

Ein Nullsummenspiel oder ein Mittel für neue Gäste?

Aktionspreise am Berg geben auch am Tourismusforum Alpenregionen zu reden

Bringen Angebote wie das «Hotel Skipass inklusive» einer Tourismusregion längerfristig mehr Wertschöpfung? Eine Frage, die am Tourismusforum in Interlaken kontrovers diskutiert worden ist.

RETO STIFEL

Das Bergbahnen-Ticket ab der ersten Nacht gratis mit dabei, «zwei für eins», Schnäppchen-Angebote auf Online-Plattformen oder das Bergbahnen-Ticket ab der zweiten Nacht im Hotel für 25 Franken pro Tag: Was im Sommer schon fast Standard ist, wird von vielen Destinationen nun auch im Winter angeboten: Gratis-Skitickets oder zumindest stark vergünstigte Preise. Was den Gast freut, bereitet gewissen Leistungsträgern in den Tourismusgebieten Bauchschmerzen. Wird die Rechnung am Ende der Saison aufgehen?, fragen sie sich angesichts der bisher vorliegenden Saisonzahlen, die alles andere als berauschend sind.

So auch in der Destination Engadin St. Moritz, wo seit diesem Winter das Angebot «Hotel Skipass inklusive» läuft. Mit der zweiten Hotelübernachtung erhält der Gast den Skipass für 25 Franken pro Tag. Dies über die ganze Saison. Einzige Bedingung: Er muss den Skipass für die gesamte Aufenthaltsdauer kaufen, es ist also nicht möglich, nur bei schönem Wetter auf den Berg zu gehen.

Zumindest Teilziele erreicht

«Rabattitis oder Preisdifferenzierung mit System», fragten sich die rund 140 Teilnehmer des Tourismusforums Al-



Seit diesem Winter vermarktet die Destination Engadin St. Moritz das Angebot «Hotel Skipass inklusive». Dieses Angebot steht am Tourismusforum der Alpenregionen in Interlaken zur Diskussion. Foto: Engadin St. Moritz Mountains AG

penregion, das in diesem Jahr von Mittwoch bis Freitag in Interlaken tagte und bereits zum 23. Mal stattgefunden hat. Von der Destination Engadin St. Moritz stellte Dieter Bogner, Marketingleiter der Engadin St. Moritz Mountains AG, und Hotelier Thomas Walther das Angebot vor. Ihr erstes, wenn auch wegen fehlenden Zahlenmaterials noch wenig aussagekräftiges Fazit: «Das Angebot ist ein Erfolg, erste Teilziele sind erreicht worden. Es ist uns gelungen, mit die-

sem Angebot neue Gäste zu gewinnen. Jetzt geht es darum, aus diesen Stammgästen zu machen», sagte Bogner.

Tieferer Ertrag pro Ersteintritt

Die Zahlen zeichnen ein durchgezogenes Bild. Zwar ist es gelungen, die Ersteintritte bis Ende März gegenüber dem schwachen Vorjahr um 7,5 Prozent zu steigern. Der Umsatz allerdings ist zurückgegangen, der durchschnittliche Ertrag pro Ersteintritt hat um zehn Prozent abgenommen. «Noch ist es uns nicht gelungen, die gewährten Vergünstigungen in der Hochsaison durch zusätzliche Einnahmen in den Randzeiten zu kompensieren», sagte Bogner. Auf der anderen Seite gibt es aber auch Grund zu Optimismus: Den Gästen stand ein höheres Budget für die Konsumation in der Gastronomie zur Verfügung, der Umsatz aus dem Verkauf von Skitickets durch die Hotellerie hat sich verdoppelt und am Berg sind insgesamt mehr Ski fahrende Gäste aus den Hotels verzeichnet worden. Sowohl Bogner wie auch Walther plädieren für Geduld. «Für die Marktdurchdringung mit einem neuen Angebot braucht es drei Jahre», sagten sie (siehe auch «Nachgefragt» mit Thomas Walther auf dieser Seite).

Geteilte Meinungen

In der anschliessenden Diskussion wurde das Angebot kontrovers beurteilt. Skeptiker warnten davor, mit Schnäppchen-Preisen Gäste zu ködern: Diese würden sich an die tiefen Preise gewöhnen und seien später nicht mehr bereit, mehr zu bezahlen. Ein anderer Votant fragte sich, ob es richtig ist, dass eine

Top-Destination wie Engadin St. Moritz bei diesem Preiskampf mitmacht. Letztlich sei die ganze Übung finanziell ein Nullsummenspiel, die Destination aber verliere an Image. Es gab aber auch Lob für den Versuch. Letztlich müssten die Gäste einfach wieder animiert werden, in den Winterurlaub zu fahren. Und wenn das dank der Opfersymmetrie zwischen der Hotellerie und den Bergbahnen über tiefere Preise gelinge, sei dagegen nichts einzuwenden.

Bogner und Walther wehrten sich gegen den Vorwurf der Schnäppchen-Preise. «Die Bergbahnen brauchen den Preis von 73 Franken für eine Tageskarte, der Gast aber soll zu einem fairen Preis Ski fahren können. Also werden die Kosten anders verteilt», sagte Walther. Konkret bezahlt der Gast 25 Franken, der Hotelier wird pro Ersteintritt seines Gastes mit einem errechneten Betrag belastet. Das primäre Risiko also liegt beim Hotelier. Wer Gäste hat, die nur sporadisch Ski fahren gehen, profitiert. Die ersten Erfahrungen haben gezeigt, dass die Einlösungsrate der Skitickets bis 95 Prozent beträgt – deutlich höher als im Vorfeld angenommen.

Dem Saison-Monitoring des Branchenverbandes Seilbahnen Schweiz kann entnommen werden, dass der Winterumsatz der Bergbahnen wegen Preisabschlägen deutlich weniger angestiegen ist als die Anzahl Gäste. In Graubünden beispielsweise wurden seit Saisonbeginn bis Ende Februar 6,3 Prozent mehr Gäste verzeichnet, die Einnahmen aus den Transportdienstleistungen legten aber nur 2,5 Prozent zu.

www.tourismusforum.ch

Nachgefragt

«Der Status quo ist keine Alternative»

RETO STIFEL

«Engadiner Post»: Thomas Walther, die Wintersaison neigt sich dem Ende zu, lässt sich eine erste Bilanz ziehen des Angebots «Hotel Skipass inklusive?»

Thomas Walther*: Für ein abschliessendes Fazit ist es noch zu früh. Es wäre nicht seriös, das jetzt schon zu kommentieren. So liegen beispielsweise die März-Zahlen noch gar nicht vor. Und wir dürfen nicht vergessen: wir machen das jetzt die erste Saison. Es braucht für jedes neue Produkt eine gewisse Zeit, bis es auf dem Markt etabliert ist.

EP: Haben Sie schon Bilanz gezogen in Ihren Hotelbetrieben?

Walther: Nein, weil ich die detaillierten Zahlen der Bergbahnen vom März noch nicht habe. Was ich weiss, ist, dass das Angebot bei den Gästen sehr gut angekommen ist. Und wir hatten Gäste, die ins Engadin gekommen sind wegen dieses Angebotes.

EP: Die Bergbahnen gehen von knapp zehn Prozent mehr Ersteintritten aus, liegen aber im Umsatz sogar gegenüber dem schwachen Vorwinter zurück. Das 25-Franken-Angebot scheint sich in der Kasse nicht auszuzahlen?

Walther: Das Ziel muss klar sein, nicht nur Frequenzen zu generieren, sondern auch Umsatz. Aber wir sind mit dem Projekt auf der grünen Wiese gestartet, ohne Erfahrungszahlen. Wir haben etwas versucht. Sobald die Zahlen vorliegen, müssen wir die richtigen Schlüsse ziehen und wenn nötig Änderungen vornehmen.



Thomas Walther

EP: Engadin St. Moritz ist eine hochklassige Destination. Ist es für das Image nicht gefährlich, wenn Tageskarten für 25 Franken verscherbelt werden?

Walther: Es ist eine Frage der Wahrnehmung. Was nützt es mir, ein gutes Image zu haben, die Tageskarte für 73 Franken zu verkaufen und es kommt niemand? Ich denke, wir müssen einen Mittelweg finden. Von «verscherbeln» kann keine Rede sein. Es ist einfach eine neue Art der Aufteilung der Kosten. Ob es funktioniert, werden wir sehen. Die, die immer alles besser wissen, haben auch keine Alternativen. Und der Status quo ist definitiv keine.

EP: Das Angebot ist vorerst auf zwei Jahre befristet. Wenn es nicht mehr weitergeführt wird, müsste der Gast wieder den vollen Preis bezahlen. Wäre er dazu noch bereit?

Walther: Das Ziel ist klar, dass dieses Angebot auch nach zwei Jahren weitergeführt wird, allenfalls mit Anpassungen. Bei allen Preisgestaltungen hat man heute eine gewisse Dynamik drin, es werden Packages geschnürt. Wichtig zu sehen ist auch, dass nicht jede Destination die gleichen Voraussetzungen hat. Dort, wo man nur Ski fahren kann, ist die Ausgangslage eine ganz andere.

Thomas Walther ist Hotelier in Pontresina, Präsident von Pontresina Tourismus und Mitinitiant des Angebotes «Hotel Skipass inklusive».

Höhere Preise und trotzdem mehr Gäste

Bei den Zahlen, die Norbert Karlsböck als Vorstandsdirektor der Gletscherbahnen Kaprun am Tourismusforum in Interlaken präsentieren konnte, dürfte der eine oder andere Schweizer Touristiker vor Neid erblasst sein: Die vergangene Saison brachte so viele Logiernächte wie noch nie in der Tourismusgeschichte des Ortes und auch im zu Ende gehenden Jahr wird mit einem Plus von drei bis fünf Prozent gerechnet. Besonders stark zugelegt haben die Gästefrequenzen auf das Kitzsteinhorn im Sommer: Wurden 2009 noch 80 000 Gäste auf dem Berg gezählt, waren es letztes Jahr bereits 138 000, über 70 Prozent mehr.

Dies obwohl der Tourismus im Jahr 2000 nach der Brandkatastrophe bei der Gletscherbahn Kaprun mit 155 Toten regelrecht zusammensackte. Dies obwohl Gletscherskifahren – das Kitzsteinhorn war das erste österreichische Sommerskigebiet – heute nicht mehr möglich ist. Und dies obwohl die Gäste

innerhalb von nur zwei Jahren einen Preisanstieg von 35 Prozent akzeptieren mussten.

«Das Produkt muss stimmen, dann sind die Gäste auch bereit, dafür zu bezahlen», zeigte sich Karlsböck überzeugt. Und in das Produkt ist viel Geld investiert worden in den letzten Jahren. In ein Kino beispielsweise, das auf dem Gipfel auch bei schlechtem Wetter einen Blick in die Bergwelt ermöglicht, in einen reaktivierten alten Stollen, der heute ein Museum beinhaltet oder in die intensive Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Hohe Tauern. Aber auch in Schneesportanlagen oder in den Ersatz von Bahnen. In Sachen Preise machte Karlsböck ein Beispiel, wie vor allem Jugendliche wieder zum Wintersport gebracht werden sollen. Immer am Samstag, an einem Tag, an dem viele Gäste an- oder abreisen, können alle Jugendlichen bis 19-jährig eine Tageskarte für zehn Euro kaufen. «Ein Angebot, das sehr viel gebracht hat», sagte Karlsböck. (rs)

Veranstaltung

Gesucht: König der Schneesportlehrer

Samnaun Elf Jahre nach der ersten Austragung ist Samnaun erneut Gastgeber des Swiss Snow Happening. Es werden rund 1200 Schneesportlehrerinnen und -lehrer erwartet, welche sich in acht Disziplinen messen und um den Königstitel in Samnaun kämpfen.

Auf Ski, Snowboard, Telemark und Langlauf messen sich die Teilnehmer in insgesamt acht Disziplinen: Riesenslalom (Ski), Ski Cross, Boardercross, Snowboard Slopestyle, Big Air Contest

(Ski/Telemark und Snowboard), Telemark Sprint Classic, Nordic Cross (Langlauf) und Formationsfahren. Ausserdem findet ein Weltrekordversuch im Formationsfahren statt, der von den Schweizer Ski- und Snowboardschulen veranstaltet wird.

Die Wettkämpfe werden mitten in der Silvretta Arena bei der Alp Trida ausgetragen. Fussgänger erreichen das Wettkampf- und Zielgelände mit der Seilbahn ab der Talstation in Samnaun und dem Sessellift. (Einges.)

Frühlings-Schneefest mit Sunrise Avenue

Samnaun Schneepass in der Skiarena der Ostalpen kombiniert mit Rockmusik der Extraklasse, das ist das Erfolgsrezept des 25. Internationalen Frühlings-Schneefestes in Samnaun. Am 14. April rockt die finnische Band Sunrise Avenue auf der Alp Trida im Skigebiet der Silvretta Arena Samnaun/Ischgl.

Top-Hits wie «Fairytale gone Bad» und «Hollywood Hills» haben Sunrise Avenue in den letzten Jahren immer wieder an die Spitze der Charts katapul-

tiert. Mit der unverwechselbaren Musik der Band verspricht das 25. Frühlings-Schneefest in Samnaun ein grosser Erfolg zu werden. Tickets für das Open-Air-Vergnügen sind am Tag des Anlasses im Skipass inbegriffen und an der Talstation der Bergbahnen Samnaun AG erhältlich.

Sowohl Fussgänger als auch Schneesportler erreichen das Festivalgelände im Skigebiet auf der Alp Trida mit den Bahnen ab Samnaun oder über die Pisten. (pd)