

TFA MeetingPoint Bergbahnen / Tourismus

Wie es uns geht - und wie weiter?

09.00 - ca 11.00 Uhr (online)

30. März 2021



ALPINE DESTINATIONEN IN DER REIFEPRÜFUNG

METAMORPHOSE

30. TFA TourismusForum Alpenregionen

29. – 31. März 2021

Andermatt (Kanton Uri)



TOURISMUS
TFA FORUM
ALPENREGIONEN

MIT LIVE-STREAM

ALPINE DESTINATIONEN IN DER REIFEPRÜFUNG **METAMORPHOSE**

30. TFA TourismusForum Alpenregionen
20. – 22. September 2021
Andermatt (Kanton Uri)



TOURISMUS
TFA FORUM
ALPENREGIONEN



Die Köpfe dahinter



Roland Zegg

Moderator & Gründer TFA



Edgar Grämiger

Referent & Geschäftsführer
grischconsulta Beratungen AG

Referenten Bergbahnen



Matthias Stauch (DE)

Zugspitzbahn Bergbahn AG
Garmisch



Erich Egger (AT)

Schmittenhöhebahn AG
Zell am See



Gerhard Lucian (AT)

„Ski Arlberg“
Lech

Referenten Bergbahnen



Andy Varallo (IT)

Dolomiti Superski
Alta Badia / Corvara



Adrian Jordan (CH)

Engadin St. Moritz Mountains AG
St. Moritz



Berno Stoffel (CH)

Seilbahnen Schweiz
CH

Referenten Tourismus



Erich Egger (AT)
Region Zell am See
Kaprun



Wolfgang Töchterle (IT)
Marketing IDM
Südtirol



Pascal Jenny (CH)
Arosa Tourismus
Arosa

AGENDA

1. „Wie es uns geht . . .“
2. Analyse von grischconsulta
3. Interviews von der Front aus den alpinen Destinationen
4. „. . . und wie weiter?“ - Roundtable mit Unternehmern und Verbandsspitzen
5. Was kommt – ein Ausblick

Herzlichen Dank an unsere TFA Sponsoren & Partner



LEITNER
ropeways

AXESS
We customize solutions.

SKIDATA
KUDELSKI GROUP

ISR

DEMACLENKO

**KANTON
URI**

PistenBully

SEILBAHN net
Informationsplattform

IBC INSURANCE BROKING
AND CONSULTING
LEAD YOUR FUTURE

SISAG

C H G CZERNICH
RECHTSANWÄLTE
Wir bewegen Wirtschaft.

MOUNTAIN Office
Betriebsleitersoftware

Doppelmayr

GARAVENTA

htr hotelrevue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Wöchentlich mit Stellenangeboten

pronatour
Entwicklung und Umsetzung von Erlebnisprojekten

MOUNTAIN
Manager



Switzerland.

2020 overnights

Total: **-40 %**

Switzerland: -9 %

D / F: -40 %

Rest of Europe: -57 %

Americas: -83 %

Asia, GCC, AUS: -93 %

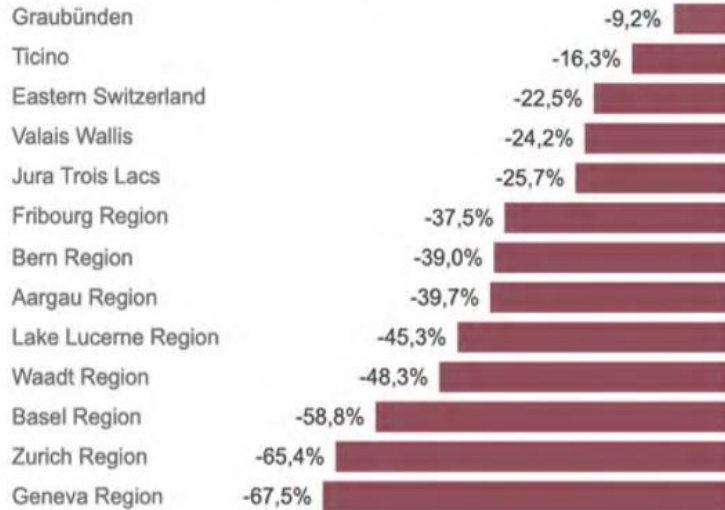
Quelle: Schweiz Tourismus



Switzerland.

Development of overnight stays in hotels 2020.

Tourism regions



Tourism zones



-65,2%

Big city



-42,0%

Small city



-30,2%

Countryside



-23,2%

Mountain

Development Markets 2020.



Switzerland.

Priority markets

-30,7%

overnights change

Active markets

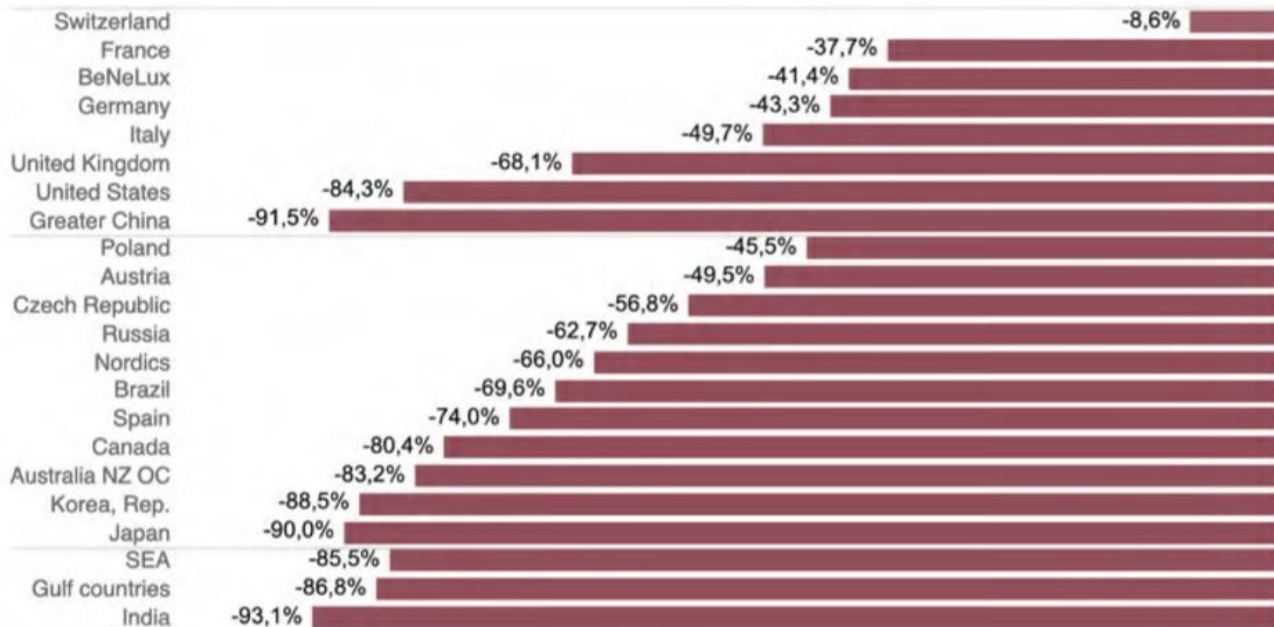
-72,0%

overnights change

Strategic growth markets

-88,7%

overnights change



Herzlich Willkommen



Edgar Grämiger
Geschäftsführer
grischconsulta Beratungen AG

Herzlich Willkommen



Matthias Stauch

**Vorstand Bayerische Zugspitzbahn
Bergbahn AG**

**Vorstandsvorsitzender des VDS,
Verband Deutscher Seilbahnen und
Schlepplifte e.V.**

“

Die gesamte Seilbahn-Branche blutet durch das monatelange Hinhalten langsam aus.

Wir benötigen dringend Planungssicherheit und Perspektiven!

Matthias Stauch

”

Herzlich Willkommen



Erich Egger
Vorstand der Schmittenhöhe-
bahn AG & Sprecher der
Salzburger Seilbahnwirtschaft

Ein Jahr mit Covid-19: Auswirkungen auf die Schmittenhöhe und die Salzburger Seilbahnwirtschaft



SCHMITTEN
Zell am See-Kaprun



Chronologie der Ereignisse

Verordnungen der österreichischen Bundesregierung/Öffnungen

- 16. März 2020 - **Lockdown 1** Behördliche Schließung der Seilbahnen, Hotellerie bzw. Gastronomie
- 29. Mai 2020 - Öffnung Tourismus- und Seilbahnwirtschaft für die Sommersaison
- 17. November 2020 - **Lockdown 2**
- 24/26. Dezember 2020 - Öffnung Seilbahnen mit strengen Auflagen - **Lockdown 3**



Sicherheits- und Hygienekonzept Sommer 2020

- MNS-Maskenpflicht in geschlossenen Räumen und 1 m Mindestabstand im Freien
- Strenge Auflagen für die Gastronomie: Gästeregistrierung, Limitierung Kapazitäten, Hygienemaßnahmen

Sicherheits- und Hygienekonzept Winter 2020/21

- Kurzfristig veränderte und verschärfte Covid Richtlinien
 - 50 % Kapazität in Seilbahnkabinen sowie FFP2 Maskenpflicht (Bekanntgabe 3 Tage vor Öffnung)
 - 1 Meter, später 2 Meter Mindestabstand im Freien
 - Erweitertes Präventionskonzept inkl. wissenschaftlicher Risikoanalyse (Dr. HP Hutter)
 - Umfangreiche on/offline Kommunikation sowie am POS (Beschilderung, Lining-Systeme, etc.)
 - Fokus auf Home-Office, Mitarbeiter-Testungen, wöchentlich Anpassung der Betriebszeiten (auf Sicht)

Auswirkungen, Daten & Fakten Seilbahnbetrieb

Am Beispiel der Schmittenhöhe in Zell am See



- **Vorbereitungen auf die Wintersaison mit Fokus auf Qualität**
 - 100% Qualität in Bezug auf: Beschneigung, Pisten, Revisionen...
 - Fokus auf Planung und Vorscheurechnung sowie aktives **Liquiditätsmanagement**
- **Um einen laufenden Betrieb zu ermöglichen waren folgende Schritte notwendig:**
 - allgemeine Kosteneinsparungen in allen Bereichen des Unternehmens
 - Bahn- und Pistenbetrieb wurde ausschließlich mit **Stammpersonal** bewältigt (Kurzarbeit)
 - Ausschöpfung aller relevanten **Förderungsmöglichkeiten**
 - Fixkostenzuschuss, Lockdown Umsatzerersatz, Verlustersatz und Ausfallbonus
 - **Steueroptimierung:** Nutzung der Möglichkeit des Verlustrücktrages
- **Ersteintritte, Umsatzerlöse und Wertschöpfung je Skigast**
 - **Ersteintritte Rückgang minus 86% - Kassenumsatz Rückgang minus 94%**
 - 70 % Einheimische mit Saisonkarten, wenig Vollzahler, keine Gastronomie
 - **Ziel-Parameter 1.000 Pax pro Tag (entspricht variablen Selbstkosten)**

Markt, Image und die Medienlandschaft

Die Seilbahn-Branche in Österreich



International kritische Berichterstattung zum Skibetrieb in Österreich (Lerneffekt Ischgl?!)

- Warum dürfen Seilbahnen trotz Lockdown in Österreich öffnen (Ost/West & Stadt/Land)?
 - Skigebiete nahe von Ballungszentren: **erhöhtes Gästeaufkommen = Menschenschlangen (Bilder Weihnachtsferien - W/OÖ/NÖ/Stmk)**
 - In **westlichen Wintersportorten** ein anderes Bild: In vielen großen Skigebieten abseits der Ballungszentren hat es **kaum Gäste und Einbußen von über 90 % gegeben**
- Das vorbildliche **Sicherheits- und Hygienekonzept** inkl. Risikoanalyse wurde medial kaum berücksichtigt
- Dass **Skifahren und Bewegung** in der Natur ein wichtiger Ausgleich für Körper und Geist ist, wurde ebenso wenig medial berücksichtigt

Wahrnehmung bei der Bevölkerung

- **Seilbahnen kämpfen mit Gegenwind:** „nicht skifahrende Menschen“ – finden es z.T. negativ = Sportstätten und Schulen sind geschlossen.
- trotz Hygienemaßnahmen läuft der Winterbetrieb flüssig - die Besucher **halten sich an Regeln, sind kooperativ**
- Großer **wirtschaftlicher Schaden, aber eine regionale Image-Stärkung** bei den Einheimischen: Viel Lob wurde kundgetan. Besonders Familien hatten in der Ferienzeit viel Freude mit geöffneten Seilbahnen.

Erkenntnisse für Marketing, Kommunikation und bedürfnisorientierte Produktentwicklung

„Jede Krise birgt eine Chance“



- **Kampagnen & Kommunikation:** Emotionale und bedürfnisorientierte Botschaften müssen direkt, aktuell und nah am Kunden kommuniziert werden. Vertrauen durch transparente Verhaltensmaßnahmen schaffen.
 - Fragen erkennen und Problemlösungen aktiv anbieten: gezielte Besucherlenkung (Stauberater), Familiengondeln, Park- und Auslastungsbarometer, Frequenz-Cams – Customer Journey on/offline!
 - Aktualisierte AGB's mit Cash Back Garantie und erneuerte Stornobedingungen
- **Online-Ticketing** und kontaktlose Bezahlung werden laufend weiterentwickelt: knapp 20% der SSC Saisonkarten sowie 80 % der Schmitten Erlebnistickets wurden bereits online verkauft.
 - Alternative Ticket Lösungen mit Fokus auf Auslastung/Kapazität: Lackenhof/Ötscher oder Hinterstoder in OÖ
- **Produkte entwickeln, die Abstand ermöglichen** aber dennoch die Sehnsucht nach Freiheit und Natur stillen:
 - Rosen-Bio-Frühstück am Schiff, Sonnenaufgangswanderung mit Bergfrühstück
 - Zahlreiche Erholungs- und Erlebnismöglichkeiten durch ein breites Wander- und Naturangebot
- **Marketing-Vorschau 2021** – der Marketing-Mix wird immer kurzfristiger und geradliniger. B2B und Online-Medien stehen daher im Fokus, eine proaktive und gute Planung ist Voraussetzung um den Markt kurzfristig und zielgenau zu bespielen.

“

Unter diesen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hätte ein Seilbahnbetrieb nicht geführt werden dürfen, aber für uns ist von Anfang an klar gewesen, dass wir der Bevölkerung trotz allem ein vielfältiges und hochwertiges Angebot zur Verfügung stellen wollen.

Dr. Erich Egger

”

Herzlich Willkommen



Gerhard Lucian
Geschäftsführer Seillifte
Oberlech & Geschäftsführung
des „Ski Arlberg“ Pool West

“

Für uns war es sehr wichtig, dass ein Angebot für die Einheimischen da sein soll, und somit auch das Image in der Region positiv wird und bleibt. Es ist zudem ein wichtiges Zeichen, dass jetzt – auch durch Investitionen und Erneuern von Bahnen – ein optimistischer Blick für die Zukunft gesetzt wird.

Gerhard Lucian

”

Herzlich Willkommen



Andy Varallo

Präsident Dolomiti Superski

TFA MEETING POINT
30 MÄRZ 2021
&
DOLOMITI SUPERSKI



COVIDV-19 UND SEINE FOLGEN

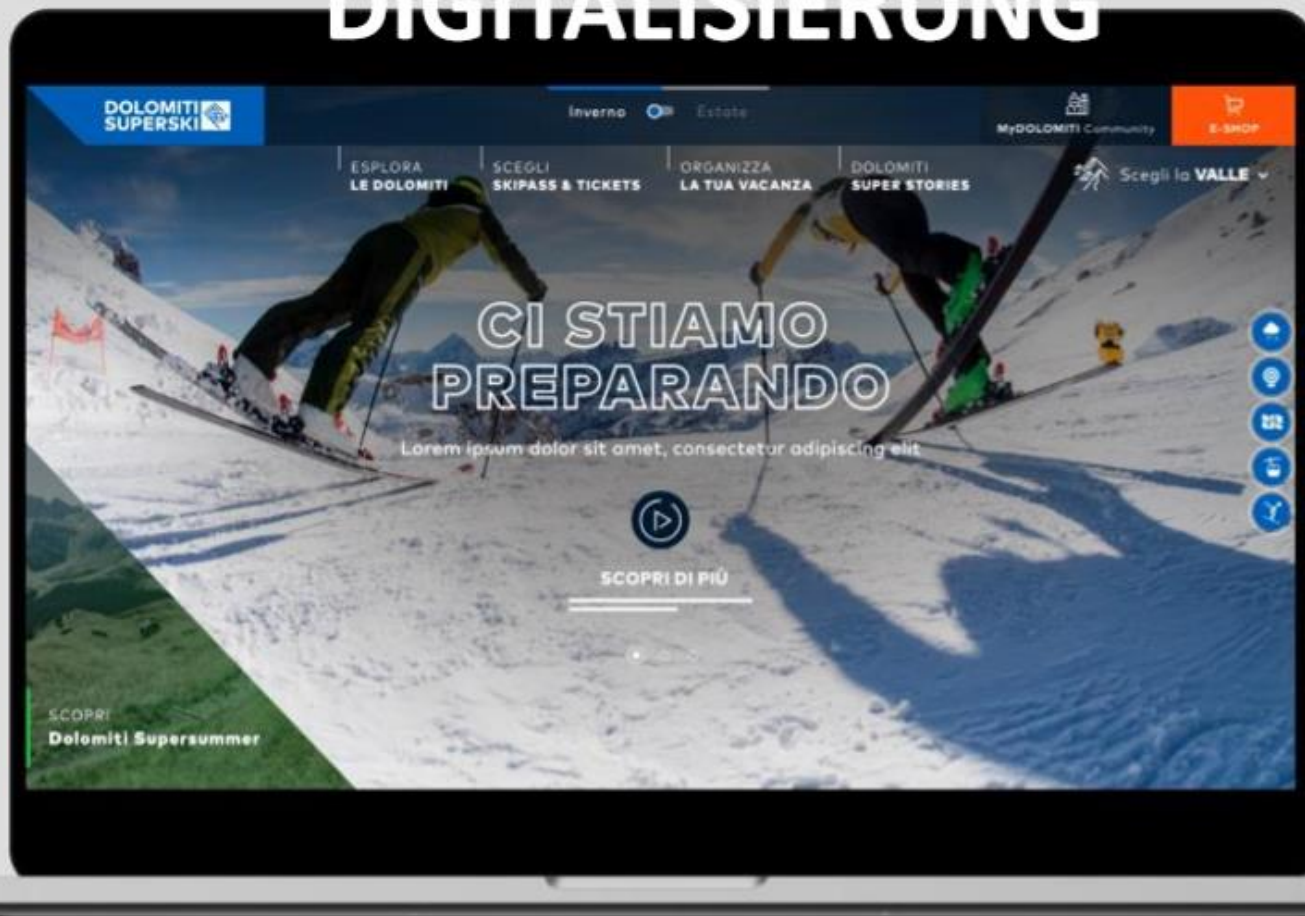
WINTER – SAISON	UMSATZ	EINBRUCH IN %
2018-2019	€ 393.900.000,00	
2019-2020	€ 367.000.000,00	6,8 %
2020-2021	€ 3.155.000,00	99,2 %



WE CARE ABOUT YOU !



DIGITALISIERUNG



“

Die Covid 19 Pandemie hat unsere Geschäfts- und Businessmodelle sowie unsere Bündnisse einer extrem harten Kraftprobe ausgesetzt. Wir haben den echten Wert einer internen und externen Kommunikation wahrgenommen, die Bedeutung einer menschlichen Beziehung geschätzt, die durch Technologie, auch wenn fortgeschritten, nie ersetzen werden kann.

Andy Varallo

”

Herzlich Willkommen



Adrian Jordan

**Leiter Schneesport &
Bergerlebnisse**

**Mitglied der Geschäftsleitung
Engadin St. Moritz Mountains AG**

“

Reisserische Medien, mutlose Politiker und der Staat haben es geschafft, die Menschen so zu verängstigen und zu verwirren, dass der Schneesport und der Bergtourismus für eine längere Zeit leiden wird.

Adrian Jordan

”

Herzlich Willkommen



Berno Stoffel

Direktor, Seilbahnen Schweiz

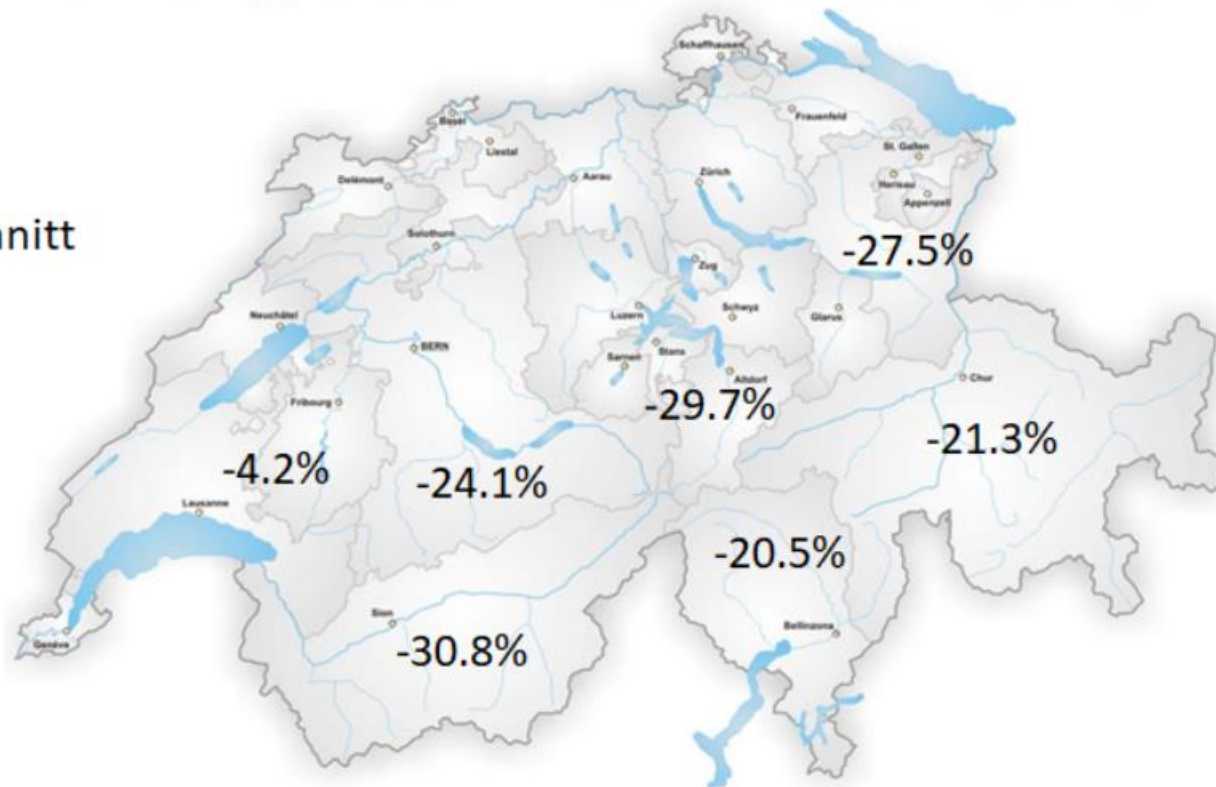
➤ Situation in der Schweiz

- Alle Bergbahnen in Betrieb
- Einschränkungen seit 4. Dez 2020
 - 2/3 Kapazität in geschlossenen Gondeln
 - Maskenpflicht in allen Warteräumen und auf allen Anlagen (keine FFP2 Maske notwendig)
 - Abstand 1.50 in allen Wartezonen
- Restaurants geschlossen
- Take Aways erlaubt, jedoch ohne Terrassenöffnung

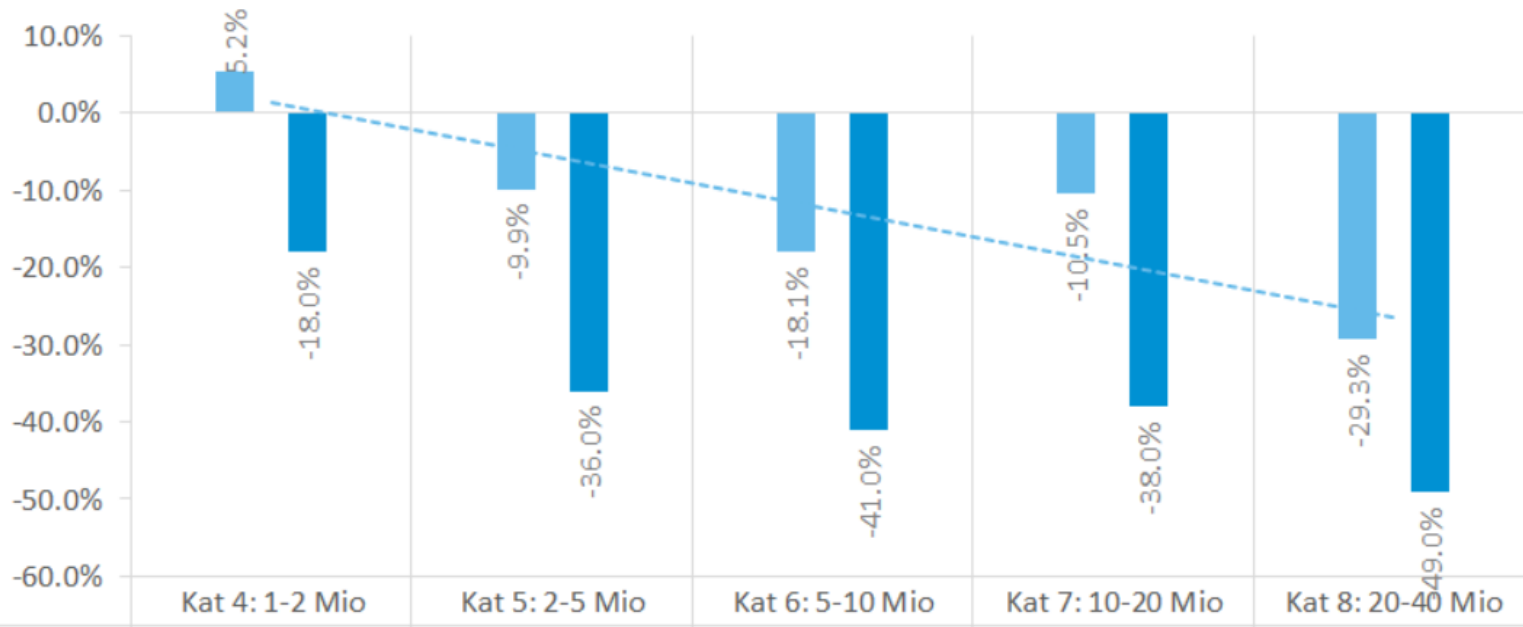
↗ Umsatzentwicklung bis am 28. Februar 2021

-24.8% gg Vorjahr

-14,6% gg 5-Jahresschnitt



➤ Entwicklung nach Grösse bis am 28. Febr 2021



per 28. Febr 2021

per 31. Jan 2021

Linear (per 28. Febr 2021)



➤ Entscheidende Faktoren

1. Liberale Grundhaltung der Schweiz
2. Enge Beziehungen zur Politik (Regierung und Parlament)
3. Hohe politische Aufmerksamkeit
4. Starker einheimischer Markt
5. Sehr grosses Engagement der ganzen Branche

Herzlich Willkommen



Erich Egger

Vorstand

**Tourismusverband Zell am See
Region Zell am See/Kaprun**

Tourismus 2021

Neues Jahr, neues Glück...



SCHMITTEN
Zell am See - Kaprun



Auswirkungen Daten & Fakten Tourismus

Salzburger Land und Region Zell am See - Kaprun



Ausgangssituation Winter 2020/21: Lockdown und Covid Verordnungen in Ö & EU - Einreise- & Quarantäneverordnungen der wichtigsten Herkunftsmärkte, Beherbergung nur für Geschäftsreisende, Berufssportler, etc.

Totalausfall im Tourismus, katastrophaler Einbruch der Gästezahlen:

- Umsatzrückgang in der Tourismus- und Freizeitbranche von ca. 80-99 %
- Nächtigungsrückgang Region Zell am See-Kaprun:
 - Nov 20 – Feb 21: - 98,80 %
- Rückgang bei Ankünften
 - Nov 20 – Feb 21: - 98,93 %

Rekord-Arbeitslosigkeit in Salzburgs Wintersportorten:

- Anstieg der Arbeitslosigkeit im Bundesland Salzburg: Feber 2021 + 75,4% (Österreich + 27,4%)
- Wintersport-Orte besonders betroffen: Im Pinzgau im Februar Vergleich: +219,2 %
- 45.548 Beschäftigte aus 6.393 Betrieben zur Kurzarbeit angemeldet!

ÖW Studie Tourismuspotentiale 2021

Motive und Urlaubspläne für den Sommerurlaub (A/D)

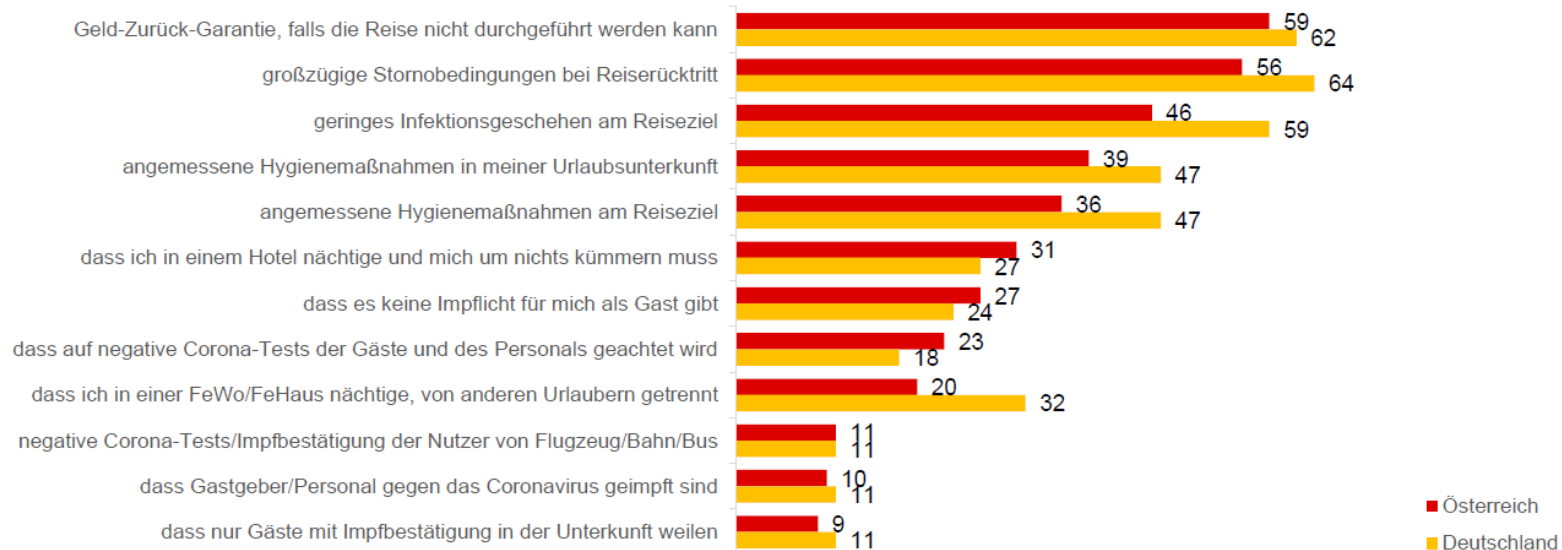
Die touristischen Herausforderungen zwischen...

...fehlender Planbarkeit für die gesamte Tourismusbranche – Stichwort Rahmen- und Reisebedingungen

...und der Nachfrage nach Urlaub (Erholung, Bewegung, Natur...) ist jedoch sehr groß



Angaben in Prozent der Inlandsplaner (Ö) bzw. Österreich-Planer (D)



ÖW Studie Tourismuspotentiale 2021

Nachfrage nach Urlaub (Erholung, Bewegung, Natur...) ist sehr groß



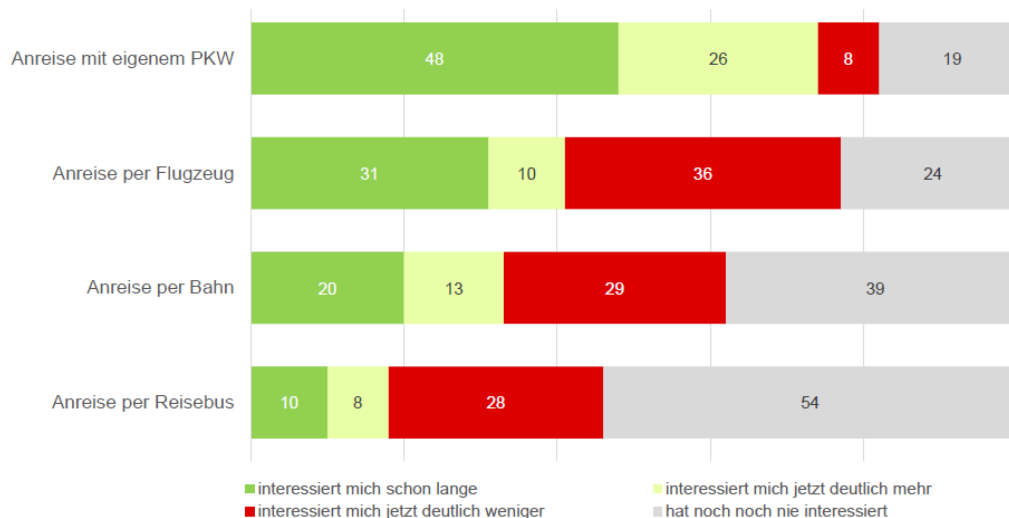
79 % der Österreicher

planen oder erwägen
einen Sommerurlaub,
über die Hälfte davon
will im Land bleiben



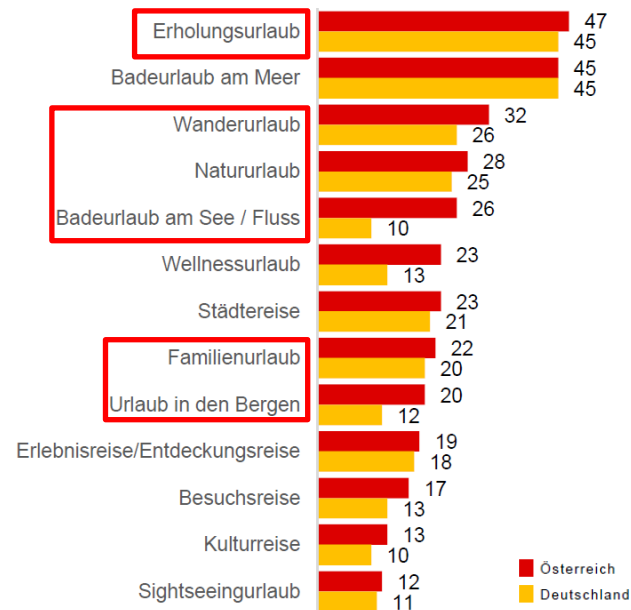
71 % der Deutschen

planen oder erwägen
einen Sommerurlaub,
13 % wollen dafür nach
Österreich kommen



Urlaubsarten (Rang 1-13)

Angaben in Prozent der Reiseplaner



Herzlich Willkommen



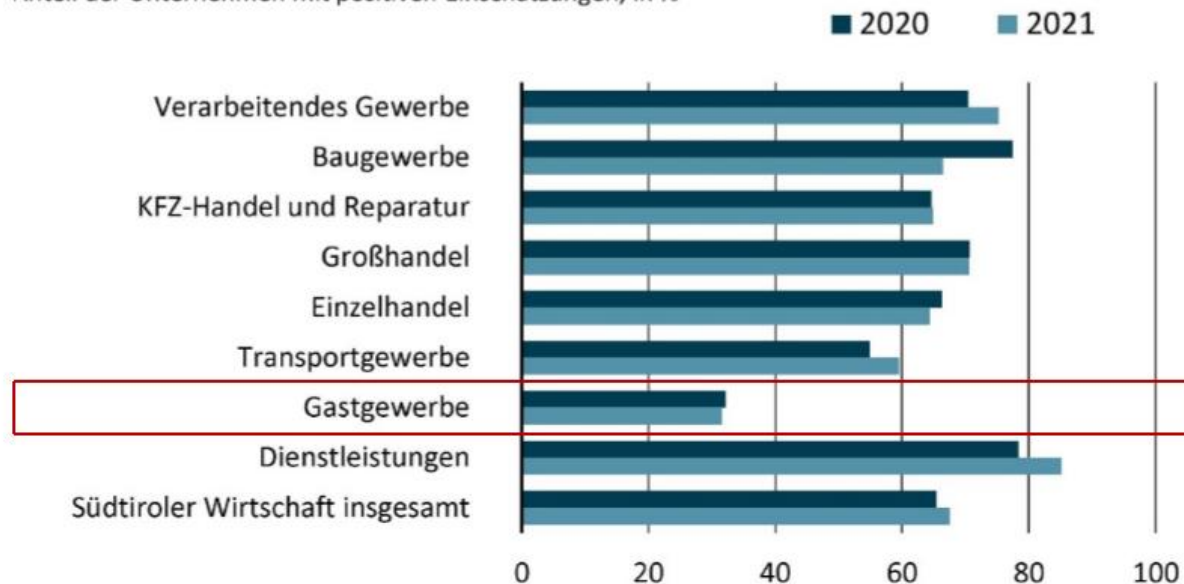
Wolfgang Töchterle
Director Marketing IDM
Südtirol

Beschäftigungssituation Südtirol Februar 2021

	Februar Febbraio 2021	Veränderung zum Vorjahr Variazione rispetto anno precedente		
Unselbständig Beschäftigte ¹⁾ - Durchschnittsbestand				
Insgesamt	192.469	-21.850	↓	-10,2%
Männer	100.839	-10.534	↓	-9,5%
Frauen	91.630	-11.316	↓	-11,0%
Landwirtschaft	5.997	-182	↓	-2,9%
Verarb. Gewerbe Industrie	25.938	+259	↑	+1,0%
Verarb. Gewerbe Handwerk	7.941	-88	↓	-1,1%
Bauindustrie	8.738	-10	↔	-0,1%
Bauhandwerk	8.987	+184	↑	+2,1%
Handel	29.147	-956	↓	-3,2%
Verkehr und Lagerung	8.144	-880	↓	-9,8%
Gastgewerbe	12.973	-18.956	↓	-59,4%
Finanzen und Versicherungen	4.871	-24	↔	-0,5%
Öffentliche Verwaltung	12.502	-24	↔	-0,2%
Bildungswesen	19.052	-526	↓	-2,7%
Gesundheits- und Sozialwesen	23.496	+454	↑	+2,0%
„Andere Dienstleistungen“ ¹⁾	24.683	-1.100	↓	-4,3%

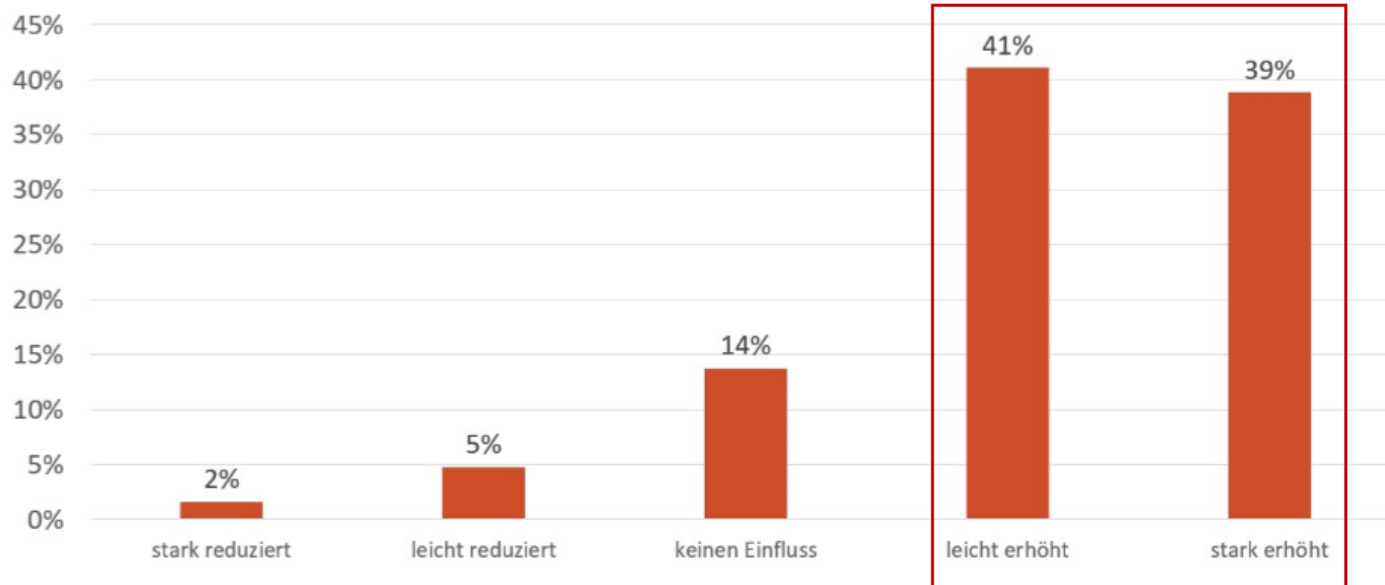
Südtiroler Wirtschaft: Ertragslage 2020 und Ertragserwartungen 2021 nach Sektoren

Anteil der Unternehmen mit positiven Einschätzungen, in %



Auswirkungen des Tourismus auf Covid-19-Zahlen

Hatte der Tourismus Ihrer Meinung nach Einfluss auf die Covid-19-Zahlen in Südtirol?



“

Die Corona-Krise hat die eigentliche Krise erst sichtbar gemacht. Ständig zu skalieren ist einfach, aber nicht mehr zukunftsfähig.

Dr. Wolfgang Töchterle

”

Herzlich Willkommen



Pascal Jenny
Kurdirektor und
Präsident Arosa Tourismus

“

Die Entscheide der nationalen und kantonalen Behörden ermöglichen es den alpinen Ferienregionen – wie Arosa Lenzerheide – auch in der Krise über alles gesehen, sowohl mit Blick auf Gästevolumen, wie auch Gästerausgaben erfolgreiche Zahlen zu schreiben. Wir sind touristische Corona-Gewinner mit Blick auf den internationalen Tourismus.

Der Einschätzung der Corona-Situation bringt ungeschminkt die Unterschiede zwischen Unternehmerrisiken und gesicherten Festanstellungen zu Tage.

Pascal Jenny

”

Roundtable

1.

Was haben Sie auf den Sommer hin für den Re-Start geplant? Was werden Sie konkret umsetzen, welche Erwartungen haben Sie (Gästeszahlen, Umsätze)?

2.

**Welche konkreten
Massnahmen planen Sie für
den Winter, was erwarten Sie
für den Winter 2021/22?**

3.

**Worin wird sich der Tourismus
im Alpenraum nach Covid-19
grundlegend von den heutigen
Formen unterscheiden?**

F&A Zuschauer

Ausblick



Switzerland.

The dawn of a new era.



Quelle: Schweiz Tourismus

Swisstainable. Excellence in Sustainability.



By fusing together the terms «Swiss» and «sustainable», we are signalling an independent and, above all, Switzerland-specific sustainability strategy.



Sustainability Swiss made.

The Swisstainable emblem clearly expresses our industry's commitment to sustainability.



Switzerland.

With Swisstainable we will
communicate sustainability in a
refreshing way: never as a
restriction – always as an
enrichment.

Providing guidance for our guests.



All those who join the movement and participate in the programme may use the Swisstainable emblem.

Already 100 registered service providers.

The three levels of the Swisstainable programme.



Level I – committed

Für Betriebe ohne Zertifizierung, die sich in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.



Level II – engaged

Für Betriebe mit bestehenden Nachweisen, aber ohne umfassendes Nachhaltigkeits-Engagement.



Level III – leading

Für Betriebe mit einer umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierung.

Development: All ST markets.

When will travel intensity to Switzerland return to pre-Corona levels?



2020



2021



2022



2023

Herzlichen Dank an unsere TFA Sponsoren & Partner



LEITNER
ropeways

AXESS
We customize solutions.

SKIDATA
KUDELSKI GROUP

ISR

DEMACLENKO

**KANTON
URI**

PistenBully

SEILBAHN net
Informationsplattform

IBC INSURANCE BROKING
AND CONSULTING
LEAD YOUR FUTURE

SISAG

C H G CZERNICH
RECHTSANWÄLTE
Wir bewegen Wirtschaft.

MOUNTAIN Office
Betriebsleitersoftware

Doppelmayr

GARAVENTA

htr hotelrevue
Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus Wöchentlich mit Stellenangeboten

pronatour
Entwicklung und Umsetzung von Erlebnisprojekten

**MOUNTAIN
Manager**

ALPINE DESTINATIONEN IN DER REIFEPRÜFUNG **METAMORPHOSE**

30. TFA TourismusForum Alpenregionen
20. – 22. September 2021
Andermatt (Kanton Uri)



TOURISMUS
TFA FORUM
ALPENREGIONEN



**Alle Unterlagen zum TFA MeetingPoint
finden Sie unter
www.tourismusforum.ch**

**Die Analyse von grischconsulta finden
Sie auf www.grischconsulta.ch**

**Vielen Dank und auf
Wiedersehen am
20. – 22. September 2021
in Andermatt!**