



Die Bauzeiten im hochalpinen Raum sind kurz und dauern nur ein paar Monate. Hier die Baustelle Oberalp- pass im Sommer 2018.

Valentin Luthiger

Ein Projekt mit Mustercharakter

Skigebietsverbindung

Die Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun war die grösste, umfangreichste und komplexeste der Schweiz. Am TFA gabs Einblicke zu Aufwand und Auflagen, Herausforderungen und finanziellem Mehrwert.

NATALIA GODGLÜCK

Es war am 22. Dezember 2018, als sich Wintersportler erstmals auf den über 120 Pistenkilometern der Skiarena Andermatt-Sedrun austoben konnten. Die Skierdays stiegen in diesem Winter auf 468'000 im Vergleich zu den 359'000 (2017/2018) und 334'000 (2016/2017) in den Jahren zuvor. Der Umsatz kletterte von 17,8 Mio. (2017/2018) auf 27,3 Mio. (2018/2019) Franken, hinzu kam ein weiterer Nebeneffekt: Kaum wurde mit der Skigebietsverbindung begonnen, schnellte der Immobilienverkauf in die Höhe. Allein 2017 verkaufte die Andermatt Swiss Alps Immobilien im Wert von 55 Mio. Franken.

«Der rasante Anstieg von Immobilienverkäufen zeigt, wie wichtig die Skiarena für das Geschäftsmodell der Andermatt Swiss Alps ist», sagt Silvio Schmid, Betriebsleiter OST und Projektleiter bei der Andermatt-Sedrun Sport AG. Die Skiarena hat er von Beginn an mitgestaltet, dabei spielten Umweltgedanken und Nachhaltigkeit stets eine grosse Rolle. «Wegen seiner Grösse hatte das Projekt von Anfang an einen Mustercharakter. Bund und Umweltorganisationen wollten mit unzähligen Auflagen und Kon-

zessionen ein Exempel statuieren.» Doch fangen wir vorne an. Der Grundstein zur Skigebietsverbindung in der Region Andermatt-Sedrun wird 2005 mit dem Tarifverbund Gotthard-Oberalp-Arena gelegt. Im selben Jahr wird Samih Sawiris erstmals von der Urner Regierung nach Andermatt eingeladen. 2009 wird zum Projekt Skigebietsverbindung erstmals offiziell informiert. Der Masterplan sieht ein modernes, attraktives Bergangebot für Sommer und Winter mit erneuerter Infrastruktur vor: neue Bahnen, erweitertes Pisten- und Wanderangebot, attraktive Aussichtspunkte, Spiel- und Beschäftigungsanlagen, durchgehende Beschneidung und Erweiterung der Gastronomie.

Umfangreiches Projekt löst Widerstand aus

2011 wird das Plangenehmigungsverfahren beim Bundesamt für Verkehr eingereicht, und ein Jahr später stimmen die Aktionäre der Bergbahngesellschaften Andermatt-Gotthard-Sportbahnen und Sedrun Bergbahnen dem Übernahmeangebot der Andermatt Swiss Alps zu. Der Masterplan zur Skigebietsverbindung

umfasst 14 Anlagen, davon sind sieben neu, sechs werden ersetzt, eine umgebaut und sieben rückgebaut. Nebst neuen Pistenflächen sollen auf über 19 Kilometern neue Beschneigungsanlagen entstehen.

Dass solch umfangreiche Pläne breiten Widerstand auslösen, erstaunt nicht. Dazu Roland Norer, Professor für öffentliches Recht und Recht des ländlichen Raums von der Uni Luzern: «Das Andermatt-Swiss-Alps-Projekt ist mit einer Vielzahl von rechtlichen Verfahren und Entscheiden verknüpft, die in Dichte und Umfang eine neue Dimension erreicht haben. Aus rechtlicher Sicht ist das Projekt in Andermatt schweizweit einmalig.»

Bauherrin verpflichtet sich zu Begleitgruppen

Die Plangenehmigungsverfügung beinhaltet rund 1500 Auflagen und fordert 48 zusätzliche Detailprojekte. Dazu gehören zum Beispiel ein Begrünungs-

konzept, Vertiefungsstudien zu Tagfaltern, Heuschrecken und Reptilien, Studien zur Archäologie zum Lichtschutz und anderes. Die Bauherrin verpflichtet sich zu einer Begleitgruppe aus Umweltverbänden, nationalen und kantonalen Fachstellen, um die Detailprojekte zu erarbeiten, fortlaufend zu optimieren und das Gelände während der Umsetzung zu begehen.

Die Erwartungen der involvierten Parteien sind sehr hoch, was sich auf den Bewilligungsprozess auswirkt. Zu den grössten Herausforderungen gehört es, konsensfähige Kompromisse zu finden und die vielen Anliegen und Forderungen zu koordinieren. Wie soll mit belasteten Böden im Nahbereich der Seilbahnmasten umgegangen werden? Wie können Wildtiere während der Bauphase geschützt werden?

Da es nicht vermeidbar wäre, schutzwürdige Lebensräume durch technische Eingriffe zu beeinträchtigen, wird vereinbart,

diese mit Ersatzmassnahmen dreifach zu kompensieren.

Immobilien konnten zu Rekordwert verkauft werden

Während des intensivsten Baujahres 2017 sind bis zu sechs Bauunternehmen mit insgesamt 200 Mitarbeitern auf der Baustelle. Rund 40 Baumaschinen und vier Helikopter sind gleichzeitig im Einsatz, ein Graben von 15 Kilometern Länge wird ausgehoben, Trinkwasser- und Abwasserleitungen sowie Glasfasern werden verlegt.

Das riesige Bauvolumen im hochalpinen Raum ist herausfordernd, und die Bauzeiten von Sommer bis Herbst sind kurz. Anspruchsvoll ist zudem die rollende Planung während der Bauphase. Ungeahnte und veränderte Situationen müssen schnell behoben, Verbesserungen erkannt und umgesetzt werden. In der ersten Bauetappe von 2015 bis 2018 wurden mehr als zwei Drittel der Skiarena-Anlagen realisiert und 145 Mio. Franken investiert. Davon sind 40 Mio. Bundesdarlehen, 8 Mio. A-fonds-perdu-Beiträge der Kantone Uri und Graubünden und 97 Mio. Franken von Samih Sawiris. «Für die zweite Bauetappe gibts noch kein konkretes Datum», sagt Silvio Schmid.

Allein mit Blick auf die Immobilienverkäufe hat sich der grosse Aufwand gelohnt. 2020 konnte die Andermatt Swiss Alps Immobilien im Rekordwert von knapp 77 Mio. Franken verkaufen. Aktuell sind rund drei Viertel aller Umweltauflagen erfüllt, und insgesamt fanden über 30 Begleitgruppensitzungen und -begehungen statt.

«In der Schweiz sind wir in Fragen Biodiversität am Schwanz von Europa. Das betrifft nicht nur den Tourismus, sondern die gesamte Gesellschaft.»

Raimund Rodewald,
Geschäftsleiter Stiftung Landschaftsschutz Schweiz



«85 Prozent unserer Gäste kommen mit dem Auto. Tirol hat trotzdem keinen verheerenden CO₂-Fussabdruck bei der Anreise – den hat Mauritius.»

Hubert Stiller,
Leiter Tourismusstrategie Tirol

«Die Berge werden wieder sexier. Es muss sich niemand schämen, hier Ferien zu machen.»

Daniel Renggli,
CEO Revier Hospitality Group

«Wenn wir es mit dem Matterhorn nicht schaffen, dass Asiaten in Zermatt übernachten, sind wir selbst schuld.»

Franz Julen,
VR-Präsident der Zermatt Bergbahnen AG



«Wir haben lange Wartelisten für unsere Appartements. Viele Häuser waren schon vor Baubeginn ausverkauft.»

Stefan Kern,
Head PR & Communications,
Andermatt Swiss Alps AG

«Ich habe in Russland und China gearbeitet. Wir waren sehr überrascht, welche Anstrengungen sie betreiben im Bereich Nachhaltigkeit.»

Bernhard Russi,
Schweizer Skilegende und Pistenbauer

Thinktank der Alpen

Teilnehmer aus fünf Nationen trafen sich in Andermatt

«Metamorphose – Alpine Destinationen in der Reifeprüfung» lautete das Motto des 30. Tourismusforums Alpenregionen (TFA), das vom 20. bis zum 22. September in Andermatt stattfand. Nach 18 Monaten Covid-Pause trafen sich rund 120 Entscheider und Führungskräfte der Bergbahnbranche und des alpinen Tourismus. Das Forumsprogramm widerspiegelte, was die Branche bewegt. Wer sich in Krisenzeiten nicht verändert, hat schlechte Karten für die Zukunft – egal ob Destination, Bergbahn oder anderer touristischer Leistungsträger. Das nächste TFA findet vom 28. bis zum 30. März 2022 statt.

tourismusforum.ch

Gewinn mehr als verdoppelt

Südtirol

Skigebietsverbindungen sind auch in Südtirol ein grosses Thema. Wie stark sich Investitionen lohnen, zeigt das Beispiel aus der Dolomitenregion Drei Zinnen.

NATALIA GODGLÜCK

Die 3 Zinnen AG ist Südtirols grösstes Seilbahnunternehmen. Ihr Gebiet umfasst 115 km Skipisten, 31 Bergbahnen und Lifte, 546 Schneerzeuger, zwei beschneite Rodelbahnen, eine Sommerrodelbahn sowie sechs Gastronomiebetriebe. Das Unternehmen generierte im vergangenen Jahr 26 Mio. Euro Umsatz. Wie es zur Skigebietsverbindung kam, berichtete Mark Winkler, Geschäftsführer der 3 Zinnen AG, am TFA.

Es begann 2007 mit der Vision, drei Skigebiete miteinander zu verbinden. Doch die vier kleineren Liftgesellschaften standen in Konkurrenz zueinander und behinderten sich gegenseitig an einer Entwicklung. In den Jahren 2009 und 2010 fusionierten die wetteifernden Unternehmen zu einer grossen und kapitalstarken Gesellschaft, der Sextner Dolomiten AG. «Die Reorganisation führte zu bedeutenden Synergieeffekten. Die Mitarbeiter waren flexibler einsetzbar, das gemein-

same Knowhow wuchs, die zentralisierte Organisation war effizienter, und das Konkurrenzdenken entfiel», sagt Mark Winkler. Beim Prozess zur Markenprofilierung wurde der Name Sextner Dolomiten infrage gestellt. Die neuen Markenwerte und die erarbeitete Positionierung führten das Bergsportgebiet Sextner Dolomiten und die Ferienregion Hochpustertal in die gemeinsame Marke Drei Zinnen Dolomiten.

Sommer bringt 25 Prozent vom Jahresumsatz

2013/2014 wurde die erste Gebietsverbindung zwischen Helm und Rotwand realisiert. In den Jahren 2018 bis 2020 wurden in Pistenerweiterungen, den Ausbau von Beschneiungsanlagen, Sessel- und Premiumbahnen sowie in anderes 50 Mio. Euro investiert. Gleichzeitig wurde der Bergsommer kontinuierlicher ausgebaut, mit unterschiedlichen Erlebnisparks an



In die Skigebietsverbindung Helm-Rotwand wurden 50 Millionen Euro investiert.

Kottersteger

den Bergstationen. Wie stark sich die Investitionen gelohnt haben, zeigt die Zehnjahresstatistik. Lag der EBITDA-Gewinn (Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen) 2012 bei rund 3,5 Mio. Euro, stieg dieser nach der Skiverbindung Helm-Rotwand stetig aufwärts: von 3,9 Mio. (2014) über 6,5 Mio. (2016) auf 8,6 Mio. (2019/2020). Der Umsatz im Winter stieg von 10,7 Mio. Euro (2014) auf 19,3 Mio. Euro

«Die Reorganisation der neuen Gesellschaft führte zu bedeutenden Synergieeffekten.»

Mark Winkler

Geschäftsführer 3 Zinnen AG

(2019/2020) und im Sommer von 2,5 Mio. Euro (2014) auf 6,2 Mio. Euro (2019/20).

Der Sommer bringt mittlerweile ein Viertel des Jahresumsatzes. Die nächste Gebietsverbindung mit dem Skigebiet Sillian-Thurntaler im österreichischen Osttirol soll mit Investitionen von 55 Mio. Euro circa 2023/2024 realisiert werden. Auch mit der Skiarena Val Comelico in der Nachbarregion Venetien ist eine Verbindung geplant, hier sind Investitionen von 40 Mio. Euro vorgesehen.

ANZEIGE



Unsere Stärke:
überlegt überholen.

Wir sind kein hippestes Start-up. Unsere über 20-jährige Erfahrung fliesst in ausgereifte Softwarelösungen mit kompetenter persönlicher Kundenbetreuung ein.

Damit ziehen wir mit Vollgas an so manchen jungen Playern vorbei.

mirus
SOFTWARE

Davos · Thalwil · Puidoux

mirus.ch

ANZEIGE

Genau das.

PISTOR



Auf Partnersuche?

Für die Heim- und Spitalküche bieten wir alles, was Ihr «Gastronomieherz» begehrt. Wählen Sie aus über 24 000 Food- und Non-Food-Produkten und profitieren Sie von Zuverlässigkeit, Service vor Ort sowie hoher Liefersicherheit.

Gemeinsam neue Wege gehen:
pistor.ch/partnerschaft