

geschäfts*bericht*  
2008/2009



## Verwaltungsrat

---

von der Generalversammlung gewählt bis  
Generalversammlung 2010:

Lorenzo Schmid, lic. iur. Rechtsanwalt, Arosa, Präsident  
Eberhard Buck, Geschäftsführer, Böblingen (D)  
Alois Rütsche, El. Ing. HTL, Arosa  
Dr. oec. Riet Theus, Unternehmensberater, Ebmatingen

### Vertreter:

der Gemeinde Arosa:  
Vincenz Vital, Kaufmann, Arosa,  
Gemeindepräsident

von Arosa Tourismus:  
Christian Menet, Hotelier, Arosa,  
Präsident Arosa Tourismus

der Bürgergemeinde Arosa:  
Christian Brunold, Werkmeister, Arosa,  
Bürgermeister

der Bürgergemeinde Chur:  
Dr. iur. Rolf Stiffler, Chur, Bürgermeister

### Ausschüsse:

#### Finanzkommission

Riet Theus (Präsident)  
Eberhard Buck  
Lorenzo Schmid

#### Baukommission

Alois Rütsche (Präsident)  
Christian Brunold  
Lorenzo Schmid

## Revisionsstelle

---

Curia Treuhand AG, Chur

## Geschäftsleitung

---

Direktor Thomas Gurzeler, Bau- und  
Betriebsingenieur, Arosa

## Bereichsleiter

---

### Administration/Verkauf:

Philipp Holenstein, Arosa

### Transportbetriebe:

Andreas Sturzenegger, Arosa

### Pisten- und Rettungsdienst:

Walter Tschanz, Arosa

### Gastro/Beherbergungen:

Andy Abplanalp, Arosa

## Stabsstellen/Delegierte

---

### Sekretariat:

Regula Wyss, Arosa

### Stabsstelle Marketing/Event:

Roger Meier, Arosa

### Stabsstelle Liegenschaften/Baubüro:

René Führer, St. Peter

### Delegierter Buchhaltungsgemeinschaft

#### mit Weisse Arena AG:

Philipp Holenstein

## Betriebskommission

---

Fridolin Rageth (Vorsitz)

Christoph Galli

Peter Zippert

## Paritätische Verwaltungskommission

### für die Vorsorgeeinrichtungen der

#### Arosa Bergbahnen AG

---

Thomas Gurzeler (AG)

Philipp Holenstein (AG)

Thomas Tanner (AN)

Jürg Walter (AN)

## Besondere Beauftragte

---

### Arbeitssicherheit:

Fritz Wäfler, Stv. Technischer Leiter

### Qualitätsmanagement:

Philipp Holenstein, Bereichsleiter

## Geschäftssitz

---

Arosa Bergbahnen AG

Seeblickstrasse

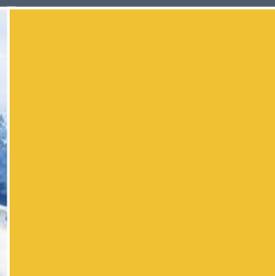
7050 Arosa

Telefon 081 378 84 84

Fax 081 378 84 44

Internet: [www.arosabergbahnen.ch](http://www.arosabergbahnen.ch)

E-Mail: [info@arosabergbahnen.ch](mailto:info@arosabergbahnen.ch)



## WICHTIGES IN KÜRZE

	2008/2009	2007/2008	Veränd. in %
<b>Verkehrsleistung in 1'000 Personen</b>			
<b>Beförderte Personen, gesamthaft</b>	<b>5'847</b>	<b>6'066</b>	<b>-3.6</b>
Luftseilbahn Arosa Weisshorn	950	962	-1.2
Gondelbahn Hörnli	401	394	1.8
Sesselbahnen	3'247	3'372	-3.7
Skilifte	1'249	1'338	-6.7
<b>Ersteintritte (Winter)</b>	<b>602</b>	<b>615</b>	<b>-2.1</b>

<b>Erfolgsrechnung in CHF 1'000</b>			
<b>Ertrag</b>	<b>30'229</b>	<b>30'207</b>	<b>0.1</b>
Verkehr	17'718	17'436	1.6
Gastro	8'562	8'806	-2.8
Logement	1'963	2'027	-3.2
Nebenerträge	1'986	1'938	2.5
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>22'763</b>	<b>21'899</b>	<b>3.9</b>
Warenaufwand	2'089	2'067	1.1
Personalaufwand	11'337	10'975	3.3
Sachaufwand	7'771	7'464	4.1
Bank- und Darlehensaufwand	1'449	1'277	13.5
Leasingaufwand	117	116	0.9
<b>Cash Flow (Betrieb)</b>	<b>7'127</b>	<b>7'988</b>	<b>-10.8</b>
<b>Jahresgewinn</b>	<b>558</b>	<b>537</b>	<b>3.9</b>

<b>Bilanzübersicht in CHF 1'000</b>			
Investitionen in Sachanlagen	12'016	4'301	179.4
Anschaffungswert der Anlagen	182'759	172'789	5.8
<b>Aktiven</b>	<b>70'609</b>	<b>65'367</b>	<b>8.0</b>
Buchwert der Anlagen	64'321	59'077	8.9
Umlaufvermögen	5'743	5'727	0.3
Finanzanlagen	545	563	-3.2
<b>Passiven</b>	<b>70'609</b>	<b>65'367</b>	<b>8.0</b>
Eigenkapital	24'886	24'828	0.2
Langfristiges Fremdkapital	39'573	32'637	21.3
Übrige Passiven	6'150	7'902	-22.2

<b>Kennzahlen in CHF 1'000</b>			
<b>EBITDA (Betriebsergebnis I)</b>	<b>9'032</b>	<b>9'702</b>	<b>-6.9</b>
in % des Ertrages	29.9	32.1	
<b>Abschreibungen</b>	<b>6'038</b>	<b>7'118</b>	<b>-15.2</b>
<b>EBIT (Betriebsergebnis II)</b>	<b>2'994</b>	<b>2'584</b>	<b>15.9</b>
in % des Ertrages	9.9	8.6	
<b>EBT (Betriebsergebnis III)</b>	<b>1'429</b>	<b>1'200</b>	<b>19.1</b>
in % des Ertrages	4.7	4.0	
<b>Cash Flow</b>	<b>7'127</b>	<b>7'988</b>	<b>-10.8</b>
in % des Ertrages	23.6	26.4	
Buchwert in % d. Anschaffungsw.	35.2	34.2	
Eigenkapitalquote in %	35.2	38.0	

<b>Dividende</b>			
Namenaktie à CHF 100.- nominell	4 % *	4 %	

\*Antrag des Verwaltungsrates



## Geschäftsbericht in elektronischer Form

Der Geschäftsbericht 2008/2009 erscheint wiederum als elektronische Ausgabe. Er ist jederzeit im Internet abrufbar unter [www.arosabergbahnen.ch](http://www.arosabergbahnen.ch), Rubrik Bergbahnen. Diese moderne Form der Berichterstattung hat sich nach vier Jahren etabliert. Die Aktionäre erhalten die wichtigsten Kennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres mittels Kurzbericht zusammen mit der Einladung zur Generalversammlung per Post zugestellt.

## Generalversammlung

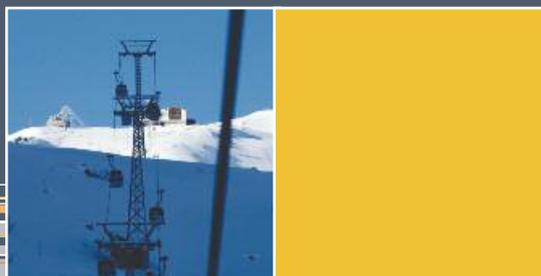
Am 27. September 2008 versammelten sich 374 Aktionäre in der Mehrzweckhalle Arosa. Mit ihren eigenen und vertretenen Aktien repräsentierten sie 91'758 Stimmen und somit 73,4 % des stimmberechtigten Aktienkapitals. Die Aktionäre folgten den Anträgen des Verwaltungsrates und beschliessen die Auszahlung einer Dividende von 4 %.

## Aus dem Verwaltungsrat

Was im Januar 2008 nach einer Krise in der Bankenwelt ausgesehen hatte, erreichte zwölf Monate später auch die Volkswirtschaft der Schweiz. Aus der Finanzkrise wurde eine Wirtschaftskrise. Bis Mitte Jahr gaben sich die Prognostiker für die Schweiz noch höchst optimistisch, erst im Herbst änderte sich der Ton langsam. Im Oktober und November wurde immer deutlicher, dass die Finanzkrise auf die reale Wirtschaft übergegriffen hatte, aber nicht alle Branchen gleichermassen erfasste. Negative Auswirkungen auf den wertschöpfungsintensiven Wintertourismus in Arosa waren dank der guten Schneeverhältnisse und der starken Binnennachfrage gesamthaft gesehen wenig spürbar. Die

Tourismuswirtschaft entpuppt sich als krisenresistenter und als stabilisierender Faktor für eine ganze Region. Hingegen setzte der Einbruch an den Aktienmärkten alle Vorsorgeeinrichtungen unter Druck, im Besonderen die Pensionskasse der Ascoop, die sich seit Anfang 2006 auf einem beschwerlichen Sanierungsweg befindet. Die Minus-Performance im Jahr 2008 liess den Deckungsgrad auf 72 % und damit auf den Stand wie vor Beginn der Sanierungsmassnahmen schmelzen. Diese Situation ist für Arbeitgeber und Arbeitnehmer unbefriedigend. Ziel muss es sein, die Vorsorgeeinrichtung in absehbarer Zeit auf eine gesunde finanzielle Basis zu stellen.

Besonnenheit und Konzentration auf die eigenen Stärken sind nicht erst in der Krise gefordert. Die Devise muss sein: Echte Werte bieten, Sein statt Schein. Nach diesem Rezept gestaltet der Verwaltungsrat seine Investitionsplanung seit Jahren ungeachtet der wirtschaftlichen Turbulenzen. Die finanzielle Verträglichkeit bei Investitionsentscheiden ist unabdingbar, zumal den KMU-Betrieben in der Schweiz mit Begehrlichkeiten nach Staatsinterventionen wenig Aussicht auf Erfolg beschieden wäre. Hier nimmt der Verwaltungsrat seine Verantwortung wahr. Der Einsatz der finanziellen Mittel richtet sich nach der Ertragskraft des Unternehmens. Die erfreulichen Betriebsergebnisse der letzten beiden Jahre und der Glaube an die Marke Arosa erlauben es, offensiv aber bedacht in Infrastruktur und Wachstumsprojekte zu investieren. Der rasche Wandel der Wirtschaft verlangt Flexibilität und schnelle Reaktion. Der Verwaltungsrat sieht die Krise mit seinen Vorzeichen für eine länger anhaltende Rezession als Chance, Restrukturierungen ohne übertriebenen Aktionismus entschlossen anzugehen, die Kostenbasis nachhaltig zu stabilisieren, um auch in schwierigen Zeiten gut positioniert zu sein.



Zwei wichtige Investitionsvorhaben sind derzeit infolge unbeeinflussbarer Faktoren blockiert. Die Skigebietsverbindung mit der Lenzerheide erlitt Anfang Juni 2008 an der Urne trotz einem überwältigenden Ja-Anteil von 84,3 % in Arosa einen argen Dämpfer, nachdem die Stimmberechtigten in Vaz/Obervaz das 3S-Bahn-Projekt mit einem 60 %-Anteil verworfen haben. Mit der Wahl eines neuen Verwaltungsrates für die Lenzerheide Bergbahnen AG hat das für die Wettbewerbsfähigkeit der beiden Winterdestinationen so bedeutende Vorhaben neue Impulse erhalten. Bereits liegen konkrete Ideen für eine leicht abgeänderte Variante auf dem Tisch. Unveränderter Stillstand ist beim Neubauprojekt des Bergrestaurants auf dem Weisshorngipfel angesagt. Der Natur- und Heimatschutz, Sektion Graubünden, leitete im Juli 2007 das Rekurs- und Beschwerdeverfahren ein. Das Bundesgericht konnte bislang noch keinen Entscheid fällen. Wenigstens hat die vom Bundesgericht angerufene Eidgenössische Natur- und Heimatschutzkommission (ENHK) in ihrem Gutachten von Ende April 2009 den geplanten Neubau des Bergrestaurants Weisshorngipfel nicht als zusätzliche Beeinträchtigung der Landschaft beurteilt.

Dafür schritt das CHF 15,0 Mio. schwere Ausbauprojekt der Beschneiungsanlagen mit dem neuen Speichersee Hintere Hütte als Herzstück planmässig voran. Das gespeicherte Wasser von 60'000 m<sup>3</sup> wird auf die kommende Wintersaison 2009/2010 erstmals für die künstliche Beschneigung genutzt werden können. Mit der 3. Ausbaustufe der Beschneiungsanlagen erhöht sich der Anteil der künstlich beschneiten Pisten im Schneesportgebiet Arosa von ca. 20 % auf 45 %, was die Erwartungen an einen gesicherten Schneesportbetrieb zu einem grossen Teil erfüllt. Mit dem Baubeginn der Parkgarage Innerarosa durch die Gemeinde Arosa als Bauherrin im Frühjahr 2009

wurde der Grundstein für ein attraktives Einstiegsportal Innerarosa in das Schneesportgebiet gelegt. Der Verwaltungsrat prüfte für die Erneuerung der Sesselbahn Innerarosa-Tschuggen verschiedene Projektvarianten. Er entschied sich für den Umbau in eine Gondelbahn auf dem bisherigen Sesselbahn-Trasse mit einem Förderband - Zubringer ab Niveau Parkgarage. Damit lösen die Bergbahnen ihr Versprechen ein, mit der Bauvollendung der neuen Parkgarage auf Winter 2010/2011 auch die bahntechnische Erschliessung von Innerarosa aus mit einer spür- und sichtbaren Komfortsteigerung erneuert zu haben.

Mit der Änderung des schweizerischen Obligationenrechts (OR) sind alle Unternehmen verpflichtet, eine Risikobeurteilung durchzuführen. Eine regelmässige und systematische Risikobeurteilung soll gewährleisten, dass das Unternehmen veränderte Rahmenbedingungen frühzeitig erkennt und richtig einschätzt. Weiter verlangt das geänderte Aktienrecht, dass alle Unternehmen, die aufgrund ihrer Umsatzgrösse, der Bilanzsumme und der Mitarbeiterzahl den neuen Bestimmungen unterliegen, über ein dokumentiertes internes Kontrollsystem verfügen. Der Verwaltungsrat hat die Risikoidentifikation und -bewertung durchgeführt. Er hat ebenso das Konzept für die Ausgestaltung des internen Kontrollsystems verabschiedet. Dieses beschreibt die Kontrollaktivitäten zu wichtigen Geschäftsprozessen. Im Finanzbericht 2008/2009 sind erstmals Angaben über die Durchführung einer Risikobeurteilung enthalten.

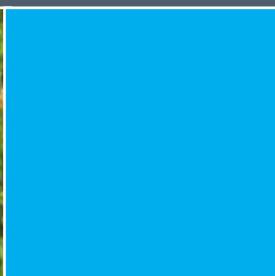


## Das Geschäftsjahr

Im 6. all-inclusive-Sommer in Folge besuchten 146'000 Gäste die Arosa Bergbahnen AG. So viele wie noch nie seit Einführung der Zauberformel "Gratisberg" (1 % über dem bisherigen Spitzenwert im Sommer 2006). Dazu beigetragen hat sicher die für ganz Graubünden einmalig geltende Mitgliederaktion eines Schweizer Finanzdienstleisters. Der Sommer 2008 war durch längere trübe Phasen, dann aber auch wieder durch markante Schönwetterperioden gekennzeichnet. Tendenzmässig war jeweils die erste Monatshälfte unbeständig, während es in der zweiten Monatshälfte sowohl im Juni und Juli, wie auch im August längere Schönwetterabschnitte gab. Nach einem nasskalten September und einem ersten Winter-Intermezzo Anfang Oktober folgten zum Saison-Abschluss drei Wochen "Goldener Herbst".

Der Wintereinbruch im November bis in tiefe Lagen kam wie bestellt. Die Schneefälle erreichten auch das Mittelland und die kalten Temperaturen brachten die Winterstimmung zu den Gästen. Die Arosa Bergbahnen konnten bereits auf den frühen Saisonstart am 29. November die Pisten planmässig in bester Qualität herrichten. Ab Weihnachten

sorgte ein kräftiges Hoch für nahezu perfekte Wintersportbedingungen bis über das Neujahr hinaus. Beste Pistenverhältnisse und Sonnenschein pur über alle Tage hinweg – begleitet von winterlichem Ambiente mit hartnäckigem Hochnebel im Unterland - lockten so viele Gäste ins Schneesportgebiet wie seit Jahren nicht mehr. Sogar die letztjährigen sehr positiven Festtags-Ergebnisse bei ähnlich guten Rahmenbedingungen wurden sowohl bei den Schneesporttickets wie auch in der Berggastronomie und in den Beherbergungsbetrieben übertroffen. Vom Saisonstart am 29. November bis zum Silvester 2008 besuchten 120'000 Gäste das Schneesportgebiet, 7 % mehr als im Vorjahr. Zum Vergleich: im schneearmen Winter 2006/2007 wurden bis Ende Dezember gerade mal 80'000 Eintritte verzeichnet. An den Spitzentagen am 28., 29. und 30. Dezember 2008 registrierte die Arosa Bergbahnen AG jeweils zwischen 10'200 und 10'600 Eintritte ins Schneesportgebiet, was absolute Spitzentage sind. Der Saisonrekord wurde am 2. Januar 2009 mit 10'760 Eintritten aufgestellt. Im Januar 2009 war es richtig Winter mit kalten Temperaturen, ausreichend Schnee und 19 Sonnentagen in Arosa. Mit



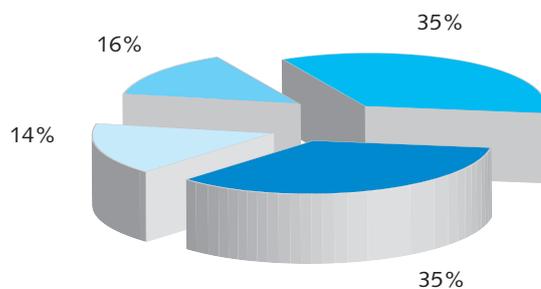
151'000 Gästeeintritten war der Januar überdurchschnittlich gut besucht.

Die Kehrtwende folgte mit dem Monatswechsel. Der traditionelle Winterferien-Monat Februar wie auch der März waren windig, mit oft bedecktem Himmel und gelegentlichem Schneefall. Nur gerade 16 echte schöne Wintertage waren in den zwei Monaten zu verzeichnen. Die Auswirkungen bei den Gästeeintritten (minus 56'000 Eintritte gegenüber dem 5-Jahres-Schnitt) und Umsatzzahlen fielen heftig aus. Vor allem die Berggastronomie mit ihrem lukrativen Terrassengeschäft musste beträchtliche Einbussen (- 23 %) hinnehmen. Anfang April kehrte das schöne Wetter in die Berge zurück. Von den immer noch hervorragenden Wintersportbedingungen in der wärmenden Frühlingssonne liessen sich viele Schneesportler anstecken, vor allem auch über die Osterfeiertage. Es war der beste April seit Jahren und ein gelungener Abschluss nach einem echten Schneewinter. Von der an den Finanzmärkten ausgelösten Wirtschaftskrise war im vergangenen Geschäftsjahr noch wenig zu spüren. Arosa ist mit

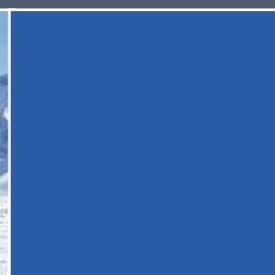
einem Inländeranteil von 60 % stark auf den Binnenmarkt Schweiz ausgerichtet. Der Binnentourismus wirkte sich zweifellos stabilisierend auf den Umsatz aus. Eine getrübt Konsumentenstimmung war nur schwach wahrnehmbar. Der Faktor Wetter wirkt sich sensibler und unmittelbarer auf die Frequenzen aus. Und da zeigte der Winter 2008/2009 gesamthaft betrachtet sein gewünschtes Bild mit viel Schnee und winterlichen Temperaturen, wiewohl die fehlenden Sonnentage im Februar und März zu Buche schlugen.

Tendenziell ist in den vergangenen Jahren ein schleichender Rückgang bei der Aufenthaltsdauer der Wintergäste feststellbar. Der Wettbewerb um Tages- und Wochenendgäste wird unter den Mitbewerbern härter geführt. Ein Blick in die Verkaufstatistik verrät, dass sich der Erlös aus dem Ticketverkauf an den Verkaufsstellen der Arosa Bergbahnen AG ziemlich gleichmässig auf die Ticket-Kategorien von Kurzzeit-, Wochen- und Langzeit-Pässe verteilt, was letztlich zu einer ansprechenden Auslastung im Schneesportgebiet beiträgt.

#### Ticketerlös nach Zeitgruppen

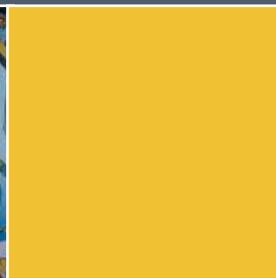


■ Kurzzeit (1/2 bis 2 Tage) ■ Mittel (3-6 Tage) ■ Langzeit (ab 7 Tage) ■ Saisonpässe



Das Schneesportgebiet Arosa wurde im Winter 2008/2009 von insgesamt 602'000 Gästen besucht, was gegenüber dem Vorjahr einem Rückgang von 2,1 % entspricht (gegenüber dem Fünfjahres-Mittel + 1 %). Die Gesamtleistung des Unternehmens übertraf zum zweiten Mal in Folge die CHF 30 Mio. Nicht ganz 60 % oder TCHF 17'718 kommen aus dem Ticketverkauf der Schneesportpässe. Der Anteil der Gastronomie und Beherbergung beträgt 35 %.

Der erfreuliche Gesamtumsatz und die im Budget liegenden Kosten ergeben ein gutes Betriebsergebnis I (EBITDA) von TCHF 9'032 (30 % des Gesamtertrags). Die Arosa Bergbahnen AG weist für das Geschäftsjahr 2008/2009 einen Cash Flow von TCHF 7'127, Abschreibungen von TCHF 6'038, ein Eigenkapital von TCHF 24'886, einen Buchwert der Sachanlagen von TCHF 64'321 und einen der Generalversammlung zur Verfügung stehenden Bilanzgewinn von TCHF 737 aus.



## Unsere Mitarbeiter/innen

Im Vor-Winter 2007/2008 prüften verschiedene Tester die Gästeservice-Leistungen mittels Mystery Checks auf Herz und Nieren. Sie durchliefen die ganze Servicekette der Arosa Bergbahnen AG – angefangen beim Hotel-Check-In über den Ticketverkauf, die Serviceleistungen in den Bergrestaurants und an den Liften bis zur Pistenqualität und Pistensignalisation. Das Fazit: Wir sind auf einem guten Qualitätsstand, haben aber insbesondere in der "Verkaufsleistung" (Bedürfnisse des Gastes aufnehmen, nachfragen, empfehlen, überraschen) Entwicklungspotenzial. In diesem Punkt setzte das Motto des Personalentwicklungsprogramms an. "Dörf es bitzeli meh si?" verfolgte das Ziel, höchsten Gästeservice zu bieten und die Verkaufsleistungen zu verbessern. Die von den Jahres- und Saisonmitarbeitern weiter entwickelte Qualität der ABB-Servicekette wurde in sechs "Geschichten-Büchern" festgehalten und an der Saison-Kickoff-Veranstaltung kurz vor Weihnachten allen Mitarbeitern präsentiert. Über die Festtage und Ende Januar folgten weitere Mystery-Tests um zu prüfen, ob das Gelernte auch in der Praxis gelebt und umgesetzt wird. Die Ergebnisse der Tests bestätigten, dass Arosa im Gästeservice effektiv stark ist und die Herzlichkeit und Gastfreundschaft spürbar ist. Entscheidend wird es sein, das Qualitätsbewusstsein in allen Bereichen und bei allen Mitarbeitern hoch zu halten.

Für Bergbahnunternehmen als ausgesprochene Saisonbetriebe mit Leistungsspitzen in der Hochsaison garantieren motivierte, leistungsfähige Saisonmitarbeiter einen hohen Qualitätsstandard. Die sorgfältige Auswahl der Mitarbeiter ist daher von grosser Bedeutung, die Führungskräfte sind bei der Personalbeschaffung gefordert. Ungeachtet des wirtschaftlichen Umfelds ist eine Wintersaison in den Bergen bei jungen Leuten ungebrochen attraktiv. Diesem guten Image ist mit zeitgemässer Personalführung und -betreuung Sorge zu tragen, zumal im Hinblick auf die demografische Entwicklung bald mit einer Verknappung der Nachfrage zu rechnen sein wird. Hier will sich die Arosa Bergbahnen AG schon heute eine vorteilhafte Position verschaffen.

### Beschäftigung

Die Arosa Bergbahnen AG beschäftigte im abgelaufenen Geschäftsjahr 62 Jahresangestellte (inklusive 5 Lernende, entspricht 56.1 FTE\*) und während der Wintersaison bis zu 234 Saisonangestellte. Zusammen mit den Jahresangestellten sind dies 164 FTE (Vorjahr 162 FTE). Die Anzahl der Mitarbeiter hat sich während der letzten Jahre mit Betriebsweiterungen im Gastrobereich etwas erhöht.

\*FTE = Full Time Equivalent = Vollzeitstellen

### Neue Jahresmitarbeiter

Fredi Kamer, Anlagechef, ab 1. Mai 2008  
Raoul Röst, Pistenfahrzeugfahrer und Maschinist, ab 1. Mai 2008  
Marc Gisler, Stv. Chef Pisten- und Rettungsdienst, ab 1. Juli 2008  
Ivana Lukac, KV-Lernende (E-Profil), ab 1. August 2008  
Pia Giger, Sekretärin, ab 1. November 2008  
Thomas Rohrer, Gerant Restaurant Weisshorn Gipfel, ab 1. November 2008  
Christian Schaller, Anlagechef, ab 1. Januar 2009

### Dienstjubiläen

#### 35 Jahre

Rudolf Item, Eintritt 1. Dezember 1973

#### 25 Jahre

Ueli Haltiner, Eintritt 16. Mai 1983

#### 20 Jahre

Jürg Walter, Eintritt 1. Juni 1988

#### 10 Jahre

Andreas Sturzenegger, Technischer Leiter, Eintritt 15. November 1998

### Pensionierung

Hans Tobler, Gerant Bergrestaurant Weisshorn Gipfel, Eintritt 1977 bis 1986 und November 2001 bis zur Pensionierung im April 2008.

Hanspeter Frischknecht, Mitarbeiter Liegenschaften, Eintritt November 1998 bis zur Pensionierung im April 2008.

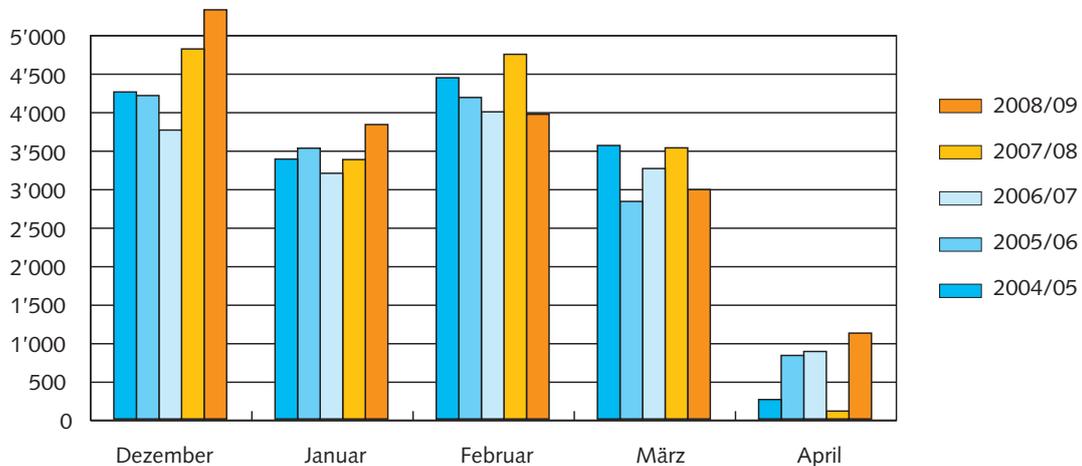


## Transportbetriebe

Im vergangenen Winter transportierten die Bahnanlagen 5'479'722 Personen oder rund 4 % weniger als im Winter 2007/2008. Die Monate November bis Januar schnitten besser ab als im Vorjahr, worauf die Frequenzen im Februar 2009 um 28 % und im März 2009 mit einem Minus um 18 % witterungsbedingt zurückgingen. Diese erreichten dafür im April 2009 mit einem guten Ostergeschäft den vierfachen Wert gegenüber dem Vorjahr.

An der Sesselbahn Innerarosa-Tschuggen sanierte das Technikteam einen Seilspleiss und wechselte eine schadhafte Litze aus. Das Förderseil des Skilifts West musste wegen zu starker Ausdehnung um 2 m gekürzt werden. Am 15. August 2008 schlug ein Blitz in das Bergungsseil der Luftseilbahn Arosa-Weisshorn 2. Sektion ein und verschmolz zwei Seillitzen ineinander. In der Steuerungsanlage entstanden diverse Überspannungsschäden. Die Fatzer Seilwerke AG konnte

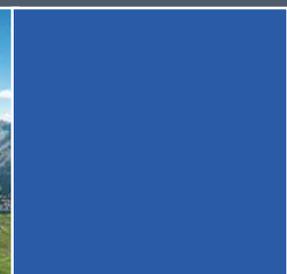
Entwicklung der Verkehrseinnahmen pro Monat (in TCHF)



Auf der technischen Seite war der Getriebeschaden an der Sesselbahn Brüggerhorn ein spezielles Ereignis. Am 31. Dezember 2008 brach am Getriebe ein Zahn des Hauptkranzes auf dem Abtriebsritzel. Am 24. Januar 2009 und eine Woche früher als geplant konnte der Betrieb wieder aufgenommen werden. Die vorzeitige Inbetriebnahme war nur möglich dank dem professionellen Einsatz der Firma Kissling in Zürich, welche die neue Antriebswelle speditiv herstellte und der guten Teamarbeit der Technikabteilung.

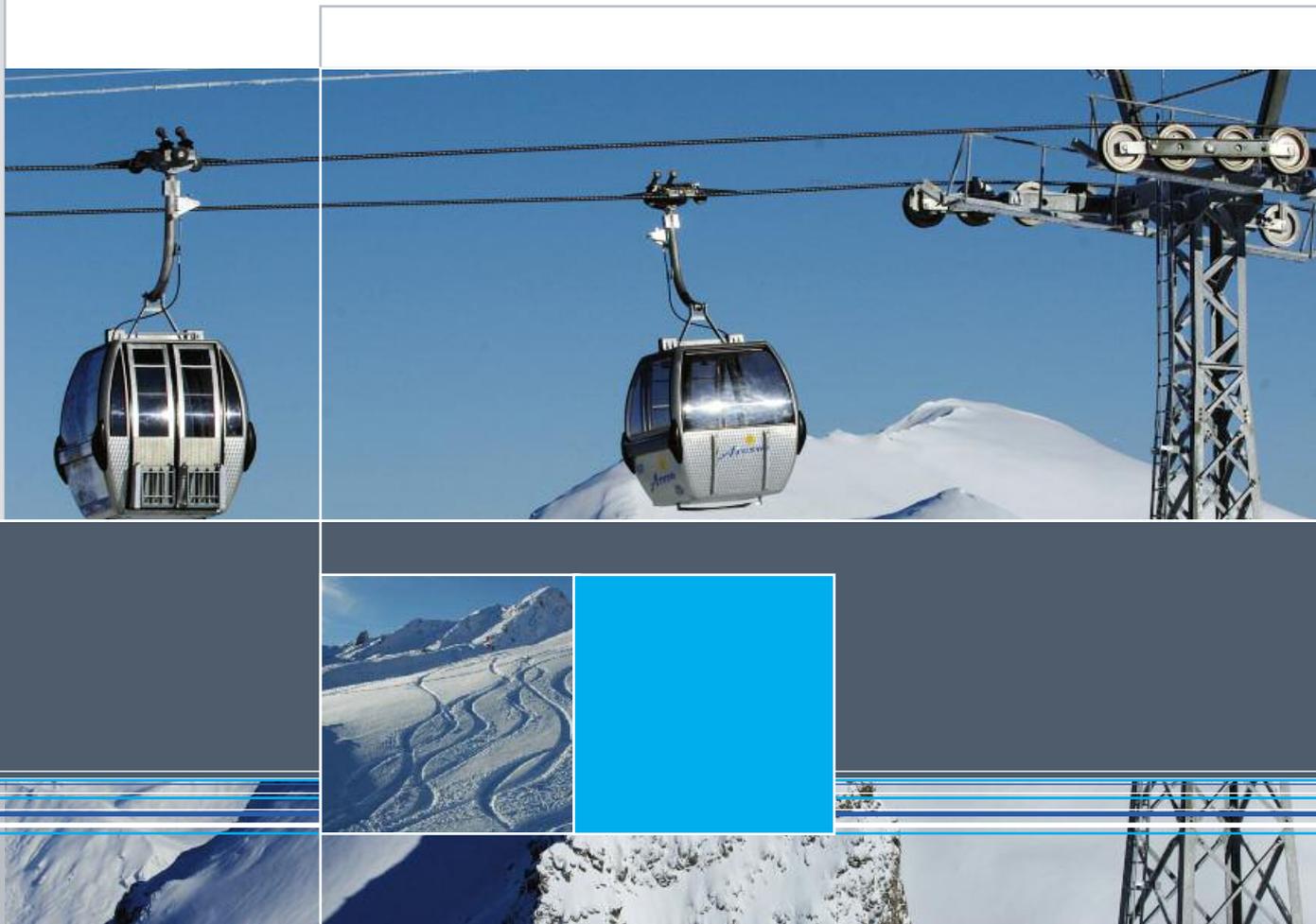
das betroffene Seilstück mit fünf schadhafte Stellen reparieren.

Sämtliche Rollenbatterien der Sesselbahn Plattenhorn wurden nach 6 Betriebsjahren komplett zerlegt, gereinigt und einer genauen Rissefreiprüfung unterzogen. Bei der Sesselbahn Brüggerhorn geschah dies im vergangenen Sommer bereits zum sechsten Mal seit Bestehen der Bahn.



## Segmentberichterstattung - Transportbetriebe und Pistendienst 2008/2009

	2008/2009	in %	2007/2008	in %
Verkehrsertrag	17'718	95.3	17'436	95.6
Nebenerträge	880	4.7	808	4.4
<b>Betriebserträge</b>	<b>18'598</b>	<b>100.0</b>	<b>18'244</b>	<b>100.0</b>
Personalaufwand Transportbetriebe	-3'271	17.6	-3'183	17.4
Personalaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-1'920	10.3	-1'681	9.2
Sach- und Warenaufwand Transportbetrieb	-3'943	21.2	-3'913	21.4
Sachaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-1'831	9.8	-1'754	9.6
<b>Deckungsbeitrag</b>	<b>7'633</b>	<b>41.0</b>	<b>7'713</b>	<b>42.3</b>



## Pisten- und Rettungsdienst

Ende November 2008 betrug die Schneehöhe ab 2'000 m. ü. M. 140 cm. Die starken Novemberwinde fegten den Schnee an exponierten Lagen und insbesondere zwischen Sattelhütte und Weisshorngipfel fast vollständig weg, so dass die Pisten in diesem Bereich nur mit Kunstschnee her-

2008 startete die Grundbeschneigung zwischen Weisshorn und Vettertraverse. Die langen Kälteperioden begünstigten die künstliche Beschneigung, die Anfang Februar 2009 abgeschlossen werden konnte.

Augenfällig waren die plakativen Präventionsmassnahmen und medienwirksamen Bericht-

### Statistische Angaben

	2006/2007	2007/2008	2008/2009
Niederschlagssumme Weisshorngipfel jeweils ab 1. November	367 cm	730 cm	768 cm
Betriebsstunden Beschneigungsanlage	1'810 Std.	1'500 Std.	1'415 Std.
Wasserverbrauch Beschneigung: - ab Beschneigungsanlage	152'000 m <sup>3</sup>	138'229 m <sup>3</sup>	128'215 m <sup>3</sup>

gerichtet werden konnten. Für den Saisonstart am 29. November 2008 waren die Pisten entlang der Weisshornachse und auf dem Tschuggen für den Schneesportbetrieb bereit. Mit den nachfolgenden Schneefälle bis zu Weihnachten konnte eine perfekte Pistenunterlage präpariert werden, die der ersten Bewährungsprobe über die stark frequentierten Festtage problemlos Stand hielt. Die Monate Februar und März waren oft stark bewölkt, die Neuschneemenge aber nicht übermässig. Die Gesamt-Neuschneemenge betrug bis zum Saisonende 768 cm, was einem Durchschnittsjahr in Arosa entspricht. Am 1. November

erstattungen zum Thema Schneesportunfälle, was nicht unbedingt zur Aufklärung beiträgt, sondern eben auch zu einer verzerrten Wahrnehmung durch die Allgemeinheit führen kann. Es wird suggeriert, dass Schneesport gefährlicher werde, obwohl die Fakten anhand der Unfallstatistik aufzeigen, dass sich die Unfallhäufigkeit in den letzten 10 Jahren nicht wesentlich verändert hat (in der Statistik sind auch alle Rettungseinsätze für Spaziergänger/Wanderer enthalten). Auch für die Arosa Bergbahnen AG ist jeder Unfall einer zuviel. Durch verschiedene Einflussfaktoren wie Schnee- und Wetterverhältnisse oder das Fahrverhalten ergeben sich zum Teil erhebliche Abweichungen.

	Durchschnitt 1998/1999 bis 2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009
Rettungsschlitten	264	264	298	321	280
Helikopter (REGA)	36	49	42	66	62
<b>Total Unfälle</b>	<b>300</b>	<b>313</b>	<b>340</b>	<b>387</b>	<b>342</b>
<b>Fahrten pro Unfall</b>	<b>18'939</b>	<b>18'017</b>	<b>15'590</b>	<b>15'673</b>	<b>17'098</b>



## Bergrestaurants

Die gastronomischen Kundenbedürfnisse standen im Vordergrund des Leistungsangebots in den einzelnen Restaurants. Der Fokus wäre auf die Neupositionierung des Bergrestaurants auf dem Weisshorn Gipfel gerichtet gewesen. Nachdem aber die Baubewilligung für dieses Neubauprojekt weiter auf sich warten lässt, musste eine Übergangslösung gesucht werden.

Die Positionierungen der einzelnen Betriebe wurde weiter verfeinert. Auf dem Weisshorn Gipfel startete ein erster Versuch, einen Gourmetbetrieb auf höherem Niveau zu etablieren. Im Gegenzug wurde die Sattelhütte weiter auf das urchige Hüttenfood getrimmt. Die Brüggerstuba erhielt einen Wintergarten, um bei schlechten Witterungsbedingungen das Geschäft abfedern zu können. Die Tschuggenhütte wurde ergänzt mit einem Iglu in Holzbauweise für die Unterbringung der Kinder der Schneesportschule Arosa.

Die Wintersaison 2008/2009 war vor allem für die Personalplanung und betriebswirtschaftlich eine sehr grosse Herausforderung. Das Personal in den Gastronomiebetrieben war über die goldenen Festtage pausenlos im Einsatz und musste Sonder efforts leisten. In der zweiten Saisonhälfte dirigierte der Wettergott ein strenges Zepter, was vor allem das Terrassengeschäft arg in Mitleiden schaft zog. In dieser Periode spürten die Betriebe die ersten Vorboten des wirtschaftlichen Abschwungs in einer zurückhaltenderen Konsumentenstimmung. Einziger Profiteur war die Brüggerstuba mit dem neuen Wintergarten. Diese Investition hat sich schon bezahlt gemacht. Auch bei kühler Witterung oder bei Wind lädt die nun geschützte Terrasse mit Rundum-Verglasung zum Verweilen ein.

Das ehrgeizige Ziel für die Berggastronomie, die Margen des Vorjahres zu halten, konnte nicht erreicht werden. Konkrete Anpassungen mussten bereits Ende Saison in die Wege geleitet werden.

## Segmentberichterstattung - Bergrestaurants 2008/2009

	2008/2009	in %	2007/2008	in %
Ertrag Gastro	7'708	100.0	7'967	100.0
Warenaufwand	-1'823	23.7	-1'791	22.5
Bruttogewinn I	5'885	76.3	6'176	77.5
Personalaufwand	-3'917	50.8	-3'727	46.8
Sachaufwand	-1'651	21.4	-1'581	19.8
Deckungsbeitrag	317	4.1	868	10.9



## Beherbergungsbetriebe

Das Hotel Hohenfels etablierte sich in den vergangenen Jahren zu einem stabilen Wert in der Drei-Sterne-Hotellerie in Arosa. Das moderne Ambiente, gepaart mit dem exklusiven Frühstückbuffet und der feinen, mediterranen Küche von Chef Daniel Mariotto, haben im Halbpensionsbereich inzwischen sehr viele Gäste überzeugt. Die schwierige Wirtschaftslage wirkte sich ab der ersten Hälfte des Monats Februar 2009 negativ auf die Belegung aus. Im Logement ging der Umsatz um 11,5 % zurück, in der Hotelgastronomie um 6,3 %.

Als solides Standbein für die Arosa Bergbahnen AG hat sich die Backpackers Unterkunft Mountain Lodge entwickelt. Nach dem Motto locker und lässig übernachten, können heute alle Altersgruppen zu einem günstigen Preis in Zwei- und Mehrbettzimmern ihren Urlaub in Arosa genießen. Die Hotelanlage wurde teilsaniert, damit der Komfort für unseren Gast angehoben werden konnte. Gesamthaft konnte die Mountain Lodge den Umsatz im Restaurationsumsatz halten und im Logement sogar leicht steigern (+ 2,5 %). Das Betriebsergebnis I liegt auf dem sehr guten Vorjahresniveau.

## Segmentberichterstattung - Beherbergungsbetriebe 2008/2009

	2008/2009	in %	2007/2008	in %
Ertrag Beherbergungen	2'929	100.0	3'006	100.0
Warenaufwand	-226	7.7	-241	8.0
Bruttogewinn I	2'703	92.3	2'765	92.0
Personalaufwand	-1'128	38.5	-1'216	40.5
Sachaufwand	-914	31.2	-810	26.9
Deckungsbeitrag	661	22.6	739	24.6



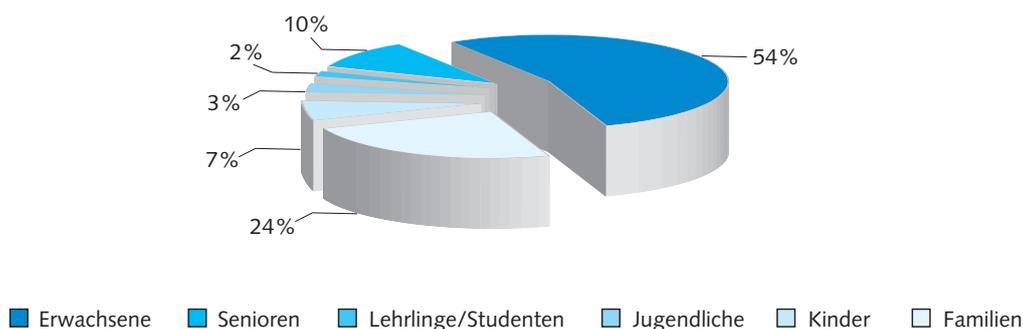
## Info/Verkauf

Die Arosa Bergbahnen AG nahm nach zwei Jahren stabiler Preise eine Preiserhöhung auf dem ganzen Ticketsortiment von rund 3,5 % vor. Der Preisaufschlag bei den stark degressiven Mehrtagespässen fiel etwas weniger stark ins Gewicht. Die Preisentwicklung der Schneesportpässe in den letzten 8 Jahren (2001/2002 bis 2008/2009) gleicht sich fast ausschliesslich an die Teuerungsentwicklung an, basierend auf dem Landesindex der Konsumentenpreise. Der Winter-Vorverkauf zog dank dem frühen Wintereinbruch erfreulich gut an. Die insgesamt 4'150 verkauften Saisonpässe wurden fast ausnahmslos im Vorverkauf abgesetzt. Grossen Zuspruch erfreut sich die Familien-Saisonkarte (für Eltern und ihre Kinder, die im gleichen Haushalt leben). Seit der Einführung des Familienprodukts 2005/2006 stieg die Nachfrage von 795 Tickets bis auf 1'010 Tickets im Winter 2008/2009 und somit auf einen Anteil von rund einem Viertel aller Saisonpässe. Die Aufteilung nach Personengruppen zeigt folgendes Bild:

Seit einigen Jahren ist im Winter das für Beherbergungsbetriebe konzipierte Produkt "all-inclusive-Schneesportpässe" im Angebot, das die Arosa Bergbahnen AG in enger Zusammenarbeit mit einigen Hoteliers in Arosa entwickelt hat. Diese Partnerschaft verlangt vom Hotel eine Neupositionierung mit dem Fokus auf Schneesportler, eröffnet dafür im Gegenzug attraktive Preisgestaltung für Wochengäste und somit eine höhere Auslastung. Zusammen mit dem Ticketverkauf über die anderen OPOS-Verkaufsstellen, vorab in der Hotellerie, verkauft die Arosa Bergbahnen AG bereits rund CHF 4,8 Mio. oder 27 % des Ticketerlöses über die Beherbergungsbetriebe in Arosa.

Die Arosa Bergbahnen AG ist mit anderen Schneesportgebieten für die Skiticketing-Online-Buchung mit Ticketcorner eine Partnerschaft eingegangen. Mit der Internet-Buchung und -Bezahlung verschafft sich der Gast direkten Zugang ins Schneesportgebiet, ohne vorher an der Kasse vorbeizugehen. Es sind bereits einige Kartenträger mit der Ticketfunktion im Umlauf.

Saisonpässe nach Personengruppen Winter 2008/2009



## Marketing

Für einen geschickten Marketing-Mix in einem Bergbahnunternehmen gewinnt die Promotion mit dem Marketingtool Events im Schneesportgebiet immer mehr an Bedeutung. Die Arosa Bergbahnen AG hat zahlreiche Veranstaltungen in Eigenregie durchgeführt oder in der Umsetzung grosszügig unterstützt. Der Anfang machte der LG FIS Snowboard-Weltcup vom 18./19. Dezember 2008 mit einem Boardercross und einem Parallel-Slalom für Damen und Herren. Die anwesende Weltelite zeigte zum Saisonstart spannende Wettkämpfe in winterlicher Stimmung. Die Medienpräsenz mit Fernsehübertragungen von insgesamt 162 Std. zu den besten Sendezeiten sowie über 6,2 Mio. Printberichten war enorm und immer wieder kamen die positiven Erinnerungen an die Snowboard-WM 2007 in Arosa zum Ausdruck. Eine Veranstaltung mit nachhaltiger Wirkung.

Snowboard- und Freestyle-Events auf hohem Niveau, aber in etwas kleinerem Rahmen fanden im Snowpark statt. Dazu gehörten folgende Veranstaltungen:

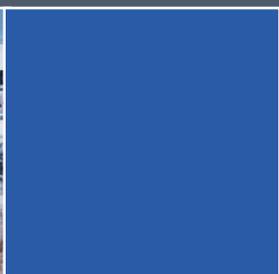
- ChillandDestroy organisierte in diesem Jahr zum ersten Mal das Tourfinale in Arosa
- Ambühl's Invitational: in der Szene bekannte Top-Freeskier, welche sich in acht Teams (jeweils 2 Fahrer, 1 Fotograf und 1 Filmemacher) aus verschiedenen Nationen kreative Wettkämpfe lieferten
- Jib Contest zu Beginn der Saison mit Preisgeld-Ausschüttung
- Spring Session mit über 50 Anmeldungen für das erste Jahr
- Fotoshootings von Santa Cruz

Zudem drehten Filmcrews vier Podcasts und versandten diese über den I-Pod Newsletter. Berichterstattungen über den Snowpark waren unter anderem in „The Box“, „Whiteout“, „MBM“, „Rheintal Zeitung“, „Newschoolers.com“, „chillanddestroy.com“,

„freestyle.ch“, „ambuehlsinvitational.ch“, „d7skiing.ch“ zu lesen. Die Anstrengungen für einen qualitativ hochstehenden Park zahlen sich aus. Er genießt einen sehr hohen Imagewert in der ganzen Schweiz, was sich auch an den vermehrten Anfragen für Shootings, Events und Berichterstattung messen lässt.

Um die Bekanntheit des Schneesportgebietes von Arosa in den potentiellen Stammgebieten voranzutreiben, wurden Kooperationen mit Radiostationen und verschiedenen anderen Partnern geschlossen. Dazu gehören Athleticum, RailAway, Power Plate, Alpamare und Lindt & Sprüngli. Radio Energy sendete einen ganzen Tag live von der Tschuggenhütte, umrahmt mit Spots und Interviews. Wohl in nur ganz wenigen Schneesportgebieten gelangt der Gast vom Hotel oder von der Ferienwohnung so bequem und direkt auf die Piste ohne grosses Anstehen wie in Arosa. Die Plakat-Kampagne "vom Bett direkt auf die Piste" vermittelte diese Botschaft an 250 Plakatstellen in der Agglomeration von Zürich und St. Gallen.

Nach der Vertragsauflösung von Disney Europa für den Alpen-Club Micky Maus übernahm die Arosa Bergbahnen AG die Federführung bei der Suche nach einer geeigneten Alternative. Junior als Vertragspartner erfüllt die Erwartungen an eine Kinderclub-Marke vollumfänglich. Der Arosa Junior Club ist für die Destination Arosa eine gelungene Lösung. Die Kinderangebote im Schneesportgebiet (Skisafari, Schneetöff-Parcours, Magic-Park) sind mit dem Junior-Label ausgerüstet. Wer Exklusivität schätzt, gönnt sich mit dem V.I.P.-Schneesportpass auserlesene Serviceleistungen im Arosa Kulm Hotel und von den Arosa Bergbahnen für einen unvergesslichen Wintersporttag. Das Package beinhaltet u.a. Frühstück und Wellness im Hotel, Schneesportticket, all-inclusive-Mittagessen und einen reservierten Liegestuhl auf der Tschuggenhütte.



## Qualitäts-Gütesiegel Schweiz Tourismus

Das Programm "Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus" bietet den Betrieben die Möglichkeit, ihre Dienstleistungen zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren. Es hat zum Ziel, in den Betrieben das Qualitätsbewusstsein zu steigern, die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Anbietern zu fördern und die Dienstleistungsqualität im Reise- und Ferienland Schweiz hoch zu halten. Die Arosa Bergbahnen AG ist seit vielen Jahren mit dem Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet. Die Gäste haben Gewähr, dass sich Mitarbeitende und Geschäftsleitung kontinuierlich mit dem Thema Qualität auseinandersetzen. Sie sind bestrebt, alles zu unternehmen, damit sich der Gast wohl fühlt. Der jährlich zu erneuernde Aktionsplan für die Qualitätsverbesserungen beinhaltet folgende Aktivitäten:

Nr.	Thema
49	"Dörf es bitzeli meh si?" - Personalentwicklung für höchsten Gästeservice und Zusatzverkäufe
50	V.I.P.-Schneesportpass
51	"Junior"-Driver-Licence (Fahrprüfung für Kinder)
52	Pistensignalisation und -beschriftung
53	Pistenbutler (Willkommensapéro für Wochengäste)
54	"Mungga-Park" Mittelstation
55	"Bergluft" - ABB-Mitarbeiter als Öko-Imageträger
56	Tischkalender für ABB-Mitarbeiter

Die erste "Fanmeile auf Schnee" gibt es seit dem Winter 2008/2009 ebenfalls in Arosa. Sie ist auf der Talabfahrt LAW-Talstation zu finden und beginnt ab der Tomelibrücke, begleitet von einer Olà-Welle der Bergbahn-Mitarbeiter und einem Fahnenmeer in der Vettertraverse. Ein kleines Dankeschön an alle Schneesportler für ihren Besuch in Arosa.



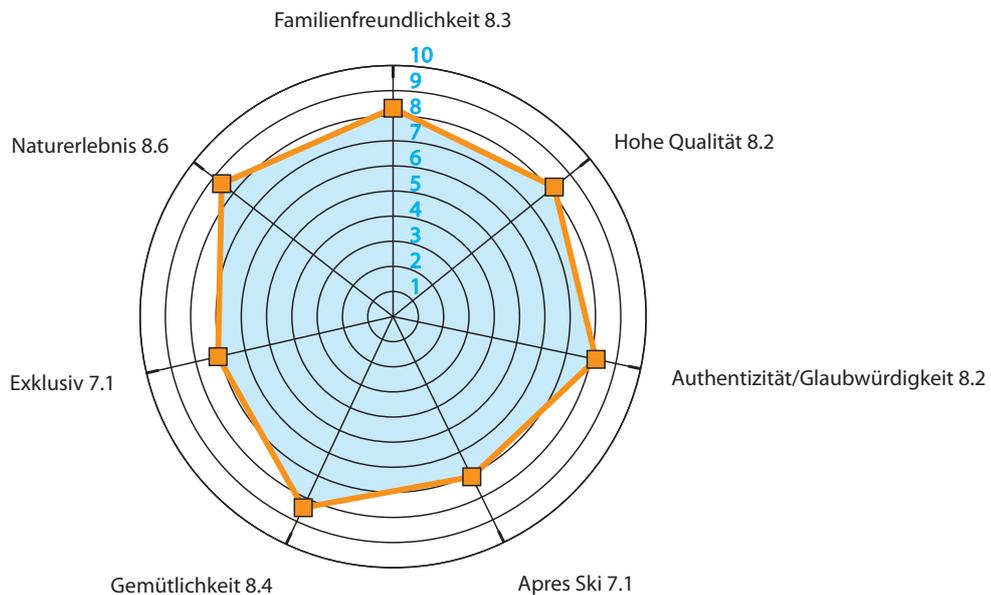
## Gästabefragung

Gästabefragungen sind ein wichtiges Wettbewerbsinstrument und geben wichtige Erkenntnisse zur Position von Arosa. Die Arosa Bergbahnen AG beteiligt sich seit der Saison 2001/2002 ununterbrochen an der Gästeszufriedenheits-Befragung von Mountain Quality Check. Es ist inzwischen ein fester Bestandteil des ganzheitlichen Qualitätsmanagements. Die jährlich über 1'000 Gästemeinungen ermöglichen eine repräsentative Aussagekraft. Die Konstanz im Befragungsrhythmus zeigt Veränderungen und Trends rasch auf.

Zu Fragestellungen über Bahnen und Pisten, zu Events und Servicequalität sowie der Berggastro-

nomie ergeben sich auch interessante Ergebnisse zum Image der Schneesportdestination Arosa. Was verbinden unsere Gäste im Besonderen mit Arosa? Das Naturerlebnis, das gemütliche Ambiente, die gelebte Familienfreundlichkeit, die hohe Glaubwürdigkeit und das Qualitätsbestreben erhielten den grössten Zuspruch.

### Was verbinden Sie mit...



## Erläuterungen zur Erfolgsrechnung

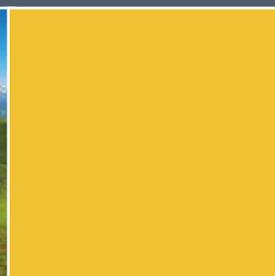
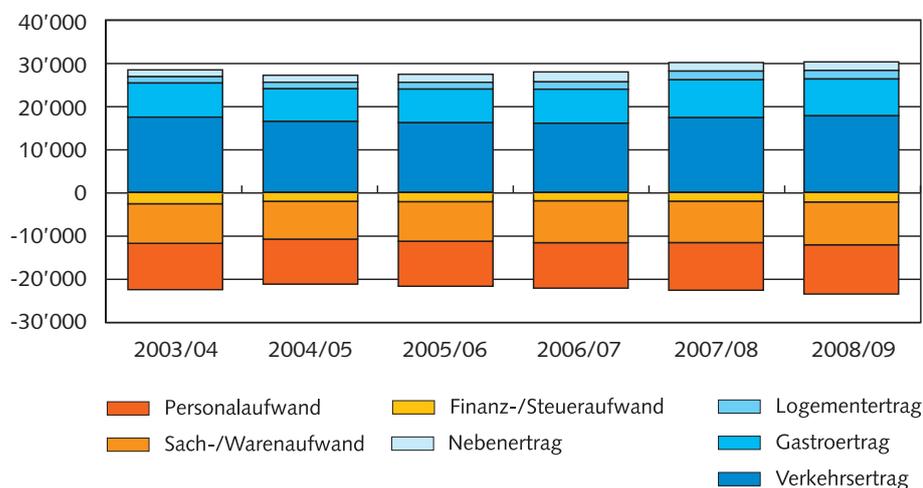
### Ertrag

Die Gesamtleistung der Arosa Bergbahnen AG vermochte an den Umsatzrekord aus dem Vorjahr anzuknüpfen und übertraf im Geschäftsjahr 2008/2009 zum zweiten Mal in Folge die CHF 30 Mio. Die perfekte Schneelage zum Saisonstart liess bei der schneesportbegeisterten Bevölkerung so richtig Winterstimmung aufkommen. Die Gäste trafen während der ganzen Saison durchwegs ausgezeichnete Schneeverhältnisse an. Über Weihnachten/Neujahr präsentierten sich Arosa und die Mitbewerber bei bestem Wintersportwetter. Die erzielten Umsätze in dieser Phase übertrafen sogar die Spitzenwerte früherer Jahre. Auch die Januarzahlen lagen über dem langjährigen Durchschnitt, bevor dann der Februar und der März mehrheitlich von Schlechtwetter-Perioden geprägt waren, die logischerweise markante Spuren in den Ertragszahlen hinterliessen. Anfang April kehrte das schöne Wetter in die Berge zurück und damit auch die Gäste, die über die

Osterfeiertage nochmals perfekte Bedingungen vorfanden. Beim Ticketverkauf nahm der Umsatz von TCHF 17'718 etwas zu (+ 1,6 %). Die Berggastronomie verzeichnete einen Konsumrückgang von 2,8 % und setzte TCHF 8'562 um. Allein in den Monaten Februar und März mit nur vereinzelt Tagen mit Terrassen-Wetter betrug die Einbusse gegenüber dem Vorjahr TCHF 942 (- 23 %). Die Beherbergungsbetriebe erlitten im Geschäftsjahr einen Umsatzrückgang von 3,2 %. Hier zeigt sich, dass sich das 3-Sterne Hotel Hohenfels (- 9 %) in einem schwierigeren Umfeld positionieren muss als die Mountain Lodge (+ 1,3 %). Die Nebenerträge belaufen sich gesamthaft auf dem Niveau der Vorjahre.

Im Sommergeschäft mit dem all-inclusive-Konzept erzielten die Arosa Bergbahnen einen Verkehrsertrag von TCHF 795 (Vorjahr TCHF 757). In der Berggastronomie war die Tschuggenhütte erstmals wieder nach 2004 für zwei Monate geöffnet, so dass der Umsatz von TCHF 875 auf TCHF 957 anstieg. Im Logement blieb der Gesamtumsatz von TCHF 281 unverändert.

Entwicklung der Erfolgsrechnung (in TCHF)



## Aufwand

Die Personalkosten stiegen um TCHF 360 auf TCHF 11'337. Beim Saison-Betriebspersonal wurde die fällige Lohnanpassung von ca. 10 % erstmals wirksam, um die Lohndifferenzen gegenüber dem Saison-Gastropersonal einigermaßen auszugleichen. Die Entlohnung des Gastropersonal richtet sich nach dem Landesmantel-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV), welcher jedes Jahr überdurchschnittliche Lohnanpassung vorgibt. Für das Ausbauprojekt der Beschneiungsanlagen stellte das Unternehmen im Sommer eigenes Personal an, das zu einem grossen Teil die Arbeiten in eigener Regie ausführte. Beim Sachaufwand führte der markante Preisanstieg beim Heiz- und Dieselöl zu deutlich höheren Kosten. Die Dynamik in der Finanzkrise im Herbst 2008 und der damit verbundene Preiszerfall bei den Mineralölstoffen erfolgten erst später und zu einem Zeitpunkt, wo die Lager und Vorräte vor Wintereinbruch gefüllt sein mussten. Die Stromkosten stiegen wegen der teilweisen Inbetriebnahme des erweiterten Beschneiungsnetzes und der erstmals fälligen Abgaben an Swissgrid/KEV nur leicht an, nachdem die Strommarktöffnung mit dem neuen Tarifierungsmodell für ein Jahr ausgesetzt wurde. Mit der Inbetriebnahme der Pumpstationen beim Speichersee und den angekündigten Strompreisanpassungen ab Herbst 2009 sind künftig deutlich höhere Kosten zu kalkulieren. Die Marketingaufwendungen von TCHF 1'071 liegen auf Vorjahresniveau und unter dem 5-Jahres-Schnitt. Umfangreichere Unterhaltsarbeiten verursachten höhere Aufwendungen von rund TCHF 317 im Vergleich zum Vorjahr. Der Sachaufwand von TCHF 7'771 liegt innerhalb des Budgetwertes.

## Betriebsergebnis

Mit der Egalisierung des letztjährigen Umsatzrekords und der moderaten Kostenbelastung resultiert ein Betriebsergebnis I (EBITDA) von TCHF 9'032 (Vorjahr TCHF 9'702). Die EBITDA-Margé von 29,9 % ist im Branchenvergleich ähnlich strukturierter Bergbahnunternehmen (mit Bahnen, Gastro- und Beherbergungsbetrieben) ein gutes Ergebnis. Dieses erfreuliche Betriebsergebnis ermöglicht Abschreibungen von TCHF 6'038; im Schnitt der letzten Jahre waren es rund TCHF 5'800. Der Finanzaufwand nahm wegen des erhöhten Fremdkapitalbedarfs im Zuge der Investitionen in die Beschneiungsanlagen und der steigenden Zinsen etwas zu, liegt aber mit einem Anteil von 5,2 % im Lot. Als ausserordentlicher Aufwand sind erneute Rückstellungen für die Pensionskasse Ascoop von TCHF 608 ausgewiesen. Die Pensionskasse ist schon seit einigen Jahren mit einer markanten Unterdeckung belastet. Die Wirkung der im Jahr 2006 eingeleiteten Sanierungsmassnahmen ist mit dem Einbruch an den Finanzmärkten und den Auswirkungen auf praktisch alle Vorsorgeeinrichtungen verpufft.

Der Cash Flow beträgt TCHF 7'127 oder 23,6 % des Gesamtertrags. Die Steueraufwendungen in der Höhe von TCHF 339 bewegen sich im Rahmen der Vorjahre. Der ausgewiesene Jahresgewinn von TCHF 558 steigerte sich gegenüber dem Vorjahr um 4 %.



## Erläuterungen zur Bilanz

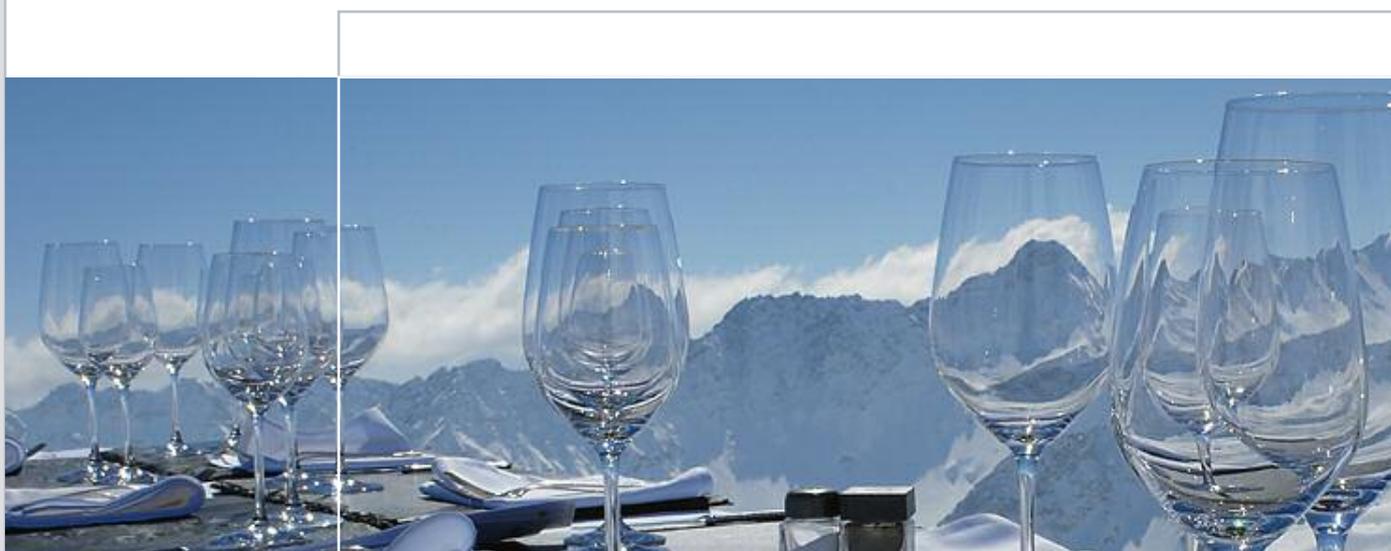
### Aktiven

Die Flüssigen Mittel betragen Ende Geschäftsjahr TCHF 4'056 (Vorjahr TCHF 4'469). Der Anteil des Umlaufvermögens am Gesamtvermögen liegt per Ende April 2009 bei 8,1 % (Vorjahr 8,8 %). Der Buchwert der Sachanlagen nahm mit den beträchtlichen Investitionen um TCHF 5'225 zu und liegt noch bei TCHF 64'321 (Vorjahr TCHF 59'077).

Von den getätigten Gesamtinvestitionen von TCHF 12'016 flossen TCHF 10'056 in die 3. Etappe der Beschneigungsanlage mit neuem Speichersee oberhalb der Hinteren Hütte. TCHF 660 wurden für Gebäuderenovationen und Inneneinrichtungen in den Beherbergungsbetrieben Hohenfels und Mountain Lodge aufgewandt. Mit den Eigentümern der Mountain Lodge konnte die Arosa Bergbahnen AG einen längerfristigen Mietvertrag bis 2016 abschliessen.

### Passiven

Durch das im Berichtsjahr geleistete Investitionsvolumen steigt das langfristige Fremdkapital auf TCHF 39'573 an. Die beanspruchten Bankkredite erhöhten sich um TCHF 4'590 auf TCHF 33'277 an. Die Leasingverbindlichkeiten wurden um TCHF 1'821 auf neu TCHF 4'027 erhöht. Der Eigenkapital-Anteil beträgt nun 35,2 % (Vorjahr 38,0 %). Die Arosa Bergbahnen AG verfügt per Ende Geschäftsjahr über eine freie Kreditlimite von TCHF 10'460.

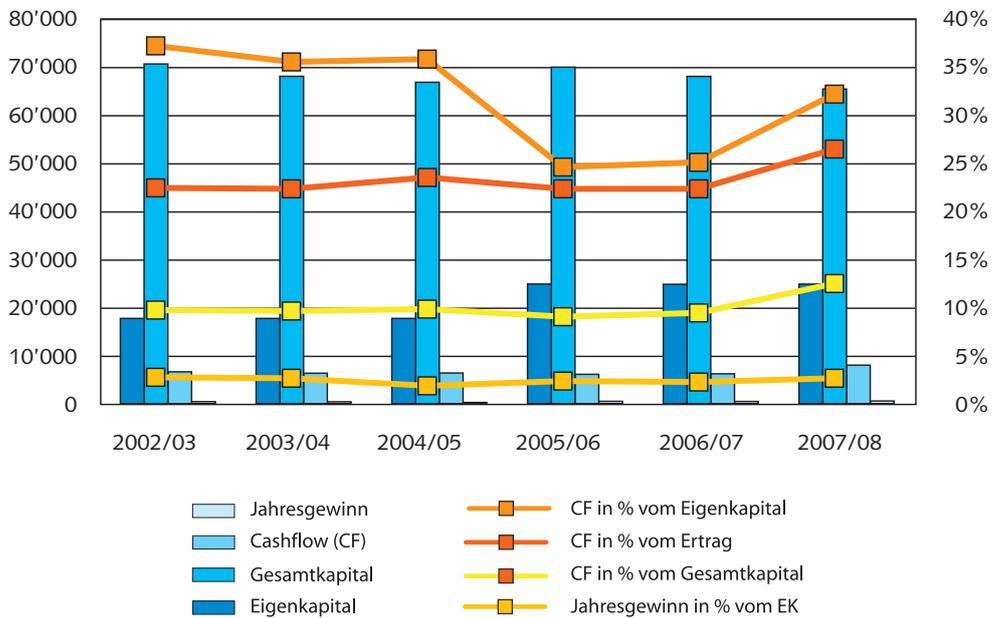


## Unternehmensgewinn

Das deutlich bessere Betriebsergebnis steigert den ausgewiesenen Jahresgewinn gegenüber dem Vorjahr von TCHF 537 auf TCHF 558 (+ 3,9 %). Der Verwaltungsrat hält an seiner langjährigen Dividendenpolitik fest und beantragt der Generalversammlung eine Dividendenzahlung von 4 %. Nachdem der Bilanzwert der allgemein gesetzlichen Reserve mit TCHF 6'599 die Maximalquote von 50 % des ausgewiesenen Aktienkapitals

(TCHF 12'500) überschritten hat, entfällt die Zuweisung an die gesetzlichen Reserven. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrags von TCHF 179 steht der Generalversammlung somit ein Bilanzgewinn von TCHF 737 zur Verfügung. Die beantragte Dividendenzahlung von insgesamt TCHF 500 (CHF 4.00 brutto pro Aktie für 125'000 dividendenberechtigte Aktien) wurde vollumfänglich im Geschäftsjahr 2008/2009 erwirtschaftet.

## Entwicklung Kapital und Cashflow (in TCHF)



Arosa, 24. August 2009

Für den Verwaltungsrat:  
Lorenzo Schmid  
Präsident des Verwaltungsrates

Für die Geschäftsleitung:  
Thomas Gurzeler  
Direktor

