

Strategien

Wir stärken das Image und die 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 gezieltes Engagement für die Kernanliegen der Branche. (Optimierung der Bewilligungsprozesse, Reduktion der administrativen Belastung und der umweltrechtlichen Auflagen). Hier engagieren wir uns tatkräftig in Vorständen, Begleitgremien und Kommissionen.
- ... das schonungslose Aufzeigen von Hürden und Hemmnissen bei der Produkt- und Angebotsgestaltung bzw. für Innovationen.

Strategien

Wir verbessern die Rahmenbedingungen für unsere Mitglieder durch...

- ... Kooperationen bei den übrigen wirtschafts- und tourismuspolitischen Sachfragen und Stellungnahmen (ITG, GRF, HSGR, HKGR, BGV) .
- ... 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.
- ... durch attraktive Veranstaltungen zu aktuellen und fachspezifischen Themen und Fragestellungen.

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.
- ... jährlich stattfindende KV-Projektstage, an welchen wir den KV-Lernenden spezifisches Bergbahn- und Tourismus Know How vermitteln und Einblicke in andere Unternehmen gewähren.

Strategien

Wir positionieren uns als Institution durch...

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

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.
- ... äusserst sich nicht öffentlich zu Fragestellungen oder Problemen, die nur einzelne Mitgliedsunternehmen betreffen.