstattungen hatten wir nahezu eine Reichweite von 7 Millionen Kontakten. Die Berichterstattungen begrenzten sich nicht nur auf das Inland, sondern ergaben auch Berichte in unseren Nachbarländern sowie Reportagen bis nach Malaysia, China und Kanada.

Produktmanagement – Stadt & Berg

Chur ist ein äusserst beliebtes Ziel für Tagesausflüge. Dies zeigen die sehr erfreulichen Umsatzzahlen im Rahmen der Gruppenangebote (exkl. Stadtführungen). Knapp 130 Gruppen buchten via Chur Tourismus ihren Ausflug nach Chur. Etliche dieser Gäste blieben nicht bloss einen Tag, sondern nutzten das Hotelangebot. Mit den Gruppenangeboten kann eine wichtige Wertschöpfung für die Alpenstadt Chur generiert werden, da diverse Leistungsträger von den Gruppen in Chur profitieren können. Die Umsatzsteigerung zum Vorjahr beträgt über 70 %.

Altstadt

Die Altstadt ist das Herzstück von Chur und daher erhält dieses Quartier eine besondere Aufmerksamkeit von Chur Tourismus. Im vergangenen Geschäftsjahr war Chur Tourismus zusammen mit dem Quartierverein

Bericht der Direktorin

Altstadt federführend im Rahmen der Lancierung und Umsetzung der Arbeitsgruppe «Runder Tisch Altstadt Chur». Die Arbeitsgruppe bestand aus Vertretern von Anwohnern, Gewerbe, Gastronomie, Beherbergern, Veranstalter, Tourismus und Kultur. Das Ergebnis der Arbeitsgruppe waren ein «Aktionsplan» mit über 30 Massnahmen und drei konkreten Anträgen zur Förderung der Churer Altstadt beim Stadtrat. Die Stadt hat die Aufträge nun aufgenommen und überprüft aktuell, welche Massnahmen in welchem Umfang entsprechend weiterverfolgt werden können.

Weiter wurde das ganze Team von Chur Tourismus aktiv und engagierte sich mit echtem Manpower in verschiedenen Ladenlokalen in der Altstadt. So besuchte unser Team unterschiedliche Geschäfte und arbeitete dort einen halben Tag mit. Begleitet wurde diese Aktion von der Bündner Woche, welche sodann die Churer Altstadt während zehn Wochen auf einer Doppelseite einmal von einer anderen Seite präsentierte.

Mitglieder

Die Mitglieder spielen bei Chur Tourismus eine wichtige Rolle. Unsere Mitglieder sollen nicht bloss einmal im Jahr im Rahmen der Generalversammlung von uns hören, sondern sollen das ganze Jahr mit uns in Kontakt sein und Informationen aus erster Hand erhalten. Unsere Mitglieder erhalten einen eigenen Newsletter, unser «Alpenstadt Aktuell» und werden zu unseren Erlebnisperlen (exklusive Events/Einladungen) eingeladen. Im Berichtsjahr 2017 zählt Chur Tourismus 403 Mitglieder. Treue und zufriedene Mitglieder sind uns wichtig. Im 2017 gab es 21 Eintritte und 27 Austritte.

Umliegende Gemeinden

Mit den umliegenden Gemeinden (Haldenstein bis Rhäzüns) pflegen wir seit 2010 eine enge Partnerschaft. Die Leistungsvereinbarungen mit diesen sechs Gemeinden konnten wiederum verlängert werden. Die Gemeinden profitieren davon, dass Chur Tourismus marketingtechnisch ihre Gemeinde



auf den Radar bringt und dass man im Bereich Produktentwicklung aktiv mitarbeitet. Im 2017 wurde die Dorfführung Domat/Ems als neues Produkt lanciert.

Regionales Infozentrum RIZ

Die Zusammenarbeit mit der Stadtbus Chur AG läuft weiterhin sehr gut. Dank der Zusammenarbeit kann das RIZ beste Öffnungszeiten anbieten, was wiederum für unsere wie auch für die Stadtbus-Kunden einen sehr guten Service bietet. Dank gemeinsamen Qualitäts- und Serviceschulungen ist das RIZ-Team immer auf eine ausgezeichnete Dienstleistungskette sensibilisiert. Weiter besteht auch eine Zusammenarbeit mit Churwalden bezüglich Brambrüesch. Dank dem neu eingeweihten «Brambus»-Center dürfen wir auf Brambrüesch auch ein kleines Infobüro mitbetreuen. Die kleine Crew namentlich Wilma Fischer und Martina Domenig stecken viel Herzblut hinein und bieten somit auch den Gästen auf Brambrüesch einen sehr guten Service an.

Ein kurzer Ausblick

Geplant war, dass die neue Website von Chur Tourismus im 2017 lanciert wird. Aufgrund der Komplexität, den technischen Herausforderungen und unserer eigenen hohen Ansprüchen, musste das «Go-Live» auf das 2018 verschoben werden. Aufgeschoben ist nicht aufgehoben und daher freut sich das Team von Chur Tourismus, dass die neue Website im Frühling 2018 online gehen konnte.

Dank

Das Vertrauen seitens der Stadt Chur schätzen wir sehr und die damit verbundene Beitragserhöhung natürlich umso mehr. Diese Beitragserhöhung ermöglicht es, dass wir Chur je länger je mehr noch besser vermarkten können, neue Gäste nach Chur holen und wir schlussendlich Wertschöpfung damit auslösen. Langfristig möchten wir die Zusammenarbeit noch mehr intensivieren, um die Kantonshauptstadt noch begehrenswerter zu machen.

Mein Dank richtet sich an unsere Partnergemeinden, unsere Kooperationspartner, unsere Mitglieder und nicht zuletzt auch an unsere Gäste. Im Speziellen möchte ich mich beim Vorstand von Chur Tourismus bedanken, welcher mir und meinem Team die erforderlichen Freiheiten gibt, um effizient und marktorientiert zu arbeiten. Im gleichen Atemzug liegt mein Dank beim Team, welches Jahr für Jahr einen unglaublich grossen Einsatz leistet und eine äusserst grosse Loyalität gegenüber Chur Tourismus an den Tag legt. «Merci!»

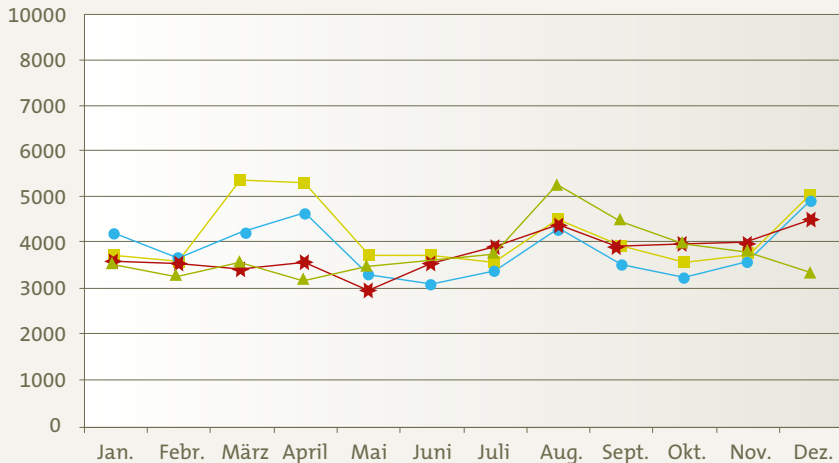


Leonie Liesch
Direktorin Chur Tourismus



Statistiken

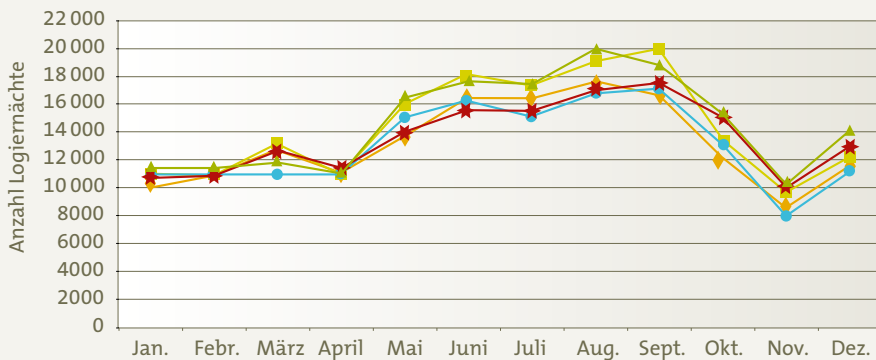
Vergleich RIZ Frequenzen Quelle: eigene Erhebung



Total 44 601 Frequenzen. Differenz zum Vorjahr +0.6%.

■ 2014 ★ 2016
● 2015 ▲ 2017

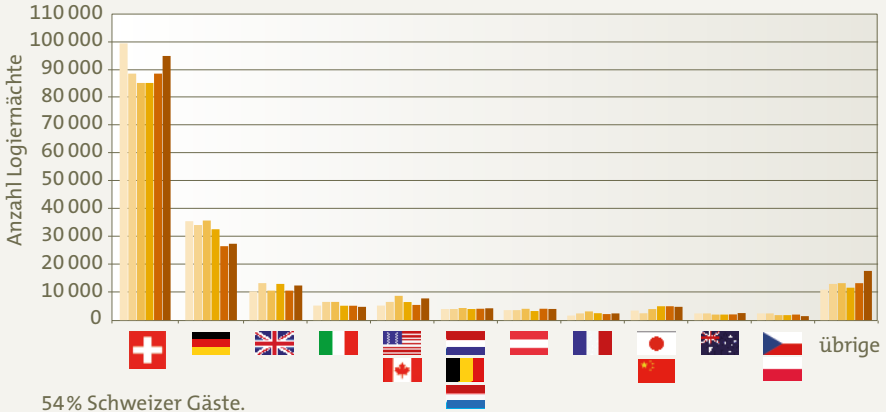
Logiernächte Entwicklung Stadt Chur Quelle: eigene Erhebung



Total 176 828 Logiernächte.
Differenz zum Vorjahr +9.0%.

◆ Total LN Hotels 2013 ★ Total LN Hotels 2016
■ Total LN Hotels 2014 ▲ Total LN Hotels 2017
● Total LN Hotels 2015

Gästerherkunft Chur und Umgebung Quelle: BFS (Hesta)



54% Schweizer Gäste.

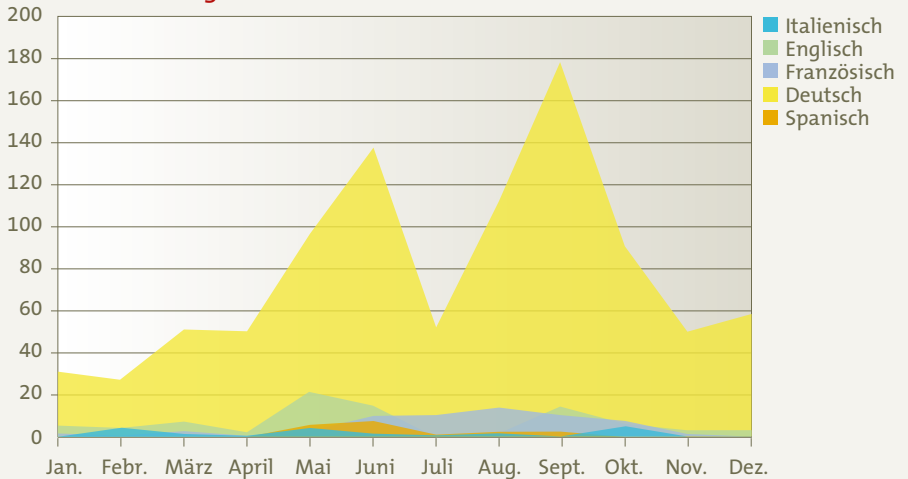
Grösster Zuwachs aus:

+36% USA/Kanada

+12% Grossbritannien

+11% Frankreich

Stadtführungen 2017 Quelle: eigene Erhebung



Total 1 156 Führungen. Differenz zum Vorjahr +4.9%.

Bericht zu Finanzen

Bezeichnung	Rechnung 2017	Budget 2017	Abw. Budget	Rechnung 2016
Ertrag				
Mitgliederbeiträge	124 249	125 000	-751	128 502
Logiernächtetaxen Stadt	299 103	280 000	19 103	274 269
Beitrag Stadt Chur	380 000	380 000	0	330 000
Beitrag Agglomeration Chur	79 700	77 000	2 700	71 976
Ertrag aus Gruppen-Reisen	159 589	77 000	82 589	103 590
Ertrag aus Stadtführungen	198 865	175 000	23 865	193 760
Ertrag aus Pauschalen	25 973	28 000	-2 027	32 237
Ertrag aus Events/Kongressen/Seminaren	41 619	20 000	21 619	33 764
Ertrag aus Kooperationen	3 617	5 000	-1 383	14 206
Kommerzielle Erträge RIZ	86 839	87 600	-761	95 097
Ertrag Hotel Werbepool	53 950	55 000	-1 050	55 009
Partner-Beiträge für Aktivitäten	269 918	210 300	59 618	254 544
Übrige Erträge/Strukturreform	8 424	0	8 424	70
Erlösminderungen	-5 705	-1 000	-4 705	-3 072
Total Ertrag	1 726 141	1 518 900	207 241	1 583 952
Aufwand				
Fremdleistungen Gruppen-Reisen	119 988	55 000	64 988	79 720
Fremdleistungen Stadtführungen	54 127	35 000	19 127	41 664
Fremdleistungen Pauschalen	27 152	23 000	4 152	27 206
Kommerzieller Aufwand RIZ	5 048	3 100	1 948	4 037
Vorleistungen Events/Kongresse/Seminare	77 612	41 500	36 112	65 771
Personalaufwand	772 098	694 900	77 198	713 646
Raum-Aufwand	91 292	81 000	10 292	96 671
Allgemeiner Betriebsaufwand	97 672	89 400	8 272	99 640
Verkaufs- und Infosysteme	7 832	8 500	-668	6 827
Partnerkommunikation	28 075	24 500	3 575	23 518
Marketing-Aktivitäten	388 877	431 700	-42 823	399 843
Finanzerfolg	562	0	562	360
Rückstellung MwSt.-Vorsteuer	30 000	25 000	5 000	22 000
Rückstellung MwSt. Revision	15 000	0	15 000	0
Struktur-Reform Kanton GR	5 400	0	5 400	0
Abschreibungen	2 950	2 400	550	2 453
Total Aufwand	1 723 686	1 515 000	124 570	1 583 356
Ertrags-/ Aufwandüberschuss	2 455	3 900	82 670	596

Bezeichnung	Rechnung 2017	Rechnung 2016
Aktiven		
Kasse	10568	8769
Post	42443	32848
Bank: GKB	186754	173112
Debitoren	151608	120029
Delkredere	-7590	-2200
Debitor Vorsteuern	18590	21245
Lager-Vorräte (Drucksachen)	7135	13812
Transitorische Aktiven	99051	66566
Beteiligungen	1	1
Mobilien und Büromaschinen	24099	22078
Total Aktiven	532658	456260

Passiven		
Kreditoren	165886	130510
Kreditor ESTV Bern	30231	42227
Rückstellungen MwSt. Revision	15000	0
Prämienkonto Pensionsversicherung	4851	6905
Transitorische Passiven	307905	270288
Eigenkapital	8785	6330
Total Passiven	532658	456260

Kennzahlen

- Selbstfinanzierungsgrad 60%
- Marketinganteil am Aufwand 25%
- Anteil Raumkosten am Aufwand 6%
- Personalanteil am Aufwand* 30%
(*ohne Stadtführer-Team)
- Ertrag pro Schalterkontakt: CHF 4.40

Das Vereinsjahr 2017 wurde mit einem Ertragsüberschuss von CHF 2 455.00 abgeschlossen.

Erfolgsrechnung: Das Gesamtergebnis weist eine ganz tiefe Abweichung zum Budget aus. Die Mehrerträge sind hauptsächlich bei den Gruppenreisen, Stadtführungen und bei den Partnerbeiträgen zu finden. Auf der Aufwandseite sind im Speziellen die Abgrenzung der Aufwände für die neue Website zu erwähnen. Die Position Strukturreform Graubünden führt den Beitrag auf, welche Chur Tourismus im Rahmen des kantonalen Projekts «grhome / Faszination Tourismus» als Partner leistet. Die einzelnen Abweichungen zum Budget gleichen sich jedoch auf der Aufwands- und Ertragsseite im Gesamtergebnis wieder aus.

Bilanz: Chur Tourismus ist liquide und verzeichnet per Ende des Vereinsjahrs ein Eigenkapital von CHF 8 785.00. Bei den transitorischen Abgrenzungen handelt es sich vorwiegend um die Rechnungsabgrenzung im Rahmen des Gastro(s)passes sowie Abgrenzungen für die neue Website, welche erst im folgenden Geschäftsjahr realisiert wird. Die Rückstellungen für die Mehrwertsteuer waren notwendig, da aufgrund der ausstehenden MWST-Kontrolle (Rückwirkend bis 2013) Korrekturen möglich sein werden.

Leonie Liesch, Chur Tourismus

Revision

Verein Chur Tourismus

Bericht der Revisionsstelle
an den Verein Chur Tourismus

Chur, 31. März 2018

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Betriebsrechnung) des Vereins Chur Tourismus für das am 31. Dezember 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Die Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur nicht eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim Verein vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei der Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem Gesetz und den Statuten entspricht. Wir empfehlen die Jahresrechnung 2017 zu genehmigen.

Christian Clement
Betriebsökonom dipl oek
leitender Revisor



Iris Battaglia
Sachbearbeiterin
Finanzen und Steuern Stadt Chur



Organe

per 31. Dezember 2017

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), 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 %) Dario Lohner (40 %) Sam Donnellon (Lernende)
Stadtführungen	Livia Camenisch
Mitgliederwesen	Melanie Sigron (80 %)

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, Ueli Jordi, Karin Senti, Caroline Lampert, Erika Holenweger und Christoph Bucher

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

CH-7001 Chur

Tel. +41 81 252 18 18

Fax +41 81 254 58 89

info@churtourismus.ch

www.churtourismus.ch