

**Medienmitteilung**

**Chur, 5. Dezember 2005**

## **RhB: WEICHEN FÜR STRATEGIE 2012 SIND GESTELLT**

**Die Rhätische Bahn (RhB) hat die Weichen gestellt für eine stärkere Markt- und Kundenorientierung ihres Angebotes. Gleichzeitig wurde die Basis für das Fitnessprogramm zur Steigerung der Profitabilität gelegt.**

Im September hatte der RhB-Verwaltungsrat die neue Offensivstrategie 2012 verabschiedet. Die RhB soll sich stärker am Markt orientieren, kundenfreundlichere Angebote gestalten und eine prägende Rolle im Tourismus einnehmen. Unterstützt wird diese Strategie durch ein Fitnessprogramm. Diese strategische Stossrichtung wurde in den letzten zwei Monaten mit Inhalten gefüllt und mit Massnahmenplänen hinterlegt. In der Sitzung vom 01. Dezember 2005 hat der Verwaltungsrat die daraus resultierenden Unternehmensziele für das Jahr 2006 genehmigt.

Die Strategische Stossrichtung eröffnet für die RhB fünf wesentliche strategische Handlungsfelder:

- Realisierung eines profitablen Wachstums
- Sicherstellung einer ausreichenden Profitabilität der internen Prozesse und Organisation
- Erhöhung der Marktorientierung
- Steigerung der Modernität
- Realisierung einer aktiven Rolle im Tourismus Graubünden

Wesentliche Schritte zur Verwirklichung des angestrebten Wachstums werden die Erarbeitung eines integrierten Marketing-Konzeptes sowie die organisatorische Etablierung des Marketing-Bereiches sein. Ergänzend werden gezielte Verkaufsförderungsmassnahmen für den Reiseverkehr angestossen. Damit wird sowohl das Ziel der weiteren Etablierung als führende Erlebnisbahn für Feriengäste und Tagesausflügler als auch als Dienstleister für die einheimische Bevölkerung unterstützt.

Ergänzt wird die Strategie mit einem Fitnessprogramm. Hierzu wurden die Grundlagen geschaffen und eine RhB-gerechte Vorgehensweise entwickelt. Die Durchführung der Prozess- und Organisationsanalyse beginnt im Januar 2006 und wird durch externe Methoden-Spezialisten begleitet. Ziel ist es hier, einen effizienteren Mitteleinsatz sicherzustellen und so die für die nächsten Jahre prognostizierten Verluste aufzufangen.

Unterstützt werden die Wachstumsziele mit einer Erhöhung von Marktorientierung und Modernität. Ein wesentlicher erster Schritt ist hier die Umsetzung der ersten Phase der Flottenpolitik. Mit dem neuen Rollmaterial erfolgt eine signifikante Steigerung der Attraktivität der Rhätischen Bahn im Hinblick auf Komfort und Bequemlichkeit für die Kunden.

Wesentlicher Meilenstein für eine Stärkung einer führenden Rolle der RhB im Tourismus Graubünden wird die Bewerbung der RhB für eine Aufnahme in die Welterbeliste der UNESCO sein. Gleichzeitig werden die Anstrengungen zur Schaffung integrierter Produkte mit Tourismus-Partnern verstärkt.

Sowohl Umsetzung der Strategie als auch des Fitnessprogramms werden Mitarbeitende, Organisation und Unternehmenskultur vor neue Herausforderungen stellen. Dementsprechend wird die Umsetzung durch einen kontinuierlichen Veränderungsprozess begleitet und unterstützt. Beide Themen sind die Voraussetzung zur Sicherstellung der Zukunftsfähigkeit der Rhätischen Bahn als kundenorientierte und wirtschaftliche Bahn im Kanton Graubünden.