Fotos: tb

Über 240 Teilnehmer folgten im traditionsreichen Hotel Waldhaus Flims den insgesamt vier Themenmodulen mit über 20 Fachreferaten.

28. TFA TourismusForum Alpenregionen

Der Berg 4.0 ruft

Zwanzig Jahre nach dem ersten TFA-Gastspiel konnten Gastgeber Dr. Roland Zegg und sein grischconsulta-Team zur 28. Veranstaltung Mitte März wieder über 240 Tagungsteilnehmer aus fünf Nationen in Flims Laax Falera begrüßen. Im Mittelpunkt des dreitägigen Treffens standen die großen Herausforderungen und Möglichkeiten, die sich dem Bergtourismus der Zukunft stellen. Umrahmt wurde die Veranstaltung von Standpräsentationen zahlreicher Industriesponsoren sowie Exkursionen ins Skigebiet Weisse Arena, das als TFA-Partner seine hochaktuellen Projekte in Sachen Umweltschutz und nachhaltiger Infrastrukturentwicklung vorstellte.

In Zukunft „grüne" Berge?

Die Auseinandersetzung mit den zukünftigen natürlichen Rahmenbedingungen für den Bergtourismus bildete den mahnenden Einstieg in den TFA-Themenblock „Greenstyle". Der Gletscherforscher Matthias Huss und Skitourismus-Experte Günther Aigner beleuchteten die erwarteten Klimaveränderungen aus unterschiedlichen Perspektiven. Anhand wissenschaftlicher Vorort-Erhebungen und langfristiger Messreihen zeichnete Glaziologe Huss die dramatische Entwicklung der alpinen Gletscher als Folge der Klimaerwärmung nach. Gut die Hälfte des Gletschereises in der Schweiz und den benachbarten Alpenländern ging danach seit 1900 bis heute verloren – mit besonders starken Rückgängen in den vergangenen zehn Jahren. Neben der globalen Erwärmung durch den markanten CO_2-Anstieg macht der Forscher dafür vor allem auch die Störung des für das Gletscherwachstum wichtigen Gleichgewichts zwischen winterlichem Schneefall und sommerlicher Schmelze verantwortlich. Bei einem prognostizierten globalen Temperaturanstieg um 4° C bis Ende des Jahrhunderts rechnet Huss mit dem Verschwinden von bis zu 90 % aller Schweizer Gletscher – damit einher gehe langfristig eine deutliche Abnahme des winterlichen Schneefalls in tiefen bis mittleren Lagen.

Was bedeutet dies für den Bergtourismus? Laut Tourismus-Forscher Günther Aigner jedenfalls nicht das in vielen Schreckenszenarien vorhergesagte Massensterben von niedriger gelegenen Skigebieten. Anhand ausgewählter lokaler Messdaten sei nachzuweisen, dass in mittleren Lagen die Wintertemperaturen in den vergangenen Jahrzehnten zwar stark variierten, sich allerdings im langjährigen Mittel oberhalb von 800 bis 1200 Metern stabil bewegten. Gleiches gelte für Schneefalldauer und Neuschneemengen, wobei hier allerdings die technische Beschneiung für einen deutlichen Anstieg der Skitage gesorgt habe. Auch Günther Aigner registriert wärmere und insbesondere wetterstabilere Bergsommer – freilich als Chance für viele Regionen, denen sich damit heute die Möglichkeiten für touristische Ganzjahres-Konzepte am Berg eröffneten.

Nachhaltigkeit als Markenkern

Auf einen kurzen Nenner gebracht bedeutet „Greenstyle", als Skigebiet besonders umweltsensibel zu agieren und sich damit gleichzeitig fit für kommende Konsumenten-Ansprüche zu machen. So zumindest die Botschaft des Australiers Ross Harding, der mit seiner Organisation „Finding Infinity" weltweit öffentliche Träger und Unternehmen bei der Umsetzung nachhaltiger Betriebskonzepte berät. Vorrangig geht es dabei

Das Führungsteam der grischconsulta führte aktiv durch das TFA-Forum (v. l.): Moderatorin Carmen Heinrich, als Referent Co-Geschäftsführer Edgar Grämiger und TFA-Gründer Roland Zegg.

Über Ihre Erfahrungen mit unterschiedlichen Preismodellen berichteten Klaus Nussbaumer, Pizolbahnen, Nicolas Vauclair, Lenk Bergbahnen und Jean-Daniel Clivaz, Crans-Montana Tourismus (v. l.).

um den Einsatz erneuerbarer Energien und nachwachsender Rohstoffe. Wirtschaftlich rechne sich der Wechsel von den immer teurer werdenden fossilen Energieträger und schwer entsorgbaren Rohstoffen hin zu zunehmend günstigeren „infiniten" Technologien schon heute. Insbesondere wenn man das veränderte Entscheidungsverhalten gerade junger Konsumentengruppen mit einbeziehe.

Diese Karte spielt seit langem auch die Weisse Arena Gruppe erfolgreich, die in ihrem Nachhaltigkeitskonzept unter anderem von Ross Harding beraten wird. Martin Hug, innerhalb der Gruppe für die Weisse Arena Bergbahnen zuständig, informierte über die zahlreichen kleinen Maßnahmen und langfristigen Projekte, die das Unternehmen zur „ersten selbstversorgenden Destination" machen sollen. Dazu zählen schon heute konsequentes Mehrweg-Denken in der Gastronomie, Niedrig-Energiebauten sowie effizienzoptimierte Bahnen und Fahrzeuge. In großem Rahmen sollen die energetische Grundsanierung der Gipfelstation Crap Sogn Gion, der Windpark Vorab sowie der geplante Multifunktionsspeicher Fuorcla die Nachhaltigkeit der Weissen Arena garantieren.

Ein Beispiel vom anderen Ende der Welt lieferte Peter Brulisauer, COO des größten australischen Skigebiets Perisher Ski Resort im Südosten des Landes. Unmittelbar im Nationalpark Kosciuszko gelegen, engagiert sich Perisher aktiv im Natur- und Artenschutz. Seit 2015 zählt die Destination mit 1200 Mitarbeitern und rund 800.000 Skfahrern pro Jahr zur amerikanischen Vail Resorts-Gruppe, die mit ihrem „Project Zero" bis 2030 alle umweltrelevanten Belastungen ihrer insgesamt 14 Großdestinationen auf Null zurückfahren will.

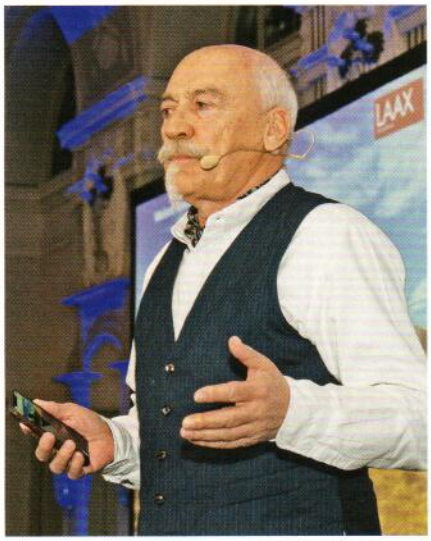
Der Preis ist heiß

Am Beispiel des auf die Saison 2018/2019 geplanten dynamischen Preismodells bei den Bergbahnen Zermatt erläuterte Christian Kluge, Geschäftsführer der Berliner Smart Pricer GmbH die Grundzüge der nachfrageorientierten Anpassung von Ticketpreisen. Analog zur Hotel- oder Luftfahrtbranche können Betreiber mit sinkenden oder steigenden Preisen auf die absehbare oder tatsächliche Auslastung im Gebiet reagieren und damit ihr Betriebsergebnis optimieren. Neben eher statischen Modellen mit saisonalen Preisvariationen oder verbilligten Mehrtageskarten, über dynamische Preise alleine im Online-Verkauf bis hin zu einer tagesflexiblen Preissteuerung aller Ticketarten und Verkaufskanäle sind unterschiedliche Ansätze möglich.

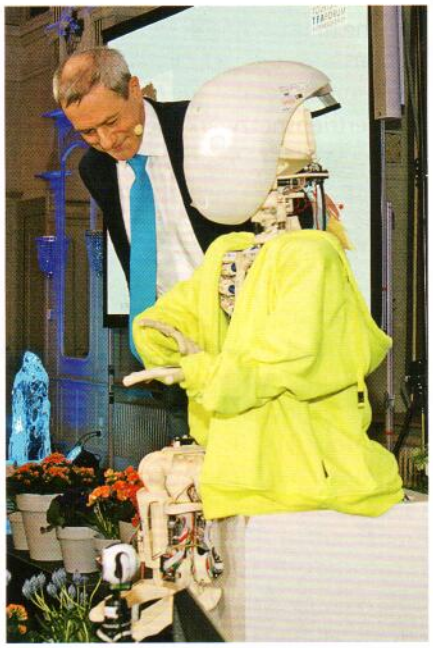
Von positiven Erfahrungen nach Einführung neuer Preisgestaltungen berichteten drei Schweizer Skigebiete. Während die Ostschweizer Pizolbahnen seit 2016/2017 mit wetterabhängigen Tageskartenpreisen arbeiten, führten 25 Destinationen der Westschweiz das verbilligte Vorverkaufs-Abo „Magic Pass" ein. Adelboden-Lenk, Gstaad, die Jungfraubahnen sowie Meiringen-Hasliberg lockten Frühbucher bis Mitte Dezember ebenfalls mit Saison-Rabatten auf den neuen Top-4-Skipass Berner Oberland. Generell zeigte sich, dass trotz starker Nachlässe gegenüber den Normaltarifen der Gesamtumsatz bei allen Bahnen dank zusätzlicher Kartenverkäufe und insgesamt gestiegener Ersteintritte wuchs.

Vernetzter Berg

Wie grundlegend digitale Technologien das Urlaubserlebnis am Berg verändern werden, bildete einen der Schwerpunkte am zweiten TFA-Tag. Zunächst noch in weiter Ferne scheint das Bild der



Natur – Menschen – Kommunikation: Auf diesen drei Säulen fußt der Erfolg der Weissen Arena Gruppe unter ihrem visionären Präsidenten Reto Gurtner.



Auf ein Wort mit „Roboy": Der interaktive Roboter der TU München im Austausch mit TFA-Gründer Roland Zegg.

Nachhaltigkeit „down under": Der Australier mit Schweizer Wurzeln Peter Brulisauer führt das größte australische Skigebiet Perisher.

Kristian Paasila, inside labs, stellte die erfolgreiche Destinations-App „Inside Laax" vor.

Daniel Lüchinger berichtete vom hürdenreichen Bau der St. Galler Staubernbahn, die mit einem innovativen Energiekonzept Maßstäbe in Sachen Nachhaltigkeit und Energieneutralität setzt.

Rundumbetreuung des Skigastes, das Rafael Hostettler, Experte für Robotik und Künstliche Intelligenz (KI), entwarf. Bereits bei der Auswahl einer Destination wird der Gast durch „Recommender Systeme" entlang seiner gespeicherten Vorlieben unterstützt. Intelligente Buchungssysteme schnüren selbstständig passende Packages und leiten den Gast durch seinen voll organisierten Skitag, an dem ihm auf Schritt und Tritt alle lästigen Tätigkeiten durch hilfreiche Roboter abgenommen werden. Vieles davon ließe sich heute schon realisieren, so Hostettler, allerdings seien hohe Investitionen in die einzelnen interagierenden KI-Bausteine notwendig und sensible Sicherheitsfragen noch offen. Gleiches gilt heute noch für sensorgesteuerte, autonome Verkehrssysteme, die Hans Ebinger vom Schweizer Chiphersteller Espros Photonics vorstellte.

Was digitale Kommunikationstechnologie in der Kundengewinnung und -ansprache heute schon vermag, präsentierte Martin Braide, CEO der Matterhorn Region AG, der das im Aufbau befindliche Vertriebsnetzwerk mehrerer renommierter Walliser Destinationen vorstellte. Eine gut strukturierte Bündelung des Angebots möglichst vieler regionaler Dienstleister, soll zunächst Veranstaltern später auch Direktkunden über transparente Webshops den Zugang erleichtern und damit neue Kundengruppen vor allem auf Fernmärkten erschließen.

Bereits mehrfach preisgekrönt und seit 2016 über 100.000mal herunter geladen wurde die Destinations-App „Inside Laax", die Kristian Paasila, vom Weisse Arena-Partner Inside labs vorstellte. Das smartphone-basierte Tool begleitet den Gast vor, während und nach seinem Aufenthalt und bietet umfangreiche Buchungs- und Bezahlfunktionen. Besonders wichtig ist auch die interaktive soziale Komponente im Teilen von Erlebnissen und Meinungen, die ein wichtiges Feedback für die Weiterentwicklung des touristischen Angebots darstellt.

Den Berg das ganze Jahr entwickeln

Ideen für den erfolgreichen Sommertourismus und die sinnvolle Nutzung vorhandener Infrastruktur standen im Mittelpunkt des Moduls „Der 365-Tage-Berg". Maria Hofer, Gletscherbahnen Kaprun, stellte die seit 2001 bestehende Kooperations- und Qualitäts-Offensive „Beste Österreichische Sommerbergbahnen" im Österreichischen Seilbahnverband vor. Heute 65 Mitglieder mit insgesamt 76 Erlebnisbergen nutzen die Kommunikationsplattform zum ständigen Erfahrungsaustausch und sichern die Qualität ihrer Sommerangebote durch periodische Zertifizierung auf Basis eines umfangreichen Kriterienkataloges. Die Destinationen Hexenwasser Söll, Bikepark Leogang und Gipfelwelt 3000 Kitzsteinhorn präsentierte Maria Hofer als Beispiele, wie sich einstmals reine Skigebiete durch gelungene Sommerinszenierungen und konsequente Zielgruppenansprache zu ganzjährig erfolgreichen Destinationen entwickelten.

Unter dem Motto „Out of the Box" rief grischconsulta Co-Geschäftsführer Edgar Grämiger die Anwesenden schließlich dazu auf, eingeschlagene Wege zu verlassen und mit neuen Ideen das ganze Potenzial ihrer Infrastrukturen zu nutzen. Neben „Early-Bird"-Skiing bei Sonnenaufgang oder speziellen Angeboten für ÖV-Anreisende skizzierte Grämiger konkret „Co-Working Spaces" in ungenutzten Bereichen von Bergstationen oder anderen Bauten. Nicht zuletzt die Digitalisierung mache die Arbeitswelt immer mobiler und temporär nutzbare Arbeitsplätze bzw. Tagungsräume am Berg könnten einen attraktiven Mehrwert für Einzelne oder Gruppen bieten. **tb**

Maria Hofer, Gletscherbahnen Kaprun, präsentierte die österreichische Kooperations- und Qualitäts-Offensive „Beste Österreichische Sommerbergbahnen".

Flache Hierarchien und hohe Eigenverantwortung der Mitarbeiter kennzeichnen den Umbau der Weissen Arena Gruppe zur „agilen Organisation", über den die Projektleiterin Senta Gautschi berichtete.