



Auftrag Stiffler betreffend Überprüfung  
Zusammenarbeit Amt für Wirtschaft und  
Tourismus (AWT) mit touristischen Partnern

(eingereicht in der Dezember-Session 2019  
des Grossen Rats)

**Übersicht «Beiträge und Aufträge»  
im Bereich Tourismusentwicklung**

(als Anhang zur Antwort der Regierung)

3. März 2020

## Inhaltsübersicht

<b>1. GRUNDLAGEN .....</b>	<b>4</b>
<b>2. BEITRÄGE UND AUFTRÄGE (EIGENE AKTIVITÄTEN) IM ÜBERBLICK .....</b>	<b>5</b>
<b>3. AUFGABENTEILUNG IM BÜNDNER TOURISMUS.....</b>	<b>6</b>
<b>4. VERBINDUNGEN AUSGEWÄHLTER INSTITUTIONEN / PROJEKTE IM ÜBERBLICK.....</b>	<b>7</b>
<b>5. DETAILINFORMATIONEN .....</b>	<b>8</b>
5.1 GRAUBÜNDEN FERIEN (GRF) .....	9
5.2 GESCHÄFTSSTELLE MARKE GRAUBÜNDEN.....	13
5.3 MARKENKAMPAGNE «ENAVANT 4.0» .....	17
5.4 VEREIN GRAUBÜNDENVIVA / GRAUBÜNDENVIVA AG .....	20
5.5 INTERESSENGEMEINSCHAFT TOURISMUS GRAUBÜNDEN (ITG) .....	25
5.6 PROJEKT «FASZINATION TOURISMUS» (GRHOME) .....	27
5.7 WIRTSCHAFTSFORUM GRAUBÜNDEN .....	30
5.8 INSTITUT FÜR TOURISMUS UND FREIZEIT .....	33

Die nachfolgenden Ausführungen sind wie folgt gegliedert:

- Im Kapitel 1 werden Grundlagen aufgelistet.
- Im Kapitel 2 wird ein Überblick zu «Beiträge» und «Aufträge» (Eigene Aktivitäten) geschaffen.
- Im Kapitel 3 wird in einer summarischen Darstellung die Aufgabenteilung im Bündner Tourismus aufgezeigt.
- Im Kapitel 4 werden Verbindungen ausgewählter Institutionen und Projekte aufgezeigt.
- Im Kapitel 5 werden
  - einerseits verschiedene Institutionen sowie Projekte resp. Programme aufgeführt und beschrieben, die im Auftrag Stiffler «betreffend Überprüfung Zusammenarbeit Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT) mit touristischen Partnern» direkt angesprochen sind (Kapitel 5.1 bis 5.4)
  - sowie andererseits weitere Institutionen und Projekte umschrieben (Kapitel 5.5 bis 5.8).

## 1. Grundlagen

### Wirtschaftsentwicklungsgesetz

Die Tätigkeiten des Amts für Wirtschaft und Tourismus im Bereich «Tourismusentwicklung» basieren auf dem Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE; BR 932.100). Dabei kommen insbesondere folgende GWE-Artikel zu Anwendung (in Klammer: jeweiliger Artikel aus der Wirtschaftsentwicklungsverordnung, VWE; BR 932.160):

- Art. 9 Bundesmassnahmen (Art. 6 VWE)
- Art. 18 Systemrelevante Infrastrukturen (Art. 15 VWE)
- Art. 19 Sportanlagen (Art. 16 VWE)
- Art. 20 Infrastrukturen – Beherbergung (Art. 17 VWE)
- Art. 21 Infrastrukturen – Bergbahnen (Art. 18 VWE)
- Art. 22 Infrastrukturen – andere touristische Infrastrukturen (Art. 19 VWE)
- Art. 23 Veranstaltungen (Art. 20 VWE)
- Art. 24 Graubünden Ferien (Art. 21 VWE)
- Art. 27 Regionenmarke (Art. 24 VWE)

Das Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS) hat zusätzlich folgende Richtlinien erlassen, die für die Umsetzung in den jeweiligen Förderbereichen zur Anwendung kommen:

- «Gewährung von Förderleistungen gemäss Umsetzungsprogramm Graubünden 2020–2023 zum Bundesgesetz über Regionalpolitik»
- «Gewährung von NRP-Beiträgen gemäss Tourismusprogramm Graubünden 2014–2023 zum Bundesgesetz über Regionalpolitik»
- «Gewährung von Beiträgen an systemrelevante Infrastrukturen»
- «Gewährung von Darlehen und Beiträgen an Beherbergungsbetrieb»
- «Gewährung von NRP-Darlehen sowie von kantonalen Förderleistungen für den Bau von touristischen Transport- und Schneeanlagen»
- «Gewährung von Beiträgen an Veranstaltungen»

Die Förderung von Sportanlagen erfolgt gestützt auf das Kantonale Sportanlagenkonzept (KASAK), das die Regierung erlassen hat.

### Regierungsprogramm

Die Regierung und der Grosse Rat setzen mit den Regierungsprogrammen (Entwicklungsschwerpunkte; ES) und Verpflichtungskrediten zudem Schwerpunkte in der Tourismusentwicklung:

- Regierungsprogramm 2017–2020
  - o ES 21 / 8 Wettbewerbsfähige Flächen für Beherbergungsprojekte
  - o ES 22 / 9 Tourismusangebote
  - o ES 23 / 10 Tourismussystem Graubünden
- Regierungsprogramm 2021–2024
  - o ES 10.2 Diversifikation im Tourismus
- Verpflichtungskredite
  - o Tourismusprogramm Graubünden 2014–2023
  - o Systemrelevante Infrastrukturen 2016–2023

## 2. Beiträge und Aufträge (Eigene Aktivitäten) im Überblick

Die Gewährung von **Beiträgen** sowie die Erteilung von **Aufträgen** (Eigene Aktivitäten) und damit der Mittelfluss zwischen dem Kanton und einzelnen Institutionen stützt sich auf folgende gesetzliche Grundlagen:

- Unter «Beiträge» werden à fonds perdu-Beiträge an Projekte von Dritten verstanden. Der Kanton gewährt dem Projektträger einen Beitrag zur Umsetzung eines Projekts.
- Unter «Aufträge» werden eigene Aktivitäten des Kantons verstanden. Der Kanton erteilt einem Auftragnehmer einen Auftrag und übernimmt sämtliche Kosten.

	Art. 4 GWE <b>Beiträge</b> (Beiträge an Projekte Dritter)	Art. 6 GWE und Art. 3 VWE <b>Eigene Aktivitäten</b> (Einkauf von Dienstleistungen unter Berücksichtigung der Submissionsgesetzgebung)
Art. 9 GWE und Art. 6 VWE <b>Bundesmassnahmen</b>	<b>50 % der Kosten</b> (davon 25 % Bund)  z.B. Programm «graubündenVIVA» <i>FIBU-Konto Nr. 363561, Beiträge für Regionalpolitik (Einzelkredit)</i>  z.B. Projekt «GRhome» <i>FIBU-Konto Nr. 2250.363562, Beiträge Tourismusprogramm 2014–2023 (Verpflichtungskredit)</i>	
Art. 5 GWE und Art. 22 VWE <b>Institutionen</b>	<b>25% der Kosten</b>  z.B. Wirtschaftsforum Graubünden, Institut für Tourismus und Freizeit (FHGR) <i>FIBU-Konto Nr. 363560, Beiträge gemäss Wirtschafts-entwicklungsgesetz (Einzelkredit)</i>	
Art. 24 GWE und Art. 21 VWE <b>Graubünden Ferien</b>	<b>80 % der Kosten</b>  Ordentlicher Kantonsbeitrag GRF <i>FIBU-Konto Nr. 363611, Beitrag an Verein Graubünden Ferien (Einzelkredit)</i>  Kantonaler Zusatzbeitrag Internationalisierung GRF <i>FIBU-Konto Nr. 363660, Beitrag an Verein Graubünden Ferien für Projekte (Einzelkredit)</i>	
Art. 27 GWE und Art. 24 VWE <b>Regionenmarke</b>	<b>80 % der Kosten</b>  Markenkampagne Enavant 4.0 <i>FIBU-Konto Nr. 363560, Beiträge gemäss Wirtschaftsentwicklungsgesetz (Einzelkredit)</i>	<b>100% der Kosten</b>  Führung der Geschäftsstelle Marke graubünden <i>FIBU-Konto Nr. 313050, Dienstleistungen und Honorare (Globalsaldo)</i>

### 3. Aufgabenteilung im Bündner Tourismus

<b>Graubünden Ferien (GRF)</b> Vorstand, Geschäftsleitung, Mitarbeitende	<b>Destinationen</b> Gemeinden, Tourismusorganisationen	
<p><u>Tourismuskommunikation, Erlebnisentwicklung und -vermarktung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GRF ist touristisches Kompetenzzentrum und Kooperationsplattform.</li> <li>GRF ist keine Förderagentur (GRF spricht keine Mittel an Projekte Dritter).</li> <li>GRF kann für destinationsübergreifende Projekte NRP- und weitere Förderanträge stellen und Projektleitung übernehmen (z.B. Gravel&amp;Road).</li> <li>GRF pflegt die Zusammenarbeit mit kantonalen Projekten und Massnahmen (graubündenBIKE, graubündenHIKE, graubündenTRAILRUN, graubündenVIVA usw.).</li> <li>GRF kann Einsitz in kantonale Arbeits- und Projektgruppen (Gesundheitstourismus, Kulturtourismus usw.) nehmen.</li> </ul>	<p><u>Tourismusmarketing und Standortentwicklung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gemeinden erteilen ihrer Tourismusorganisation Leistungsaufträge und stellen Grundfinanzierung (Gästetaxen, Tourismusförderungsabgaben) sicher.</li> <li>Gemeinden können Kunden von GRF sein.</li> <li>Tourismusorganisationen sind Partner von GRF und beteiligen sich an Basis- und Aufbauprogrammen (keine inhaltliche Mitsprache bei Basisprogrammen).</li> <li>Destinationen setzen Massnahmen vor Ort um (Veranstaltungen, Gästeinformation usw.).</li> <li>An GRF-Aufbauprogrammen beteiligte Destinationen können Einsitz in entsprechenden Sounding Boards nehmen.</li> </ul>	
<p><b>Kanton</b>                      Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT)</p>	<p><b>Gemeinsames Ziel:</b></p> <p>Mehr neue und mehr wiederkehrende Gäste für Graubünden gewinnen durch Förderung der Nachfrage über ansprechende touristische Erlebnisse und die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Destinationen und Leistungsträger. Die Verantwortlichkeiten von GRF, den Destinationen und Leistungserbringer sowie dem Kanton sind klar abgegrenzt.</p>	<p><b>Leistungserbringer</b>                      Hotels, Bergbahnen, RhB, Freizeitanbieter usw.</p>
<p><u>Standort- und Tourismusentwicklung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kanton fördert GRF (Grundauftrag, Zusatzauftrag, Enavant 4.0, NRP-Mittel).</li> <li>Kanton sichert Fördermittel an Realisierung von Projekten zu                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GRF, Marke graubünden, Infrastrukturen usw.)</li> <li>Neue Regionalpolitik (NRP) (Umsetzungsprogramm Graubünden 2020-2023 inkl. Tourismusprogramm Graubünden 2014-2023)</li> </ul> </li> <li>Kanton erteilt Leistungsaufträge (GRF, ITF, Geschäftsstelle Marke graubünden usw.).</li> <li>Kanton leistet Beiträge an grössere, mehrjährige Vorhaben (Markenkampagne Enavant 4.0 graubündenBIKE, graubündenHIKE, graubündenTRAILRUN usw.).</li> <li>Kanton kann Einsitz in Sounding Boards von GRF-Aufbauprogrammen nehmen.</li> </ul>		<p><u>Umsatz- resp. Wertschöpfungsgenerierung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Primärer touristischer Ansprechpartner für Leistungsträger ist die jeweilige Destinationsorganisation.</li> <li>Leistungsträger können direkt bei GRF mitwirken (z.B. Fernmärkte, Shared Services).</li> <li>Leistungsträger schliessen sich zu Branchenorganisationen (hotelleriesuisse Graubünden, Gastro Graubünden, Bergbahnen Graubünden usw.) zusammen</li> <li>Leistungsträger und ihre Branchenorganisationen können beim Kanton ebenfalls um Projektbeiträge ersuchen.</li> <li>An GRF-Aufbauprogrammen beteiligte Leistungsträger und Branchenorganisationen können Einsitz in entsprechenden Sounding Boards nehmen.</li> </ul>

#### 4. Verbindungen ausgewählter Institutionen / Projekte im Überblick

	Graubünden Ferien (GRF)	Geschäftsstelle Marke graubünden	Markenkampagne Enavant 4.0	Programm graubündenVIVA
Graubünden Ferien (GRF)		GRF ist der wichtigste Markenpartner im Bereich «Tourismus». GRF wendet die Marke graubünden an. Es besteht eine Markenbenützungsvereinbarung.	GRF setzt die Markenkampagne Enavant 4.0 im Bereich «Tourismus» zusammen mit Tourismuspartnern und in enger Abstimmung mit der Geschäftsstelle Marke graubünden um. Der Kanton gewährt einen Beitrag.	GRF ist Partner von graubündenVIVA und unterstützt die graubündenVIVA AG mit einem Marketingmandat im Bereich der Angebotsentwicklung und Angebotskommunikation.
Geschäftsstelle Marke graubünden	Die Geschäftsstelle Marke graubünden berät GRF in Markenfragen und unterstützt den wichtigsten touristischen Markenpartner bei der Umsetzung / Anwendung der Marke graubünden. Es gibt keinen Mittelfluss zwischen der Geschäftsstelle Marke graubünden und GRF.		Die Geschäftsstelle Marke graubünden ist für die Gesamtkoordination der Kampagne Enavant 4.0 («Tourismus» und «Nicht-Tourismus») zuständig. Sie setzt auch die Markenkampagne Enavant 4.0 im Bereich «Nicht-Tourismus» zusammen mit Wirtschaftspartnern um. Der Kanton gewährt einen Beitrag.	Die Geschäftsstelle Marke graubünden berät den Verein graubünden VIVA resp. die graubündenVIVA AG betreffend die Anwendung der Marke graubünden. Es besteht kein Mittelfluss zwischen der Geschäftsstelle und der graubündenVIVA AG.
Markenkampagne Enavant 4.0	Die Markenkampagne Enavant 4.0 (Bereich Tourismus) wird von GRF umgesetzt. Der Kanton leistet einen Beitrag.	Die Markenkampagne Enavant 4.0 (Bereich «Nicht-Tourismus») wird von der Geschäftsstelle Marke graubünden umgesetzt, die auch für die Gesamtkoordination zuständig ist. Der Kanton leistet einen Beitrag.		Die Markenkampagne Enavant 4.0 kann auch im Bereich «brutal lokal» (Produkte / Genuss / Regionalität) zur Anwendung kommen, dies ist jedoch nicht vorgesehen. Somit gibt es derzeit keinen Mittelfluss.
Programm graubündenVIVA	Das Umsetzungsteam der graubündenVIVA AG arbeitet mit GRF zusammen und liefert Inhalte für die Kommunikation.	graubündenVIVA ist die Umsetzung des Themenfeldes «brutal lokal» in der Konzeption «NaturMetropole der Alpen». Es gibt keinen Mittelfluss zwischen der graubündenVIVA AG und der Geschäftsstelle.	Das Programm graubündenVIVA könnte Partner der Markenkampagne Enavant 4.0 sein, dies ist jedoch nicht vorgesehen. Somit gibt es keinen Mittelfluss.	

## 5. Detailinformationen

Im Folgenden werden verschiedene Institutionen und Projekte resp. Programme aufgeführt. Es wird hinsichtlich diverser Aspekte dargelegt, wie die Förderung durch den Kanton (mittels Auftragserteilung oder Beitragsgewährung) erfolgt und welche Schnittstellen zu anderen Institutionen und Projekten resp. Programmen bestehen.

Nicht Bestandteil der nachfolgenden Zusammenstellung sind

- touristische Organisationen (z.B. einzelne Tourismusorganisationen in Graubünden),
- touristische Leistungserbringer (z.B. Rhätische Bahn, Bergbahnunternehmen, Beherbergungsbetriebe) und
- Branchenverbände (z.B. hotelleriesuisse Graubünden, Gastro Graubünden, Bergbahnen Graubünden),

da zwischen dem Kanton und solchen Tourismusakteuren (gestützt auf das Wirtschaftsentwicklungsgesetz) keine wiederkehrenden Auftragsverhältnisse bestehen und nur vereinzelt Projekte mit Beiträgen im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützt werden.

Beiträge	Aufträge (Eigene Aktivitäten)
<p>Kapitel 5.1  <b>Graubünden Ferien</b>                      Regierungsbeschluss und Leistungsauftrag</p>	
	<p>Kapitel 5.2  <b>Geschäftsstelle Marke graubünden</b>                      Regierungsbeschluss und Leistungsauftrag</p>
<p>Kapitel 5.3  <b>Markenkampagne «Enavant 4.0»</b>                      Regierungsbeschluss und Leistungsauftrag</p>	
<p>Kapitel 5.4  <b>Projekt «graubündenVIVA»</b>                      Regierungsbeschluss und Beitragsvereinbarung</p>	
<p>Kapitel 5.6  <b>Projekt «Faszination Tourismus»</b>                      Regierungsbeschluss und Beitragsvereinbarung</p>	
<p>Kapitel 5.7  <b>Wirtschaftsforum Graubünden</b>                      Regierungsbeschluss und Beitragszusicherung</p>	
	<p>Kapitel 5.8  <b>Institut für Tourismus und Freizeit</b>                      Departementsverfügung und Leistungsauftrag</p>

Die nachfolgenden Angaben entsprechen dem Stand von Mitte Februar 2020. Änderungen aufgrund einer neuen Entwicklung bleiben vorbehalten.



## 5.1 Graubünden Ferien (GRF)

<b>Rechtsform</b>	Verein
<b>Adresse</b>	Alexanderstrasse 24, 7000 Chur
<b>Statuten</b>	<a href="#">Artikel 2</a> Zweck: «GRF fördert einen nachhaltigen Tourismus und trägt zu einer wirtschaftlich, gesellschaftlich und ökologisch verträglichen Entwicklung von Graubünden als attraktiver Wirtschafts-, Ferien- und Lebensraum bei».
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.graubuenden.ch">www.graubuenden.ch</a> ( <a href="#">Über uns</a> )
<b>Vision</b>	«Graubünden Ferien entwickelt und vermarktet destinationsübergreifende und/oder skalierbare Produkte und Dienstleistungen, die sich auf die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse der Gäste und Partner fokussieren. Sie entsprechen unserer Kernkompetenz und verfolgen das Ziel, mehr Gäste für Graubünden zu gewinnen. Wir sind das Bündner Content-Kompetenzzentrum und spielen relevante Geschichten über Graubünden auf unseren sowie zusätzlichen Kanälen aus. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag für die nachhaltige Zukunft der Tourismuswirtschaft Graubündens und fördern das touristische Networking.»
<b>Mission</b>	«GRF ist die touristische Marketingorganisation des Kantons. Im Auftrag unserer Mitglieder und der Regierung engagieren wir uns für eine nachhaltige Tourismuswirtschaft. Unsere Mission basiert auf miteinander verknüpfter Teile: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir entwickeln destinationsübergreifende und innovative Produkte</li> <li>• Wir erkennen Trends von Morgen</li> <li>• Wir kommunizieren auf überraschende Weise und sorgen für Aufmerksamkeit</li> <li>• Wir beraten und unterstützen mit konkreten Dienstleistungen unsere Partner (Kunden)»</li> </ul>
<b>Vorstand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jürg Schmid, Präsident (seit Oktober 2017), Inhaber Schmid Pelli &amp; Partner AG, Zürich</li> <li>• Andreas Züllig, Vizepräsident (seit 2003), Gastgeber Hotel Schweizerhof, Lenzerheide; Präsident hotelleriesuisse</li> <li>• Corinne Denzler (seit 2012), bis 31.01.2020 CEO Tschuggen Hotel Group, ab 01.03.2020 GM Chenot Palace Weggis</li> <li>• Dr. Renato Fasciati (seit 2016), Direktor Rhätische Bahn</li> <li>• Marcus Gschwend (seit 2017), Geschäftsführer Bergbahnen Graubünden; VR-Präsident Engadin St. Moritz Tourismus AG</li> <li>• Reto A. Wilhelm (seit 2012), Inhaber und CEO raw consulting ltd, Brütten</li> </ul>

<b>Geschäftsleitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martin Vincenz, CEO (seit September 2016)</li> <li>• Patrick Dreher, Leiter Innovation &amp; Erlebnisentwicklung (seit Dezember 2017)</li> <li>• Flavio Godenzi, Leiter Shared Services (seit Januar 2018)</li> <li>• Yves Lütolf, Leiter Erlebnismarketing (seit November 2019)</li> </ul>
<b>Jahresbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Jahresbericht 2018 ist <a href="#">online</a> verfügbar.</li> <li>• Der Jahresbericht 2019 von GRF wird Ende März 2020 publiziert (Generalversammlung vom 15. April 2020)</li> </ul>
<b>Revisionsstelle</b>	RRT Treuhand & Revision, Chur
<b>Budget 2020</b>	12,29 Millionen Franken
<b>Mitarbeitende</b>	39 Personen (33,6 Vollzeitäquivalente)
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordentlicher Kantonsbeitrag (49 %)</li> <li>• Kantonsbeitrag Internationalisierung (7 %)</li> <li>• Kantonsbeitrag Enavant 4.0 (5 %)</li> <li>• Mitgliederbeiträge (2 %)</li> <li>• Partnerbeiträge (37 %)</li> </ul>
<b>Kantonsbeitrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 24 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 21</li> <li>• Regierungsbeschluss Prot. Nr. 900 vom 27.11.2018 (für die Beitragsperiode 2019 bis 2022)</li> <li>• Ordentlicher Kantonsbeitrag: 6,0 Millionen pro Jahr (maximal 80 % der anrechenbaren Kosten)</li> <li>• Kantonaler Zusatzbeitrag «Internationalisierung»: 0,5 Millionen Franken (2019) und jährlich 1,0 Million Franken (Jahre 2020 bis 2022), jedoch höchstens 67 % der anrechenbaren Kosten)</li> <li>• Leistungsauftrag des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS) für die Jahre 2019 bis 2022</li> </ul>
<b>Projektbeiträge</b>	<p>GRF setzt zusammen mit touristischen Partnern unter anderem folgende Projekte um (Stand Februar 2020):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enavant 4.0 (Markenkampagne im Bereich «Tourismus», (Kantonsbeitrag 0,65 Millionen Franken pro Jahr in den Jahren 2019 bis 2022)</li> <li>• Gravel &amp; Road (NRP-Beitrag von insgesamt 90 000 Franken für die Jahre 2018 und 2019)</li> <li>• Hospitality Pop-up-Academy – Pilotdestination Engadin St. Moritz (NRP-Beitrag von insgesamt 75 000 Franken in der Periode September 2019 bis April 2020)</li> </ul>
<b>Aufträge Dritter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRF verwaltet im Auftrag des Kantons diverses Branding-Material der Marke graubünden (aufblasbarer «Conradin», Werbepanellen, Fahnen usw.). GRF wird für die Lagerhaltung und Materialbewirtschaftung vom Kanton aufwandsbasiert entschädigt</li> </ul>

	<p>(rund 20 000 Franken pro Jahr), Konto Nr. 2250.313050.09 (Dienstleistungen und Honorare: Regionenmarke).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>GRF setzt im Jahr 2020 im Auftrag der graubündenVIVA AG und im Zusammenhang mit der Umsetzung «Fest der Sinne 2019–2020» ein befristetes Mandat im Bereich der Angebots-Entwicklung und Angebots-Kommunikation um (bis zum 31. Oktober 2020). In dieser Kooperation werden 75'000 Franken eingesetzt.</li> <li>GRF führt einen Auftrag der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden im Zusammenhang mit der Umsetzung von «GRhome» in den Bereichen «eMarktplatz» sowie «Buchungsinkasso» um und wird dafür mit 18 000 Franken pro Jahr entschädigt.</li> </ul>
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Kanton verfügt an der Generalversammlung über 200 Stimmen (38 % aller Stimmen).</li> <li>Der Kanton ist im GRF-Vorstand nicht vertreten.</li> <li>Der Leiter des Amts für Wirtschaft und Tourismus (AWT) kann als Gast an den GRF-Vorstandssitzungen teilnehmen.</li> <li>Das AWT ist gestützt auf das GWE für die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben (inkl. Leistungsauftrag) zuständig.</li> </ul>
<b>Submissions-rechtliche Vorgaben</b>	<p>Im Regierungsbeschluss betreffend Grundbeitrag an GRF ist in Beschlussziffer 9 festgehalten, dass der Verein GRF für die Einhaltung der Bestimmungen der kantonalen Submissionsgesetzgebung selbst verantwortlich ist.</p>
<b>Staatsrechnung</b>	<p>Der Beitrag an GRF wird über folgendes Konto ausgerichtet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2250.363611 (Beitrag an Verein Graubünden Ferien)</li> </ul>
<b>Mitgliedschaften</b>	<p>GRF ist unter anderem Mitglied in folgenden Organisationen (in Klammer: Jahresbeitrag):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>alpinavera (1000 Franken)</li> <li>AlpNet – Verein zur Förderung des Alpentourismus, Mitgliederbeitrag (5000 Franken)</li> <li>hotelleriesuisse Graubünden (2000 Franken)</li> <li>Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) (8000 Franken)</li> <li>Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz (RDK) (5000 Franken)</li> <li>Schweiz Tourismus (7800 Franken)</li> <li>Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM) (1500 Franken)</li> <li>Verein Bike Weltcup Lenzerheide (4000 Franken)</li> <li>Verein graubündenVIVA (600 Franken)</li> </ul>

<b>Interessenbindungen</b>	<p>Jürg Schmid, Präsident von GRF, nimmt in folgenden Gremien Einsitz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) (Vorstand)</li><li>• Tourismusrat Graubünden (Mitglied)</li><li>• Institut für Tourismus und Freizeit, Fachhochschule Graubünden (Fachbeirat)</li></ul> <p>Martin Vincenz, CEO von GRF, nimmt in folgenden Gremien Einsitz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fachhochschule Graubünden (Mitglied Hochschulrat)</li><li>• Verein Grand Tour of Switzerland (Präsident)</li></ul>
<b>Partnerschaften</b>	<p>GRF pflegt unter anderem folgende Partnerschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Business-Partner: 17 Destinationsorganisationen in Graubünden</li><li>• Strategische Partner: Bergbahnen Graubünden, hotellerieSuisse Graubünden, Gastro Graubünden, Rhätische Bahn, PostAuto</li><li>• Markenpartnerschaft: Geschäftsstelle Marke graubünden (Markenverwendungsvereinbarung, Lizenzkosten pro Jahr 2000 Franken)</li></ul>
<b>Bürogemeinschaft</b>	<p>Bei GRF an der Alexanderstrasse 24 in Chur ist auch die Geschäftsstelle der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) angesiedelt. GRF stellt der ITG einen Arbeitsplatz zur Verfügung und wird dafür mit rund 2700 Franken pro Jahr entschädigt.</p>
<b>Mittelfluss</b>	<p>GRF richtet keine (Betriebs-)Beiträge aus an</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Geschäftsstelle Marke graubünden (c/o Quant AG, Flims)</li><li>• die Geschäftsstelle graubündenVIVA (graubündenVIVA AG, Flims)</li><li>• die Geschäftsstelle der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden</li><li>• Bündner Tourismusorganisationen und touristische Leistungsträger in Graubünden</li></ul>

---

## 5.2 Geschäftsstelle Marke graubünden

<b>Rechtsform</b>	Keine eigene Rechtskörperschaft. Die Geschäftsstelle Marke graubünden wird als Mandat des Kantons von der Firma Quant AG, Flims, geführt.
<b>Adresse</b>	Via Nova 37, 7017 Flims
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.graubuenden.ch/marke">www.graubuenden.ch/marke</a>
<b>Vision</b>	«Jeder Mensch hat das Bedürfnis nach Gesundheit, Sicherheit und einem Ausgleich zum ständigen Leistungsdruck - körperlich und geistig. Diese Bedürfnisse findet er befriedigt in Momenten des Abstands und Zeiten der Entspannung in einem intakten Lebens-, Arbeits- und Ferienraum. Wir als gesamte Region reagieren vorausschauend, stellen uns den sich verändernden Umständen und Anforderungen und bieten zu jedem Zeitpunkt ideale Voraussetzungen für eine gesunde Arbeitswelt, aktive Erholung und Regeneration.»
<b>Mission</b>	«Wir machen aus Graubünden einen nachhaltig attraktiven Arbeits- und Lebensraum für Einheimische und Gäste. Dazu tragen wir alle bei, engagiert, mit dezidierter Haltung und gezielten Programmen. In Graubünden soll man sich nicht nur wohl fühlen, sondern beflügelt werden. Jede Tätigkeit, jeder Aufenthalt bei uns soll eine eigene, nachhaltige Dynamik auslösen. Auch kommende Generationen sind auf ein natürliches, intaktes Umfeld angewiesen. Unsere Aktivitäten zielen auf langfristige Wertschöpfung statt auf kurzfristige Gewinnmaximierung.»
<b>Markenwerte</b>	wahr – wohltuend – weitsichtig
<b>Markenidee</b>	Die NaturMetropole der Alpen: «Wir sind das Miteinander und Ineinander von Natur, Kultur und Fortschritt. Wir machen spannende Gegensätze zu motivierenden Gemeinsamkeiten. Breite Vielfalt wird als dichte Einheit erlebbar. Unseren Ursprung kultivieren wir zum Vorsprung für Generationen. Wir interpretieren so das Bild der Metropole neu, innovativ, zeitgemäss. Von Mutter Natur gemacht. Von Bündnern veredelt. Wir sind die NaturMetropole.» Hinweis: «NaturMetropole» ist kein Slogan, sondern die Markenidee bzw. das Markenversprechen.
<b>Zweck</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markenbegleitung (Beratung bisheriger Markenpartner)</li> <li>• Markenberatung (Beratung neuer Markenpartner)</li> <li>• Markenentwicklung (konkretisieren, umsetzen «NaturMetropole»)</li> <li>• Markenführung (Verankerung, Medien, Markenrat)</li> <li>• Markenmanagement (GRF, Enavant 4.0)</li> </ul>

<b>Markenrat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Umsetzung der Marke graubünden wird vom Markenrat graubünden, als strategisches Begleitgremium, begleitet. Mitglieder des Markenrats graubünden sind:</li> <li>• Francisca Obrecht (Präsidentin), Weingut Obrecht</li> <li>• Valentin Bearth, Inhaber Bearth &amp; Deplazes Architekten AG</li> <li>• Michael Caflisch, Amtsleiter-Stv. / Leiter Tourismusentwicklung, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden</li> <li>• Dr. Marco Ettisberger, Sekretär Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden</li> <li>• Stefan Forster, Leiter Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, ZHAW Wergenstein</li> <li>• Jürgen Häusler, ehemaliger Chairman bei Interbrand Central and Western Europe</li> <li>• Menduri Kasper, Geschäftsführer Engadin Skimarathon</li> <li>• Andrea Mani, Präsident Verband Bündner Fleischfabrikanten</li> <li>• Jon Pult, Nationalrat</li> <li>• Hans-Peter Rest, Leiter Marketing und Kommunikation Graubündner Kantonalbank</li> <li>• Dajan Roman, Bereichsleiter Unternehmenskommunikation Kantonsspital Graubünden</li> <li>• Jasmine Said Bucher, Geschäftsführerin AlpinaVERA</li> <li>• Urs Schmid, CEO/Inhaber Allegra Passugger Mineralquellen AG</li> <li>• Romano Seglias, Business Manager Inventx; Präsident Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden</li> <li>• Martina Stadler, Direktorin Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG</li> <li>• Martin Vincenz, CEO Graubünden Ferien</li> </ul>
<b>Geschäftsleitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gieri Spescha, Leiter Geschäftsstelle Marke graubünden (90 Stellenprozent)</li> <li>• Andrea Beerli, Stv. Leiterin Geschäftsstelle Marke graubünden (60 Stellenprozent)</li> </ul>
<b>Jahresbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Jahresberichte 2017 und 2018 liegen in gedruckter Form vor, sind aber nicht online verfügbar.</li> <li>• Der Jahresbericht 2019 zur Tätigkeit der Geschäftsstelle Marke graubünden wird im Februar 2020 fertiggestellt.</li> </ul>
<b>Revisionsstelle</b>	Keine
<b>Kantonsauftrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 27 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 24</li> <li>• Regierungsbeschluss Prot. Nr. 779 vom 21.10.2019 (für die Mandatsdauer 2020 bis 2022)</li> <li>• Auftragsvolumen: Kostendach von 0,55 Millionen Franken pro Jahr</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auftrag des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS) für die Jahre 2020 bis 2022</li> </ul>
<b>Projektbeiträge</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden setzt zusammen mit Partnern auch die Markenkampagne Enavant 4.0 im Bereich «Nicht-Tourismus» um. Dazu stehen in den Jahren 2019 bis 2022 vom Kanton 0,35 Millionen Franken pro Jahr zur Verfügung.
<b>Aufträge Dritter</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden führt keine Aufträge von Dritten aus.
<b>Aufträge an Dritte</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden (c/o Quant AG, Flims) kauft im Zusammenhang mit spezifischen Tätigkeiten (Markentag, Begleitung von Markenpartnern usw.) auch Leistungen bei Dritten ein (Bilder, Gastronomie, Grafikleistungen usw.). Dabei wird darauf geachtet, die Aufträge an Bündner Unternehmen zu vergeben.
<b>Lizenerträge</b>	Die jährlichen Lizenzabgaben der Markenpartner von insgesamt rund 98 000 Franken werden direkt vom Kanton in Rechnung gestellt und folgendem Konto gutgeschrieben: 2250.426002 (Rückerstattungen und Kostenbeteiligungen Dritter)
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Kanton, vertreten durch das Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS), ist Auftraggeber des Mandats «Führung der Geschäftsstelle Marke graubünden».</li> <li>• Der Kanton wird im Markenrat von Michael Caflisch, Amtsleiter-Stv. / Leiter Tourismusentwicklung, vertreten.</li> <li>• Das AWT ist gestützt auf das GWE für die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben (inkl. Umsetzung des Kantonsauftrags) zuständig.</li> </ul>
<b>Submissions-rechtliche Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Vergabe des Mandats «Führung der Geschäftsstelle Marke graubünden» erfolgte im Jahr 2016 mittels Submission nach GATT/WTO (Mandatsdauer 2017–2019) an die Firma Clerezza GmbH, Flims. Eine Verlängerung des Mandats für die Periode 2020–2022) war bei der öffentlichen Ausschreibung 2016 vorgesehen und wurde mit Beschluss der Regierung vom 21.10.2019 (Prot. Nr. 779) umgesetzt.</li> <li>• Das Mandat wird in der Phase 2020–2022 von der Firma Quant AG ausgeführt. Die Clerezza GmbH, Flims, ist eine Tochterfirma der Quant AG, Flims. Aus organisatorischen Gründen wurde entschieden, die Clerezza GmbH per Ende 2019 stillzulegen und die bisherigen Tätigkeiten (namentlich das Mandat zur Führung der Geschäftsstelle Marke graubünden) in die Quant AG zu überführen. An der personellen Besetzung der Geschäftsstelle ergeben sich dadurch aber keine Änderungen.</li> </ul>
<b>Staatsrechnung</b>	Die Kosten für das Mandat «Führung der Geschäftsstelle Marke graubünden» werden über folgendes Konto verbucht:

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2250.313050.09 (Dienstleistungen und Honorare: Regionenmarke)</li></ul>
<b>Mitgliedschaften</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden geht keine Mitgliedschaften ein.
<b>Interessenbindungen</b>	Gieri Spescha nimmt in seiner Funktion als Geschäftsführer der Marke graubünden in keinen Gremien Einsitz.
<b>Partnerschaften</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden pflegt mit allen Markenpartnern (Lizenznehmern) sowie mit weiteren Kreisen (auch Nicht-Markenpartner) einen regen Austausch im Sinne der Ziele der Regionenmarke graubünden. Der Aufbau von strategischen Partnerschaften zur weiteren Stärkung der Marke graubünden ist vorgesehen.
<b>Bürogemeinschaft</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden ist in den Büroräumlichkeiten der Firma Quant AG, Flims, angesiedelt.
<b>Mittelfluss</b>	Die Geschäftsstelle Marke graubünden richtet keine (Betriebs-)Beiträge aus an <ul style="list-style-type: none"><li>• den Verein Graubünden Ferien</li><li>• die Geschäftsstelle graubündenVIVA (graubündenVIVA AG, Flims)</li><li>• Partner und Lizenznehmer der Marke graubünden</li></ul>

---



### 5.3 Markenkampagne «Enavant 4.0»

<b>Rechtsform</b>	Keine eigene Rechtskörperschaft. Die Markenkampagne «Enavant 4.0» ist ein Projekt (Massnahme), die von Graubünden Ferien (Teil Tourismus) und von der Geschäftsstelle Marke graubünden (Teil Nicht-Tourismus) zusammen mit Partnern durchgeführt wird.
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.graubuenden.ch/marke">www.graubuenden.ch/marke</a> <a href="http://www.arbeiten-in-graubuenden.ch">www.arbeiten-in-graubuenden.ch</a>
<b>Zielsetzung</b>	<p>Mit der Markenkampagne «Enavant 4.0» werden in den Jahren 2019–2022 folgende übergeordneten Ziele verfolgt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Bekanntheit Graubündens als Ferienregion sowie als Arbeits- und Lebensstandort steigern;</li> <li>• die Assoziationen, die mit der Markenidee «NaturMetropole» verbunden sind, im Zielmarkt aufbauen und verankern;</li> <li>• die Wahrnehmung von graubünden in die neuen Themenfelder der NaturMetropole hinein erweitern (von der Tourismus- zur Standortmarke);</li> <li>• das Profil von graubünden dadurch nachhaltig und differenzierend schärfen;</li> <li>• einen signifikanten, wann immer möglich messbaren Beitrag zur Nachfragesteigerung von touristischen und nicht-touristischen Angeboten, Dienstleistungen und Produkten aus Graubünden leisten.</li> </ul>
<b>Projektleitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil «Tourismus»: Martin Vincenz (CEO Graubünden Ferien) und Mark Held (Enavant, Familien &amp; Social Media Graubünden Ferien)</li> <li>• Teil «Nicht-Tourismus»: Andrea Beerli (Stv. Leiterin Geschäftsstelle Marke graubünden) und Gieri Spescha (Leiter Geschäftsstelle Marke graubünden)</li> </ul>
<b>Berichterstattung</b>	Pro Umsetzungsjahr (Periode 2019 bis 2022) wird von Graubünden Ferien und der Geschäftsstelle Marke graubünden gemeinsam ein Bericht über die umgesetzten Massnahmen erstellt. Jährlich wird eine Messung der Werbewirkung zu den einzelnen Massnahmen durchgeführt.
<b>Revisionsstelle</b>	Keine
<b>Budget 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil «Tourismus»: ca. 1 490 000 Franken</li> <li>• Teil «Nicht-Tourismus»: ca. 760 000 Franken</li> </ul>
<b>Finanzierung 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil «Tourismus»: Kantonsbeitrag 650 000 Franken, Partnerbeiträge 840 000 Franken</li> <li>• Teil «Nicht-Tourismus»: Kantonsbeitrag 350 000 Franken, Partnerbeiträge 410 000 Franken</li> </ul>

<b>Kantonsbeitrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 27 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 24</li> <li>• Regierungsbeschluss Prot. Nr. 830 vom 30.10.2018 (für die Periode 2019 bis 2022)</li> <li>• Beitragsvolumen: Maximal 1,0 Million pro Jahr (Verlagerung zwischen Teil «Tourismus» und «Nicht-Tourismus» ist möglich)</li> <li>• Leistungsauftrag des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS) für die Jahre 2019 bis 2022 mit Graubünden Ferien (Teil «Tourismus»): 650 000 Franken, maximal 55 % der anrechenbaren Projektkosten.</li> <li>• Leistungsauftrag des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS) für die Jahre 2019 bis 2022 mit der Geschäftsstelle Marke graubünden Ferien (Teil «Nicht-Tourismus»): 350 000 Franken, maximal 80 % (2019 und 2020) resp. 70 % (2021 und 2022) des für den Beitrag anrechenbaren Aufwandes der Geschäftsstelle Marke graubünden und Partner.</li> </ul>
<b>Aufträge an Dritte</b>	<p>Graubünden Ferien (Teil «Tourismus») und die Geschäftsstelle Marke graubünden (Teil «Nicht-Tourismus») kaufen im Zusammenhang mit der Umsetzung von Markenkampagnen auch Leistungen bei Dritten ein (z.B. Video- und Fotomaterial, Beratung). Dabei wird darauf geachtet, Aufträge an Bündner Unternehmen zu vergeben (ausser Mandat Wirz Communications AG und Buchungen von TV-Spots und Inseraten).</p>
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Kanton, vertreten durch das Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS), richtet den Beitrag zur Umsetzung der Markenkampagne Enavant 4.0 gestützt auf je einen Leistungsauftrag mit Graubünden Ferien (Teil «Tourismus») und mit der Geschäftsstelle Marke graubünden (Teil «Nicht-Tourismus») aus.</li> <li>• Das AWT ist gestützt auf das GWE für die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben (inkl. Umsetzung der Markenkampagne) zuständig.</li> </ul>
<b>Submissions-rechtliche Aspekte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die federführende Agentur zur Umsetzung der Markenkampagne Enavant 4.0 in den Jahren 2019 bis 2022 wurde im Jahr 2018 mittels Submission nach GATT/WTO vergeben. Der Zuschlag erhielt die Firma Wirz Communications AG, Zürich (Beschluss der Regierung vom 30. Oktober 2018, Prot. Nr. 830).</li> <li>• In Ziffer 7 des Regierungsbeschluss Nr. 830/2018 ist aufgeführt, dass die Bestimmungen der kantonalen Submissionsgesetzgebung einzuhalten sind.</li> </ul>
<b>Staatsrechnung</b>	<p>Der Beitrag zur Umsetzung der Markenkampagne Enavant 4.0 wird über folgendes Konto verbucht:</p>

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2250.363560.09 (Regionenmarke)</li></ul>
<b>Interessenbindungen</b>	Sowohl Martin Vincenz (GRF) als auch Gieri Spescha und Andrea Beerli (Geschäftsstelle Marke graubünden) agieren gegenüber der Agentur Wirz Communications AG, Zürich, unabhängig, sprich es gibt keine weitergehenden geschäftliche Beziehungen.
<b>Mittelfluss</b>	Aus der Umsetzung der Markenkampagne Enavant 4.0 entsteht kein direkter Mittelfluss zu Bündner Tourismusorganisationen oder weiteren Leistungsträgern. Im Gegenteil, es sind touristische und nicht-touristische Partner, die sich an der Umsetzung der Markenkampagne Enavant 4.0 finanziell beteiligen.

---

## 5.4 Verein graubündenVIVA / graubündenVIVA AG

<b>Rechtsform</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verein</li> <li>• Aktiengesellschaft (AG)</li> </ul> <p>Der Verein graubündenVIVA hat zur Umsetzung des Programms graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019-2020) eine Umsetzungsgesellschaft (AG) gegründet.</p>
<b>Adresse</b>	Via Nova 37, 7017 Flims
<b>Statuten</b>	Verein graubündenVIVA, <a href="#">Artikel 2</a> Zweck: «'graubündenVIVA. Genuss aus den Bergen.' ist ein schweizweit einzigartiges, mehrjähriges Programm zur Stärkung des Standorts Graubünden über das Thema Ernährung und Kulinarik. Dabei sollen auch neue Produkte unter dem Brand «graubündenVIVA» geschaffen und verkauft werden. Der Verein steht ein für die Entwicklung und Umsetzung einer Initiative auf der Grundlage einer genuss- und erlebnisorientierten Gesamtschau und eines Veranstaltungsprogramms in den Bereichen Landwirtschaft und Ernährung, Produktion und Distribution, Veredlung und Vermarktung an verschiedenen Standorten im Kanton Graubünden sowie in der Schweiz. Bei graubündenVIVA geht es aber auch um Lebensräume und Regionalentwicklung, Kultur- und Naturlandschaften, Ökologie, Ressourcen, Innovation und Nachhaltigkeit.»
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.graubuendenviva.ch">www.graubuendenviva.ch</a>
<b>Zielsetzung</b>	<p>graubündenVIVA schlägt Brücken zwischen Menschen und ihren Traditionen, zwischen Handwerk und Produkt und zwischen Berg und Tal. Wertschätzung für das Terroir und die gewachsene alpine Genusskultur sorgen für Wertschöpfung vor Ort. graubündenVIVA steht für das Beste, was Graubünden im Bereich Genuss, Kulinarik und Regionalität zu bieten hat. Über Veranstaltungen, Erlebnisformate und relevanten Content erschliesst das Programm Einheimischen und Gästen den ganzen Facettenreichtum der Bündner Genusswelt. Rezepturen, Inszenierung, Präsentation und Storytelling machen jede graubündenVIVA-Erfahrung zu einem Qualitätserlebnis für sich.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• graubündenVIVA fördert die Zusammenarbeit von Produzenten, Veredlern und Konsumenten.</li> <li>• graubündenVIVA ist ein Wertschöpfungsgarant: Jeder Kunden-/Gästekontakt bedeutet garantierte Wertschöpfung.</li> <li>• graubündenVIVA ist eine Kommunikationsplattform, auf welcher sich Partner aus der Wirtschaft und von öffentlich-rechtlichen Organisationen attraktiv präsentieren und profilieren können.</li> <li>• graubündenVIVA ist ein innovatives Instrument des Standortmarketings und schafft unkonventionelle Verbindungen.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• graubündenVIVA ist das erste Profilprojekt für die Umsetzung der graubünden Markenidee «NaturMetropole».</li> </ul>
<b>Gremien</b>	<p>Der Vorstand des Vereins graubündenVIVA und der Verwaltungsrat der graubündenVIVA AG setzen sich aus denselben Personen zusammen. Das Programm graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) wird von der graubündenVIVA AG im Auftrag des Vereins graubündenVIVA umgesetzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Walter Anderau (Präsident)</li> <li>• Duri Campell (Vizepräsident), Alt-Nationalrat</li> <li>• Bernard Cathomas, ehemaliger Direktor RTR</li> <li>• Piotr Caviezel, Mitglied Geschäftsleitung Rhätische Bahn AG</li> <li>• Francisca Obrecht, Weingut Obrecht</li> </ul>
<b>Geschäftsleitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Philipp Bühler, Gesamtprojektleiter graubündenVIVA (100 Stellenprozent)</li> <li>• Lisa Lerchi, Kommunikation (100 Stellenprozent)</li> <li>• Sandra Lerchi, Projektmanagement (100 Stellenprozent)</li> <li>• Sarah Gottet, Projektmanagement (100 Stellenprozent)</li> </ul>
<b>Autorenteam</b>	<p>Im Auftrag der graubündenVIVA AG erfüllt ein Autorenteam folgende Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmierung Besuchererlebnis</li> <li>• Besuchermarketing / Stakeholdermanagement</li> <li>• Partnerschaftsmanagement</li> <li>• Entwicklung und Vorbereitung graubündenVIVA 2.0</li> <li>• Kostenplanung, Budgetierung, Finanzierung, Projektcontrolling</li> <li>• Allgemeiner Support</li> </ul> <p>Der Auftrag der graubündenVIVA AG wurde an die Firma Quant AG, Flims, erteilt.</p> <p>Die Quant AG hat in der Periode 2015 bis 2018 im Auftrag des Kantons die Vorarbeiten zur Realisierung des Fests der Sinne 2019-2020 geleistet, womit ein umfassendes Fachwissen in Bezug auf Regionalität (Produktion, Verarbeitung, Verkauf und Vertrieb, Konsum, Neue Trends, Konsum- und Konsumentenbedürfnisse und Nachhaltigkeit) erarbeitet werden konnte.</p>
<b>Jahresbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Jahresbericht 2018 liegt in gedruckter Form vor, ist aber nicht online verfügbar.</li> <li>• Der Jahresbericht 2019 zur Tätigkeit des Vereins graubündenVIVA wird im Februar 2020 fertiggestellt (Generalversammlung vom 24. März 2020).</li> </ul>
<b>Buchführung</b>	<p>Die Buchführung (inkl. strategisches Controlling) erfolgt durch die Firma RRT Treuhand &amp; Revision, Chur</p>
<b>Revisionsstelle</b>	<p>Verein: BMU Treuhand AG, Chur (seit 2019) AG: BMU Treuhand AG, Chur (seit 2018)</p>

<b>Programmbudget</b>	Das Budget für das Programm «graubündenVIVA» (Fest der Sinne 2019–2020) beträgt rund 10,7 Millionen Franken (Stand Dezember 2019).
<b>Finanzierung</b>	<p>Die Programmfinanzierung ist wie folgt vorgesehen (Stand Dezember 2019):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partner Wirtschaft: 1,5 Millionen Franken</li> <li>• Medienpartnerschaften: 0,3 Millionen Franken</li> <li>• Partner Verbände, Organisationen, Stiftungen: 2,9 Millionen Franken</li> <li>• Öffentliche Hand: 3,0 Millionen Franken</li> <li>• Erträge aus Eigenleistungen und Ticketing/Merchandising: 3,0 Millionen Franken</li> </ul>
<b>Kantonsbeitrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 9 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 6</li> <li>• Regierungsbeschluss Prot. Nr. 284 vom 16.04.2018 (für die Umsetzung des Fest der Sinne 2019–2020)</li> <li>• Beitragsvolumen: 4,07 Millionen Franken, jedoch maximal 35 % der anrechenbaren Projektkosten</li> <li>• Beitragsvereinbarung des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS)</li> </ul>
<b>Aufträge Dritter</b>	Die Projektleitung des Programms graubündenVIVA führt keine Aufträge von Dritten aus.
<b>Aufträge an Dritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Projektleitung des Programms graubündenVIVA erteilt im Zusammenhang mit der Umsetzung des Fests der Sinne 2019–2020 auch Aufträge an Dritte (z.B. Somedia AG, Gammeter Media AG, Rob Nicolas GmbH, GRischa Transport AG, Brassier AG, Ladner Schreinerei AG, Gebr. Maissen AG). Dabei wird darauf geachtet, die Aufträge an Bündner Unternehmen zu vergeben.</li> <li>• Auf Basis einer Kooperations-Vereinbarung erbringt Graubünden Ferien im Jahr 2020 Leistungen in den Bereichen «Angebots-Entwicklung» und «Angebots-Kommunikation» mit dem Ziel, die touristische Kommunikation des Themas «Regionalität / Regionalprodukte» zu stärken. GRF setzt somit im Auftrag der graubündenVIVA AG spezifische Kampagnen im Bereich Social Media um.</li> </ul>
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Kanton, vertreten durch das Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS), ist Beitragsgeber an die graubündenVIVA AG zur Umsetzung des Programms graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020)</li> <li>• Der Kanton ist weder im Vereinsvorstand noch im Verwaltungsrat der graubündenVIVA AG vertreten. Michael Cafilisch, Amtsleiter-</li> </ul>

	<p>Stv. / Leiter Tourismusentwicklung, kann als Gast an Verwaltungsratssitzungen teilnehmen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwischen der Programmleitung von graubündenVIVA, dem Autorenteam von graubündenVIVA und dem Kanton (Departement für Volkswirtschaft und Soziales, Amt für Landwirtschaft und Geoinformation, Amt für Wirtschaft und Tourismus) finden drei bis fünf Mal pro Jahr sogenannte «Schulterblicke» statt, die den Informationsaustausch zum Ziel haben.</li> <li>• Das AWT ist gestützt auf das GWE für die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben (inkl. Umsetzung der Beitragszahlungen an die graubündenVIVA AG) zuständig.</li> </ul>
<b>Submissions-rechtliche Aspekte</b>	<p>Die graubündenVIVA AG unterliegt als privatrechtliche Rechtskörperschaft nicht der Submissionsverordnung. Die Vergabe von Aufträgen im Zusammenhang mit der Umsetzung des Programms graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) an Bündner Unternehmen wird angestrebt.</p>
<b>Staatsrechnung</b>	<p>Die Beiträge des Kantons zur Umsetzung des Programms graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) werden über folgendes Konto verbucht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2250.363561 (Beiträge für Regionalpolitik)</li> </ul>
<b>Mitgliedschaften</b>	<p>Die graubündenVIVA AG / der Verein graubündenVIVA geht keine Mitgliedschaften ein.</p>
<b>Interessen-bindungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duri Campell (Vorstandsmitglied und Verwaltungsrat graubündenVIVA AG): Vizepräsident Bündner Bauernverband</li> <li>• Piotr Caviezel (Vorstandsmitglied und Verwaltungsrat graubündenVIVA AG): Mitglied der Geschäftsleitung der Rhätische Bahn AG</li> <li>• Francisca Obrecht (Vorstandsmitglied und Verwaltungsrat graubündenVIVA AG): Präsidentin Markenrat graubünden</li> </ul>
<b>Partnerschaften</b>	<p>Die Programmleitung graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) pflegt mit diversen Partnern einen regen Austausch mit dem Zweck, die Zielsetzungen von graubündenVIVA zu erreichen. Dazu zählen u.a. folgende Firmen und Institutionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• alpinavera</li> <li>• Bündner Bauernverband</li> <li>• Coop</li> <li>• Gammeter Media</li> <li>• Gastro Graubünden</li> <li>• Graubünden Ferien</li> <li>• graubündenHOLZ</li> <li>• Graubündner Kantonalbank</li> <li>• hotelleriesuisse Graubünden</li> </ul>

- Kloster Disentis
- Kloster St. Johann Müstair
- Postauto Schweiz AG, Region Graubünden
- Rhätische Bahn
- Somedia
- Verband Bündner Fleisch Produzenten

---

**Bürogemeinschaft** Die Programmleitung graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) ist in Büroräumlichkeiten der Firma Quant AG, Flims, angesiedelt.

---

**Mittelfluss** Über das Programm graubündenVIVA (Fest der Sinne 2019–2020) werden keine wiederkehrenden (Betriebs-)Beiträge ausgerichtet an:

- Mitglieder des Vereins graubündenVIVA
- den Verein Graubünden Ferien
- die Geschäftsstelle Marke graubünden
- strategische Partner von graubündenVIVA

---



## 5.5 Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG)

<b>Rechtsform</b>	Verein
<b>Adresse</b>	Alexanderstrasse 24, 7000 Chur
<b>Statuten</b>	<a href="#">Artikel 2</a> Zweck: «Der Verein vertritt die Interessen des Bündner Tourismus und seiner Leistungserbringer gegenüber Öffentlichkeit, Politik und Verwaltung. Er fördert Massnahmen, die der Tourismusedwicklung und der Verbesserung der Rahmenbedingungen dienen. Insbesondere unterstützt der Verein die Förderung des Bewusstseins und Verständnisses für den Tourismus und arbeitet mit anderen Organisationen zusammen, die einen ähnlichen Zweck verfolgen.»
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.itgr.ch">www.itgr.ch</a>
<b>Vorstand</b>	Der Vorstand des Vereins Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden setzt sich wie folgt zusammen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peter Engler (Präsident), Grossrat</li> <li>• Franz Sepp Caluori (Vizepräsident), Präsident Gastro Graubünden</li> <li>• Martin Aebli, Grossrat / Präsident Tourismus-Club Grosser Rat</li> <li>• Renato Fasciati, CEO Rhätische Bahn AG</li> <li>• Jürg Schmid, Präsident Graubünden Ferien</li> <li>• Silvio Schmid, Vorstandsmitglied Bergbahnen Graubünden</li> <li>• Ernst Wyrsh, Präsident hotelleriesuisse Graubünden</li> </ul>
<b>Geschäftsführerin</b>	Yvonne Brigger-Vogel (ca. 50 Stellenprozent)
<b>Jahresbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Jahresbericht 2018 ist <a href="#">online</a> verfügbar.</li> <li>• Der Jahresbericht 2019 zur Tätigkeit der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden wird im Februar 2020 fertiggestellt (Generalversammlung geplant im August 2020).</li> </ul>
<b>Revisor</b>	Hans Martin Meuli, Pricewaterhouse Coopers, Chur (ehrenamtlich)
<b>Budget 2020</b>	60'000 Franken
<b>Finanzierung</b>	Mitgliederbeiträge
<b>Kantonsbeitrag</b>	Der Kanton ist nicht Mitglied der ITG und richtet keinen Beitrag an die Vereinstätigkeiten der ITG aus.
<b>Projektbeiträge</b>	Die ITG ist Träger des Projekts «GRhome». Der Kanton richtet an dieses Projekt einen Förderbeitrag im Rahmen der Neuen Regionalpolitik NRP aus (siehe «GRhome»).
<b>Governance</b>	Der Kanton ist nicht Mitglied der ITG, nicht im ITG-Vorstand vertreten und nimmt auch nicht an Vorstandssitzungen teil.
<b>Mitgliedschaften</b>	Die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden hat keine Mitgliedschaften bei touristischen oder anderweitigen Organisationen und Verbänden.

---

**Bürogemeinschaft** Die ITG-Geschäftsstelle ist in den Büroräumlichkeiten von Graubünden Ferien, Chur, angesiedelt.

---

**Mittelfluss** Die ITG richtet keine Beiträge aus an:

- den Verein Graubünden Ferien
- die Geschäftsstelle Marke graubünden
- die graubündenVIVA AG

---

## 5.6 Projekt «Faszination Tourismus» (GRhome)

<b>Rechtsform</b>	«Faszination Tourismus» (GRhome) ist ein Projekt und hat keine eigene Rechtspersönlichkeit.
<b>Adresse</b>	Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden, Alexanderstrasse 24, 7000 Chur
<b>Zielsetzung</b>	Mit dem im 2016 lancierten Projekt «Faszination Graubünden» strebt die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) die Stärkung des öffentlichen Bewusstseins zur Bedeutung des Tourismus an. Der Fokus bei der Umsetzung liegt auf dem Teilprojekt «Mehrwert für BündnerInnen», mit welchem Einheimische als Kunden angesprochen werden. Über das im Dezember 2017 lancierte, webbasierte Portal «GRhome» werden exklusive und spezifische Leistungen mit Mehrwert für Bündnerinnen und Bündner angeboten. Dadurch soll eine höhere emotionale Bindung der einheimischen Bevölkerung mit dem Tourismus erreicht werden.
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.grhome.ch">www.grhome.ch</a>
<b>Projektleitung</b>	Das Projekt «Faszination Tourismus (GRhome)» wird von Yvonne Brigger-Vogel, ITG-Geschäftsführerin, geleitet. Das Kernteam besteht aus folgenden Personen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto Küng, Küng Pluskom GmbH, Chur – Content Management</li> <li>• Robin Mark, RobNicolas GmbH, Chur – Community Management und online-Promotion</li> <li>• Chris Casutt und Ursin Cola, Soul.media GmbH, Buchen – IT-Entwicklung und Support</li> </ul>
<b>Projektbudget</b>	In den Jahren 2017 bis 2021 steht ein Gesamtbudget von rund 1,89 Millionen Franken zur Verfügung.
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnerbeiträge (Branchenorganisationen, Wirtschaftsverbände, Leistungsträger, Destinationen, GKB, Somedia)</li> <li>• Kantonsbeitrag (Tourismusprogramm Graubünden 2014-2023)</li> </ul>
<b>Kantonsbeitrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 9 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 6</li> <li>• Regierungsbeschluss Prot. Nr. 956 vom 01.11.2016 (für die Periode 2017 bis 2021)</li> <li>• Beitragsvolumen: 0,99 Millionen Franken, jedoch maximal 35 % der anrechenbaren Projektkosten</li> <li>• Beitragsvereinbarung des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS)</li> </ul>
<b>Aufträge an Dritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRF führt zu Gunsten von «GRhome» einen Auftrag in den Bereichen «eMarktplatz» sowie «Buchungssinkasso» aus und wird dafür mit 18 000 Franken pro Jahr entschädigt. Dies ist Teil eines</li> </ul>

	<p>Kooperationsvertrags zwischen GRF und «GRhome» mit einem jährlichen Volumen von 25 000 Franken, die GRF an das Projekt «GRhome» leistet.</p>
<b>Governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Kanton, vertreten durch das Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS), ist Beitragsgeber an das Projekt «Faszination Tourismus» (GRhome) der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden.</li> <li>• Der Kanton ist weder im Vereinsvorstand noch in der Projektleitung vertreten.</li> <li>• Zwischen der Projektleitung von «GRhome» und dem Amt für Wirtschaft und Tourismus finden periodisch Zwischenbesprechungen zum Projektverlauf statt.</li> <li>• Das AWT ist gestützt auf das GWE für die Überprüfung der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben (inkl. Umsetzung der Beitragszahlungen an die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden) zuständig.</li> </ul>
<b>Submissions-rechtliche Aspekte</b>	<p>Die Beitragszusicherung (Regierungsbeschluss und Beitragsvereinbarung) umfasst keine expliziten Vorgaben betreffend submissionsrechtliche Aspekte oder Arbeitsvergaben an Bündner Unternehmer. Die Projektleitung setzt das Projekt jedoch – aus Überzeugung und aus Gründen der Glaubwürdigkeit – ausschliesslich mit Bündner Firmen um.</p>
<b>Staatsrechnung</b>	<p>Die Beiträge des Kantons zur Umsetzung des Projekts «Faszination Tourismus» (GRhome) werden über folgendes Konto verbucht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2250.363562.73 (Beiträge Tourismusprogramm 2014–2023)</li> </ul>
<b>Partnerschaften</b>	<p>Zur Umsetzung des Projekts «Faszination Tourismus» (GRhome) ist die Projektleitung verschiedene Partnerschaften eingegangen, unter anderem mit folgenden Organisationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• hotelleriesuisse Graubünden</li> <li>• Bergbahnen Graubünden</li> <li>• Graubünden Ferien</li> <li>• Bündner Gewerbeverband</li> <li>• Handelskammer Graubünden</li> <li>• GastroGraubünden</li> <li>• Rhätische Bahn AG</li> <li>• Postauto Graubünden</li> <li>• Tourismusorganisationen in Graubünden</li> <li>• Graubündner Kantonalbank</li> <li>• Somedia Promotion AG</li> </ul>
<b>Mittelfluss</b>	<p>Aus dem Projekt «Faszination Tourismus» (GRhome) werden keine Beiträge ausgerichtet an:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Geschäftsstelle Marke graubünden</li> </ul>

- 
- die graubündenVIVA AG
  - die Bündner Tourismusdestinationen
  - die Partner von «GRhome»
-

## 5.7 Wirtschaftsforum Graubünden

<b>Rechtsform</b>	Stiftung
<b>Adresse</b>	Poststrasse 3, 7000 Chur
<b>Stiftungsurkunde</b>	<p>Artikel 2 Zweck: «Die Stiftung bezweckt:</p> <p>a) die Rahmenbedingungen für die Bündner Wirtschaft zu verbessern und damit die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Graubünden zu steigern;</p> <p>b) die Bündner Wirtschaft, die Öffentlichkeit und die Behörden über relevante Wirtschaftsdaten, Entwicklungen, wirtschaftliche Zusammenhänge und Bestrebungen zu informieren und damit ein wirtschaftsfreundliches Klima im Kanton zu fördern;</p> <p>c) die wirtschaftliche Entwicklung in den Regionen zu fördern.</p> <p>Sie kann weitere Tätigkeiten aufnehmen, welche der Erfüllung des Stiftungszwecks dienen.»</p>
<b>Zweck</b>	«Das Wirtschaftsforum Graubünden versteht sich als Denkwerkstatt der Bündner Wirtschaft und setzt sich für die Verbesserung der Rahmenbedingungen des Wirtschaftsstandortes Graubünden ein. Dabei stellt das Wirtschaftsforum Graubünden sein reiches Wissen über wirtschaftliche Entwicklungen und Zusammenhänge in Graubünden der Öffentlichkeit in Form von Berichten, Referaten und Diskussionen zur Verfügung.»
<b>Vision</b>	«Die Stiftung Wirtschaftsforum Graubünden versteht sich als unabhängige Denkwerkstatt für die volkswirtschaftliche Entwicklung Graubündens (Think-Tank).»
<b>Mission</b>	<p>«Die Stiftung Wirtschaftsforum Graubünden nimmt die künftigen Trends und die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken für die Volkswirtschaft Graubündens auf.</p> <p>Die Stiftung Wirtschaftsforum Graubünden bringt prospektiv Themen der Standortentwicklung in wirtschaftspolitische Diskussionen ein und gestaltet sie mit, um die Standortvoraussetzungen für die Wirtschaft in Graubünden zu verbessern.»</p>
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.wirtschaftsforum-gr.ch">www.wirtschaftsforum-gr.ch</a>
<b>Stiftungsrat</b>	<p>Der Stiftungsrat des Wirtschaftsforums Graubünden setzt sich wie folgt zusammen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daniel Fust, (Präsident), CEO Graubündner Kantonalbank, Chur</li> <li>• Martin Aebli, Gemeindepräsident Pontresina</li> <li>• Eugen Arpagaus, Leiter Amt für Wirtschaft und Tourismus, Chur</li> <li>• Beatrice Baselgia, Grossrätin, Domat/Ems</li> <li>• Silvia Degiacomi, Hotelière Hotel Bären, St. Moritz</li> <li>• Jon Erni, Mia Engiadina, Scuol</li> <li>• Dr. Renato Fasciati, CEO RhB, Chur</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prof. Dr. Markus Furrer, Kantonsspital Graubünden, Chur</li> <li>• Petra Kamer, Vorsitzende der Bankleitung Raiffeisenbank Bündner Rheintal, Chur</li> <li>• Dr. Jürg Kappeler, Kappeler Concept AG, Chur</li> <li>• Susanne Lebrument, Geschäftsführerin Nutzermarkt Somedia, Chur</li> <li>• Dr. Carmelia Maissen, Gemeindepräsidentin von Ilanz/Glion und Grossrätin, Ilanz</li> <li>• Markus Meili, Engadin St. Moritz Mountains AG, St. Moritz</li> <li>• Felicia Montalta, PROJEKT.BOX, Malans</li> <li>• Dr. Rolf Oswald, Dozent BAÖA, Chur</li> <li>• Viktor Scharegg, Präsident Bündner Gewerbeverband</li> <li>• Stefan Schena, CEO ÖKK, Landquart</li> <li>• Romano Seglias, Präsident Arbeitgeberverband und Handelskammer GR, Chur</li> <li>• Andreas von Sprecher, Vorstandsmitglied Pro Raetia, Maienfeld</li> <li>• Christoph Suenderhauf, lic. iur. Rechtsanwalt, Chur</li> <li>• Hanspeter Thür, Leiter Privatkunden Region Ostschweiz UBS AG, St. Gallen</li> <li>• Ralf Walser, Leiter Marktgebiet Nordbünden Credit Suisse, Chur</li> <li>• Andreas Züllig, Hotel Schweizerhof, Lenzerheide</li> </ul>
<b>Geschäftsführer</b>	Peder Plaz (Hanser Consulting, Chur/Zürich)
<b>Jahresbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Jahresbericht 2018 ist <a href="#">online</a> verfügbar.</li> <li>• Der Jahresbericht 2019 zur Tätigkeit des Wirtschaftsforums Graubünden wird im Frühling 2020 fertiggestellt.</li> </ul>
<b>Budget 2020</b>	Ca. 320 000 Franken (wovon 200 000 Franken (ca. 63%) von privaten Trägerschaften)
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basisfinanzierung: Graubündner Kantonbank und Kanton Graubünden</li> <li>• Finanziell unterstützende Verbände: Bündner Gewerbeverband, Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden, hotelleriesuisse Graubünden</li> <li>• Gönner: Bündner Verband der Raiffeisenbanken, Credit Suisse, EMS Chemie, EWZ, Griston Holding AG, Kieswerk Calanda AG, ÖKK, Repower, Südostschweiz Medien, UBS</li> </ul>
<b>Kantonsbeitrag</b>	Der Kanton richtet an das Wirtschaftsforum Graubünden in der Periode 2017 bis 2019 einen Beitrag von 360 000 Franken (pro Jahr 120 000 Franken) aus.
<b>Governance</b>	Der Kanton ist im Stiftungsrat des Wirtschaftsforums Graubünden durch Eugen Arpagaus, Leiter Amt für Wirtschaft und Tourismus, vertreten.

<b>Submissions- rechtliche Aspekte</b>	Die Beitragszusicherung (Regierungsbeschluss) an das Wirtschaftsforum Graubünden enthält keine expliziten submissionsrechtlichen Vorgaben.
<b>Staatsrechnung</b>	Der Kantonsbeitrag an das Wirtschaftsforum werden über folgendes Konto verbucht: <ul style="list-style-type: none"><li>• 2250.363560 (Beiträge gemäss Wirtschaftsentwicklungsgesetz)</li></ul>
<b>Bürogemeinschaft</b>	Die Geschäftsstelle des Wirtschaftsforums Graubünden ist in Chur in den Büroräumlichkeiten der Bündner Niederlassung der Firma Hanser Consulting AG, Zürich, angesiedelt.
<b>Mittelfluss</b>	Das Wirtschaftsforum Graubünden richtet KEINE Beiträge an Dritte aus.

---



## 5.8 Institut für Tourismus und Freizeit

<b>Rechtsform</b>	Abteilung (Institut) der Fachhochschule Graubünden (FH)
<b>Adresse</b>	Comercialstrasse 22, 7000 Chur
<b>Mission</b>	«Das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) ist die Tourismusabteilung der FH Graubünden. Wir sind die bedeutendste Schweizer Aus- und Weiterbildungs- sowie Forschungsinstitution des Tourismus und der Freizeitwirtschaft auf Hochschulstufe – mit nationaler und internationaler Ausstrahlung.»
<b>Angebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studium: Bachelor- und Masterangebote in Tourismus und Service Design</li> <li>• Weiterbildung: CAS Tourismus 4.0 und CAS Event Management</li> <li>• Forschung und Dienstleistungen: Service Innovation im Tourismus, Tourismus 4.0, Management von touristischen Immobilien und Infrastrukturen, Nachhaltige Entwicklung</li> </ul>
<b>Webseite</b>	<a href="http://www.fhgr.ch/itf">www.fhgr.ch/itf</a>
<b>Leitung</b>	Prof. (FH), Dr. Andreas Deuber
<b>Beirat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pietro Beritelli, Prof. Dr., Vize-Direktor IMP-HSG</li> <li>• Michael Caflisch, lic. rer. pol, Leiter Tourismusentwicklung, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden</li> <li>• Barbara Gisi, lic. iur., Direktorin Schweizer Tourismus-Verband</li> <li>• Reto Gurtner, lil. oec., lic. iur., Präsident und Delegierter des Verwaltungsrat Weisse Arena AG</li> <li>• Julia Kamber, Dr. med., Mitglied der Klinikleitung, Klinik Gut</li> <li>• Richard Kämpf, lic. rer. pol., SECO Tourismuspolitik</li> <li>• Harald Pechlaner, Prof. Dr., Inhaber des Lehrstuhls und Leiter des Zentrums für Entrepreneurship, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt</li> <li>• Daniel Renggli, EMBA, CEO, REVIER Hospitality Group</li> <li>• Philipp Ries, MSc in Computer Science, Head of EMEA Assistant Distribution Partnerships, Google Schweiz</li> <li>• Gerry Romanescu, Director Lodging and Tourism, PWC Schweiz</li> <li>• Rolf Schafroth, Senior Executive, Nezasa, Tourismusrat GR</li> <li>• Jürg Schmid, Executive Director, Schmid Pelli &amp; Partner, Präsident, Graubünden Ferien</li> </ul>
<b>Forschungsbericht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Forschungsbericht 2018 ist <a href="#">online</a> verfügbar.</li> <li>• Der Forschungsbericht 2019 des ITF wird Ende März 2020 publiziert.</li> </ul>
<b>Kantonsauftrag</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesetzliche Grundlage: Wirtschaftsentwicklungsgesetz (GWE) Art. 25 und Wirtschaftsentwicklungsverordnung (VWE) Art. 22</li> </ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Departementsverfügung Prot. Nr. 42/18 vom 18.12.2018 (für die Periode 2019 bis 2021)</li><li>• Auftragsvolumen: 300 000 Franken (pro Jahr 100 000 Franken)</li><li>• Leistungsauftrag des Departements für Volkswirtschaft und Soziales (DVS)</li></ul>
<b>Governance</b>	Der Kanton ist im Beirat des Instituts für Tourismus und Freizeit durch Michael Caflisch, Amtsleiter-Stv. / Leiter Tourismusentwicklung, Amt für Wirtschaft und Tourismus, vertreten.
<b>Staatsrechnung</b>	Der Leistungsauftrag des Kantons wird über folgendes Konto verbucht: <ul style="list-style-type: none"><li>• 2250.363560.07 (Institutionen)</li></ul>
<b>Mittelfluss</b>	Das Institut für Freizeit und Tourismus richtet keine Beiträge aus an: <ul style="list-style-type: none"><li>• den Verein Graubünden Ferien</li><li>• die Geschäftsstelle Marke graubünden</li><li>• die graubündenVIVA AG</li><li>• Bündner Tourismusorganisationen</li><li>• die Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden / «GRhome»</li></ul>
<b>Mitgliedschaften</b>	Das Institut für Freizeit und Tourismus ist Mitglied bei folgenden touristischen Organisationen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Chur Tourismus</li><li>• Graubünden Ferien</li><li>• hotelleriesuisse Graubünden</li></ul>

---