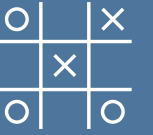


# Strategien

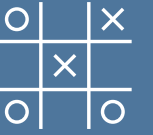
Wir stärken Image, Position und Bedeutung der Bergbahnbranche durch...



- ... gezielte, proaktive und stetige Kommunikation der relevanten Daten und Fakten sowie der anstehenden Herausforderungen.
- ... durch eine aktive Teilnahme am politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Geschehen im Kanton Graubünden.
- ... Leistung, Einheit, Transparenz und klare Positionen, auch bei heiklen wirtschafts- und tourismuspolitischen Fragen.
- ... aufgreifen und besetzen von eigenen, bergbahnrelevanten Themen.
- ... engagiertes Networking und Kooperationen mit gleich gesinnten Institutionen und Partnern.

# Strategien

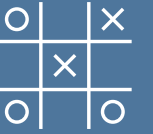
Wir verbessern die Rahmenbedingungen für unsere Mitglieder durch...



- ... einen stetigen Ausbau und die Pflege unserer Beziehungen zur Politik, Wirtschaft und Verwaltung – aktives Lobbying.
- ... gezielte Information von Behörden und Entscheidungsträgern an von uns organisierten Veranstaltungen und Begegnungsplattformen.
- ... ein tatkräftiges Engagement für die Kernanliegen der Branche:
  - Vereinfachung der Bewilligungsprozesse
  - Reduktion der administrativen Belastung und der Auflagen
  - Begegnung des Klimawandels: Wasser- und Energiemanagement; Strategien & Businessmodelle; Mobilität; NachhaltigkeitHier engagieren wir uns in Vorständen, Begleitgremien und Kommissionen.

# Strategien

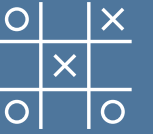
Wir verbessern die Rahmenbedingungen für unsere Mitglieder durch...



- ... das schonungslose Aufzeigen von Hürden und Hemmnissen bei der Produkt- und Angebotsgestaltung bzw. für Innovationen.
- ... Kooperationen bei den übrigen wirtschafts- und tourismuspolitischen Sachfragen und Stellungnahmen (Tourismusallianz, Dachorganisationen) .
- ... ein aktives Engagement im Branchendachverband Seilbahnen Schweiz. Wir wollen der führende Regionalverband sein und bleiben.
- ... dauernde Optimierung der Aktivitäten der Geschäftsstelle, mit dem Ziel diese als gut vernetzte Ansprechstelle für wirtschafts- und tourismuspolitische Fragestellungen der Bergbahnen zu positionieren.

# Strategien

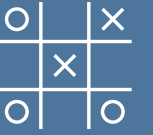
Wir informieren und sensibilisieren unsere Mitglieder durch...



- ... eine aktive und institutionalisierte Informationspolitik nach innen.
- ... attraktive Veranstaltungen zu aktuellen und fachspezifischen Themen und Fragestellungen.
- ... initiieren und mitfinanzieren von relevanten der gesamten Branche dienenden Studien und Abklärungen.

# Strategien

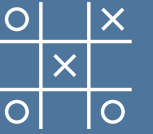
Wir fördern den Erfahrungsaustausch und klären Fragen von allgemeinem betrieblichem Interesse durch...



- ... eine offene, konstruktive und durch gesundes Wettbewerbsdenken geprägte Verbandskultur.
- ... die Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen, Herausforderungen und Bedürfnisse unserer Mitglieder.
- ... Aufzeigen von Synergien und möglichen Zusammenarbeitsmodellen sowie initiieren von konkreten Projekten.
- ... Erarbeiten von Leitlinien, Empfehlungen und Mustern.  
(Verträge, Pflichtenhefte, Reglemente etc.)
- ... Einsetzen und Coaching von Arbeitsgruppen zu wichtigen, aktuellen, branchenrelevanten Themen.

# Strategien

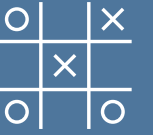
Wir fördern die Weiterbildung sowie Lehrstellen durch...



- ... die Organisation von Weiterbildungskursen/-veranstaltungen. Wir beschränken uns hierbei auf spezifische Branchenthemen und lassen „Stangenware“ oder Angebote von Seilbahnen Schweiz aus.
- ... tatkräftige Unterstützung der Aktivitäten von Seilbahnen Schweiz, insbesondere in den Bereichen Kommunikation und Sensibilisierung der Mitglieder.
- ... die Teilnahme an der Fiutscher sowie das Erarbeiten von allgemeinen Konzepten, Instrumenten, welche die Unternehmen für sich adaptieren können.

# Strategien

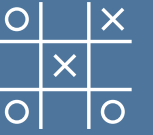
Wir positionieren uns als Institution durch...



- ... Leistung
  - BBGR wird wahrgenommen und wertgeschätzt
- ... eindeutige Stellungnahmen und Positionen.
  - BBGR wird respektiert
- ... gezielte, proaktive und konsequente Medienarbeit.
  - BBGR wird gehört
- ... Präsenz bei wichtigen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Anlässen.
  - BBGR wird gesehen

# Strategien

Wir tragen zur Generierung von neuen Gästen bei, indem...

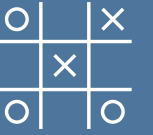


- ... wir uns für die Schneesportförderung (Jugend, Einsteiger etc.) engagieren.
- ... wir Projekte, die allen Mitgliedern zugänglich sind, d.h. destinationsübergreifend oder kantonal Wirkung zeigen, unterstützen.



# Strategien

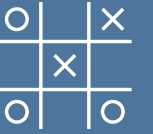
Wir generieren mit der graubündenCARD für unsere Mitglieder Mehrerträge durch...



- ... eine Produkt- und Preisgestaltung, welche dauernd optimiert wird und die Interessen der Mitgliedsunternehmen angemessen berücksichtigt.
- ... Kooperationen mit geeigneten Partnern.
- ... die Gewährleistung einer effizienten Pool-Administration.

# Strategien

Was wir nicht tun! Bergbahnen Graubünden...



- ... vertreibt und vermarktet keine Produkte mit Ausnahme der graubündenCARD.
- ... betreibt keine Preispolitik mit Ausnahme der Preisgestaltung bei der graubündenCARD.
- ... tritt nicht als Sponsoring-Partner auf.
- ... äusserst sich nicht öffentlich zu Fragestellungen oder Problemen, die nur einzelne Mitgliedsunternehmen betreffen.