

geschäfts*bericht*
2006/2007



Verwaltungsrat

von der Generalversammlung gewählt bis
Generalversammlung 2007:

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

Franziska Künzle

Peter Zippert

Paritätische Verwaltungskommission

für die Vorsorgeeinrichtungen der

Arosa Bergbahnen AG

Thomas Gurzeler (AG)

Philipp Holenstein (AG)

Markus Isler (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

E-Mail: info@arosabergbahnen.ch



WICHTIGES IN KÜRZE

	2006/2007	2005/2006	Veränd. in %
Verkehrsleistung in 1'000 Personen			
Beförderte Personen, gesamthaft	5'300	5'619	-5.7
Luftseilbahn Arosa Weisshorn	936	909	3.0
Gondelbahn Hörnli	384	378	1.6
Sesselbahnen	2'896	3'157	-8.3
Skilifte	1'084	1'175	-7.7
Ersteintritte (Winter)	578	596	-3.0

Erfolgsrechnung in CHF 1'000			
Ertrag	27'927	27'382	2.0
Verkehr	15'983	16'111	-0.8
Gastro	7'921	7'827	1.2
Logement	1'703	1'576	8.1
Nebenerträge	2'320	1'868	24.2
Betriebsaufwand	21'393	20'840	2.7
Warenaufwand	1'912	1'883	1.5
Personalaufwand	10'473	10'370	1.0
Sachaufwand	7'741	7'230	7.1
Bank- und Darlehensaufwand	1'127	1'222	-7.8
Leasingaufwand	140	135	3.7
Cash Flow (Betrieb)	6'193	6'082	1.8
Jahresgewinn	444	473	-6.1

Bilanzübersicht in CHF 1'000			
Investitionen in Sachanlagen	5'346	6'031	-11.4
Anschaffungswert der Anlagen	169'333	167'020	1.4
Aktiven	67'987	69'906	-2.7
Buchwert der Anlagen	62'152	62'681	-0.8
Umlaufvermögen	5'272	6'652	-20.7
Finanzanlagen	563	573	-1.7
Passiven	67'987	69'906	-2.7
Eigenkapital	24'791	24'846	-0.2
Langfristiges Fremdkapital	35'892	37'824	-5.1
Übrige Passiven	7'304	7'236	0.9

Kennzahlen in CHF 1'000			
EBITDA (Betriebsergebnis I)	7'801	7'898	-1.2
in % des Ertrages	27.9	28.8	
Abschreibungen	5'749	5'649	1.8
EBIT (Betriebsergebnis II)	2'052	2'249	-8.8
in % des Ertrages	7.3	8.2	
EBT (Betriebsergebnis III)	800	904	-11.5
in % des Ertrages	2.9	3.3	
Cash Flow	6'193	6'082	1.8
in % des Ertrages	22.2	22.2	
Buchwert in % d. Anschaffungsw.	36.7	37.5	
Eigenkapitalquote in %	36.5	35.5	

Dividende			
Namenaktie à CHF 100.- nominell	4 % *	4 %	

*Antrag des Verwaltungsrates



Geschäftsbericht in elektronischer Form

Der Geschäftsbericht 2006/2007 erscheint zum zweiten Mal in Folge als elektronische Ausgabe. Er ist jederzeit im Internet abrufbar unter www.arosabergbahnen.ch, Rubrik Bergbahnen. Die Aktionäre haben diese moderne Form der Berichterstattung mehrheitlich positiv aufgenommen. Sie erhalten die wichtigsten Kennzahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres mittels Kurzbericht zusammen mit der Einladung zur Generalversammlung per Post zugestellt.

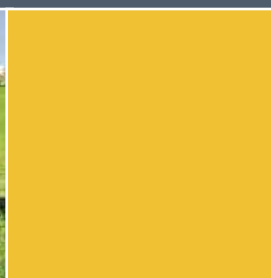
Generalversammlung

Die Generalversammlung vom 30. September 2006 stand unter einer besonderen Affiche. Als Abschluss der Feierlichkeiten zum 75-Jahr-Jubiläum kamen die anwesenden 417 Aktionäre in der Mehrzweckhalle Arosa in den Genuss von kulinarischen und kulturellen Köstlichkeiten. Die Aktionäre vertraten 98'182 Stimmen und repräsentierten 78,55 % des stimmberechtigten Aktienkapitals. Sie beschlossen wiederum eine Dividendenzahlung von 4 % und wählten für den aus gesundheitlichen Gründen zurücktretenden Verwaltungsrat Peter Kasper neu Eberhard Buck aus Böblingen (D) in den Verwaltungsrat.

Besondere Aufmerksamkeit erhielt Architektin Tilla Theus vom Büro Tilla Theus und Partner AG, Zürich. Sie war als Gewinnerin aus dem Projektwettbewerb Neubau Restaurant Weisshorn Gipfel hervorgegangen und präsentierte der Versammlung das Projekt "Cappa". Der moderne und zweckmässige Bau, unverwechselbar in seiner Form, soll als modernes Wahrzeichen in Erscheinung treten und mit den umlaufenden Panoramafenstern ein Gefühl von Geborgenheit und Wärme vermitteln.

Aus dem Verwaltungsrat

Aus der Sicht des Verwaltungsrates hielt das abgelaufene Geschäftsjahr einige Überraschungen bereit. Der mangelnde Schnee zu Beginn der Wintersaison wirkte sich weniger drastisch auf die Destination und die Arosa Bergbahnen AG aus, als anfänglich befürchtet werden musste. Die Trumpfkarte der natürlich gegebenen Schneesicherheit von Arosa aufgrund seiner Höhenlage hat gerade während der so wichtigen Snowboard-WM-Woche gestochen. Auch im Vergleich mit zahlreichen anderen Mitbewerbern verlor das Unternehmen am Ende der Saison gesamthaft weniger an Ertragskraft. Nach dem tiefen Durchatmen bleibt keine Zeit für eine Verschnaufpause. Der Vorteil durch die komfortable Höhenlage ist ohne künstliche Beschneieung bald verspielt, vor allem wenn sich die prognostizierte Entwicklung in der Klimaerwärmung bewahrheiten sollte. Der Rückschlag bei den Projektarbeiten für den Speichersee Schönboden – wegen den geologisch ungünstigen Resultaten aus den Detailanalysen wäre das Risiko für den Bau an diesem Standort zu hoch gewesen – konnte weggesteckt und oberhalb der Hinteren Hütte auch dank der Unterstützung der Bürgergemeinde Chur, als Bodeneigentümerin, ein geeigneter Ersatzstandort gefunden werden. Dort soll nun der dringend benötigte Speichersee mit einem Volumen von rund 50'000 m³ entstehen. Der See wird im Vergleich mit anderen Speicherseen zwar eher klein geraten, dennoch wird es nach dem Bau im Sommer 2008 respektive Sommer 2009 und dem Anschluss an das Leitungsnetz bei optimalen Witterungsverhältnissen möglich sein, rund 56 ha Pistenfläche innerhalb von 240 Stunden künstlich zu beschneien.

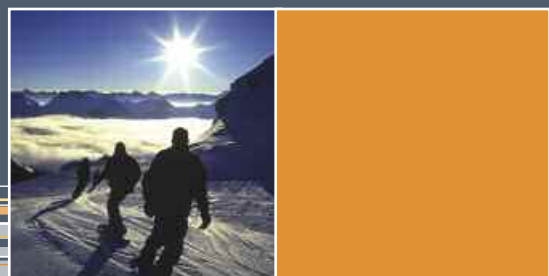


Die Projektarbeiten für die Skigebietsverbindung Arosa-Lenzerheide legten einen Zwischenhalt ein, nachdem die politischen Gremien in der Gemeinde Vaz/Obervaz auf das Kalenderjahr 2007 hin neu gewählt worden waren. Die Akteure von der Lenzerheide setzten sich zum Ziel, vorerst eine von den beteiligten Organisationen mitgetragenen Strategie für die gesamte Region zu entwickeln und zu verabschieden. Eine wichtige Bedeutung in der touristischen Entwicklung nimmt dabei die Verbindung der Skigebiete Lenzerheide-Arosa ein. Die Arosa Bergbahnen AG und die Lenzerheide Bergbahnen AG halten am aktualisierten Zeitplan mit den Volksabstimmungen in den Gemeinden im Spätherbst 2007 (Zonenplan) und der Inbetriebnahme der Gondelbahn auf die Saison 2008/2009 hin fest.

Auf Verbandsebene passen sich die internen Strukturen den Zielsetzungen der Tourismuswirtschaft im Kanton Graubünden an. So unterstützt der Dachverband der Bergbahnen Graubünden uneingeschränkt die Stossrichtung mit den Kerndestinationen für die künftigen Destinationsmanagement-Organisationen, wozu auch die Region Arosa/Lenzerheide gehört. Innerhalb der Bergbahnen Graubünden wurde die neue Region Arosa/Lenzerheide bereits gebildet. Verwaltungsratspräsident Lorenzo Schmid nimmt als Vertreter dieser Region auch Einsitz im Vorstand von Bergbahnen Graubünden.

Besonders intensiv beschäftigte sich der Verwaltungsrat mit dem Ersatz des 1957 erbauten und 1979 leicht modifizierten Bergrestaurants Weisshorn. Eine Totalsanierung des bestehenden Restaurants hätte rund CHF 3,5 Mio. gekostet, ein Neubau am jetzigen Standort mit den gleich engen Raumverhältnissen mindestens CHF 5,0 Mio. Der Verwaltungsrat entschied sich nach sorgfältigem Abwägen aller Vor- und Nachteile für den Bau eines neuen Bergrestaurants auf dem Weisshorngipfel. Ausschlaggebend war neben den vertretbaren Mehrkosten die einzigartige Rundumsicht für den Gast im ganzen Restaurant und somit die Schaffung einer architektonisch einmaligen Baute

(USP; Unique Selling Proposition) für Arosa. Im Rahmen eines Projektwettbewerbs stimmte der Verwaltungsrat im September 2006 dem Antrag der Wettbewerbsjury zu und genehmigte das Siegerprojekt "Cappa" mit dem entsprechenden Baukredit. An der Generalversammlung vom 30. September 2006 stellte die Architektin Tilla Theus das Bauvorhaben den Aktionären vor. Alle Planunterlagen und die Modellbauten der eingereichten Projekte wurden anschliessend im Verwaltungsgebäude an der Seeblickstrasse während 8 Wochen der Öffentlichkeit präsentiert. Die einheimische Bevölkerung, die Gäste und interessierte Kreise konnten sich somit bereits vor der ordentlichen Planaufgabe im Rahmen des Baubewilligungsverfahrens über das Projekt informieren. Der Verwaltungsrat beschloss im Januar 2007, den Gebäudeumriss mit dem Weglassen des Seminarraumes und einiger Nebenräume zu verkleinern. Dadurch entsteht ausserhalb der Gebäudehülle mehr Freiraum, wie es verschiedene Interessengruppen gewünscht hatten. Gegen das verkleinerte und revidierte Projekt kam im März 2007 Opposition auf. Sie wünschten ein unverändertes Gipfelplateau im heutigen Zustand ohne neues Gipfelrestaurant. Der Verwaltungsrat weiss, dass die Bauten auf dem Weisshorngipfel schon immer umstritten waren und teilweise intensive Diskussionen auslösten, wie ein Blick in die Geschichtsbücher verrät. 1932 plante Hans Höpflinger, damals Hüttenwart auf der Hörnlihütte, den Bau eines Gebäudes auf dem Weisshorn. Er bezahlte seine visionären Gedanken mit der Entlassung als Hüttenwart, baute die Hütte mit der Zustimmung der Grundeigentümer aus Maladers und Tschierschen 1934 trotzdem. Das Gebäude wurde 1936 an Beat Stoffel verkauft und wurde seither Stoffelhütte benannt. 1957 erwarb die damalige AG Arosener Verkehrsbetriebe die Hütte. Rund 70 Jahre später will die Arosa Bergbahnen AG auf dem einzigen bereits bebauten Gipfel rund um Arosa einen weiteren Schritt auf dem Weg der touristischen Entwicklung von Arosa tun. Der Verwaltungsrat ist davon überzeugt, dass mit einem architektonisch gelungenen Neubau für die ganze Destination ein nachhaltiger Mehrwert geschaffen wird.

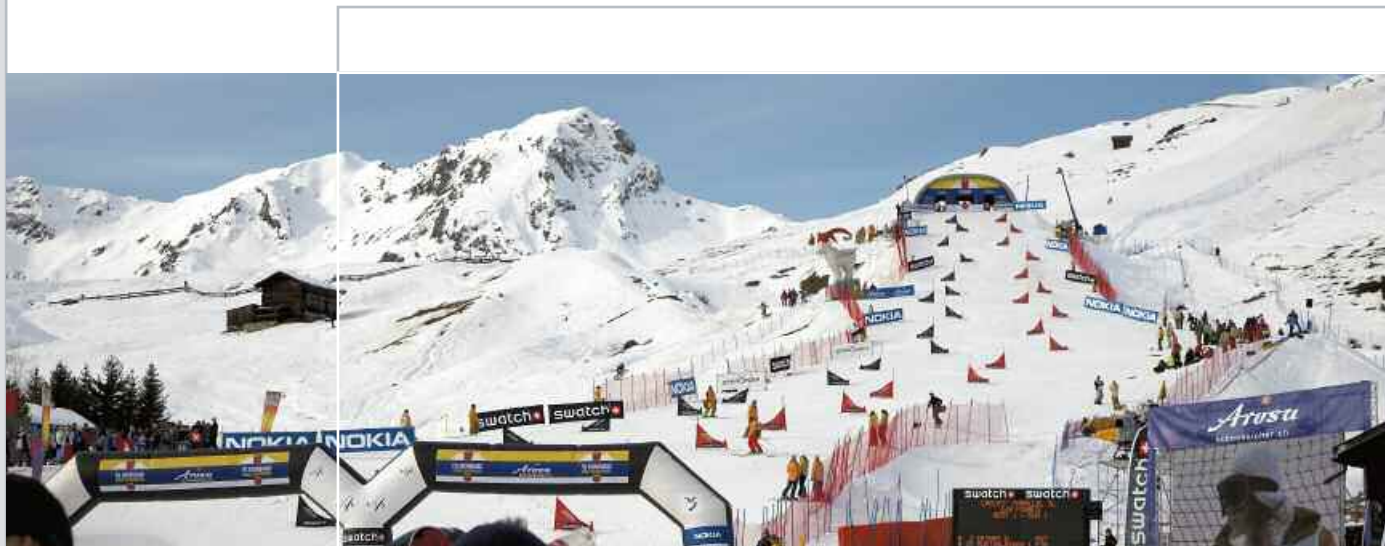


Das Geschäftsjahr

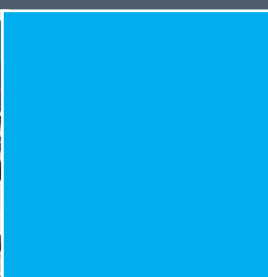
Das Sommergeschäft 2006 war geprägt von einem hochsommerlichen Juli mit einem Rekord an Gästeeintritten (46'000 oder 22 % mehr als im Vorjahr). Just mit dem Monatswechsel änderte auch die Wetterlage. Der August war durchgehend nass und kühl, was automatisch weniger Gäste auf den Berg lockte. Die traumhaft schönen und anhaltend warmen Herbsttage kompensierten diesen Rückgang bei weitem. Die Monate September und Oktober waren so stark frequentiert wie noch nie seit Einführung des "all-inclusive"-Konzepts. Mit insgesamt 140'000 Gästeeintritten blieb der Sommer 2006 nur unwesentlich hinter dem Spitzenresultat im Jahrhundertssommer 2003 zurück.

Der Wunsch nach einem ordentlichen Winter-Saisonstart mit ausreichend Schnee wurde leider nicht erhört. Im Gegenteil, die überaus warmen Temperaturen stellten die Verantwortlichen während der kurzen Beschneigungszeit auf eine Geduldsprobe. Die milden Witterungsverhältnisse waren dann auch die (negative) Konstante über den ganzen Winter hindurch. Der mangelnde Naturschnee und die ungünstigen Bedingungen für die künstliche Beschneigung verunmöglichten einen rechtzeitigen Saisonstart. Skifahren und

Snowboarden war mit Mühe und Not erst ab dem 13. Dezember 2006 in Teilgebieten möglich. Dennoch war Arosa einige der wenigen Destinationen, wo Schneesport vor den Festtagen überhaupt möglich war. Die sehnlichst erwarteten grösseren Schneefälle vor Weihnachten brachten eine gewisse Entspannung. Die Pistenqualität war trotz dünner Schneedecke auch in der traditionell stark frequentierten Festtags-Woche den Verhältnissen entsprechend ausgezeichnet, wenngleich das richtige Winterfeeling mit glitzerndem Pulverschnee nicht richtig aufkommen wollte. Das zeigte sich im Gästeverhalten. Der Feriengast kaufte vornehmlich Kurzzeit-Schneesportpässe und suchte sich die einzelnen Schneesporttage gezielt aus. Die Auswirkungen auf die Umsätze im Verkehrsertrag in den Monaten Dezember und Januar waren schmerzhaft, betrug der Rückgang gegenüber den nur durchschnittlichen Vorjahreszahlen der gleichen Periode stolze 13%. Von den lauen Temperaturen und dem oft schönen (Terrassen)-Wetter profitierte dagegen die Berggastronomie. In der Altjahreswoche erzielten die Betriebe Rekordergebnisse (+ 30 % gegenüber dem Vorjahr).



6



Die Arosa Bergbahnen AG stand im vergangenen Winter beim grössten je in Arosa abgehaltenen Sportanlass in hohem Mass in der Verantwortung. Für die FIS Snowboard-Weltmeisterschaft stellte das Unternehmen mit dem OK-Präsidium, zahlreichen Ressortleitern und Helfern in allen Funktionen verschiedene Kompetenzen und Ressourcen bereit. Die Wetterkapriolen mit teils heftigen Regenfällen waren vor und während der WM omnipräsent, einzig an den Wettkampftagen mit Fernseh-Liveübertragungen in die ganze Welt war davon nichts zu sehen. Arosa präsentierte sich der Sportwelt mit perfekt organisierten und spannenden Wettkämpfen bei schönstem Winterwetter von seiner besten Seite. Der hochstehende Halfpipe-Wettbewerb am Samstag vor rund 7'000 Zuschauern am Tomeli bildete den krönenden Abschluss dieser gelungenen Weltmeisterschaften.

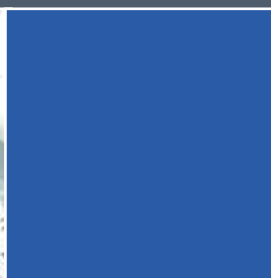
Die sprichwörtliche Schneesicherheit von Arosa brachte im Februar, März und April eine Konsolidierung der Umsatzzahlen, so dass sich die Einbussen weniger drastisch auswirkten, als noch im Januar befürchtet werden musste. Eine der Stärken von Arosa hat sich in dieser schwierigen Saison einmal mehr bezahlt gemacht. Vorab an den Wochenenden und über die schönen Osterfeiertage wurden gute Ticketverkäufe getätigt,

obwohl die Temperaturen von Tag zu Tag dermassen in die Höhe stiegen, dass die potenziellen Tagesgäste aus den Zielmärkten kaum mehr an Schneesport dachten. Da passte es zu diesem verrückten Winter 2006/2007, dass selbst im schneesicher geltenden Hörnligebiet der Schneesportbetrieb bereits am 20. April 2007 und damit zwei Tage vor dem offiziellen Saisonende aus Sicherheitsgründen eingestellt werden musste, weil die fast schon sommerlichen Temperaturen die Pisten im wahrsten Sinn des Wortes den Bach hinunter spülten.

Das Schneesportgebiet Arosa wurde im Winter 2006/2007 von insgesamt 578'000 Gästen besucht, was gegenüber dem Vorjahr ein Rückgang von 3 % bedeutet. Vom lauen Winter am stärksten betroffen war wie erwartet der Verkauf von Schneesporttickets. Zwar hielt sich der Rückgang von 0,8 % noch in Grenzen. Der erzielte Nettoertrag von TCH 15'983 ist das schwächste Ergebnis in diesem Geschäftsfeld seit 1995/1996. Die stabilen Umsatzzahlen in der Berggastronomie und der erfreuliche Zuwachs in der Beherbergung von 8,1 % vermochten die erlittenen Umsatzlücken etwas zu füllen.



7

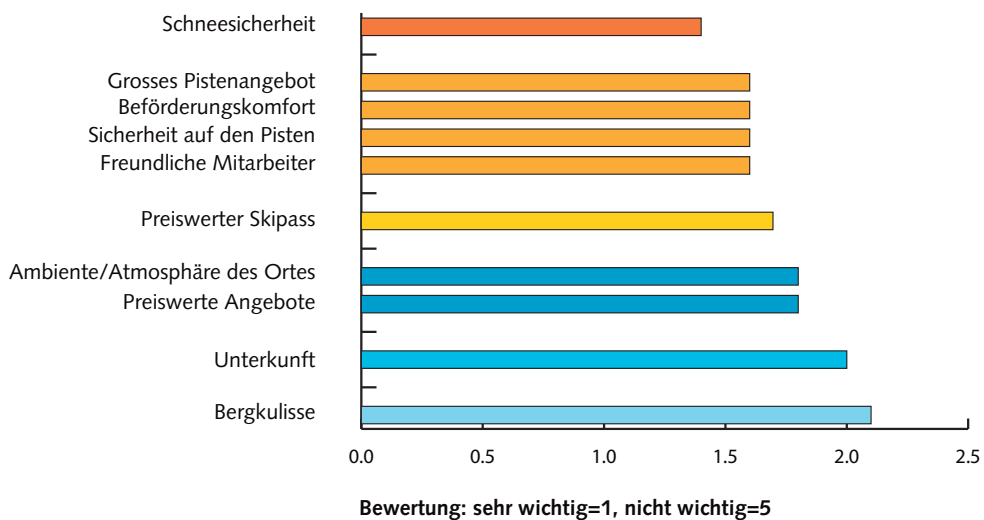


Angesichts des aktuellen Marktumfelds und der externen Einflüsse wie etwa der von Klimaexperten prognostizierte Temperaturanstieg dürfte der Verteilungskampf im Schneesport zweifellos härter werden. Die schwindenden Umsatzzahlen im Verkehrsumsatz sind ein Indiz dafür, dass der Anteil der potenziellen Schneesportgäste stagniert. Daher interessiert die Bergbahnunternehmen die Frage, nach welchen Kriterien der Schneesportler sein Wintersportgebiet auswählt. Die Umfrage von Tourism Quality Check in 15 Wintersportorten zeigt folgendes Bild (Top-10-Antworten):

vielfältiges Pistenangebot oder der Ausbau der Beschneigungsanlagen als notwendige Ergänzung zur natürlichen Schneesicherheit. Einiges ist aufgeleitet und es gilt, diese Chancen zu nutzen.

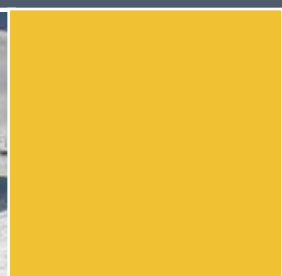
Die ausgewiesene Gesamtleistung des Unternehmens ist im abgelaufenen Geschäftsjahr wegen den einmaligen Eigenleistungen für die Snowboard-WM leicht gestiegen. Der erwirtschaftete Umsatz von TCHF 27'927 liegt unter dem Budgetwert. Angesichts der wenig vorteilhaften Rahmenbedingungen mit fehlendem Winterfeeling ist das erzielte Betriebsergebnis I (EBITDA)

Worauf achten Sie bei der Wahl eines Wintersportgebiets? Top 10



Die Destination Arosa erfüllt einige dieser Schlüsselkriterien bereits heute mit Bravour und sie hat durchaus das Potenzial, sich bald mit den Grossen der Branche zu vergleichen. Allerdings bedarf es dazu richtiger Entscheide und weiterer Investitionen, wie etwa die Skigebietsverbindung mit der Lenzerheide für ein grosses und

von TCHF 7'801 (27,9 %) positiv zu werten. Die Arosa Bergbahnen AG weist für das Geschäftsjahr 2006/2007 einen Cash Flow von TCHF 6'193 (22,2 %), Abschreibungen von TCHF 5'749 (20,6 %), ein Eigenkapital von TCHF 24'791 (36,5 %), einen Buchwert der Sachanlagen von TCHF 62'152 und einen der Generalversammlung zur Verfügung stehenden Bilanzgewinn von TCHF 591 aus.



Unsere Mitarbeiter/innen

Das dreijährige Personalentwicklungs-Programm zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität und der Gästeorientierung startete in seine letzte Phase. Nach den Themen Wertschätzung gegenüber Innen/Mitarbeiter (Saison 2004/2005) und dem Gast (2005/2006) galt der Fokus in diesem Jahr der FIS Snowboard-Weltmeisterschaft. An diesem sportlichen Grossanlass waren alle Mitarbeiter der Arosa Bergbahnen AG als Gastgeber involviert. Die WM sollte auch für die Mitarbeiter zu einem speziellen Erlebnis werden. Die Arosa Bergbahnen AG erzielte in den vergangenen Jahren in den Gästebefragungen in den sogenannten "weichen Faktoren" wie Kundenfreundlichkeit, Erscheinungsbild und Hilfsbereitschaft immer wieder Spitzenresultate und konnte sich bezüglich Gästezufriedenheit sogar leicht steigern. Die Auszeichnung mit dem Gästezufriedenheits-Award durch die externe Rating-Firma auf den Winterstart bildete bislang den Höhepunkt dieser Entwicklung. Es galt nun im Snowboard-WM-Winter 2006/2007, den quasi inoffiziellen Titel in der Disziplin Gästezufriedenheit zu verteidigen. Dazu wurden mit allen Mitarbeitern verschiedene Ausbildungsmodule durchgeführt.

Im Vorfeld der Wintersaison entwickelten die Führungskräfte der Arosa Bergbahnen AG ein auf die jeweiligen Bereiche angepasstes Mitarbeiter-Qualifikationssystem. Die Gesprächsbogen und die darin enthaltenen Beurteilungskriterien sind auf die Jobs und Anforderungen der jeweiligen Jahres- und Saisonstellen abgestimmt.

Wie bei den meisten Personalentwicklungs-Programmen lässt sich der Gewinn für das Unternehmen und die Mitarbeitenden oft schwer quantifizieren oder in Franken ausdrücken. Die Investition in die "weichen" Faktoren zahlt sich aber aus, spätestens dann, wenn es darum geht, eine Grossveranstaltung wie die Snowboard-WM weltmeisterlich über die Bühne zu bringen. Allein

das ideale Zusammenspiel der unternehmensinternen Bereiche in dieser intensiven Zeit – wo manch einer auch seine Grenzen kennen lernte - war ein wichtiger Faktor für das gute Gelingen. Aus dieser Sicht war es eine lohnende Investition und eine bereichernde Erfahrung. Die Unternehmenskultur einschliesslich der Führungskultur hat sich mit der kontinuierlichen Ausbildung im positiven Sinn entwickelt und gefestigt. Eine gute Basis ist gelegt, um die anstehenden Herausforderungen Erfolg versprechend zu bewältigen. Denn eines haben die Analysen aus der Mitarbeiterbefragung im Qualitätsmanagement (Gütesiegel Stufe II) auch zum Ausdruck gebracht: im Zuge der schmäleren Betriebsergebnisse der letzten Jahre und der vielfältigen Herausforderungen hat der Druck auf die Mitarbeitenden auf allen Stufen zugenommen.

Beschäftigung

Die Arosa Bergbahnen AG beschäftigte im abgelaufenen Geschäftsjahr 65 Jahresangestellte (inklusive 5 Lernende, entspricht 60.90 FTE*) und während der Wintersaison bis zu 220 Saisonangestellte. Zusammen mit den Jahresangestellten sind dies 151 FTE (Vorjahr 154 FTE). Die Anzahl der Mitarbeiter hat sich so während der letzten Jahre auf gleicher Höhe eingependelt.

*FTE = Full Time Equivalent = Vollzeitstellen

Neue Jahresmitarbeiter

Michael Overney, Bahnmitarbeiter,
ab 1. Januar 2007

Remo Müntener, KV-Lernender (B-Profil),
ab 1. August 2006

Dienstjubiläen - 25 Jahre

Willi Büchel, Chef Pistenfahrzeugfahrer (Winter),
Mitarbeiter Garage (Sommer), Eintritt 1. Juni 1981

Heinz Meister, Anlagenchef Hörnli,
Eintritt 1. Juni 1981

Fridolin Rageth, Mechaniker,
Eintritt 14. August 1981

Koni Bürge, Chef Pistenfahrzeuggarage,
Eintritt 1. September 1981

10 Jahre

Peter Mondgenast, Hauswart, Eintritt 1. Juli 1996

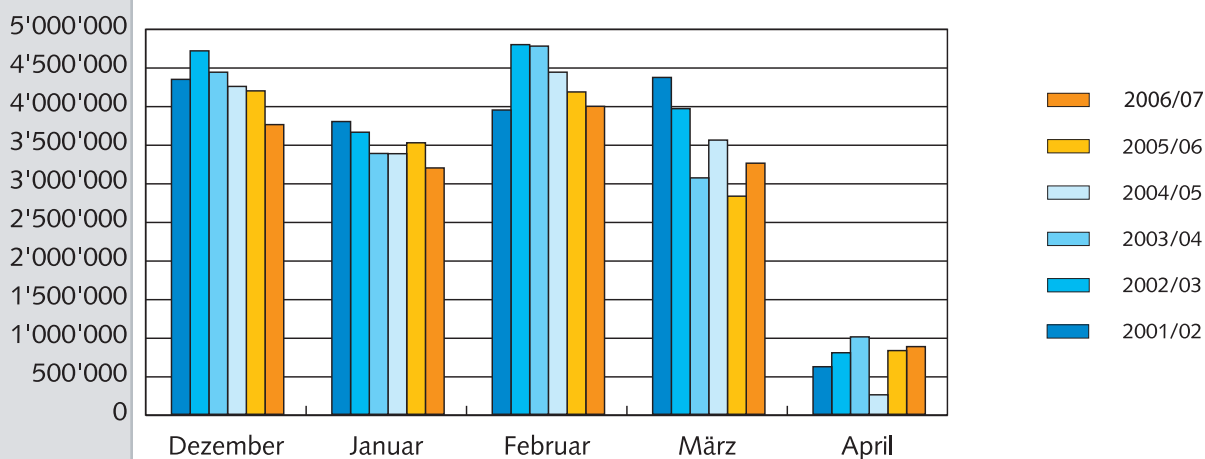


Transportbetriebe

Die technische Abteilung revidierte alle Rollenbatterien der im Jahr 2000 erstellten Sesselbahn Carmenna auf dem Streckenabschnitt Carmenna Mitte – Carmenna Bergstation. Da die Rollenbatterien bis zu 2'000 kg wogen, musste ein grösserer Helikopter Typ K-Max (Nutzlast 2'500 kg) eingesetzt werden. Im Weiteren wurden die Klemmen der Sesselbahn Hörnli und der Sesselbahn Tschuggen-Ost zerlegt, gereinigt und Instand gesetzt. Eine externe Fachfirma prüfte alle tragenden Teile auf Risse, die

Ein Lagerschaden am Umlenkrad der Bergstation Sesselbahn Brüggerhorn am 25. Februar 2007 verursachte einen Stillstand dieser Anlage. Die aufgebotene Rettungsgruppe konnte alle 8 Gäste nach spätestens 90 Minuten aus der ungemütlichen Situation befreien. Das Bergungskonzept und der eingeübte Bergungsablauf haben sich im Ernsteinsatz bewährt. Nach der Behebung des Schadens am 7. März 2007 beförderte die Bahnanlage die Gäste bis zum Saisonende auf das Brüggerhorn. Ansonsten blieben die Bahn-

Entwicklung der Verkehrseinnahmen pro Monat



Bahnmitarbeiter montierten diese anschliessend wieder auf die Bahnen. Die Gondelbahn Hörnli beschäftigte die Techniker mit der Umsetzung von konzessionsrechtlichen Erneuerungen, welche für die neue Betriebsbewilligung erforderlich waren. Die Investitionen in den Brandschutz und in die Arbeitssicherheit erforderten diverse Umbauten in Gebäuden und an der Anlage. Diese Arbeiten werden Ende Sommer 2007 abgeschlossen sein.

anlagen von ungeliebten Betriebseinstellungen durch äussere Einflüsse wie stürmischer Wind oder dichter Nebel weitgehend verschont. Ende Saison waren es praktisch gleich viel wie im Vorjahr, aber immer noch rund 100 Stunden weniger als im Winter 2004/2005.



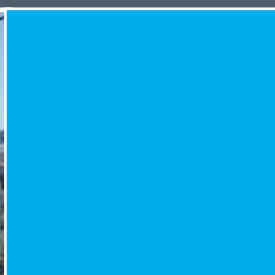
Segmentberichterstattung - Transportbetriebe und Pistendienst 2006/2007

	2006/2007	in %	2005/2006	in %
Verkehrsertrag	15'983	93.1	16'111	95.7
Nebenerträge	1'177	6.9	723	4.3
Betriebserträge	17'160	100.0	16'834	100.0
Personalaufwand Transportbetriebe	-3'079	17.9	-3'045	18.1
Personalaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-1'703	9.9	-1'572	9.3
Sach- und Warenaufwand Transportbetrieb	-4'675	27.2	-4'133	24.6
Sachaufwand Pisten- und Rettungsdienst	-1'333	7.8	-1'468	8.7
Deckungsbeitrag	6'370	37.1	6'616	39.3

Baubüro/Liegenschaften

Das eingespielte Team der betriebseigenen Baugruppe und der dazugehörigen Schreinerei verrichtete auch im vergangenen Geschäftsjahr vielfältige Aufträge für alle Unternehmensbereiche. Die Liegenschaft Sonnenterrasse erhielt eine neue Dachhülle, auf zwei Etagen wurden die alten Holzfenster und Balkontüren durch neue Elemente in PVC-Qualität ersetzt. In vier Studios des Personalhauses Schiesshorn wurden neue Küchenkombinationen eingebaut und in einer Miet-

wohnung die bald 25 Jahre alte Kücheneinrichtung durch eine neue, den heutigen Standards entsprechende Küche ersetzt. Das Setahus erhielt einen frischen Fassadenanstrich. Im Verwaltungsgebäude und im Foyer der Arosa Bergbahnen AG wurden strapazierfähige Teppiche verlegt. Die Umsetzung des Corporate Design ist an den frisch gestrichenen Stützsäulen in der Schalterhalle der Talstation Luftseilbahn Arosa-Weisshorn ersichtlich.



Pisten- und Rettungsdienst

Der Dezemberbeginn präsentierte sich wie eine Verlängerung des warmen und trockenen Herbstes. Von Schnee weit und breit keine Spur. Die viel zu hohen Temperaturen verhieszen nichts Gutes für die künstliche Beschneigung. Am 1. November 2006 nahmen die ersten Schneekanonen den Betrieb auf. Die kurzen Kälteperioden liessen keine effiziente und ergiebige Beschneigung zu. Der Start in die Wintersaison 2006/2007 erfolgte mit einer 10-tägigen Verspätung und die ersten Pisten im Tschuggengebiet konnten erst am 13. Dezember 2006 in Betrieb genommen werden. Ein Tag später wurde die Piste vom Weisshorngipfel eröffnet und ab 16. Dezember 2006 war auch die Hörnliachse in Betrieb. Rechtzeitig auf

meisterschaft von Mitte Januar. Zum Teil heftige Regenfälle bereiteten zusätzliches Kopfzerbrechen. Dank der grossartigen Unterstützung der Mitarbeiter gelang es, alle Pisten rechtzeitig für ein unvergessliches Snowboard-Spektakel herzurichten. Allein die Half-Pipe benötigte 16'500 m³ Kunstschnnee. Alle fünf Wettkampf-Disziplinen konnten ohne Abstriche durchgeführt werden und die werbeträchtigsten und schönsten Bilder von einem weissen Arosa wurden in die ganze Welt hinausgetragen. Dies entschädigte manch einen übermüdeten Mitarbeiter für die geleisteten Spezialeinsätze. Die Wettkampfpisten und die Infrastrukturanlagen waren so angelegt, dass der Gast im Leistungsangebot an Bahnanlagen und

Statistische Angaben

	2005	2006	2007
Niederschlagssumme Weisshorngipfel jeweils ab 1. November	510 cm	510 cm	367 cm
Betriebsstunden Beschneigungsanlage	1'884 Std.	1'745 Std.	1'810 Std.
Wasserverbrauch Beschneigung:			
- ab Beschneigungsanlage	178'000 m ³	162'000 m ³	145'430 m ³
- lokale/punktueller Beschneigung	6'276 m ³	7'250 m ³	6'750 m ³

Weihnachten/Neujahr konnten mit Ausnahme der Sesselbahn Carmenna alle Anlagen und ein Grossteil der Pisten für den Schneesportbetrieb freigegeben werden. Für die ersten Schwünge auf den Pisten am Carmenna mussten sich die Schneesportler bis am 7. Januar 2007 gedulden. Die teils stürmischen Winde hatten den Schnee im oberen Teil an vielen Stellen weggeblasen.

Die schneearmen ersten Winterwochen erschwerten dem Pistenteam die Präparationen der Wettkampf-Pisten für die FIS Snowboard-Welt-

Pisten nicht eingeschränkt war. Der Fun-Park am Tomeli litt ebenfalls unter den warmen Temperaturen und den knappen Wasservorräten, so dass die Beschneigung und die Präparation nur sporadisch erfolgen konnte.

Der Pisten- und Rettungsdienst registrierte analog des Vorjahres 340 Unfälle, wovon 13 % mit dem Helikopter abtransportiert werden mussten. Im vergangenen Winter gab es im Schneesportgebiet keine Lawinenniedergänge.



Bergrestaurants

Die Berggastronomie kann eine positive Bilanz für das abgelaufene Geschäftsjahr ziehen. Von den eher schwierigen Schneesportbedingungen war dieser Geschäftszweig weniger stark betroffen. Im Gegenteil, sorgten die weitgehend milden Temperaturen und das allgemein schöne Wetter vorab an den Wochenenden sogar für ein leichtes Plus auf der Umsatzseite. Kombiniert mit einem gesunden Kostenbewusstsein ist das Ergebnis gut ausgefallen. Das angepasste Öffnungskonzept hat sich bewährt und wird auch für die nähere Zukunft beibehalten.

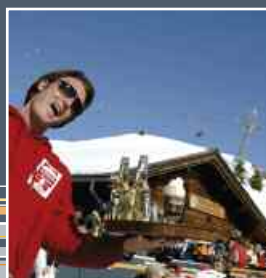
Die Tschuggenhütte und die Brüggerstuba warteten wiederum mit sehr guten Zahlen auf. Die beiden Betriebe erwirtschafteten rund 70 % des Gesamtumsatzes in der Berggastronomie. Sie profitieren von ihrer vorteilhaften Lage und werden als beliebte Treffpunkte von Schneesportlern und Fussgängern aller Alterskategorien gerne besucht.

Aber auch das Restaurant Weisshorn Gipfel zeigte eine gute Performance. Probleme traten hingegen bei der Sattelhütte zu Tage. Der Betrieb hatte unter den schlechten Wintersportverhältnissen, vor allem im Monat Januar 2007, stark zu leiden und das Ergebnis ist deutlich unter den Erwartungen ausgefallen.

Quervergleiche mit anderen Destinationen zeigen, dass eine gelungene Integration der Berggastronomie in ein Bergbahnunternehmen vielerlei Vorteile und Chancen bietet. Gerade in der heutigen Zeit, wo der Feriengast vermehrt die entspannte Ambiance in einer intakten Umwelt geniessen will, sind auch in einem schneearmen Winter erfreuliche Umsatzzahlen möglich. Sie beeinflussen das Gesamtergebnis der Unternehmung positiv. Voraussetzung ist auch hier eine qualitativ hoch stehende Dienstleistung. Denn letztlich wählt der Gast selber aus, wo er sich verpflegen will.

Segmentberichterstattung - Bergrestaurants 2006/2007

	2006/2007	in %	2005/2006	in %
Ertrag Gastro	7'193	100.0	7'186	100.0
Warenaufwand	-1'635	22.7	-1'653	23.0
Bruttogewinn I	5'558	77.3	5'533	77.0
Personalaufwand	-3'389	47.1	-3'500	48.7
Sachaufwand	-1'598	22.2	-1'496	20.8
Deckungsbeitrag	571	7.9	537	7.5



Beherbergungsbetriebe

Die beiden Beherbergungsbetriebe Mountain Lodge und Hotel Hohenfels konnten sich in einem hart umkämpften Markt behaupten. Nach fünf Jahren Aufbauarbeit haben beide Betriebe neue Bestwerte schreiben können. Dank nachhaltiger Verbesserungen der Wirtschaftslage in der Schweiz und dem angrenzenden Ausland konnte der Logiernächte-Rückgang im Bündner Tourismus gestoppt werden. Das geschickte Ausnützen der Synergien innerhalb der Arosa Bergbahnen AG (gemeinsamer Marketingauftritt, all-inclusive-Schneesportpässe, interne Serviceleistungen etc.) ist ein wichtiger Pfeiler für das Erzielen von guten Geschäftsergebnissen.

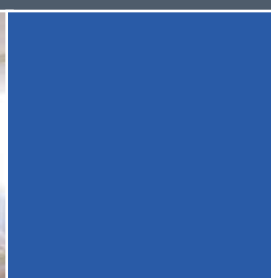
Die Mountain Lodge erreichte nach mehrjähriger, hartnäckiger und intensiver Aufbauarbeit eine solide Grundauslastung mit einem guten Gästestamm. Hier gilt es, die erreichten Umsatzzahlen zu festigen und die Fluktuation der Gästeströme im Auge zu behalten. Die Schulen zählen im Backpackers-

Segment zu einer wichtigen Gästegruppe. Leider ist hier festzustellen, dass durch die laufenden Kürzungen der Schulbudgets die Sportlager nur mehr schwer finanzierbar sind und damit auch eine grosse Lücke für die Entwicklung des Schneesports für die junge Generation entstehen wird.

Das Hotel Hohenfels konnte mit Abschluss dieses Geschäftsjahres die Budgetziele, welche vor fünf Jahren beim Erwerb der Liegenschaft zum Kaufentscheid geführt haben, erreichen. Das Umsatzplus betrug per Ende Geschäftsjahr 13,2 %. Dies war ein äusserst anspruchsvolles Ziel, muss man doch bedenken, dass der Betrieb von Null auf aufgebaut werden musste. Mit dem Ansprechen gezielter Marktsegmente und den getätigten Erneuerungsinvestitionen konnte ein wirtschaftlich verkraftbares Hotelangebot für Arosa erhalten werden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde der Umbau des gesamten Erdgeschosses abgeschlossen.

Segmentberichterstattung - Beherbergungsbetriebe 2006/2007

	2006/2007	in %	2005/2006	in %
Ertrag Hotel	1'208		1'067	
Ertrag Backpackers	1'355		1'310	
Ertrag Beherbergungen	2'563	100.0	2'377	100.0
Warenaufwand	-200	7.8	-182	7.7
Bruttogewinn I	2'363	92.2	2'195	92.3
Personalaufwand	-1'111	43.3	-1'077	45.3
Sachaufwand	-824	32.1	-808	34.0
Deckungsbeitrag	428	16.7	310	13.0



Info/Verkauf

Einfachheit gilt dann als erstrebenswert, wenn mit wenigen Mitteln möglichst viel erreicht werden kann. Diese Bewertung kann ohne Abschweife auch für das "all-inclusive"-Konzept übernommen werden. Der Einheits-Tagespreis von CHF 8.00 und die integrierten Leistungen in der Arosa-Card sind mittlerweile überall bekannt. Die Zusammenarbeit im Ticketing mit Arosa Tourismus, der Gemeinde Arosa und den Beherbergungsbetrieben verläuft reibungslos, ohne dass die nötige Flexibilität für angepasste Lösungen verloren geht. Der Gast nimmt auch im eher technisch orientierten Ticketing-Bereich den einheitlichen Auftritt der Destination Arosa wahr. Der Zuwachs bei den Bahn-Kombitickets mit RailAway hielt unvermindert an: gegenüber dem Vorjahr stieg die Anzahl verkaufter Tickets auf 4'800 (+ 18 %).

Der Verwaltungsrat beschloss bei den Schneesporthickets nach zwei Jahren stabiler Preise auf die Wintersaison 2006/2007 hin eine sanfte Preiserhöhung von 1,8 % auf den Kurzzeit-Tagespässen bis 3 Tage und von 1,0 % auf den Mehrtagespässen. Mit der Anpassung wurde die aufgelaufene und prognostizierte Teuerung nicht ausgeglichen. Der Schneesporthicket für Erwachsene kostete CHF 56.00 (bisher CHF 55.00). Der Preiszuschlag bei einem 6-Tagespass für Erwachsene betrug CHF 3.00, für Kinder lediglich CHF 1.00. Der Umsatz von TCHF 1'750 aus dem Winter-Vorverkauf fiel erwartungsgemäss verhalten aus, nachdem die Saisonstarts der letzten Jahre jeweils mit Verzögerung oder eingeschränktem Angebot erfolgten. Konstant blieb der Direktverkauf von Schneesporthickets an verschiedenen Verkaufsstellen über das OPOS-System mit TCHF 2'562.

Als eigentlicher Renner erwies sich das neu eingeführte Produkt "Prätschli-Card". Das Ticket ist nur für den Prätschli-Skilift gültig und spricht vor allem Anfänger und Familien mit Kleinkindern an. Der Tagespass-Preis von CHF 15.00 für Erwachsene und CHF 5.00 für Kinder ist sehr attraktiv. In der ersten Saison wurden gleich 1'122 Tickets verkauft. Als Überbleibsel aus dem 75-Jahr-Jubiläum der Arosa Bergbahnen AG im Vorjahr,

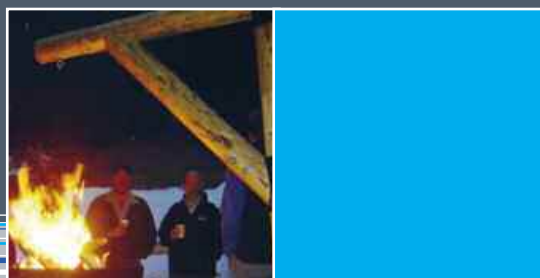
als die 75jährigen und älteren Gäste die Bahnanlagen während des Jubiläum-Winters umsonst benutzen konnten, wurde neu das Produkt 75+ eingeführt. Die bergbegeisterten Gäste ab 75 Jahren fahren seitdem zum Jugend-Tarif und sparen "60 (Preis)-Jahre".

Nach der erfolgreichen Einführung von all-inclusive-Sneesporthickets in einem grösseren Hotel und in den eigenen Beherbergungsbetrieben konnte die Arosa Bergbahnen AG die Geschäftsidee Ende März 2007 einer breiten Interessenz aus der örtlichen Hotelleriebranche vorstellen. Das überarbeitete Konzept ist offen für alle Hotelkategorien und es nimmt auf die Individualität jedes Betriebs (Bettenzahl, Gästestruktur, Belegungszahl) Rücksicht. Der Hotelbetrieb entscheidet frei von jedem Zwang über eine Partnerschaft mit der Arosa Bergbahnen AG. Auf die Resonanz darf man gespannt sein.

Die Verkaufsstelle in Innerarosa wurde vom Anbau Stüva Cuolm, wo sie seit 1980 untergebracht war und für den Gast ein etwas abgeschiedenes Dasein fristete, in die ehemalige Talstation Skilift Carmenna unmittelbar unterhalb der Talstation Innerarosa-Tschuggen verlegt. Die Gäste haben diesen Standortwechsel positiv aufgenommen. Die Verkaufsstelle bei der Hörnli-Talstation erhielt ebenfalls ein sanftes Facelifting.

Verwaltung

Die auf das Geschäftsjahr 2002/2003 ins Leben gerufene Buchhaltungsgemeinschaft Weisse Arena AG/Arosa Bergbahnen AG verbuchte den fünften Geschäftsabschluss in Folge. Diese in der Bergbahnbranche einmalige Kooperation hat die gesteckten Ziele mehr als erfüllt. Verwaltungsrat und Geschäftsleitung sind gleichermaßen davon überzeugt, dass dieses Zusammenarbeits-Modell mit einem Mitbewerber auch künftig Bestand haben und im Hinblick auf die härter werdenden Rahmenbedingungen Nachahmer finden wird. Die Lohnadministration wird nach wie vor in Arosa durchgeführt.



Marketing

Das Hauptaugenmerk im Bereich Marketing lag auf der FIS Snowboard-Weltmeisterschaft vom 13. bis 20. Januar 2007. Der Grossanlass löste eine enorme Medienpräsenz aus und stellte mit 220 Medienvertretern und 35 beteiligten Fernsehstationen, die insgesamt 325 Std. Reportagen und Live-Sendungen übertrugen, einen neuen Rekord in der Fernseh-Berichterstattung für den Bereich Snowboard auf. Diverse Inserate, Kooperationen und Promotionen wurden speziell mit Fokus Snowboard-Weltmeisterschaft angegangen. Zu erwähnen gilt es hier die Angebotspalette mit RailAway, wo während mehrerer Wochen an publikumsintensiven Bahnhöfen der Schweiz mit Transparenten auf den grössten Wintersportanlass der Schweiz hingewiesen wurde. Erwähnenswert ist auch der einmalige Auftritt als Gastregion an der "D'Schau 07" in Siebnen. Zusammen mit Arosen Leistungsträger gelang es, den Arosa-Virus ins Marchgebiet zu streuen und die Destination in seiner ganzen Vielfalt zu präsentieren.

Mit diversen Kooperationen und Partnerschaften (Athleticum, Knorr, UBS, Swiss Ski, Snow, Viseca, Volksbank Allgäu, Weltwoche, Südostschweiz, Signal) wurde eine breit gestreute Kommunikation in den Zielmärkten erreicht. Diese Multiplikatoren helfen der Marke Arosa und zielen vor allem auf die SchneesportlerInnen. Mit Radio Zürisee und Radio Grischa konnten die Medienpartnerschaften verlängert werden. Die beiden Radiosender werben für die Events am Berg.

Neben diversen Vereinen und Institutionen sponserte die Arosa Bergbahnen AG auch Veranstaltungen, welche dem Ort Arosa und der Allgemeinheit zu Gute kommt. Dazu zählen: Bündner Glarner Schwingfest, Jazz Festival, Halbmarathon Arosa-

Weisshorn, Rad-Bergrennen Chur-Arosa, VP Bank Classic, Kulturkreis Arosa, Humorfestival, Swiss Snow Walking Event, Schneeshows, Ballonwoche usw.

Veranstaltungen

Mit den "Winterhits" will die Arosa Bergbahnen AG ihren Gästen im Bereich Schneesport und Gästebetreuung Erlebnisse am Berg und damit eine möglichst abwechslungsreiche Woche bieten. Nach dem Gratis-Willkommens-Apéro am Montag-Nachmittag bei den Scheitenböden folgte die Nachtskiparty und die Sonnenuntergangsfahrt am Dienstag, das Mountains of Fantasy am Mittwoch und die Sonnenaufgangsfahrt am Donnerstag. Komplettiert wurden die Hits durch das Mondschein fahren zu den Vollmondtagen.

Auch weitere Schneesport-Events, Veranstaltungen am Berg oder Anlässe, bei welchen die Arosa Bergbahnen AG als Veranstalterin auftrat, wurden durchgeführt, wie zum Beispiel: ABB Golf Cup, ABB Curling Cup, Rivella Family Contest, ChillandDestroy Snowboard-Contest, Goldcard-Member Anlass, Alpen Club Micky Maus-Kinderfeste, Vollmondpartys im Sommer, Berggottesdienst, Oktoberfest, Miss Südostschweiz, 1. August Feier auf dem Weisshorn Gipfel oder "Von wegen Stille Nacht" an Weihnachten.

Als Höhepunkt des Saisonendes rockten diverse Bands am Open Air Konzert "Out in the snow" bei der Tschuggenhütte. Mit der legendären Rockband "Manfred Mann's Earth Band", den "Generation 2", "Les Hirondelles" aus Chur und den Einheimischen "No Name Project" wurde ein breites Programm für jeden Geschmack präsentiert.



SONY

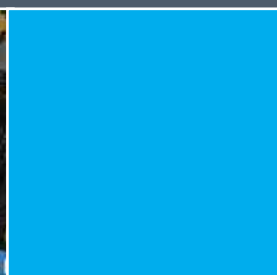


Qualitäts-Gütesiegel Schweiz Tourismus

Die Arosa Bergbahnen AG hat ihr Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus, Stufe II, erfolgreich zertifiziert und damit die lückenlose Fortführung des Labels bis Oktober 2009 gesichert. Der jährliche Aktionsplan für die Qualitätsverbesserungen spricht in erster Linie die Sicht des Gastes an. Er beinhaltet folgende Aktivitäten:

Nr.	Thema
31	Mitarbeiterbeurteilung und Mitarbeitergespräche
32	Samariterkurs Technikpersonal
33	All-inclusive Schneesportpässe Hotel Hohenfels
34	Apéro-Bar Skipiste
35	Gratis-Getränk bei Bahndefekt
36	Prätschli-Card (Schneesportpass für Einsteiger/Anfänger)
37	Langsamfahrzone Skipiste Ried

Die Freiluft-Apéro-Bar bei den Scheitenböden (Piste Mittelstation Richtung LAW-Talstation) – besser bekannt als "Galgensuff" – fand bei den Gästen besonders Anklang. Diese Aktion zur Qualitätssteigerung haben Mitarbeiter der Arosa Bergbahnen AG im Rahmen des Personalentwicklungs-Programm im Vorjahr selber geschaffen. Unter dem Titel "Gäste überraschen" wurde der Willkommensapéro mit heissem Punsch und Jagertee jeden Montag Nachmittag ausgeschenkt, wobei die Gästebetreuung von allen Geschäftsbereichen mitgetragen wurde. Dieses Beispiel und die Qualitätsmassnahmen mit einem Gratis-Getränk bei Bahndefekt zeigen, dass viele gute Ideen mit nachhaltiger Wirkung in den eigenen Mitarbeiterköpfen schlummern und sich oft einfach umsetzen lassen. Wie wichtig ein gelebter "Qualitätsvirus" für die gesamte Unternehmensleistung sein kann, bestätigen wissenschaftliche Untersuchungen: die Besten steigern ihre hohe Qualität überdurchschnittlich im Vergleich mit ihren Mitbewerbern ohne integriertes Qualitätsmanagement.



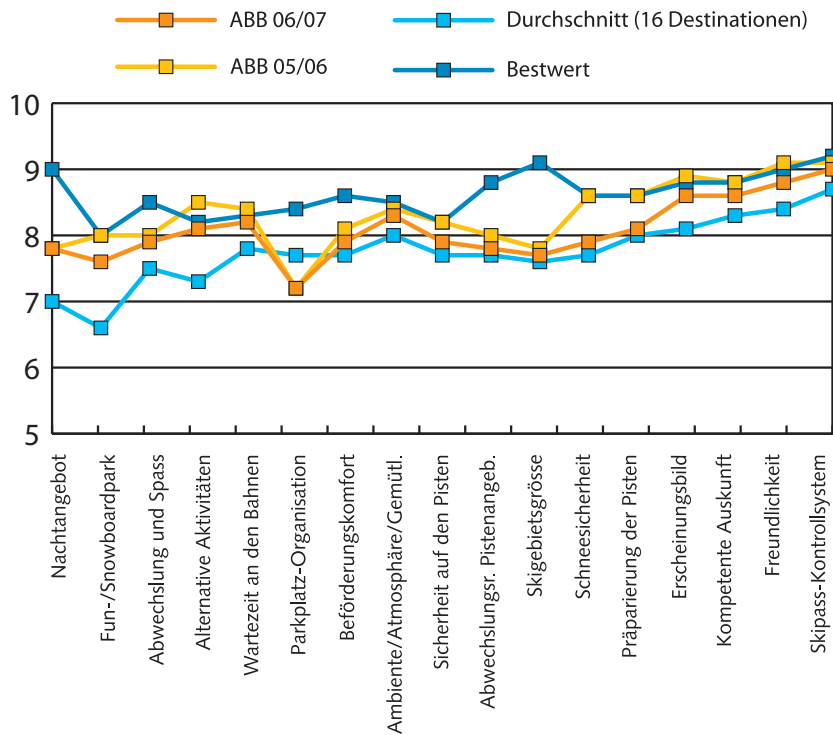
Gästabefragung

Die Arosa Bergbahnen AG beteiligt sich seit der Saison 2001/2002 ununterbrochen am Gästebefragungsprogramm von Mountain Quality Check. Es ist inzwischen ein fester Bestandteil des ganzheitlichen Qualitätsmanagements. Vor dem Saisonstart im Dezember 2006 durfte das Unternehmen den Award für höchste Kundenzufriedenheit entgegen nehmen. Über 4'000 befragte Gäste im Schneessportgebiet von Arosa bewerteten zwischen 2004 und 2006 bei 36 Kernkriterien die Dienstleistungen mit einem Durchschnittswert von über 8 (auf 10-teiliger Scala). Es ist der Preis der eigenen Gäste, die Arosa zum Top-Skigebiet gekürt haben. Nebst Arosa hat sich diese Auszeichnung innerhalb der letzten 10 Jahre bei über 70 Skiregionen aus Österreich/Schweiz/Italien/

Deutschland nur noch die Skiregion Serfaus-Fiss-Ladis verdient.

Im abgelaufenen Winter gingen die Werte bei einigen Bewertungskriterien auf hohem Niveau leicht zurück und die Leaderstellung in der Gästefreundlichkeit musste wieder abgegeben werden. Die neue Rolle als Herausforderer wird Ansporn genug sein, um mit erhöhtem Engagement und kontinuierlichen Servicesteigerungen wieder die Spitzenposition einzunehmen. Getreu dem Unternehmensleitbild "Nach oben orientieren" will sich das Unternehmen im Bereich Qualität auch in Zukunft mit den Besten messen.

Benchmark



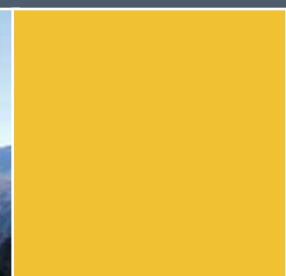
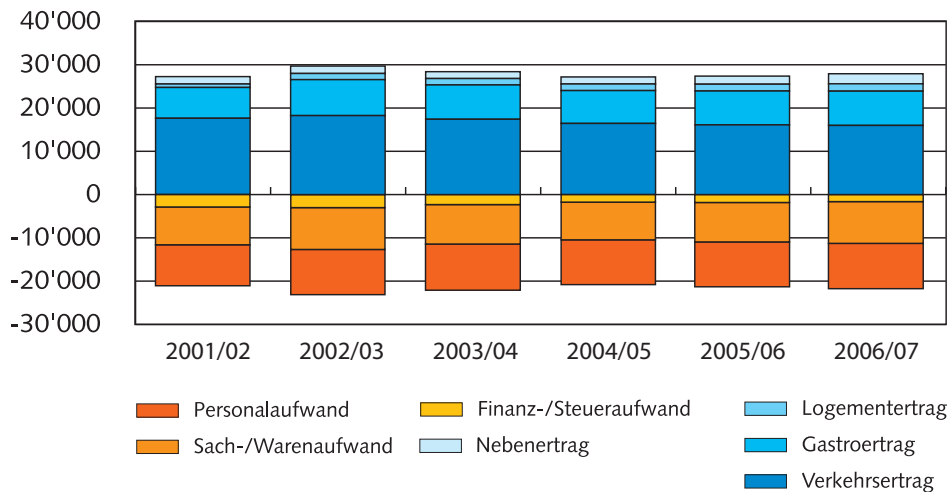
Erläuterungen zur Erfolgsrechnung

Ertrag

Der Gesamtumsatz des Unternehmens steigerte sich um 2 % auf TCHF 27'927, was in erster Linie auf die erbrachten Eigenleistungen für die Snowboard-WM zurückzuführen ist. Der Verkehrsumsatz litt am stärksten unter den schwierigen Schneeverhältnissen des vergangenen Winters. Der Rückgang von 0,8 % hielt sich dennoch in Grenzen, wobei auch der Anteil der gratis abgegebenen Snowboard-WM-Tickets im Wert von TCHF 183 darin verbucht ist. Das Gastronomiegeschäft verzeichnet ein leichtes Plus von TCHF 112 (+ 1,2 %). Erfreulicherweise konnten die Beherbergungsbetriebe – und hier massgeblich das Hotel Hohenfels in seinem vierten Betriebswinter unter der Flagge der Arosa Bergbahnen AG

– mit einem Umsatzzuwachs von 8,1 % kräftig zulegen. Die breit abgestützten Ertragsquellen aus Bahnbetrieb, Gastronomie und Beherbergung erwiesen sich einmal mehr als wichtiger Vorteil. Der markante Zugang bei den Nebenerträgen ist auf die erbrachten Eigenleistungen zugunsten der Snowboard-WM und den erstmals verbuchten Einnahmen aus dem Alpen Club Micky Maus von insgesamt TCHF 423 zurückzuführen. Beim Sommergeschäft stieg der Verkehrsertrag leicht auf TCHF 757 (+ 7 %), während die geöffneten Bergrestaurants Weisshorn Gipfel und Brüggerstuba und die beiden Beherbergungsbetriebe praktisch den gleichen Umsatz wie im Vorjahr erwirtschafteten.

Entwicklung der Erfolgsrechnung (in CHF 1'000)



Aufwand

Der Personalaufwand blieb nach den Lohnanpassungen im Januar 2007 praktisch stabil. Die Lohn-erhöhungen im Gastronomiegeschäft erfolgen nach den Bestimmungen des Gesamtarbeitsvertrages und erfassen alle Tätigkeitsbereiche. Sie liegen in der Regel über denjenigen in anderen Branchen, womit die Gehälter in den übrigen Unternehmensbereichen für gleichwertige Arbeit zusätzlich unter Druck geraten. Angesichts der eher bescheidenen Wachstumsaussichten ist das Unternehmen in der Personalplanung gezwungen, den Bestand an Jahresmitarbeitern einzufrieren und benötigte Personalressourcen mit Saisonmitarbeitern abzudecken. Im Sachaufwand von TCHF 7'741 sind auch die erwähnten Eigenleistungen im Zusammenhang mit der Snowboard-WM und den Aufwändungen für den Alpen Club Micky Maus von insgesamt TCHF 606 enthalten. Diese Kosten wurden im Marketing verbucht. Die Mietzinsanpassung für die Tschuggenhütte nach abgeschlossenem Umbau des Blockhauses führte zu leicht höheren Mietkosten. Die Überprüfung des gesamten Versicherungsportefeuilles zusammen mit einer externen Versicherungsfachstelle ergab einen Ausbau des Versicherungsschutzes, wobei der Prämienanstieg verhältnismässig gering ausfiel. Das gute und glückliche Timing beim Einkauf von Dieselöl für die Pistenfahrzeuge und von Heizöl für die Personalliegenschaften zu einem guten Preis ergab willkommene Einsparungen. Das Kostenmanagement hat funktioniert, die Aufwändungen für die Snowboard-WM sind transparent ausgewiesen und liegen innerhalb der budgetierten Werte.

Betriebsergebnis

Unter diesen schwierigen Rahmenbedingungen ist es dennoch gelungen, ein EBITDA von TCH 7'801 zu erwirtschaften. Das Betriebsergebnis liegt zwar 1,2 % hinter demjenigen des Vorjahres. Die EBITDA-Margé von 27,9 % ist im Branchenvergleich immer noch ein respektables Ergebnis. Gegenüber dem Vorjahr konnten sogar leicht höhere Abschreibungen von TCH 5'749 vorgenommen werden. Der Grund hierfür liegt im nochmals gesunkenen Finanzaufwand. Die geringe Investitionstätigkeit im abgelaufenen Geschäftsjahr durch verschiedene Verzögerungen und der damit verbundene geringe Fremdkapital-Zuwachs sowie die verhältnismässig günstigen Zinskonditionen führten zu einer Zinsbelastung von TCH 1'267 oder lediglich 4,5 %. Die Trendwende bei den Zinskosten hat gegen Ende des Geschäftsjahrs bereits eingesetzt.

Der Cash Flow beträgt TCHF 6'193 oder 22,2 % des Gesamtertrags. Die Steueraufwändungen sind nach einer positiven Einspracheentscheid zugunsten der Arosa Bergbahnen AG tiefer als im Vorjahr. Der ausgewiesene Jahresgewinn von TCHF 444 ermöglicht es dem Verwaltungsrat, den Aktionären eine Dividendenzahlung von CHF 4.00 brutto pro Aktie zu beantragen.



Erläuterungen zur Bilanz

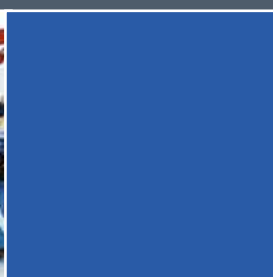
Aktiven

Die Flüssigen Mittel betragen Ende Geschäftsjahr TCHF 3'762 (Vorjahr TCHF 4'876). Der Anteil des Umlaufvermögens am Gesamtvermögen reduzierte sich per Ende April auf 7,8 % (Vorjahr 9,5 %). Der Buchwert der Sachanlagen liegt bei TCHF 62'152 und blieb gegenüber dem Vorjahr praktisch unverändert.

Von den getätigten Gesamtinvestitionen von TCHF 5'346 flossen TCHF 800 in neue Pistenfahrzeuge und TCHF 740 als Vorleistungen in die neue Beschneiungsanlage. Grössere Investitionen fielen im Hotel Hohenfels an (TCHF 1'036 für Umbau Erdgeschoss mit Speisesaal) sowie für die Gondelbahn Hörnli (TCHF 740), wo im Hinblick auf die Konzessionserneuerung die erste Etappe an Gebäudeanpassungen und im seilbahntechnischen Bereich fällig wurden.

Passiven

Durch die eher zurückhaltende Investitionstätigkeit im Berichtsjahr gelang es, die Gesamtverschuldung auf TCHF 43'196 zu reduzieren. Die beanspruchten Bankkredite von TCHF 30'360 blieben praktisch unverändert. Hingegen wurden die Leasingverbindlichkeiten um TCHF 1'332 auf neu TCHF 3'707 stark abgebaut. Der Eigenkapital-Anteil stieg leicht auf 36,5 %. Die Arosa Bergbahnen AG verfügt per Ende Geschäftsjahr über TCHF 15'940 freie Kredite.



Unternehmensgewinn

Der EBITDA (Ertragskennzahl eines Unternehmens, die sich aus dem Jahresüberschuss vor Steuern, Zinsaufwand und Abschreibungen zusammensetzt) reduzierte sich von TCHF 7'898 auf TCHF 7'801 (- 1,2 %). Er macht noch 27,9 % des Gesamtertrags aus. Trotz schmälerem Betriebsergebnis verbleibt schliesslich ein ausgewiesener Jahresgewinn von TCHF 444, der nur leicht unter dem Vorjahresergebnis liegt. Angesichts der alles andere als erfreulichen Rahmenbedingungen ein respektables Resultat, das es dem Verwaltungsrat ermöglicht, seinen Kurs in der Dividendenpolitik beizubehalten. Unter Berücksichtigung des Gewinnvortrags von TCHF 147, der Zuweisung an die gesetzlichen Reserven und nach Auflösung der vor Jahren gebildeten Dividendenreserve – dieses Polster wurde für den Ausgleich von schwächeren

Geschäftsergebnissen angelegt – steht der Generalversammlung ein Bilanzgewinn von TCHF 691 zur Verfügung. Die beantragte Dividende von 4 % beträgt insgesamt TCHF 500 (CHF 4.00 brutto pro Aktie für 125'000 dividendenberechtigte Aktien).

Arosa, 28. August 2007

Für den Verwaltungsrat:
Lorenzo Schmid
Präsident des Verwaltungsrates

Für die Geschäftsleitung:
Thomas Gurzeler
Direktor

Entwicklung Kapital und Cashflow

