

Chronologie des Wandels

TOURISMUSFORUM DER ALPENREGIONEN (TFA) Renommiertere Destinationen, das legendäre Designstudio Pininfarina, ein innovatives Hotelkonzept, die diversen Skiabonnements, smarte Strategien für nachhaltige Besucherlenkung sowie die Thematik Longevity wurden beim diesjährigen *TourismusForum Alpenregionen (TFA)* in Bruneck vom 31. März bis 2. April 2025 durchleuchtet.



Edgar Grämiger, Geschäftsführer grischconsulta (li.), moderierte die Diskussion über die Zukunft von Ski-Abomodellen, mit Andreas Dorfmann (Präsident Mobilitätskonsortium Südtirol), Marco Pappalardo (Marketingleiter Dolomiti Superski) und Urs Zurbriggen (CEO My Leukerbad).

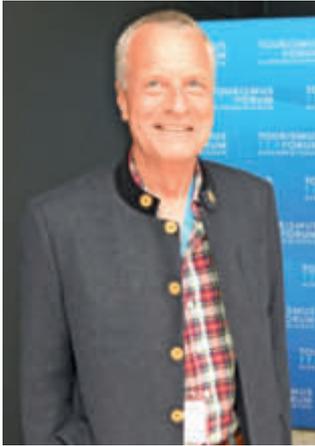
Die Tagung stand unter dem Motto *Chronologie des Wandels*. Rund 190 Führungskräfte der Bergbahnbranche waren zum 34. TFA (*TourismusForum Alpenregionen*) gekommen. Der Einstieg in die Tagung wurde von Roger Spindler, Direktor der Schule für Gestaltung in Bern und Biel, mit dem Referat *Matrix des Wandels* begonnen. Er zeigte Veränderungen und Entwicklungen in den Bereichen Bildung, Gesellschaft und Arbeitswelt auf. „Während Jugendliche oft in der Vergangenheit leben wollen, richten Ältere ihren Blick in die Zukunft.“ Mit dieser Aussage sorgte der Referent für angeregte Diskussionen.

ZWÖLF JAHRE WANDEL BEI DER SCHLADMINGER PLANAI

Markus Zeiringer, Leitung Marketing der Planai-Hochwurzen-Bahnen GmbH, zeigte den Wandel, die Perspektiven und die Paradigmen des Seilbahnunternehmens rund um den



Valentin König, CEO der Aletsch Arena (li.), präsentierte den neuen Skipass *Alps Pass* und Urs Zurbriggen (CEO My Leukerbad) stellte den erfolgreichen *Magic Pass* vor.



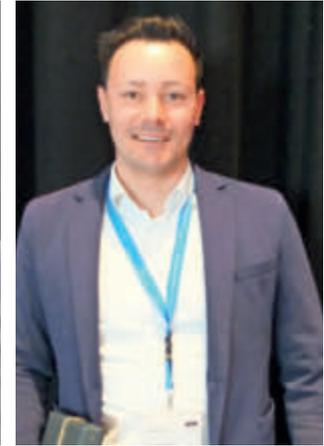
Markus Hasler, ehemaliger CEO der Zermatt Bergbahnen AG, erstellte mit dem *Alpine Crossing* ein beeindruckendes Beispiel für visionäre Infrastrukturprojekte.



Christoph Engl, CEO der Oberalp Group: „Die gesellschaftliche Wahrnehmung des Berges verändert sich – und mit ihr die Erwartungen der Gäste.“



Markus Zeiringer (Leitung Marketing, Planai-Hochwurzen-Bahnen GmbH) informierte über den Wandel der letzten zwölf Jahren in seinem Unternehmen.



Thomas Reiter, Geschäftsführer Skirama Kronplatz, informierte über die „DNA Kronplatz“.

Dachstein auf. Das Unternehmen beschäftigt heute 420 Mitarbeitende, davon sind 28 % Frauen und 19 Lehrlinge. Die 4-Berge-Skischaukeln und die 123 Pistenkilometer werden von rund 2 Mio. Besuchern pro Jahr aufgesucht, dabei erwirtschaftet das Unternehmen 70 Mio. Euro Umsatz. Die Durchführung der alpinen Skimeisterschaften im Jahr 2013 in Schladming verursachte einen Investitionsschub von rund 450 Mio. Euro in den Bereichen Transportanlagen, Mediacenter, Athletic Area, Abwasserentsorgung, Verkehrsinfrastruktur und Qualitätsbetten. Dadurch konnte die Wertschöpfung in der Region von 731 Mio. im Jahr 2013 auf 1.270 Mio. Euro im Jahr 2024 gesteigert werden. Auch die Zahl der Arbeitsplätze stieg von 7.640 auf 8.130. Die Nächtigungszahlen erhöhten sich von 2,9 Mio. auf fast 3,6 Mio. Die Immobilienpreise haben sich fast verdoppelt. Die Seilbahngesellschaft investierte seit 2013 rund 166 Mio. Euro in die Transportanlagen und erzielt heute einen Cash Flow von 20 Mio., was der Haupteigentümer, das Land Steiermark (61,8 %), sehr

schätzt. Derzeit entwickelt sich das Unternehmen vom Seilbahnunternehmen hin zum Freizeitkonzern. Mit verschiedenen Angebotserweiterungen wie *E-Kart Race*, *Treppe ins Nichts* auf dem Dachstein, *Half Dome Globe*, Gletscher-Fernrohr und Neubau des Gipfelrestaurants, welches bis zu 80 % energieautark ist, sowie mit der Übernahme des Alpentierparks *Der wilde Berg Mautern*, hat man sich für neue Kunden positioniert. Insbesondere beim Alpentierpark konnte man die Besucherzahl von 40.000 auf 100.000 pro Jahr steigern. Ein spezieller Paradigmenwechsel war dabei die Aufhebung des Sommerskibetriebs auf dem Gletscher sowie die Begrenzung der Tagesgäste auf dem Dachstein. Dank einer aktiven Kommunikation wurde dies bei den Kunden gut aufgenommen, so die Ausführungen von Markus Zeiringer.

„DNA KRONPLATZ“

Thomas Reiter, Direktor Skirama Kronplatz, stellte sein Unternehmen vor. Die ersten Aufstiegshilfen entstanden in

SALZMANN

INGENIEURE

PROJEKTENTWICKLUNG
SEILBAHN-GENERALPLANUNG
PROJEKTMANAGEMENT

Salzmann Ingenieure ZT GmbH
 Angelika-Kauffmann-Straße 5
 6900 Bregenz, Austria
 Tel. +43 (0)5574/45524-0
 www.salzmann-ing.at



Roland Zegg, Veranstalter des TFA (li.), bedankt sich bei Martin Leitner, Vorstand der Leitner AG, für die Unterstützung bei der Durchführung des Forums.

den 1940er-Jahren. 1974 gründete man den Zusammenschluss Skirama Kronplatz, in dem elf verschiedene Liftgesellschaften integriert sind. Die Dolomitenregion Kronplatz bietet die Produkte Ski, Langlauf, Winterwandern, Wandern, Bike, Kultur und Kulinarik an. Dies wird mit 31 Aufstiegshilfen, 121 km Skipisten, 39 Pistenfahrzeugen, 730 Schneerzeugern mit rund 300 Mitarbeitenden sichergestellt. Im Jahr 2015 wurde das Messner Mountain Museum auf dem Kronplatz eröffnet, drei Jahre später das Lumen Museum mit dem Restaurant *AlpiNN*, das vom Spitzenkoch Norbert Niederkofler geführt wird. Das Museum widmet sich in einer besonderen Art der Bergfotografie. Die Wintersaison dauert rund 145 Tage, und mit einer durchschnittlichen täglichen Ausgabe von 160 Euro pro Gast wird eine geschätzte indirekte Wertschöpfung von rund 3,5 Mrd. Euro erzielt. Die Dolomitenregion Kronplatz verzeichnete im letzten Jahr erstmals über vier Millionen Nächtigungen.

ERFOLGSMODELL MAGIC PASS

Urs Zurbriggen, CEO My Leukerbad, präsentierte das Erfolgsmodell des *Magic Pass* von der Idee zum größten Ski-verbund der Schweiz. Ab der kommenden Wintersaison ist der *Magic Pass* in 97 Skigebieten und bei 48 Sommerseilbahnen gültig. Es handelt sich dabei um ein gestaffeltes Preismodell. Ab Ende März beginnt der Pass mit 419,- CHF (449 Euro) und endet im Dezember mit einem Endpreis von 944,- CHF (1.011 Euro). Die teilnehmenden Unternehmen werden im Mai mit einem Garantiebetrug entschädigt. Anschließend findet eine monatliche Auszahlung nach Eintritt und dem Referenzpreis statt. Für die kommende Wintersaison erwartet man erstmals einen Umsatz von 100 Mio. CHF (107 Mio. Euro).

Markus Hasler, ehemaliger CEO der Zermatt Bergbahnen, realisierte mit dem *Alpine Crossing* ein beeindruckendes Beispiel für visionäre Infrastrukturprojekte und zeigte, dass wahre Innovation dort entsteht, wo alle an einem Strang ziehen. Insbesondere dank der neuen Seilbahnverbindung *Alpine Crossing*, wird das Unternehmen in diesem Jahr erst-

mals einen Umsatz von 100 Mio. CHF (107 Mio. Euro) erzielen. Zukünftige Projekte wurden initiiert, wie das *Matterhorn Gletscher Solar*, die Erneuerung der Sesselbahn *Riffelberg – Gifhittli* durch eine 8er-Sesselbahn mit Wetterschutzhauben von Leitner sowie der Ausbau der Gipfel-Infrastruktur um die Bergstation der Pendelbahn *Klein Matterhorn*. Damit will das Unternehmen weiterhin einmalige Erlebnisse im Kreis der Viertausender-Berge bieten.

IM WANDEL LIEGT DER FORTSCHRITT

Der zweite Forumstag startete im Zeichen smarter Strategien für nachhaltige Besucherlenkung. *Outdooractive*-Gründer Hartmut Wimmer gab zur Eröffnung einen Einblick in die digitale Steuerung von Touristenströmen. Silke Stabinger, Direktorin des Tourismusvereins Pragser Tal, stellte das erfolgreiche Hotspotmanagement am Pragser Wildsee vor. In der anschließenden Podiumsdiskussion mit Sophia Oberjakober (Geschäftsführerin Mobilitätskonsortium) wurde deutlich: Technologie kann helfen, aber der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Zusammenarbeit aller Akteure einer Destination. Christoph Engl, CEO der Oberalp Group, lenkte in einem beeindruckenden Referat mit einmaligen Bildsequenzen aus der weltweiten Outdoor-Szene den Fokus auf den Wandel: Die gesellschaftliche Wahrnehmung des Berges verändert sich – und mit ihr die Erwartungen der Gäste. Das TFA griff sodann mit dem Thema Longevity einen Megatrend auf: Dr. Gerd Wirtz zeigte, dass bereits kleine Lebensstiländerungen die Lebenserwartung positiv beeinflussen können. Marco Weishaupt, Gründer von *b_smart*, stellte sein innovatives Beherbergungskonzept vor und widerlegte die gängige Annahme, dass Digitalisierung Arbeitsplätze kostet. Im Gegenteil: Sie kann Arbeitsmodelle neu definieren und besonders in ländlichen Regionen Perspektiven schaffen. Ein weiteres Highlight des Tages war das exklusive Dinner im *AlpiNN* by Norbert Niederkofler, wo die TFA-Community den legendären Networking-Spirit zelebrierte – begleitet von den Klängen des ladinischen Gesangsquartetts *de Qater*.

FORUMSTOUREN

Der dritte und letzte Forumstag bot exklusive Einblicke in die Destination. Die Skiexpeditionen *Kronplatz Inside* und *Drei Zinnen Inside* ermöglichten den Teilnehmern, hinter die Kulissen der renommierten Skigebiete zu blicken – begleitet von Thomas Reiter (Geschäftsführer Skirama Kronplatz) und Mark Winkler (CEO Drei Zinnen). Parallel dazu führte Alfred Unterkircher, Tourismusdirektor Bruneck, eine Gruppe durch zukunftsweisende Projekte der Stadt. Den kulinarischen Abschluss setzte ein exklusives Event im Atelier Moessmer, wo Norbert Niederkofler die Forumsgäste mit regionaler Spitzenküche verwöhnte.

„Das 34. TFA in Bruneck hat eindrucksvoll gezeigt, wie entscheidend Austausch und Innovation für den alpinen Tourismus sind. Die überaus herzliche Südtiroler Gastfreundschaft hat dieses TFA zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht“, resümierte Roland Zegg, Gründer des TFA. Das nächste TFA findet vom 13. April bis 15. April 2026 in Lech am Arlberg statt.

Damian Bumann