

Medienmitteilung

Bergbahnen Graubünden: Skisport bleibt Schlüsselfaktor

Die Ski-WM 2017 und die Olympia-Kandidatur Graubünden 2022 widerspiegeln für die Branchenorganisation Bergbahnen Graubünden (BBGR) die Bedeutung des Skisports als Schlüsselfaktor für Graubünden. Statt Trübsal über schlechte Zahlen zu blasen, optimieren die Bergbahnen mit der neuen Einkaufsgemeinschaft POOL-Alpin Schweiz AG aktiv ihr Kostenmanagement.

Präsident Silvio Schmid und Geschäftsführer Marcus Gschwend blickten an der gemeinsam mit Graubünden Ferien (GRF) durchgeführten Generalversammlung in Passugg auf einen schwierigen Winter zurück. Bei den Ersteintritten zeigte sich für Bergbahnen Graubünden (BBGR) ein Rückgang von 10 Prozent (gegenüber dem Fünfjahresdurchschnitt 13.1 Prozent). Vor den Osterferien hatte das entsprechende Minus noch 7.5 bzw. 12 Prozent betragen. Die Verkehrsumsätze reduzierten sich um 10.5 bzw. 13.3 Prozent. „Skisport findet unter freiem Himmel statt und gejammert wurde schon genug“, stellte Präsident Silvio Schmid fest. Es sei aber ein Fakt, dass der viele Schnee des letzten Winters ausgerechnet an den sonst umsatzstärksten Tagen schlechte Witterungsbedingungen und damit weniger Gäste zur Folge hatte. Zusammen mit der Frankenstärke, den ausgezeichneten Schneeverhältnissen in den Voralpen sowie der Abkühlung der Konjunktur habe sich ein Minus der Ersteintritte von über 20 Prozent im Vergleich zum besten Winter 2007/2008 der letzten fünf Jahre ergeben.

Ski-WM und Olympia

Die Vergabe der Ski-WM 2017 nach St. Moritz und die Vorarbeiten für die Olympiakandidatur Graubünden 2022 mit St. Moritz und Davos zeigten die Bedeutung des Schlüsselfaktors Skisports für ganz Graubünden, erklärte Präsident Silvio Schmid. Ski-WM und „Weisse Spiele“ bedeuteten für den ganzen Kanton ein wichtiges Schaufenster im internationalen Wettbewerb, aber auch ein Nährboden für Innovationen, ein Näherrücken und ein Miteinander. „Es ist Zeit, dass sich die Schweiz, dass sich Graubünden wieder einmal bewegt und sich etwas Grossartiges zutraut“, so Silvio Schmid. Bergbahnen Graubünden unterstütze beide Projekte und sehe darin Chancen für den Tourismus und die Infrastruktur in ganz Graubünden. Gerade auch die Bergbahnen seien auf gut ausgebaute Strassen- und Bahnverbindungen angewiesen, wie der letzte Winter mit zahlreichen Sperrungen gezeigt habe.

Bei den Kosten ansetzen

Silvio Schmid forderte die Bergbahnbranche auf, die beeinflussbaren Faktoren anzugehen. „Wirtschaft, Währung und Wetter sind so wie sie sind. Was wir beeinflussen können, sind die Angebotsgestaltung sowie die Kosten“, erinnerte der Präsident von BBGR. Darum habe der Verband auch die Bildung der nationalen Einkaufsgemeinschaft POOL-Alpin Schweiz AG initiiert, welche seit dem 1. Januar 2012 tätig sei. Sie wird vom Verein Einkaufsgemeinschaft Bergbahnen Schweiz (EG BB CH) überwacht, die vom CFO der Davos Klosters Bergbahnen AG, Yves Bugmann, präsiert wird. Die EG BB CH besteht mittlerweile aus 36 Bergbahnunternehmen, 15 davon Bündner, und hat zum Ziel, durch Verhandlungen mit Schlüssellieferanten bessere Einkaufsbedingungen zu erzielen.

Sommerbergbahnen inszenieren Wasser

Die Angebotsgestaltung ist in Graubünden nicht Sache von BBGR, sondern der einzelnen Unternehmungen. Gleichwohl erachtet es BBGR als seine Aufgabe, seinen Mitgliedern wichtige Inputs zu bergbahnspezifischen Themen zu geben. Diese ergeben sich u.a. auch aus dem bereits 35 Jahre dauernden aktiven Erfahrungsaustausch mit der Fachgruppe Seilbahnen der Tiroler Wirtschaftskammer. Passend zum nationalen Wasserthema von Schweiz Tourismus vermittelte Walter Eisenmann, Geschäftsführer der Tiroler Bergbahnen Hochsöll, einen spannenden Einblick in die Erlebnisinszenierung „Hexenwasser“. Mittlerweile 11 Stationen am Berg lassen das Thema Wasser für Familien in verschiedenen Facetten aufleben. Vom Barfussweg bis zu den Hexenschirmen und von den klingenden Steinen bis zum Hexenbadehaus. Die Erlebnisinszenierung kostete in den letzten zehn Jahren 2,3 Mio. Euro. 41 zertifizierte Sommer-Bergbahnen aus fünf Bundesländern bilden in Österreich die Vereinigung „Beste Österreichische Sommer-Bergbahnen“. Eine Effekt- und Wirkungsanalyse habe gezeigt, dass diese Bergbahnen im Sommer Umsätze und Ersteintritte stetig steigern konnten, während sie bei der Gesamtbranche stagnierten. Durchschnittlich werden im Sommer pro Bergbahn über 113'000 Ersteintritte verzeichnet, erklärte Walter Eisenmann.

Graubünden mit all inclusive

Gemäss Marcus Gschwend, Geschäftsführer BBGR, haben die Bergbahnen im Winter eine gewisse Monopolstellung am Berg, weil die meisten Gäste aus Gründen der Sicherheit zur Ausübung des Schneesports auf das Pisten- und Beförderungsangebot der Bergbahnen angewiesen seien. Im Sommer hingegen sei das Naturerlebnis Berg vielfach auch ohne Bergbahnen geniessbar - ausser es gebe wie auf dem Jungfrauoch, dem Titlis oder dem Pilatus natürliche Barrieren oder erschwerten Zugang zum Gipfelerlebnis. Weil dem Bündnerland diese typischen Ausflugsberge im Sommer fehlten, bleibe grundsätzlich die Wahl zwischen zwei Strategien: zum einen die Erlebnisinszenierung wie zum Beispiel das „Hexenwasser“ im Tirol oder der geplante Heidi-Park in Grüşch Danusa. Oder dann das all-inclusive-Angebot mit der Integration der Bergbahnen als Destinationsverkehrsmittel in den Aufenthalt der Gäste. Die meisten Bündner Destinationen hätten sich für die zweite Strategie entschieden, zumal der Gast zunehmend ein möglichst einfaches Pricing schätze und die Erlebnisinszenierung, soll sie nachhaltig sein, gewisse Gegebenheiten voraussetze und auch die entsprechenden Mittel bedinge.

5'000 Arbeitsplätze der Bergbahnen

Der Präsident von BBGR, Silvio Schmid, erinnerte an die wichtige volkswirtschaftliche Funktion der Bergbahnen in Graubünden. Die 49 Unternehmen zählen insgesamt rund 5'000 Mitarbeitende, also in etwa 7 Prozent der Beschäftigten des Bündner Dienstleistungssektors. Für zahlreiche Arbeitnehmer aus dem Bauhaupt- und Baunebengewerbe seien die Bergbahnen gerade im Winter ein wichtiger Arbeitgeber für befristete Beschäftigungen. Der durchschnittliche Personalkostenanteil liege bei hohen 46 Prozent. Den Mitarbeitern gelte es Sorge zu tragen und sie seien auch angemessen zu entlohnen. Allerdings gab Silvio Schmid gerade den Gewerkschaften zu bedenken, dass die Saisonalität und die Wetterabhängigkeit der Bergbahnen auch eine grosse Einsatzflexibilität erfordere. Zudem vermisse er das Engagement der Gewerkschaften für Arbeitsplätze im Tourismus, welche z.B. durch die Annahme der Zweitwohnungsinitiative gefährdet seien. Im Jahresbericht machte Silvio Schmid ausserdem auf die ungleiche Lastenverteilung der Investitionen innerhalb der Destinationen aufmerksam. Ohne

Schneesicherheit gebe es keinen Wintertourismus, aber die Bergbahnen müssten bis anhin die Finanzierung dieser Winter-Investitionen alleine tragen. Hier sei Handlungsbedarf z.B. mit dem neuen Wirtschaftsentwicklungsgesetz in Graubünden gegeben. Dabei müsse aber darauf geachtet werden, keine Strukturerhaltung zu betreiben, sondern Wege zu suchen, welche die Gesetze des Marktes respektierten.

(Kasten)

Andrea Camastral und Markus Good neu im Vorstand

12 Jahre war der Direktor und designierte VR-Präsident der Bergbahnen Grüşch Danusa, Hans-Peter Lötcher im Vorstand als Vertreter der Region Mitte für das Ressort Marketing zuständig. Für die Region Davos Klosters war Grossrat Peter Engler 6 Jahre im Vorstand vertreten. Nach ihren Demissionen wählte die Generalversammlung Andrea Camastral, Direktor der Bergbahnen Splügen-Tambo AG (Region Mitte/KMU) und Markus Good, Technischer Betriebsleiter der Davos Klosters Bergbahnen AG (Region Davos Klosters) als neue Vorstandsmitglieder. Für eine weitere Amtsperiode bestätigt wurde Martin Hug, Geschäftsleitungsmitglied der Weissen Arena Gruppe (Region Surselva). Weiter im Vorstand von Bergbahnen Graubünden (BBGR) tätig sind nebst Geschäftsführer Marcus Gschwend folgende Mitglieder: Silvio Schmid, Präsident (Direktor Bergbahnen Sedrun), Vizepräsident Markus Meili (CEO Bergbahnen Engadin St. Moritz AG und Vizepräsident Seilbahnen Schweiz) sowie Philipp Holenstein (designierter CEO Arosa Bergbahnen AG). Die Jahresrechnung des Verbandes schliesst bei einer Bilanzsumme von 540'000 Franken und Aufwendungen von 416'000 Franken mit einem Gewinn von knapp 4'500 Franken ab. Der von BBGR bewusst als einziges Produkt gemeinsam verkaufte Snowpass Graubünden stagnierte bei 2'346 verkauften Abonnements. Die Generalversammlung von BBGR wird nach einer Statutenänderung neu auf November verschoben und deshalb nicht mehr mit Graubünden Ferien durchgeführt. Der Frühsommer war für die Mitglieder von BBGR nicht ideal, weil bergbahnspezifische Themen weniger aktuell sind als vor dem Saisonstart im Winter.

Eine Mitteilung von Bergbahnen Graubünden
Passugg, 8. Juni 2012

Marcus Gschwend, Geschäftsführer
info@bergbahnen-graubuenden.ch

Auskünfte:

Silvio Schmid, Präsident, Tel. 079 611 35 35

Marcus Gschwend, Geschäftsführer, Tel. 079 685 92 44