

LEISTUNGSVEREINBARUNG

(gemäss Art. 33 Tourismusgesetz)

zwischen

der Politischen Gemeinde Arosa, vertreten durch den Gemeindevorstand und dieser wiederum durch die Gemeindepräsidentin Yvonne Altmann und Gemeindeschreiber Jan Diener

(nachfolgend Gemeinde genannt)

und der

Arosa Tourismus Genossenschaft (AT), vertreten durch den AT-Vorstand, dieser wiederum durch die kollektivzeichnungsberechtigten Pascal Jenny, Präsident und Roland Schuler, Direktor

(nachfolgend AT genannt)

1 Präambel

Mit dieser Leistungsvereinbarung wird die grundlegende Aufgabenteilung zwischen AT und der Gemeinde im Bereich des Tourismus transparent sichergestellt.

2 Grundlagen

Grundlage dieser Leistungsvereinbarung bildet das Gesetz über die Erhebung einer Beherbergungsabgabe und einer Tourismusförderungsabgabe in der Gemeinde Arosa («Tourismusgesetz»).

3 Zweck

Gemäss Zweckartikel des Tourismusgesetzes werden Beherbergungsabgaben und Tourismusförderungsabgaben erhoben. Der Ertrag ist im Sinne der gesetzlichen Bestimmungen, des Arosa-Gastes, der Gewinnung von neuen Gästen, der Vermarktung und zur Verbesserung der touristischen Rahmenbedingungen zu verwenden. Die Einnahmen aus diesem Gesetz sind für Aufgaben einzusetzen, die in überwiegender Masse im Interesse der Tourismuswirtschaft liegen. Die Vorgaben des übergeordneten Rechts, insbesondere des kantonalen Gemeinde- und Kirchensteuergesetzes, sowie die Einhaltung der sog. Zweckbindung sind zu beachten.

Mit dieser Leistungsvereinbarung werden die durch AT zu erbringenden Leistungen und die zu erreichenden Zielsetzungen im Rahmen der Verwendung der Einnahmen aus dem Tourismusgesetz festgelegt.

4 Ziel

Dieser Leistungsvereinbarung liegen folgende Ziele zu Grunde:

Steigerung der touristischen Wertschöpfung in der Gemeinde mit Auslastung der vorhandenen Betten;

Ausweitung des Ferienregionangebotes für Gäste der Gemeinde (Angebote, Infrastruktur, Veranstaltungen, etc.), sowie Schaffung von neuen Beherbergungsbetten;

Unterstützung von lokalen, nationalen und internationalen Sport-, Kultur- und Eventorganisationen bei der Durchführung von touristisch relevanten Anlässen gemäss der Event Strategie von AT/Arosa;

Erhöhung der Bekanntheit und Wahrnehmung der Ferienregion Arosa sowie der Markenstärke vom Brand Arosa auf allen Kanälen;

Steigerung des Bewusstseins für die Tourismusförderung in Zusammenarbeit mit Arosas Leistungsträgern.

5 Aufgaben von AT

5.1 Tourismusstrategie

AT erstellt eine Tourismus-Strategie und setzt diese um.

AT überprüft die Tourismus-Strategie alle vier Jahre und bespricht diese mit dem Gemeindevorstand (Aktuelles Markenhaus und Tourismusstrategie im Anhang 3). Dazu gehören explizit:

- 1) Weiterentwicklung und periodische Überprüfung der Ferienregion-Strategie (Festlegen strategischer Eckpunkte);
- 2) Bildung von Schwerpunkten zur weiteren Schärfung des Profils und für eine erfolgsversprechende Positionierung;
- 3) Steigerung der touristischen Wertschöpfung über die Jahreszeiten Winter-, Herbst, und Sommerhalbjahr durch gezielte Aktivitäten und Tourismusprojekte;
- 4) Verlängern der Saisonzeiten hin zu einem 11-Monate-Tourismusangebot. Dies durch Aktivitäten für die Ansiedlung von ergänzenden Tourismusthemen in den schwächeren Saisonzeiten; und

- 5) Durchgängige Verknüpfung der touristischen Dienstleistungskette (Information, Werbung, Ticketing, Unterkunft, Gastronomie, Rental, Schneesportschulen, Veranstaltungen/Events etc.).

5.2 Weitere Aufgaben

Die weiteren Aufgaben und Verpflichtungen von AT im Rahmen dieser Leistungsvereinbarung sind im Anhang 1 festgelegt.

6 **Aufgaben der Gemeinde**

Die Gemeinde ist für die im Anhang 2 festgelegten Arbeitsbereiche zuständig.

7 **Schnittstellen und Zusammenarbeit**

Die Koordination zwischen der Gemeinde und AT erfolgt auf strategischer Ebene über das von der Gemeinde in den Vorstand von AT delegierte Vorstandsmitglied.

Auf operativer Ebene stellt die Geschäftsleitung von AT die Koordination mit den verantwortlichen Stellen der Gemeinde sicher.

7.1 Ressort Tiefbau der Gemeinde

Das Ressort Tiefbau der Gemeinde arbeitet unter der Regie der Gemeinde. In Arbeitssitzungen zwischen AT und dem Ressort Tiefbau werden die Arbeiten koordiniert und die touristischen Prioritäten gesetzt.

7.2 Ortsbus

AT beteiligt sich an den Kosten des Ortsbusbetriebes gemäss separater Vereinbarung mit einem festgelegten Betrag pro Logiernacht, jedoch max. mit dem Durchschnittsbetrag der letzten fünf Abrechnungsjahre.

8 **Finanzierung**

Die Einnahmen sind gemäss Art. 3 des Tourismusgesetzes in den Zonen (gem. Art. 3, Ziffer 2a, 2b und 2c) einzusetzen, in denen sie generiert werden.

Es wird mit Einnahmen aus der Beherbergungsabgabe und der Tourismusförderungsabgabe von ca. CHF 5,80 Mio. gerechnet.

Für den Vollzug des Gesetzes sowie den Einzug der Beherbergungsabgaben und Tourismusförderungsabgaben erhält die Gemeinde 1 % der generierten Einnahmen.

Der jährliche durch die Gemeinde zu entrichtende Beitrag für die Erfüllung des vorliegenden Leistungsauftrages beträgt CHF 5,55 Mio. aus den Einnahmen der Beherbergungsabgaben und der Tourismusförderungsabgaben sowie CHF 600'000.- aus der ordentlichen Rechnung der Gemeinde für Marketingaktivitäten (Total

CHF 6,15 Mio.). Die verbleibenden Mehreinnahmen aus den Beherbergungsabgaben und Tourismusförderungsabgaben (nach Abzug der Einzugsprovision) von ca. CHF 195'000.- verwendet die Gemeinde für von AT übernommene Arbeiten resp. für von AT nicht mehr geleistete Barbeiträge. Nimmt die Gemeinde aus den Beherbergungsabgaben und Tourismusförderungsabgaben effektiv mehr ein als CHF 5,80 Mio., so fließt der Mehrertrag beiden Parteien je hälftig zu und muss für ausschliesslich touristische Projekte und Aktivitäten genutzt werden.

Spielt die Gemeinde mit dem Einzug der Taxen anteilmässig (50/50 Regelung bei Mehreinnahmen) zusätzliche Gelder ein (Hotelneubauten, etc.), müssen diese verpflichtend für touristische Infrastruktur oder Marketing (gemäss Aufteilung unter Art. 1 und 16 TG) verwendet werden.

Mehreinnahmen gegenüber dem erwarteten Betrag von CHF 5,80 Mio. werden im Verhältnis 1:1 wie folgt aufgeteilt: Die Hälfte wird AT im laufenden Jahr überwiesen, die andere Hälfte wird in einen Fonds der Gemeinde gelegt, der für besondere Projekte verwendet werden kann. Die Verwendung bestimmt die Gemeinde, wobei aber die gesetzliche Zweckbindung eingehalten werden muss.

Die Gemeinde überweist den Betrag jeweils in folgenden Tranchen an AT:

6) Januar: CHF 1'387'500.-

7) April: CHF 1'387'500.-

8) Juli: CHF 1'387'500.-

9) Oktober: CHF 1'387'500.-

Der Gemeindebeitrag von CHF 600'000.- für die Marketingaufgaben wird jeweils im Mai an AT überwiesen.

Für den Fall einer Senkung oder Erhöhung der Beherbergungsabgaben und/oder Tourismusförderungsabgaben wird der Beitrag an AT auf die neu zu erwartenden Einnahmen angepasst.

Für die Finanzierung der jeweiligen Grossevents (Ziff. 3.1 Anhang 1) ist AT zuständig. Die Gemeinde kann ausserhalb der Regelungen in dieser Leistungsvereinbarung Anlässe mit einem Gesamtaufwand von mehr als CHF 100'000.- finanziell unterstützen.

Gemeinsam vereinbarte Arbeitsleistungen der Gemeinde für die Grossevents werden kostenlos erbracht, resp. nicht verrechnet (z.B. Gemeindepolizei (Verkehrssicherheit, Parkhausdienst).

Sämtliche hier unter Punkt 8 erwähnten Mittelflüsse gelten mangels Leistung, bezugnehmend auf Art. 18 Abs. 2 lit. a) und b) des Mehrwertsteuergesetzes nicht als Entgelt, es handelt sich um Subventionen. Sie unterstehen somit nicht der Mehrwertsteuer. Gemäss Art. 33 Abs. 2 Mehrwertsteuergesetz muss AT jedoch die Vorsteuer verhältnismässig kürzen.

9 Controlling / Wirkung

AT informiert die Gemeinde jährlich mit dem Geschäftsbericht über den Geschäftsverlauf.

10 Inkrafttreten und Auflösung

Diese Leistungsvereinbarung tritt per 1. Januar 2025 in Kraft. Diese Leistungsvereinbarung und ihre Anhänge können im gegenseitigen Einvernehmen jederzeit angepasst werden.

Die Kündigungsfrist beträgt 18 Monate, jeweils auf das Ende der Wintersaison (30.04.).

11 Schriftform

Änderungen und Ergänzungen dieser Leistungsvereinbarung inkl. dieser Klausel und deren Anhänge bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform unter ausdrücklicher Bezugnahme auf diesen Vertrag, sowie der rechtsgültigen Unterzeichnung durch beide Vertragsparteien.

12 Anwendung Öffentlichkeitsprinzip

AT nimmt zur Kenntnis und erklärt sich damit einverstanden, dass sie dem Reglement der Gemeinde für die Gewährung von Einsicht in amtliche Dokumente untersteht.

13 Teilnichtigkeit

Sollten Bestimmungen dieser Leistungsvereinbarung oder eines Anhanges nichtig oder rechtsunwirksam sein, gelten die übrigen Bestimmungen weiter. In diesem Fall sollen nichtige oder rechtsunwirksame Bestimmungen durch rechtswirksame ersetzt werden, die in ihren wirtschaftlichen Auswirkungen jenen der unwirksamen so nahekommen, wie rechtlich möglich.

14 Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Dieser Vertrag untersteht dem schweizerischen Recht. Subsidiär zur vorliegenden Leistungsvereinbarung und allen Anhängen kommen die Bestimmungen des schweizerischen Obligationenrechtes zur Anwendung.

Beide Vertragsparteien verpflichten sich, im Falle von Meinungsverschiedenheiten in Zusammenhang mit dieser Leistungsvereinbarung, in guten Treuen eine einvernehmliche Regelung anzustreben.

Als Gerichtsstand für alle Streitigkeiten, die aus dieser Leistungsvereinbarung entstehen, gilt Arosa.

15 Anhänge

Die nachfolgend erwähnten Anhänge bilden einen integrierenden Bestandteil dieser Leistungsvereinbarung.

- Anhang 1: Aufgaben von AT im Rahmen der Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde
- Anhang 2: Aufgaben der Gemeinde im Rahmen der Leistungsvereinbarung mit AT
- Anhang 3: Tourismus-Strategie (Arosa Markenhaus)

16 Unterschriften und Ausfertigung

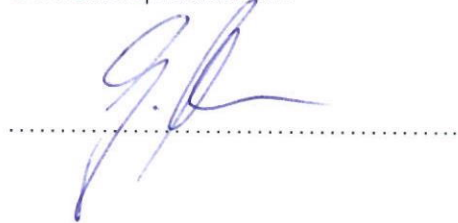
Diese Leistungsvereinbarung wird zweifach ausgefertigt und von beiden Parteien rechtsgültig unterzeichnet.

Arosa, den 01/11/25

Gemeinde Arosa

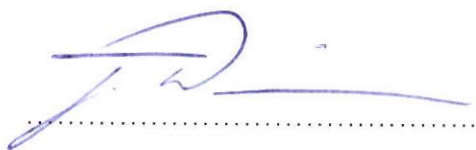
Yvonne Altmann

Gemeindepräsidentin



Jan Diener

Gemeindeschreiber

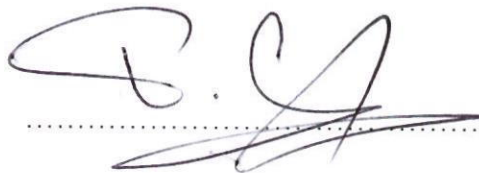


Arosa, 1.11.25

Arosa Tourismus Genossenschaft

Pascal Jenny

Präsident



Roland Schuler

Direktor



Anhang 1

Aufgaben von AT im Rahmen der Leistungsvereinbarung mit der Gemeinde

1 Marketing, Kommunikation, PR und Verkauf (Angebotsgestaltung)

Als Marketingorganisation hat AT den Auftrag, die Strategie der Ferienregion Arosa zu definieren und erfolgsorientiert umzusetzen.

AT informiert den Gemeindevorstand jährlich mündlich über den aktuellen Stand und die Umsetzung der Tourismusstrategie.

AT informiert in ihrem Jahresbericht über die strategischen Eckpfeiler und Entwicklungen der touristischen Aktivitäten der Ferienregion Arosa.

1.1 Produkte / Zielmärkte

AT gestaltet gemeinsam mit ihren Partnern strategiekonforme Produkte, Angebote und vermarktet, resp. verkauft diese Angebote aus der gesamten Ferienregion mittels geeigneten Marketinginstrumenten in den definierten Zielmärkten.

1.2 Markenführung „Arosa“

AT führt die Marke „Arosa “ nach innen und nach aussen.

AT gestaltet als eigenständige Ferienregion und Ferienregion Arosa die durch die Skigebietsverbindung gestarteten Marketingaktivitäten (Marken- und Leistungsprozess) von „Arosa Lenzerheide“ aktiv mit.

AT interagiert in ihren Marketingtätigkeiten „am Berg“ mit den Vertretern der Arosa Bergbahnen.

1.3 Veranstaltungen/Events als Marketinginstrument

AT setzt Veranstaltungen als Marketinginstrument ein.

Der Einsatz und die Unterstützung durch AT bei Veranstaltungen und Events richten sich nach Konformität mit der angestrebten Positionierung der Ferienregion Arosa sowie der strategischen Relevanz (geografische Ausstrahlung, Medienwirksamkeit, Logiernächte, etc.), die durch eine interne Veranstaltungs-Bewertung bestimmt wird.

Die Gemeinde überträgt die Bewirtschaftung während Anlässen (Aufbau, Durchführung, Abbau) auf öffentlichen Veranstaltungsplätzen (z.B. Obersee, Postplatz, punktuell Strassennetz, etc.) an die Anlagen- und Eventabteilung von AT.

1.4 Gemeindebetriebe

AT integriert die von der Gemeinde bewirtschafteten und betreuten Leistungen in ihre Basiskommunikation. Es handelt sich dabei um Leistungen und Produkte wie z.B. Langlauf, Untersee (Badeanstalt, Fischerei, etc.), Wander- und Bikewege, Arosa Bus und Sportplätze.

2 **Tourist Services**

2.1 Information und Gästebetreuung Informationsstellen

AT betreibt folgende Informationsstellen:

- 1) Betrieb eines Ferienregions-Callcenters;
- 2) Betrieb einer Ferienregions-Buchungsplattform; und
- 3) Betrieb der Informationscenter(n) in der Ferienregion Arosa.

Die Informationscenter werden nach unternehmerischen Kriterien geführt, d.h. die Betriebszeiten sind auf die Nachfrage resp. die Kundenbedürfnisse hin anzupassen. Digitalisierungselemente sind stetig miteinzubeziehen.

AT ist für folgende Gästebetreuungsmassnahmen zuständig:

- 1) Betrieb des (klassischen und multimedialen) touristischen Informationssystems vor Ort
- 2) Kommunikation von Veranstaltungen/Events, Öffnungs- und Betriebszeiten, Loipen- und Pistenbericht (via Arosa Bergbahnen) sowie Wetterbericht

AT ist verpflichtet, Betrieb und Unterhalt eines elektronischen Informations- und Reservationssystems sowie einer elektronischen Verkaufsplattform sicherzustellen. Es obliegt AT, die Form dieser Plattformen zu definieren. AT kann Dritte mit dem Betrieb von Plattformen beauftragen, bzw. den Betrieb vollständig auslagern.

2.2 Gästeprogramme und Gästeanimation

AT ist für die Koordination des Veranstaltungsangebots der Ferienregion Arosa verantwortlich. Dafür werden geeignete Instrumente (zentraler Veranstaltungskalender etc.) eingesetzt. Finanzielle Unterstützung von Veranstaltungen erfolgt nur entlang der Ferienregionsstrategie und bei Erfüllung touristischer Kriterien (siehe 6, Ziel 3).

Das Angebot der Sportvereine und der kulturellen, sozialen und gesellschaftlichen Vereine aus der Gemeinde und der Region ist, soweit sinnvoll, zu integrieren.

- Animationsprogramme für die diversen Gästesegmente und Zielgruppen
- AT bezahlt keine Beiträge an die Vereine
- Sponsoring an Vereine und Institutionen mit nationaler Ausstrahlung sind möglich (z.B. EHC Arosa)

3 Events & Veranstaltungen

3.1 Grossevents

AT ist verantwortlich für die Organisation und Durchführung der Grossevents mit hoher touristischer Relevanz. Aktuell sind dies folgende Veranstaltungen:

- Arosa Humorfestival
- Arosa ClassicCar
- Arosa IceSnow-Football
- FIS Skicross Weltcup in Kooperation mit den Bergbahnen und den Skischulen

3.2 Sport- und Kulturkommission

Im Rahmen der Sport- und Kulturkommission ist AT zuständig für die Koordination und Beurteilung aller Produkte, Ideen und Projekte der Vereine in der Ferienregion Arosa.

4 Corporate Design "Arosa"

Arosa zählt zu den beliebtesten Ferienregionen der Alpen und damit zu den bekanntesten und profiliertesten Ferienregionsmarken. Als starke Marke legt Arosa in jeder Beziehung Wert auf ein gepflegtes Erscheinungsbild. Dazu zählt auch das Branding.

AT ist verantwortlich für die Anwendungsregeln und das visuelle Erscheinungsbild (Corporate Design) von Arosa.

Für alle Grundelemente wie Logotypes etc. dürfen ausschliesslich die von AT zur Verfügung gestellten Originalvorlagen verwendet werden.

5 Betreiber Sport- und Kongresszentrum Arosa (SKZA), Seilpark & Bootsbetrieb

Gemäss bestehendem Mietvertrag zwischen AT und der Gemeinde ist AT für die Bewirtschaftung und Führung vom Sport- und Kongresszentrum (Seminar, Kongress, Eishalle) verantwortlich.

AT ist zuständig für den Betrieb folgender Anlagen:

- SKZA, Eissporthalle, (gemäss Vereinbarung vom 01.04.2012)
- Betriebs- und Garderobengebäude Ochsenbühl sowie Kälteplatte auf Parkhaus und Sportanlage Ochsenbühl (Sommer und Winter) (gemäss Vereinbarung vom 02.06.2004)
- Bootshaus Obersee (gemäss Vereinbarung vom 02.06.2004)
- Anschaffung und Verkauf Ruhebänke
- Bootsbetrieb und Fischerei
- Helsana Trail (Unterhalt, Signalisation), Themenwege und Spielplatz Eichhörnlweg
- Hinweistafeln Ortseingang und im Ort (Beschriftung nach Arosa CI/CD) Beflaggungen (eigene Anlagen, Veranstaltungen und Gestaltung allgemein)
- All-Inclusive Angebote der Produkte Seilpark und Chippin Golf

6 Ferienregionsentwicklung

Durch regelmässige Aktivitäten, ausserhalb der Ferienregion, den Markt- und Gesellschaftstrends kennen, evaluieren und aufnehmen. Die Tauglichkeit für die Ferienregion Arosa prüfen, testen und zur Umsetzung/Realisierung bringen. Dies unter anderem im Bereich Innovationen (Produkt, Events, etc.), Dienstleistung, Qualität und vernetzten Angebotslösungen (z.B. Arosa Bärenland, Bergangebote Arosa Lenzerheide, etc.).

7 Verwaltung

AT organisiert und finanziert eine angemessene Verwaltung (Betriebskosten, Personalkosten, etc.), welche den erforderlichen Qualitätsanforderungen der Ferienregion Arosa gerecht wird.

Die Ausgestaltung der Massnahmen zur Zielerreichung obliegt AT und erfolgt nach betriebswirtschaftlichen Kriterien.

8 Tourismuszonen B und C

AT betreibt eine Kommission «Talschaft Schanfigg» In dieser werden touristische Massnahmen pro Geschäftsjahr vorbereitet, diskutiert und dem AT-Vorstand zur Genehmigung unterbreitet. Die in den Zonen B und C generierten finanziellen Mittel werden für die definierten Aktivitäten eingesetzt. Die Ausgestaltung der Massnahmen zur Zielerreichung «Talschaft Schanfigg» obliegt der Kommission und erfolgt nach betriebswirtschaftlichen Kriterien.

Die in der Zone B generierten Mehreinnahmen, jedoch max. CHF 150'000.–, durch die anlässlich der Urnenabstimmung vom 9. Juni 2024 genehmigte Einführung dieser neuen Zone für die Ortschaften Molinis, St. Peter-Pagig und Peist, mit einem neuen Ansatz von 60 %, statt wie bisher 30 %, der Ansätze der Ortschaft Arosa, sind für den Betrieb der Sportbahnen Hochwang einzusetzen.

Die Kommission setzt sich wie folgt zusammen:

- 1 Vertreter des Gemeindevorstands (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Sportbahnen Hochwang (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Dorfverein Langwies (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Verkehrsverein Peist (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Dorfverein Calfreisen (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Dorfverein Lünen/Castiel (mit Stimmrecht)
- 1 Vertreter Aktives Molinis (mit Stimmrecht)
- 1 Kulturfachstelle Arosa-Schanfigg (ohne Stimmrecht)
- 1 Arosa Tourismus (Operative) (mit Stimmrecht)

9 Grossprojekte

Der Vorstand von AT evaluiert Möglichkeiten einer Integration oder Zusammenarbeit mit Grossinvestoren im Rahmen von Ideen zu externer Tourismusfinanzierung für neue, diese Leistungsvereinbarung und die aktuelle Finanzierung übersteigende Projekte zur Tourismusentwicklung der Ferienregion Arosa. Mögliche Szenarien fliessen in die Tourismusstrategie ein und werden der Generalversammlung zur Genehmigung unterbreitet.

Anhang 2

Aufgaben der Gemeinde im Bereich der Leistungsvereinbarung mit AT

Die Gemeinde ist zuständig für Erstellung, Unterhalt, Betrieb und Ersatz von touristischen Infrastrukturen (inklusive Infrastruktur der Eissporthalle und dem Sportplatz Ochsenbühl). Die Kosten dafür und für die nachfolgenden Aufgaben finanziert die Gemeinde aus dem ordentlichen Gemeindebudget.

- Parkhaus Ochsenbühl, Parkgarage Innerarosa, Parketage Sandhubel
- Camping Weierhof
- Ruhebänke (Ausschaukeln, Pflege)
- Springbrunnen
- Obersee (Reinigung und mähen Seeufer, Algenbekämpfung, Aufsicht über den Obersee (Sommer und Winter))
- Helilandeplätze
- Öffentliche Anlagen, Pflanzentröge
- Schiessanlage Isel
- Starterhäuschen (Unterhalt)
- Sportplatz Müliboda
- Hinweistafel Ortseingang (Unterhalt) und Beflaggungen (Montage und Unterhalt)
- Bundesfeier 1. August (Publikation, Absperrungs- und Sicherheitsarbeiten, Bereitstellen und Abgabe Fackeln an SAC (Höhenfeuer))
- Schachspiel
- Zivilschutzanlage
- Strandbad Untersee
- Kinderspielplätze (exkl. Spielplatz Eichhörnliweg)
- Schlittelbahn Prätschli
- Präparation Langlaufloipen
- Betrieb der Langlaufgebäude
- Unterhalt/Betreuung Spazier-, Wald-, Wander-, und Bergwanderwege weiss-rot-weiss, Feuerstellen und Bikewege, ohne Biketrails, Parcours, Down-Hill-Strecken usw.

Anhang 3

Tourismus-Strategie (Arosa Markenhaus)

Bestehendes



Markenhaus



Kooperation, Kommunikation, Qualität, Innovation und Passion
Markenstärke Arosa: Freundlichkeit, Herzlichkeit, Qualität

Stärkung und Erhalt vom „klassischen und idyllischen Bergdorf“ (ausgezeichnetes Ferienerlebnis)

Events

- Leuchttürme
- Eventkompetenz
- Generieren von LN und Wertschöpfung
- Zusätzliche Finanzierungsmittel, C-Level Events (Sponsoren) und Kooperationspartner (Wissen)

Schneesport

- Schneesport Ski, Windwandern, Langlauf, etc.
- Gezielte Nachwuchsförderung im Schneesport: Kinderländer, Skischule Inklusive, Secondos, Schneesportinitiative
- „Wahres Wintererlebnis“ - Winter im Dorf / Arosa 2020

Sommer

- Arosa Bärenland
- Bike Family & Easy
- All-Inclusive
- Edukative Freizeit-Angebote: Weiterbildung, Ausbildung (Akademie), Unterricht (Musikkurswochen, Sport-Trainingslager, Tier- & Naturbildung)

Dienstleistungs-Excellence

- Online Marktplatz
- Infrastruktur-Qualität: Service- und Arosa Freundlichkeit
- Vereinfachung und Digitalisierung aller Buchungsprozesse für Gäste

Basis:

- Entwicklung der historischen Stärke des Arosa Generationentourismus (Stammgäste pflegen)
- Erhalt und Förderung der klassischen Bergdestination Arosa unter Einbezug der traditionellen und modernen (5-Sterne) Hotellerie und Ferienwohnungen
- Arosa ist eine aktive Sportregion mit einem gezielt geförderten hochstehendem kulturellen Angebots-Arm
- Erneuerung und Ausbau der touristischen Infrastruktur der Ferienregion Arosa



Arosa Vision 2023 ff

Arosa Tourismus fördert die **touristische Auslastung** und den **nachhaltigen Aufenthalt** der Menschen in der Ferienregion. **Verantwortungsbewusst** koordinieren, kommunizieren und kreieren wir das **gästerelevante Leistungsangebot**. Als innovative **Macher:innen** stehen wir für Kreativität und Flexibilität. Arosa ist eine der **nachhaltigsten Destination der Alpen** und gehört zu den drei **begehrtesten** Ferienregionen in der Schweiz.

