

Medienmitteilung

Bergbahnen Graubünden: Optimierte Nutzung statt Wachstum

100 Mio. Franken haben die Bergbahnunternehmen in Graubünden auf den nächsten Winter hin in Ersatz, Erneuerung oder skalenwirksame Verbindungen von Infrastrukturen investiert. Gemäss Silvio Schmid, Präsident Bergbahnen Graubünden (BBG), erlaubt das Marktumfeld kaum mehr zusätzliches Wachstum. Dafür brauche es aber eine optimierte Nutzung der bereits intensiv beanspruchten Tourismusgebiete am Berg.

Nach dem Zweitwohnungs-Nein sind die Bergbahnen eine noch wichtigere Stütze für den Tourismus geworden. Um ihre unternehmerische und regionalpolitische Verantwortung wahrnehmen zu können, regte Bergbahnen Graubünden (BBGR) an seiner Generalversammlung die Schaffung einer Art „touristischen Gewerbezone“ an. Das Thema wurde an einer Podiumsdiskussion mit Anita Mazzetta, WWF Graubünden, Franziska Sarott, Bundesamt für Verkehr, Richard Atzmüller, ARE Graubünden, Peder Plaz, Wirtschaftsforum Graubünden und Martin Hug, Weisse Arena Bergbahnen AG, diskutiert.

Touristische Gewerbezone

Silvio Schmid, Präsident BBGR, plädierte für einen lösungsorientierten Weg im Dialog zwischen Bergbahnen, Umweltorganisationen sowie Verwaltung und Politik: „Der Tourismus und die Bergbahnbranche sind weit von einem zusätzlichen Wachstum entfernt. Eine Strukturbereinigung ist seit mehreren Jahren im Gang. 80 bis 90 Prozent der heute erstellten Transportanlagen sind Ersatz- oder Erneuerungsinvestitionen. Was die Bündner Bergbahnen jetzt brauchen, sind einfachere, schnellere und kostengünstigere Verfahren. Die ‚Time to market‘ muss verkürzt werden“. Richard Atzmüller, Amtsleiter Amt für Raumentwicklung Graubünden, zeigte in seinem Inputreferat die planerischen Herausforderungen bezüglich Investitionen der Bergbahnen auf. Seit 2004 gibt es zwar eine sog. Zone für touristische Einrichtungen (ZTE). Diese Zone umfasst jedoch nur die unmittelbare Umgebung der Tal-, Mittel- und Bergstationen. Gemäss Martin Hug, Vorstandsmitglied BBGR und Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe, könnte mit einer touristischen Gewerbezone für bereits intensiv genutzte Gebiete eine Art „Zwischenlösung“ nebst der Zone für touristische Einrichtungen und der überlagerten Wintersportzone gefunden werden. In einer solchen Zone würden hauptsächlich Ersatz- und Erneuerungsinvestitionen vorgenommen.

Silvio Schmid weiterhin Präsident

Präsident Silvio Schmid wurde von der Generalversammlung von Bergbahnen Graubünden (BBGR) für eine weitere Amtszeit bestätigt. Er rief die Bergbahnen dazu auf, die Servicekette für ihre Kunden zu schliessen und sich mit Kooperationen bewusst an den Kundenprozessen zu orientieren. „Was spricht z.B. dagegen, die Tageskarte inklusive der Wintersportausrüstung anzubieten?“, fragte Silvio Schmid. Auch beim Pricing sieht er Nachholbedarf: Laax und Davos machten es mit ihren Frühbucher- oder Exklusiv-Angeboten vor, wie flexible Preismodelle aussehen können. Für die Unterstützung seiner Mitglieder sieht der Präsident vier Schwerpunkte. Erstens die Imageverbesserung der Bergbahnbranche. Sie habe zwar in den letzten Jahren auch Fehler gemacht, verhalte sich heute aber weit sensibler und ökologischer, als ständig unterstellt werde. Zweitens sieht Silvio Schmid Handlungsbedarf bei den Rahmenbedingungen wie z.B. dem Verkürzen der Verfahren, Gebührensenkungen oder dem gezielten Aufbau von Wettbewerbsvorteilen. Drittens möchte sich der Präsident in Kooperation

mit Seilbahnen Schweiz für die Schneesportförderung von Jugendlichen, wie z.B. mit der Aktion „Gorilla – mehr Uga Uga in den Bergen“, einsetzen. Und schliesslich müsse es gelingen, das Tourismusbewusstsein der Bündner Bevölkerung zu stärken. Die Resultate der touristischen Vorlagen im letzten Jahr hätten klar gezeigt, dass der Tourismus in diesem Bereich seine Hausaufgaben nicht gemacht habe.

Wetter, Klima und Schneeanlagen

Marcus Gschwend, Geschäftsführer von Bergbahnen Graubünden (BBGR), betonte in seinen Ausführungen zum Jahresbericht, dass der Verband aktiv mit den Herausforderungen zu Wetter, Klima und Schneeanlagen umgehe. Mit Wetter Graubünden sei ein erfolgreiches Wetterportal geschaffen worden, welches das Wetter für Tages- und Kurzaufenthalts Gäste personalisiere. Statt über zu schlechte Prognosen zu lamentieren, nutze BBGR das Wetter für seine Mitglieder als Marketinginstrument und biete gleichzeitig den Kunden einen individuellen Nutzen. Der Ende August 2013 vorgestellte Bericht „Herausforderung Klimawandel“ der HTW Chur/Uni Innsbruck habe gezeigt, dass Graubünden dank der Höhe seiner Schneesportgebiete langfristig über einen Wettbewerbsvorteil verfüge. Ohne technische Beschneigung sei die Schneesicherheit jedoch nur bedingt gegeben – insbesondere über die für den Tourismus eminent wichtigen Feiertage, während derer ein Grossteil des Jahresumsatzes erzielt werde. BBGR sei überzeugt, dass die Anpassung an den Klimawandel nur durch gemeinsame Anstrengungen aller touristischen Akteure und der Politik erfolgen kann, so Marcus Gschwend. Im Bereich des politischen Lobbyings konnte sowohl auf kantonaler wie auf nationaler Ebene ein Erfolg verbucht werden. Im Kanton sind die Pistenfahrzeuge künftig von der Verkehrssteuer befreit. In enger Zusammenarbeit mit Seilbahnen Schweiz sowie den anderen Regionen wurde auf nationaler Ebene im dritten Anlauf die teilweise Befreiung der Pistenfahrzeuge von der Mineralölsteuer erreicht. Auf Verwaltungsebene setzte sich Bergbahnen Graubünden während zwei Jahren intensiv für eine praxistaugliche Vollzugshilfe „Umwelt und Raumplanung bei Seilbahnvorhaben“ ein. Die definitive Fassung soll nun gemäss Bundesamt für Verkehr noch vor Weihnachten publiziert werden.

Pistenkilometer: nutzbare Fläche wichtig

Die nationalen Seilbahnverbände von Deutschland, Österreich und der Schweiz haben erst diesen September gemeinsam eine Empfehlung für die Berechnung der Pistenlänge erarbeitet. Gemäss dieser ist die effektive Länge (Schräglinie) in der Pistenmitte massgebend. Bergbahnen Graubünden (BBGR) weist gemäss Marcus Gschwend darauf hin, dass sich im Zuge der technischen Beschneigung sowie mit dem Carving-Trend das Angebot hin zu breiteren Pisten verschoben hat. Teilweise wurden sogar Pisten zusammengelegt, um eine optimale Breite zu erhalten. Für die Gäste stehe eigentlich nicht die unmittelbare Pistenlänge im Vordergrund, sondern der zur Verfügung stehende Platz. BBGR werde zusammen mit seinen Mitgliedern im Sinne der Transparenz für die Kunden abklären, inwieweit die Pistenlänge ab der Wintersaison 2014/15 möglichst einheitlich kommuniziert werden kann.

Noch keine Trendumkehr

Bereits letzten Frühling wurden die per Monitor hochgerechneten Ergebnisse der Bergbahnen für den letzten Winter kommuniziert. Obwohl diese gegenüber dem Vorwinter 2011/12 bei den Ersteintritten ein Plus von 4,6 Prozent sowie bei den Umsätzen im Transport von 2.5 bzw. in der Berggastronomie von 6,2 Prozent aufweisen, ist damit laut BBGR-Geschäftsführer Marcus Gschwend noch keine

Trendumkehr zu verzeichnen. Weil der Winter 2011/2012 einer der schlechtesten überhaupt war, müssen die Zahlen des letzten Winters mit dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre verglichen werden. Die Ersteintritte liegen dabei um 8,5 Prozent zurück. Die besseren Erträge im Sommer sind zwar erfreulich, können aber die Verluste des Winters in keiner Weise wett machen: der 5-prozentige Mehrertrag im Sommer 2012 entspricht gerade mal 3,7 Prozent des Einnahmenverlustes im Winter 2011/12. In den letzten vier Jahren haben die Bergbahnen in Graubünden im Winter 4'075 und im Sommer 1'266 Personen beschäftigt.

(Kasten)

Der Vorstand von Bergbahnen Graubünden (BBGR)

Silvio Schmid, Präsident (Destinationsmanager Skiarena Andermatt); Markus Meili, Vizepräsident (CEO Bergbahnen Engadin St. Moritz AG und Vizepräsident Seilbahnen Schweiz); Andrea Camastral (Direktor Bergbahnen Splügen-Tambo AG), Markus Good (Technischer Betriebsleiter Davos Klosters Bergbahnen AG), Philipp Holenstein (CEO Arosa Bergbahnen AG), Martin Hug (Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe). Die Jahresrechnung des Verbandes schliesst bei einer Bilanzsumme von 711'000 Franken und Aufwendungen von 531'000 Franken wegen dem verlängerten Geschäftsjahr mit einem Verlust von 60'000 Franken ab. Der von BBGR bewusst als einziges Produkt gemeinsam verkaufte Snowpass Graubünden stagnierte im Winter 2012/13 bei 2'334 verkauften Abonnements. Dabei sind die Erwachsenen-Tickets leicht rückläufig (- 2,8 Prozent), während sich der Familien SnowPass steigender Beliebtheit erfreut (+ 3,6 Prozent).

Bildlegende (Download vgl. Begleitmail zu dieser Medienmitteilung)

Bergbahnen Graubünden (BBGR) wollen eine optimierte Nutzung bereits intensiv bewirtschafteter Flächen. V.l.n.r. Präsident Silvio Schmid, Geschäftsführer Marcus Gschwend und Vorstandsmitglied Martin Hug (Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe) an der GV auf der Schatzalp in Davos.

Eine Mitteilung von Bergbahnen Graubünden

Davos, 28. November 2013

Marcus Gschwend, Geschäftsführer

info@bergbahnen-graubuenden.ch

Auskünfte:

Silvio Schmid, Präsident, Tel. 079 611 35 35

Marcus Gschwend, Geschäftsführer, Tel. 079 685 92 44