

Laurent Vanat
Consultant
19, Margelle
CH-1224 Genève

Tel / fax / messagerie :
(+41) 022 349 84 40
Courriel : vanat@vanat.ch
Internet : www.vanat.ch



Seilbahnen Schweiz
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere

Saisonbilanz 2010/11 – Schweiz

Analyse der Besucherzahlen der Skigebiete



Laurent Vanat

September 2011



Laurent Vanat ist ein Allrounder, der sich im Handumdrehen in einen Spezialisten verwandeln kann. Der diplomierte Wirtschaftswissenschaftler (Universität Genf) besitzt über 25 Jahre Berufserfahrung als Unternehmensberater und als Manager im Verkauf, in leitender Funktion in Finanzabteilungen und in Geschäftsleitungen diverser Firmen. Zu seinen Beratungskunden gehören Unternehmen und Organisationen aller Sektoren und Branchen.

In seiner derzeitigen Funktion im Hotellerie- und Freizeitbereich verfolgt er seit mehreren Jahren intensiv die Entwicklung der Bergstationen und publiziert jedes Jahr einen Überblick über seine Marktforschungsergebnisse. Dank seiner umfangreichen Untersuchungen der europäischen und internationalen Märkte und der Suche nach immer neuen Informationen, die einerseits die Marktentwicklung transparent machen und zum anderen den Betreibern frische Ideen liefern können, findet der selektiv verbreitete Überblick längst viel Anklang bei den grossen Veranstaltern und Organisationen im Bereich alpiner Tourismus. Ziel ist es unter anderem, der Branche Denkanstösse zu geben und die lokalen Beteiligten für die wichtigsten Entwicklungen und neue Ideen zu sensibilisieren.

Während seiner Suche nach Informationen über die Skigebiete wurde Vanat schon früh auf die Problematik der „Skier-days“ aufmerksam. Angesichts der Schwierigkeiten bei der Konsolidierung dieser Daten für den Schweizer Markt sah er eine Gelegenheit, der Branche seine Dienste zur Verfügung zu stellen: mit einer systematischen Erhebung der Besucherzahlen – die nun bereits im achten Jahr durchgeführt wird. Das vorliegende Dokument stellt die Ergebnisse im Einzelnen vor.

Um die Untersuchung möglichst auf alle wichtigen Wintersportgebiete auszudehnen, stellt Vanat zudem seit 2009 einen Überblick über die internationale Situation ins Netz (derzeit verfügbar: „2011 International report on mountain tourism“ unter der Rubrik „publications“ auf www.vanat.ch; vollständiges Dokument auf Englisch, ein Auszug auch auf Französisch und Deutsch erhältlich).

Fotos: Weisse Arena Gruppe, Laax

Inhalt

<i>Vorwort</i>	- 4 -
Einleitung.....	- 5 -
<i>Top secret</i>	- 5 -
<i>Ein Vorgeschmack auf die Zukunft?</i>	- 7 -
<i>Methodik</i>	- 7 -
Saison-Ergebnisse	- 9 -
<i>Skier-days 2010/11</i>	- 9 -
<i>Die Branchenumsätze</i>	- 11 -
<i>Verlauf der Saison</i>	- 12 -
<i>Betriebsdauer der Stationen</i>	- 13 -
<i>Regionale Trends</i>	- 15 -
<i>Kundenkreis</i>	- 17 -
<i>Rangliste der Haupt-Wintersportstationen</i>	- 18 -
Preisentwicklung	- 19 -
<i>Preisentwicklung bei Skipässen in der Schweiz</i>	- 19 -
<i>Mittlerer Preis pro Skier-day</i>	- 19 -
<i>Internationaler Vergleich</i>	- 20 -
Die Situation im Beherbergungssektor	- 22 -
Überblick über die Investitionen 2001–2010.....	- 24 -
<i>Ansatz</i>	- 24 -
<i>Neue Anlagen</i>	- 24 -
<i>Schwerpunkt Umlaufseilbahnen</i>	- 25 -
<i>Analyse einer Betreiber-Stichprobe</i>	- 28 -
<i>Umfrage bei einer Betreiber-Stichprobe</i>	- 29 -



Vorwort

Der Dachverband Seilbahnen Schweiz hat nun zum zweiten Mal in Folge die „Bilan de la saison ins Deutsche übersetzt, um sie damit der ganzen Seilbahnbranche näher zu bringen. Die Zusammenarbeit zwischen Laurent Vanat und Seilbahnen Schweiz reicht weit zurück. Der Austausch statistischer Daten steht dabei im Zentrum der Interaktion. Mit seinen vertieften und langjährigen Branchenkenntnissen und praxisorientierten Lösungen hat Laurent Vanat für die Schweizer Seilbahnbranche bereits viel Grundlagenwissen geschaffen – ein Hauptzweck unseres Verbandes. Diese Publikation liefert nicht nur einen detaillierten Rückblick über die vergangene Wintersaison, sondern enthält dieses Jahr auch eine erkenntnisreiche Spezialanalyse über die Investitionen in neue Anlagen, welche unsere Bahnen in den letzten Jahren getätigt haben.

Infolge der Zusammenarbeit werden Sie viele der hier präsentierten Zahlen und Ergebnisse auch in Publikationen und Medienmitteilungen von Seilbahnen Schweiz vorfinden. Jedoch sind die in dieser Studie vertretenen Ansichten alleine diejenigen von Laurent Vanat und nicht des Verbandes Seilbahnen Schweiz.

Die „Bilan de la saison 2010/11“ ist bereits die siebte aufeinander folgende Wintersaisonanalyse. Wir wünschen allen eine interessante und aufschlussreiche Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen

Ueli Stückelberger, Direktor SBS

Einleitung

Top secret

Mit diesem Dokument erhalten Sie Einblick in Informationen, die von manchen wie ein Staatsgeheimnis behandelt werden. Einige Seilbahnunternehmen weigern sich nach wie vor standhaft, Besucherzahlen oder Umsatzzahlen für eine Erhebung offenzulegen, obwohl ihnen die vertrauliche Behandlung der Daten zugesichert wird¹. Dennoch konnten wir die Bilanz der letzten Schweizer Skisaison mehr und mehr systematisch auf der Basis derjenigen Daten erstellen, die uns von den vielen Seilbahnunternehmen übermittelt wurden, die auf Transparenz setzen. Jahr für Jahr werden es mehr, und ihnen gilt unser herzlicher Dank. Auf der Grundlage der in den vergangenen Jahren gesammelten Daten können wir mit Hilfe eines Rechenmodells die Gesamtergebnisse auf kantonaler und nationaler Ebene immer routinierter ermitteln.

Angesichts der Zurückhaltung gewisser Betreiber dieser Studie gegenüber stellt sich die Frage, aus welchem Grund wir an der Erhebung der gesamten Saisondaten festhalten, die wir nicht nur allen Unternehmen dieser Sparte zugänglich machen wollen, sondern auch allen anderen Partnerbetrieben, die an der Entwicklung der Besucherzahlen in Schweizer Skigebieten interessiert sind.

Primär geht es uns darum, eine objektive und systematische Grundlage für den Performancevergleich zwischen den einzelnen Regionen und Saisons zu schaffen, wie es für sämtliche Hauptkonkurrenzmärkte der Schweiz üblich ist.

Auf dieser Basis lässt sich die individuelle Performance jeder Seilbahnanlage besser beurteilen, was schliesslich vor allem den Betreibern zugute kommt. Die Saisonbilanz zeigt nämlich auf, ob sich die Besucherzahlen auf nationaler Ebene oder in der Region insgesamt ähnlich entwickelt haben wie bei der betreffenden Station, oder ob das Profil Abweichungen aufweist. Anhand der Bilanz können wir

¹ Alle bei den Betreibern erhobenen Daten werden gesamthaft in die Studie integriert und tauchen unter keinen Umständen als Einzeldaten auf. Eine Ausnahme bildet die allseits geschätzte Rangliste der 20 erfolgreichsten Stationen (in Skier-daysn). Die Daten werden Dritten nicht zugänglich gemacht.



langfristig die Entwicklung der Skier-days bei einer Station im Verhältnis zur gesamten Branche analysieren. Ausserdem kann jede Station dank der Studie über ihre eigene Performance nachdenken und angemessene Strategien entwickeln.

Die Liste liesse sich beliebig fortsetzen, und die positiven Rückmeldungen zum Mehrwert der Studie seitens der Betreiber sind sehr erfreulich. In der letzten Saison finanzierte der Dachverband Seilbahnen Schweiz freundlicherweise die deutsche Übersetzung der Saisonbilanz (was er auch dieses Jahr wieder tut). Dies hat den Verbreitungsradius der Studie wesentlich vergrössert und sie – zum Nutzen der gesamten Branche – einem grösseren Kreis zugänglich gemacht. Wir möchten alle noch nicht beteiligten Stationen einladen, zukünftig bei der Studie mitzumachen und damit zu mehr Transparenz beizutragen. Doch nun ab auf die Piste ...

Was hat es mit den Skier-days auf sich?

Ebenso wie für viele andere Freizeitzentren ist auch für die Frequentierung der Skistationen der aussagekräftigste Messwert die Besucherzahl.

Diese seit langem in vielen Ländern eingesetzte Methode setzt sich allmählich auch in der Schweiz durch. Einige Gesellschaften verwenden sie schon seit längerem, andere hingegen haben sich damit noch nicht anfreunden können oder kennen die Zahl gar nicht.

Die Besucherzahl ist einer der wichtigsten Indikatoren für die jährliche Entwicklung der wirtschaftlichen Situation. Die Umsatzzahlen allein sagen noch nicht viel darüber aus, wie ein Betrieb abschneidet, zumal die Angabe in Franken Schwankungen der Besucherzahlen maskieren kann. Erfasst man lediglich den Umsatz, wird der Unterschied zwischen Preiserhöhungen und veränderter Frequentierung schnell verwischt. Andererseits ermöglicht auch die in der Schweiz übliche Zählung der transportierten Personen (oder die Zahl der Berg- und Talfahrten) keine exakte Messung der Auslastung der Anlage, die den Umsatz generiert. Die dabei ermittelte Zahl eignet sich auch nur bedingt für Vergleiche zwischen den Stationen, da sie von der Art der Anlage abhängig ist. Einen Schlepplift benutzt ein Skifahrer vielleicht fünfmal, bis er ebenso viele Höhenmeter „konsumiert“ hat wie bei einer einzigen Bergfahrt mit der Seilbahn. Auch die Zahl der verkauften Skipässe stellt kein verlässliches Messinstrument für die Performance dar, denn es gibt zu viele verschiedene Arten von Skipässen mit unterschiedlichsten Laufzeiten. 20 mit Rabatt verkaufte Halbtageskarten geben nicht dieselbe Auslastung wieder wie 20 zum vollen Preis verkaufte Wochen-Abonnemente.

Um die Frequentierung einer Skistation beurteilen zu können, benötigt man deshalb eine klare, mess- und vergleichbare Masseneinheit: die Skier-days.

Die Definition lautet: ein „Skifahrer-tag“ (journée-skieur, skier day) ist der Tagesbesuch einer Person zum Ski- oder Snowboardfahren (oder einem vergleichbaren Brettsport) in einem Skigebiet, unabhängig vom bezahlten Tarif (Skier-days umfassen also alle Besuche mit Halbtages- und Tagespass, Kinder- oder Seniorenbillette, Freikarten, Mehrtagespass oder Saisonpauschalen). Aufstiege zu Fuss werden grundsätzlich nicht berücksichtigt.

Gezählt werden Skier-days im Idealfall anhand des ersten Einlasses durch die Schleuse. Existiert an der Talstation keine Schleuse, ist auch die Zählung anhand der Kassenabrechnung zulässig.

Ungeachtet einiger Nuancen in der Praxis wirken sich die ermittelten Skier-days in der Regel nicht signifikant auf das Gesamtergebnis aus. Komplexer ist das Problem bei verbundenen Skigebieten, sofern die Betreiber die Werte separat ermitteln. Bewegen sich die Skifahrer am Berg von einem Liftgebiet zum anderen, sind Mehrfacherfassungen möglich².

² Es ist festzuhalten, dass die Daten der meisten verbundenen Skigebiete zusammen übermittelt werden, um mögliche Doppelzählungen für die Rangliste zu verringern.

Ein Vorgeschmack auf die Zukunft?

Nach zwei guten Skisaisons, darunter der Rekordwinter 2008/09, der trotz Krise das beste Ergebnis der letzten fünf Jahre brachte, wurde die Saison 2009/10 von einem massiven Abwärtstrend überschattet, welcher sich in der Schweizer Branche mit einer Stagnation wenn nicht gar Regression der Nachfrage bemerkbar machte. Dafür, wie man das nationale Geschäft wieder ankurbeln könnte, ist derzeit noch keine effiziente Lösung in Sicht. Dass die Nachfrage aus dem eigenen Land immer wertvoller wird, bestätigt auch die Saison 2010/11, denn nachdem die Branche die Weltwirtschaftskrise gut verkraftet hatte, war der teure Franken im letzten Winter deutlich spürbar und machte ein Problem wieder aktuell, das wir im letzten Jahrzehnt als Schnee von gestern abgetan hatten: Schweizer Stationen sind teurer als die in den benachbarten Alpengebieten. Dieser Umstand verdeutlicht einmal mehr, wie unverzichtbar die einheimische Kundschaft ist.

Abgesehen von diesen altbekannten Problemen kam in der Saison 2010/11 ein weiteres Phänomen zum Tragen, das möglicherweise einen neuen Trend aufzeigt und Vorbote für Situationen ist, die sich in Zukunft wiederholen könnten: Das Klima verhielt sich nicht nur sehr eigenwillig, die Wetterbedingungen wirkten sich zudem äusserst negativ aus auf die Kundschaft im Flachland. Während sich die Bergstationen über hervorragende Pisten und den blauen Himmel freuten, dämpfte das alles andere als winterliche Wetter im Rest des Landes die Lust auf Wintersport. Studien zur Klimaerwärmung lassen befürchten, dass sich solche Wetterverhältnisse in Zukunft wiederholen.

Die gute Nachricht aber unter all den schlechten ist: Unter dem Strich hat sich die Branche trotz der ungünstigen Umstände im Winter 2010/11 insgesamt recht gut geschlagen. Die unvermeidlichen Einbussen waren in den meisten Fällen überschaubar.



Methodik

In dieser Saison wurden die Schweizer Seilbahnunternehmen zum achten Mal in Folge direkt nach Skier-days, Betriebstagen und den Umsätzen aus Transport- und anderen Aktivitäten befragt. Zur Validierung der Angaben wurden keine weiteren Angaben erhoben. Aufgrund der bisherigen Erfahrungen und den vorliegenden Informationen aus den letzten Jahre wurden die Zahlen dennoch auf ihre Plau-

sibilität geprüft, und im Zweifelsfall wurden die Betriebe um nähere Angaben bzw. Bestätigungen gebeten.



Da die Saisonbilanz nur ein Gesamtbild über die Besucherzahl und deren Entwicklung vermitteln soll, wurde auf formale Kontrollen in den Betrieben verzichtet.

Die Analyse basiert auf den Angaben von 77 Stationen und entspricht 86% der Skier-days in dieser Saison. Bis auf wenige Ausnahmen übermittelten alle grossen Skistationen ihre Daten, die meisten kleinen Stationen hingegen gaben keine Zahlen an. Für die restlichen 14% wurde unter Berücksichtigung der individuellen Merkmale der jeweiligen Station und der verfügbaren Parameter mit einer Hochrechnung die Besucherzahl geschätzt³. Die Rangliste der namentlich aufgeführten Stationen mit den meisten Skier-days führt lediglich die Stationen auf, die ihre Daten bereitgestellt haben. Die Hochrechnung der Besucherzahlen der übrigen Stationen sind zwar in die Ermittlung der Gesamtzahlen eingeflossen, werden jedoch im vorliegenden Dokument nicht im Einzelnen aufgeführt.

Untersucht wurden die Zahlen für die Wintersaison 2010/11, mit Ausnahme von Saas Fee und Zermatt. Da sie als einzige Stationen in der Schweiz auch über Sommerskigebiete verfügen, wurden hier auch die Skier-days der Sommersaison 2010 berücksichtigt.

Zum Teil mussten Berechnungen aus der Vorjahresstudie korrigiert werden, um die von einigen Betreibern inzwischen nachgelieferten Daten oder neue und genauere Informationen bezüglich dem Rechenmodell zu berücksichtigen.

Da die hier untersuchten Daten zudem aus vielen unterschiedlichen Quellen stammen, kann ihre Homogenität trotz aller Bemühungen um Kohärenz nicht restlos garantiert werden.

Die vorangehenden Saisonbilanzen erfassten auch die Situation in den wichtigsten Konkurrenzmärkten. Dies entfällt in dieser Ausgabe, weil der Autor inzwischen einen separaten detaillierten Bericht über die internationale Situation veröffentlicht (*International report on mountain tourism*, erhältlich unter der Rubrik „publications“ auf www.vanat.ch).

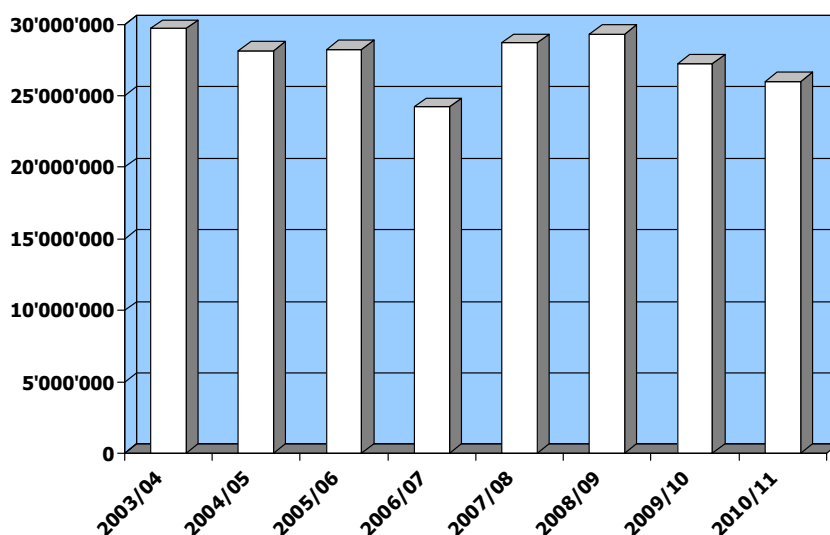
³ Das Rechenmodell erlaubt die Berücksichtigung von Parametern bezüglich Region, Grösse und Höhenlage der Stationen.

Saison-Ergebnisse

Skier-days 2010/11

Mit knapp **26,0 Mio.** Skier-days verzeichnete die Saison 2010/11 einen Rückgang um 4,6% gegenüber der vorigen Saison (27,3 Mio. Skier-days) und um 5,7% gegenüber dem Fünfjahresmittel. Die Saison 2010/11 schnitt jedoch deutlich besser ab als 2006/07, die mit insgesamt nicht mehr als 24,2 Mio. Skier-days die schlechteste Saison war.

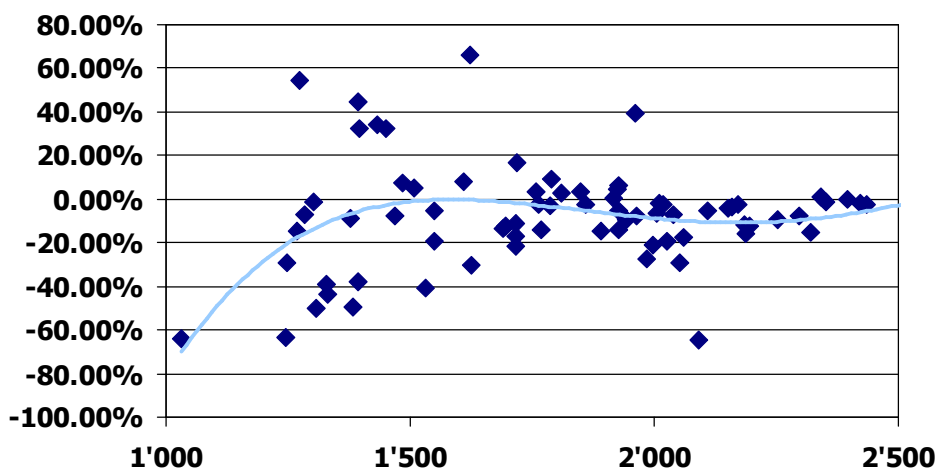
Entwicklung der Wintereintritte der Schweizer Skistationen (Skier-days)



Wie wir bereits im letzten Winter feststellen konnten, reagieren Stationen in einer mittleren Höhe von unter 1500 Metern erheblich sensibler auf die spezifischen Saisonbedingungen. Zwar waren die Auswirkungen des Klimas auf Stationen unter 1500 Metern im Schnitt neutral, hinter der Zahl verbirgt sich jedoch ein breites Spektrum unterschiedlicher Sensibilitäten mit einer Spanne von +/- 40%. Je höher die Stationen gelegen sind, desto weniger empfindlich reagieren sie auf die spezifischen Saisonbedingungen. Die Besucherzahl der Stationen in mittleren Höhen von rund 2000 Metern war im Grossen und Ganzen recht stabil, wobei einige Orte besser abschnitten als

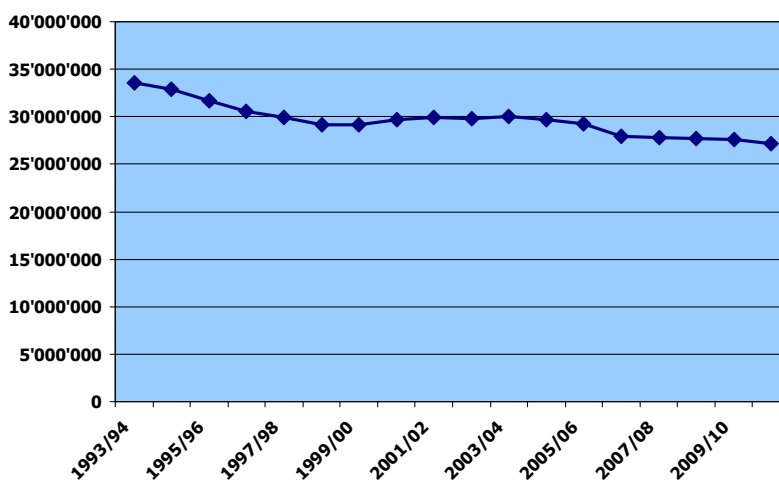
andere. Stationen auf rund 2500 Metern reagierten offenbar nur geringfügig auf die Saisonbedingungen.

Abweichungen der Skier-days nach Höhe der Stationen (Saison 2010/11 im Vergleich zum Fünfjahresmittel)



Wie in der vorangehenden Saison machen die kleinen Stationen mit weniger als 100'000 Skier-days auch in der Saison 2010/11 nur 13,6% des Gesamtvolumens aus (obwohl es sich um 139 von den insgesamt 199 in der letzten Saison geöffneten Stationen handelt). Vom Rückgang der Besucherzahl waren sie allerdings – im Gegensatz zur Vorsaison – ebenso betroffen wie die grossen Betriebe.

Entwicklung des Fünfjahres-Durchschnitts der Skier-days



Die Entwicklung des Fünfjahresmittels der Besucherzahl der schweizerischen Skistationen spiegelt eindeutig den schon in der Einleitung erwähnten massiven Abwärtstrend der Branche. Mehr denn je verlangt sie nach verstärkten Anstrengungen für den Ausbau der einheimischen Kundschaft.



Die Branchenumsätze

Die Transporteinnahmen beliefen sich in der Wintersaison 2010/11 auf schätzungsweise **CHF 826,9 Mio.** und liegen damit um 2,5% tiefer als in der Vorsaison (CHF 848,2 Mio.⁴). Dieser Rückgang ist deutlich weniger ausgeprägt als bei den Skier-days, da offensichtlich bestimmte Mengeneffekte durch Preiseffekte ausgeglichen wurden.

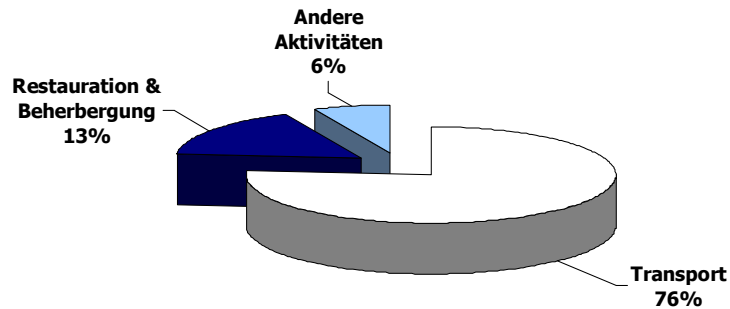
Die Seilbahnbetriebe sind inzwischen mehr und mehr darum bemüht, ihre Einnahmen aus dem Ticketverkauf durch andere Einkünfte aufzubessern. Zumindest wird dieser Trend anhand der diesjährigen Daten deutlich, allem voran die steigenden Einnahmen im Bereich Restauration und Beherbergung in der Höhe von CHF 186,3 Mio.⁵. Hinzu kommen CHF 71,0 Mio. Einnahmen aus verschiedenen Aktivitäten (Verleih und Vermietung von Räumlichkeiten und Materialien,

⁴ Im Interesse einer höheren Datengenauigkeit wurde dieser Wert seit der letzten Saisonbilanz neu berechnet. Entsprechend wurden auch die Daten der Saison 2009/10 neu berechnet, damit sie weiterhin vergleichbar sind.

⁵ Dieses Ergebnis beruht einerseits auf der Stabilität bzw. Zunahme der Gastronomie-Umsätze der Betriebe, die ihre Daten über diese Aktivität bereits zur Verfügung gestellt hatten. Schliesslich sorgte der viele Sonnenschein in den Bergen für volle Restaurantterrassen während fast der ganzen Saison! Andererseits haben mehr Stationen als bisher solche Zahlen geliefert, ohne dass systematisch nachvollziehbar wäre, ob es sich um neue Aktivitäten handelt oder ob die Zahlen bisher lediglich nicht gemeldet wurden.

Entschädigungen etc.)⁶. Die Gesamteinnahmen der letzten Wintersaison aller Seilbahnbetreiber übersteigt damit eindeutig die Milliarden-grenze (in Franken). Die Verteilung sieht wie folgt aus:

Verteilung des Gesamtumsatzes der Saison 2010/11 (Summe in CHF 1'084 Mio.)



Verlauf der Saison

Nachdem die heftigen Schneefälle bis ins Tiefland Ende November/Anfang Dezember schon früh Winterstimmung aufkommen liessen, sorgte der anschliessende Wärmeeinbruch bis in 2000 Metern Höhe für Regen, der die Schneedecke im Laufe des Dezembers und Anfangs Januar schwinden liess. Vor den Weihnachts-/Neujahrsferien war die Schneedecke deshalb nur noch dünn.

Obwohl das natürliche Schneeaufkommen nicht immer ausreichte und die Landschaften bereits ab Januar frühlingshaft wirkten, konnten die Stationen oberhalb von 1500 Metern mit Hilfe von Beschneigungsanlagen angenehme Schneesverhältnisse und gut präparierte Pisten bieten.

Der herrliche Sonnenschein bescherte den Stationen doch noch einen guten Saisonstart mit einer höheren Besucherzahl als im gleichen Zeitraum in der Vorsaison. Im Januar fiel dann allerdings nur wenig Schnee. Doch war es meist sehr kalt und die Pisten konnten dank den Beschneigungsanlagen in gutem Zustand erhalten werden, die bei diesen Wetterverhältnissen gut funktionierten. Von Februar bis Anfang März änderte sich nichts an den Verhältnissen: Es fiel weiterhin aussergewöhnlich wenig Schnee, und ab einer gewissen Höhe waren die Temperaturen bei ausnehmend viel Sonne beständig. Den Statio-

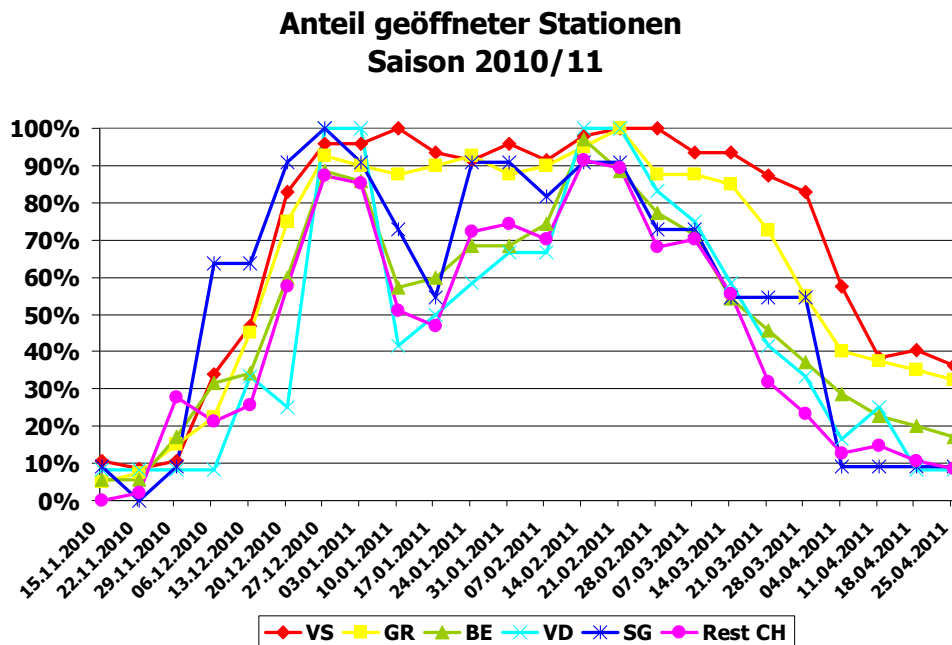
⁶ Angesichts des unterschiedlichen Charakters dieser Leistungen und der Abweichungen innerhalb der Stichproben teilnehmender Stationen sind eindeutige Rückschlüsse auf die Variationen dieses Parameters im Vergleich zur vorangehenden Saison schwierig.

nen in geringerer Höhe fehlte allerdings der Schnee, und einige mussten sogar schliessen.

Leider hatte der Schneemangel aber negative Auswirkungen auf die Kunden. Da von der Ebene aus keine tief verschneiten Berge zu sehen waren, schlossen die Leute zum Teil automatisch daraus, dass die Skipisten nichts taugten. Gefördert wurde dieser Eindruck durch entsprechend gefärbte Meldungen in den Medien, die den Leuten die Lust aufs Skifahren noch mehr verderben. Dieses Phänomen sollte aufmerksam beobachtet werden, denn angesichts der Klimaerwärmung könnte es sich in Zukunft wiederholen. Die Stationen werden sich entsprechende Strategien einfallen lassen müssen, um die Lust auf Wintersport bei ihren Kunden zu wecken, die im Flachland vom Winter wenig mitbekommen.

Betriebsdauer der Stationen

Der Anteil der während der Saison geöffneten Stationen entwickelte sich wie folgt⁷:



⁷ Gem. 14-tägiger Übersicht über die geöffneten Stationen auf www.myswitzerland.com



Die Stationen im Wallis und in Graubünden hatten überwiegend das Glück, den Betrieb während der ganzen Saison von Weihnachten bis Mitte März ständig aufrecht zu erhalten, doch nur die Walliser Betriebe kamen auf eine mit dem Vorjahr vergleichbare Zahl von Betriebstagen, während die Bündner einen Rückgang verzeichneten. In den übrigen Kantonen musste fast die Hälfte der Stationen Mitte Januar wegen Schneemangels schliessen. Nur ein Teil davon öffnete nochmals während den Ferien im Februar, und auch dann nur kurzfristig. Einige mussten den Betrieb Anfang März wieder einstellen.

Von den schlechten Bedingungen besonders betroffen waren die Kantone Neuenburg, Jura und Appenzell mit sehr wenigen Betriebstagen. Sechs Stationen blieben in dieser Saison durchweg zu.

Bezeichnenderweise waren nicht wenige Stationen schon in den Osterferien geschlossen, die 2011 sehr spät lagen und vom Wetter her eher zum Baden als zum Wintersport einluden. Ausserdem kam es gegen Saisonende häufig vor, dass Skifahrer am unteren Ende der Piste in Wasserpfützen und Schneeresten herumplanschten, während sich oben Urlauber in Shorts im Liegestuhl sonnten.

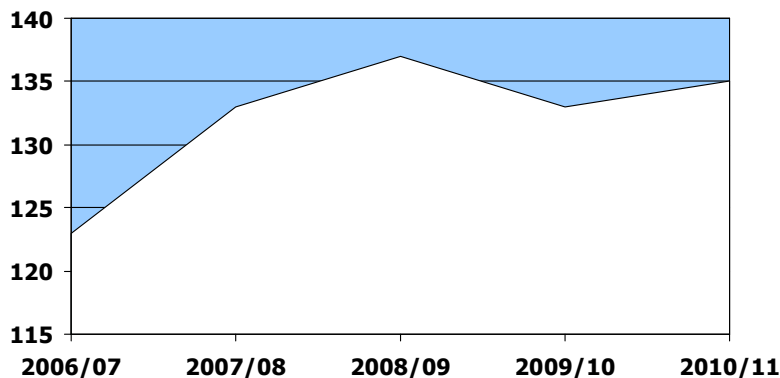
Die von den teilnehmenden Stationen im Rahmen der Jahresstudie mitgeteilten Betriebszeiten schwankten wie nachfolgend für die Hauptkantone aufgelistet:

Betriebstage Winter 2010/11

Kanton	Minimum	Durchschnitt	Maximum
AI	47	64	80
BE	54	134	191
FR	70	81	87
GL	108	110	111
GR	95	134	218
LU	48	88	114
OW	136	153	169
SG	82	118	150
SZ	31	97	131
TI	53	71	88
UR	22	44	66
VD	36	95	139
VS	89	150	360
Summe	22	123	360

Schaut man sich die konstante Stichprobe der Stationen im Laufe der letzten fünf Saisons an, stellt man allerdings fest, dass der Winter 2010/11 eigenartigerweise und entgegen den Erwartungen im Schnitt mehr Betriebstage umfasste als die vorangehende Saison.

Entwicklung der Anzahl Betriebstage anhand einer konstanten Stichprobe



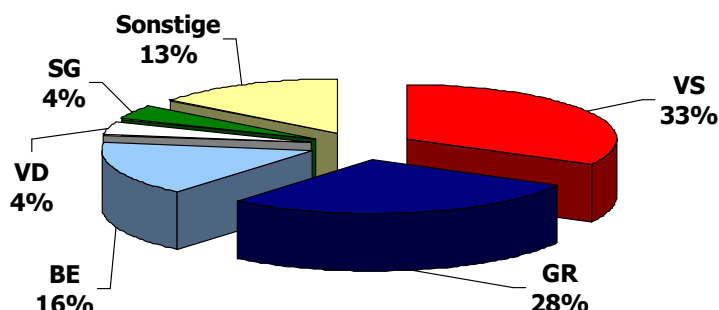
Diese Stichprobe weist in der Tat im Durchschnitt zwei Betriebstage mehr auf als in der Vorsaison, ohne dass es dafür eine einleuchtende Erklärung gäbe. Dabei ist allerdings zu beachten, dass die Saison für einige Stationen äusserst früh begann (knapp 30% der Stationen waren Anfang Dezember in Betrieb). Auch die extrem spät gelegenen Osterferien könnten eine Rolle spielen, obwohl mehrere Stationen schon vorher geschlossen waren.



Regionale Trends

Die Hauptakteure der Branche sind in den Kantonen Wallis, Graubünden und Bern konzentriert. Sie allein machen fast 80% der gesamten Tätigkeit der Schweizer Skistationen aus.

Verteilung der Skier-days der Saison 2010/11 (26,0 Mio.)



Diese Spitzengruppe ist dicht gefolgt von den Kantonen mit den meisten kleinen Stationen. Bei deren Besucherzahl sind immer grössere Schwankungen zu beobachten, doch in der Saison 2010/11 war die Entwicklung eher überraschend positiv, ohne dass sich dafür eine systematische Erklärung finden liesse. Einerseits war die Wiedereröffnung der im letzten Winter geschlossenen Tessiner Bergstation Airolo nachhaltig für die Umsatzsteigerung verantwortlich. Andererseits leiden die Umsatzzahlen dieser Gruppe oft unter dem schlechten Abschneiden der vielen Stationen in mittlerer Höhe. In dieser Saison jedoch machten sich mehrere der kleinen Kantone der Inner- und Oberrheinregion mit günstigen Höhenverhältnissen sehr gut und verzeichneten einen Anstieg der Besucherzahl.

Besucherzahlen im Winter nach Hauptkantonen

Kanton	Rangliste 2009/10	Rangliste 2010/11	Abweichung vom Fünfjahresmittel	Abweichung von der Vor-saison
VS	9'319'537	8'507'553	-9,4%	-8,7%
GR	7'650'989	7'407'544	-4,2%	-3,2%
BE	4'297'596	4'128'804	-5,4%	-3,9%
VD	1'234'973	1'060'604	-16,8%	-14,1%
SG	1'221'058	1'092'732	-5,5%	-10,5%
Sonstige	3'529'922	3'795'571	4,6%	7,5%
Summe	27'254'075	25'992'808	-5,7%	-4,6%

In allen wichtigen Kantonen sank die Zahl der Eintritte. Besonders ausgeprägt war der Rückgang im Waadtland. Die Betriebe dort reagieren aufgrund ihrer Lage sensibler auf Klimabedingungen. Bezeichnenderweise war der Rückgang der Eintritte bei den Walliser Stationen doppelt so hoch wie bei den Bündner und Berner Betrieben, obwohl diese Stationen niedriger liegen. Die negative Reaktion der lokalen und nationalen Kunden ist vor allem im Wallis stark ins Gewicht gefallen, wo gerade diese Kundschaft wichtiger ist als beispielsweise in Graubünden.

Kundenkreis

Während sich in der Saison 2009/10 der Andrang von Kunden aus der näheren Umgebung positiv ausgewirkt hatte, war gerade ihr Ausbleiben im Winter 2010/11 deutlich zu spüren. Insgesamt war das Verhalten dieser Kundengruppe in dieser Saison aufgrund widersprüchlicher Trends schwer einzuschätzen. Einerseits waren viele dieser Kunden durch den ausbleibenden Winter in der Ebene und durch die von den Medien vermittelten Bildern so beeinflusst, dass manche ihre Bretter für die Saison einmotteten. Kunstschnee-Feinde verzichteten wegen angeblich zu harter Pisten auf Wintersport, zumal die Medien mit Berichten über einige Unfälle die Abwehrhaltung in der Öffentlichkeit noch bestärkten. Andere stellten demgegenüber fest, dass die Wintersportbedingungen bei stabilem Hoch ausgezeichnet waren. Auch den Restaurant-Terrassen kam der Sonnenschein sehr zugute, was sich, wie schon erwähnt, in deren Umsätzen bemerkbar machte.

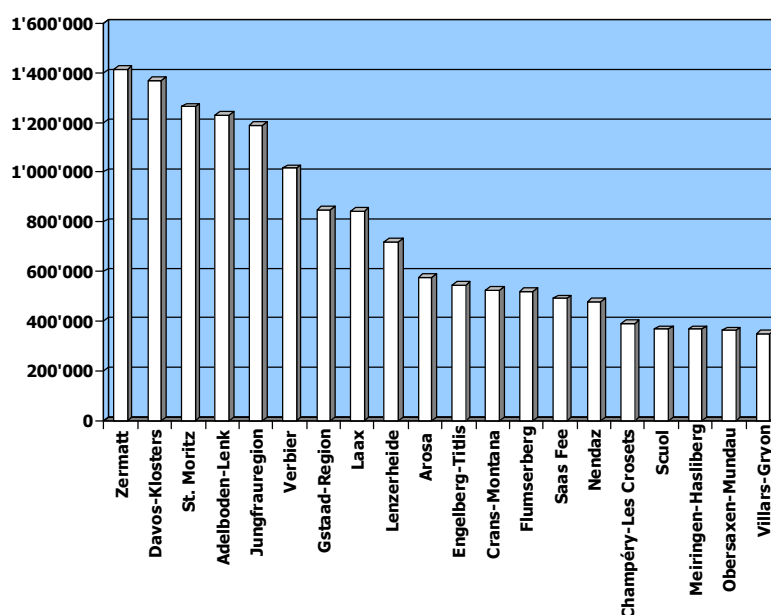
Auf die internationale Kundschaft dagegen hatte die Wetterproblematik wie gewohnt wenig Einfluss. Die Zahl der Touristen aus den Haupt-Herkunftsländern sank in der Wintersaison mit -2,9% weniger stark als die Frequentierung der Pisten (-4,6%). Zu bedenken ist dabei, dass die Auswirkung des starken Frankens in der letzten Skisaison noch nicht nachhaltig spürbar war.



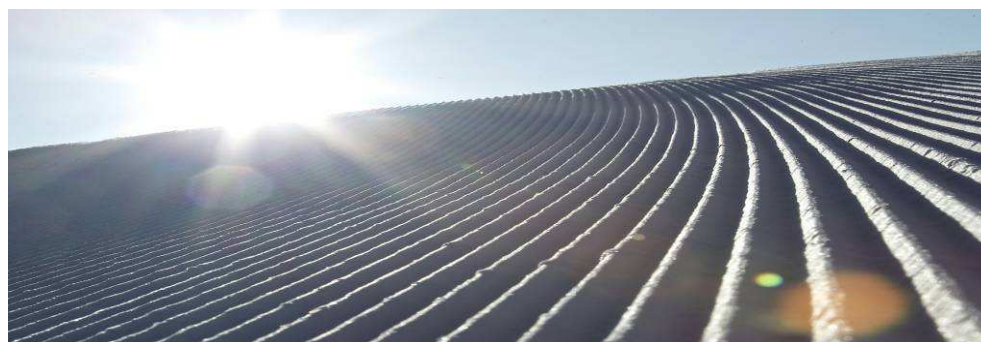
Rangliste der Haupt-Wintersportstationen

Das nachstehende Diagramm listet die 20 Spitzenreiter unter den Schweizer Bergstationen nach ihrer Besucherzahl in der letzten Saison auf.

Gemeldete Wintereintritte der wichtigsten Schweizer Stationen in der Saison 2010/11 (Skier-days)



Auffallend sind die Verschiebungen bei den gewohnten Plätzen der 20 Besten in dieser Saison. Unter den Spitzenreitern stieg St. Moritz um drei Plätze auf, während die Jungfrauregion und Verbier leicht abfielen. Nennenswert ist auch das bessere Abschneiden in der Klassierung von Arosa, Engelberg-Titlis und Scuol.

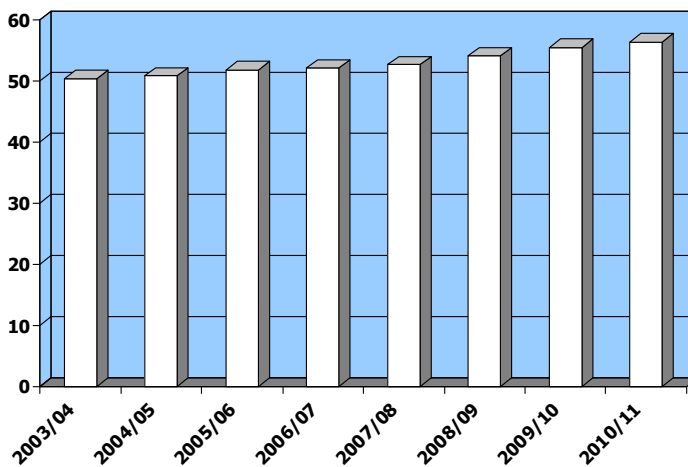


Preisentwicklung

Preisentwicklung bei Skipässen in der Schweiz

Basierend auf dem Tagespass für Erwachsene zum Volltarif ergibt sich in der letzten Saison ein mittlerer Preisanstieg von CHF 0,86. Die Erhöhung fiel im Durchschnitt geringer aus als in den Vorjahren, wurde dafür aber von mehr Stationen durchgeführt. Im Winter 2010/11 veränderten 79% der von der Stichprobe abgedeckten Betriebe effektiv ihre Preise. Die Preiserhöhung betrug im Mittel CHF 1 bis 2 für einen Tagespass, in einigen wenigen Fällen CHF 3⁸. Zwei Stationen senkten hingegen ihre Tagesstarife. Der mittlere Preis für einen Tagespass für Erwachsene zum Volltarif betrug in dieser Saison in der berücksichtigten Stichprobe CHF 56,31 (inkl. MWSt.).

Mittlerer Preis für einen Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in einer Stichprobe von 39 schweizerischen Stationen (in CHF)



Mittlerer Preis pro Skier-day

Aufgrund der Preiserhöhungen und der Zusammensetzung der Tarifgruppen der in dieser Saison tatsächlich verkauften Pässe stiegen die tatsächlichen Einnahmen der Betriebe pro Skier-days im nationalen Durchschnitt gegenüber der Vorsaison um 2,6% an. Der mittlere

⁸ Grundlage ist die Entwicklung in einer Stichprobe aus 39 Schweizer Stationen im Jahresvergleich.

Preis pro Skier-day für die Saison 2010/11 betrug CHF 34,36 (inkl. MWSt.) gegenüber CHF 33,49 im Winter davor⁹.

Ausgehend vom oben genannten mittleren offiziellen Preis pro Stichprobe stieg die Tarifrendite¹⁰ 2010/11 folglich von 60,4% auf 61,0% (inkl. MWSt.).

Internationaler Vergleich

Die folgende Tabelle vergleicht die offiziellen Preise der Saison 2010/11 für einen Tagespass für Erwachsene zwischen den grossen Skistationen in Österreich, Frankreich, Italien und der Schweiz. Die Mittel-, Höchst- und Tiefstwerte wurden anhand der Preise einer Stichprobe von rund zehn der grössten Stationen im jeweiligen Land ermittelt.

Tagespass für Erwachsene zum Volltarif in der Saison 2010/11 (in CHF) in den Top 10-Stationen

Land	Niedrigster Preis	Mittlerer Preis	Höchster Preis
Österreich	53,82	58,34	62,10
Frankreich	48,30	57,30	67,62
Italien	46,92	60,47	69,00
Schweiz	60,00	67,08	84,00

Wechselkurs: 1 EUR = 1,38 CHF

Der Vergleich basiert auf einem Wechselkurs von 1 EUR = 1,38 CHF, der zu Saisonbeginn galt. Durch den Wertverlust des Euro fällt der Vergleich für die Schweizer Stationen ungünstiger aus als in der vorigen Saison, und die Preisunterschiede werden allmählich deutlich spürbar.

Auch wenn die Schweizer Betriebe derzeit noch grosszügigere Preisnachlässe für Familien anbieten, könnte der offizielle Preis sich als Unterscheidungsmerkmal zwischen den Stationen in der Schweiz und dem benachbarten Ausland erweisen. Die tatsächlichen Auswirkungen werden sich in der nächsten Saison zeigen.

⁹ Mittlerer Preis pro Skier-day: mittlerer tatsächlich bezahlter Preis für einen Skitag unter Berücksichtigung von Ermässigungen, Rabatten, Freikarten, Abonnements und Saisonpauschalen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass bei der Neuberechnung der Umsätze ebenfalls von diesem Niveau ausgegangen wurde.

¹⁰ Verhältnis zwischen dem mittleren Preis pro Skier-day und dem Preis für einen Tagespass für Erwachsene zum offiziellen Volltarif



Die Situation im Beherbergungssektor

Die Zahl der Übernachtungen sank in der Wintersaison stärker als die Zahl der Skier-days. Folgende Daten wurden von den Haupt-Wintersportgebieten für die Monate Dezember bis Mai übermittelt:

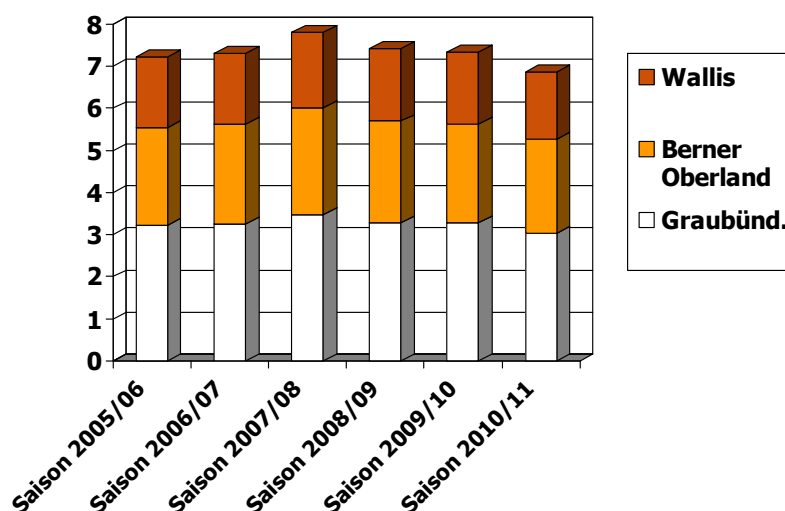
Entwicklung der Übernachtungen pro Feriengebiet in Hotels und Kurhäusern (Dezember–Mai)¹¹

Region	Übernachtungen Saison 2009/10	Übernachtungen Saison 2010/11	Differenz
Graubünden	3'273'490	3'039'843	-7,14%
Wallis	2'359'056	2'233'629	-5,32%
Berner Oberland	1'693'151	1'605'661	-5,17%
Summe	7'325'697	6'879'133	-6,10%

Quelle: BFS

In den letzten Jahren stellte sich die Entwicklung bei den Übernachtungen wie folgt dar:

Entwicklung der Übernachtungen in Hotels und Kurhäusern von Dez. bis Mai nach Feriengebiet (in Mio. Übernachtungen)



¹¹ In allen drei Feriengebieten konzentrieren sich die Hotelkapazitäten abgesehen von Häusern im Flachland oder in Städten im Wesentlichen auf Betriebe in den Bergen.

Nachdem sich die Anreisezahlen nach der Krise von 2008 in der letzten Saison zunächst stabilisiert hatten, brach im Winter 2010/11 die Zahl ausländischer Gäste erneut ein. Betrachtet man die zehn wichtigsten Herkunftsländer, ist der Rückgang wie gesagt weniger ausgeprägt als bei den Skier-daysn.

Während insgesamt weniger Gäste aus europäischen Ländern anreisen, stieg die Zahl russischer Touristen weiter an; auch die Zahl der Gäste aus den USA zog wieder an. Dieses Segment scheint offensichtlich nicht unter der Schwäche des Dollars zu leiden.

Entwicklung der Meldungen in Hotels und Kurhäusern von Dezember bis Mai nach Herkunftsland der Gäste

Herkunft	Saison 2008/09	Saison 2009/10	Saison 2010/11	Differenz
Deutschland	997'482	1'000'098	931'905	-6,82%
Grossbritannien	335'389	336'392	330'311	-1,81%
Frankreich	307'783	322'486	320'719	-0,55%
Italien	248'060	251'789	237'358	-5,73%
USA	219'299	228'855	249'197	8,89%
Niederlande	153'808	153'760	139'979	-8,96%
Belgien	117'507	109'422	100'326	-8,31%
Spanien	78'100	83'755	86'232	2,96%
Russland	77'821	80'425	94'053	16,94%
Österreich	74'787	78'090	78'256	0,21%
Summe	2'610'036	2'645'072	2'568'336	-2,90%
Differenz	-7,89%	1,34%	-2,90%	

Quelle: BFS



Überblick über die Investitionen 2001–2010

Ansatz

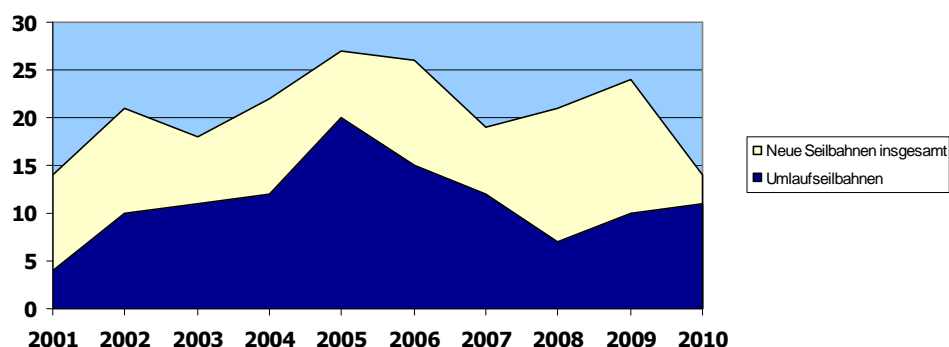
Die eingehende Untersuchung der neuen Investitionen von 2001 bis 2010 erfolgte auf der Grundlage von Angaben der führenden Seilbahnhersteller, den Daten der betroffenen Seilbahnbetreiber sowie deren zusätzliche Präzisierungen¹², Angaben des Bundesamts für Verkehr sowie einer Umfrage bei den Geschäftsführern ausgewählter Stationen.

Eine Zusammenfassung dieser Analyse finden Sie auf den folgenden Seiten. Die vollständige Auswertung ist auf www.vanat.ch unter der Rubrik „Industries/Remontées mécaniques“ abrufbar.

Neue Anlagen

Im Zeitraum 2001–2010 wurden insgesamt 206 neu errichtete Anlagen identifiziert, darunter 112 Umlaufseilbahnen¹³. Dieser Anlagentyp macht den Löwenanteil der Neuinvestitionen aus.

Anteil der Umlaufseilbahnen im Verhältnis zur Gesamtzahl neuer Anlagen

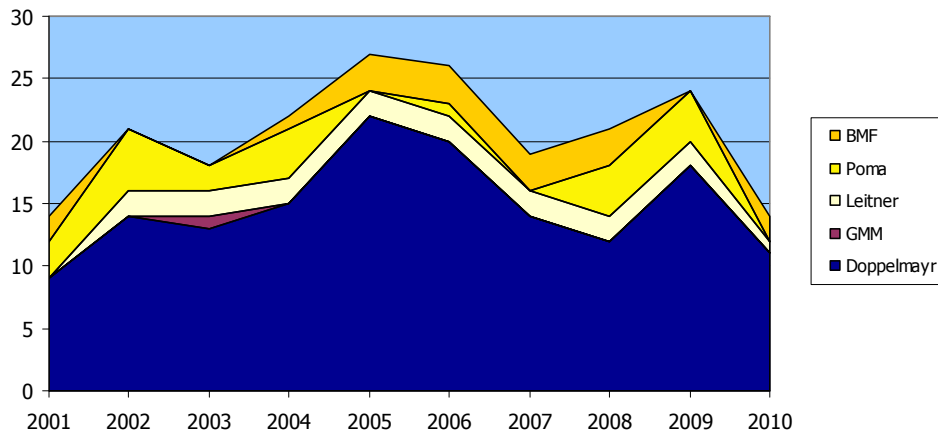


¹² Es ist bedauerlich, dass die Bergbahnen St. Moritz Engadin sich nicht einverstanden erklärt haben, uns die erbetenen Informationen über ihre Investitionen zur Verfügung zu stellen, da sie im letzten Jahrzehnt mit die umfangreichsten Investitionen getätigt haben.

¹³ Dieser Oberbegriff umfasst fixe Sesselbahnen (FSB), kuppelbare Sesselbahnen (KSB), Gondelbahnen (GB) sowie Kombinationen aus Gondel/Sessel (Kombibahnen).

Betrachtet man alle ausgelieferten Anlagentypen insgesamt, wurde ein extrem grosser Teil aller Anlagen von Doppelmayr/Garaventa gebaut; wie das unten stehende Diagramm zeigt, tauchen alle übrigen Hersteller nur am Rande auf.

Neue Anlagen nach Hersteller



Schwerpunkt Umlaufseilbahnen

In der Kategorie Umlaufseilbahnen ist ein Anlagentyp besonders stark vertreten: Von den 112 identifizierten Neuanlagen waren 77 davon kuppelbare Sesselbahnen. Die Betreiber bevorzugten diese Variante offenbar so massiv, dass sie diese Lösung nicht selten von vornherein wählten, ohne eine fixe Sesselbahn als Alternative überhaupt in Betracht zu ziehen. So hatten beispielsweise von den 77 berücksichtigten kuppelbaren Sesselbahnen 17 ein Gefälle von weniger als 300 und 12 eine Länge von weniger als 1000 Metern.

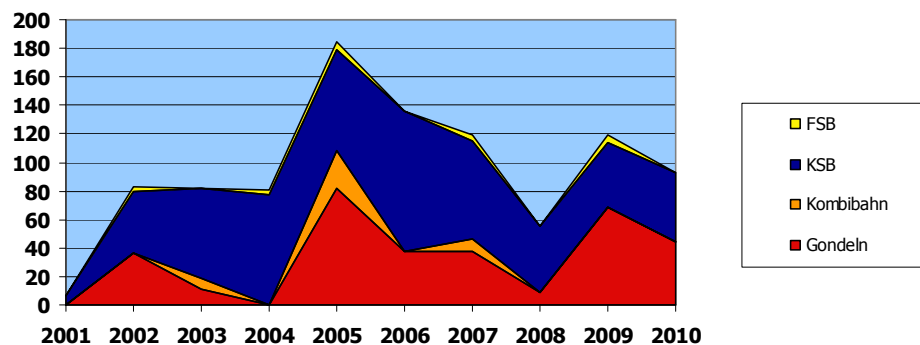
Mit 91 gelieferten Umlaufseilbahnen ist Doppelmayr/Garaventa in diesem Markt führend. Die übrigen Neuanlagen teilten sich Leitner (15), Poma (3) und Barholet Maschinenbau AG-BMF (3).

Finanziell machten die Investitionen in neue Umlaufseilbahnen den Löwenanteil des Umsatzes aus. Der Spitzenwert betrug 2005 CHF 180 Mio.¹⁴.



¹⁴ Hinweis: Aufgrund fehlender Informationen über bestimmte Investitionen konnten nicht alle Neuanlagen in der nachfolgenden Tabelle beziffert werden. Sie ist dennoch repräsentativ für die Situation.

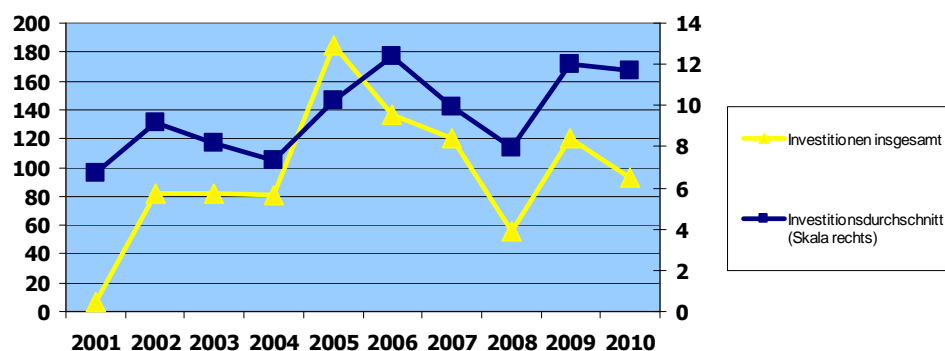
Entwicklung der Gesamtinvestitionen nach Anlagentyp (in Mio. CHF)



Hinweis: Nicht alle Investitionen wurden beziffert

Die Anschaffung einer Umlaufseilbahn stellt für einen Seilbahnbetreiber eine erhebliche Investition dar. Die Analyse ermittelte über einen Zehnjahreszeitraum einen Investitionsumfang von insgesamt CHF 961 Mio. für diese Anlagenkategorie. Im Schnitt wurden CHF 9,9 Mio. investiert.

Entwicklung der Investitionen insgesamt und des Investitionsdurchschnitts pro Anlage (in Mio. CHF)



Hinweis: Nicht alle Investitionen wurden beziffert

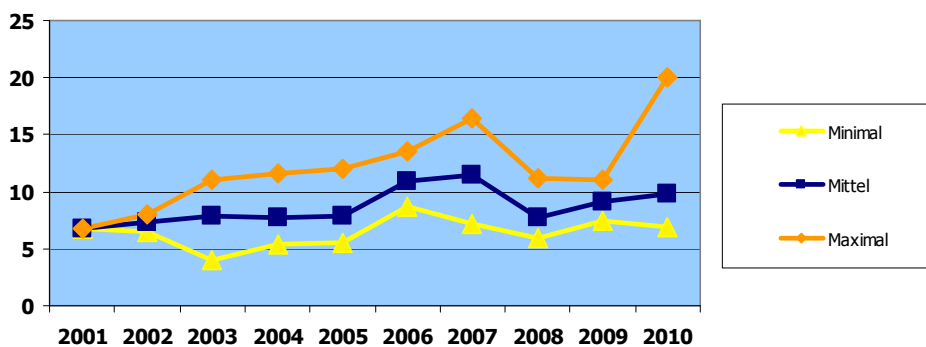
Auf individueller Ebene weichen einige Investitionen allerdings massiv von diesem Mittelwert ab und übersteigen gelegentlich sogar CHF 20 Mio.¹⁵. Während sich einige Grossbetriebe solche Investitionen hin und wieder leisten können, ist es angesichts der schwierigen Marktlage der Branche derzeit nicht angeraten, sich mit Attraktivität und

¹⁵ Das ist häufig der Fall bei Gondelbahnen, in einem berücksichtigten Fall auch für einen kuppelbaren Sessellift.

technischen Feinheiten gegenseitig zu überbieten. Bei genauerer Analyse bestimmter Anlagen zeigt sich beispielsweise, dass über die Hälfte der Investitionen auf das Konto von Baukosten geht, obwohl bei den heutzutage von den Herstellern angebotenen Seilbahnanlagen sämtliche Stationen bereits fertig montiert geliefert werden.

Um den Betreibern die Gefahren dieser Abweichung bewusst zu machen, weist die nachfolgende Tabelle die minimalen, mittleren und maximalen Investitionen für kuppelbare Sessellifte im berücksichtigten Zeitraum aus.

Entwicklung der minimalen, mittleren und maximalen Investitionen nach Anlagentyp (in Mio. CHF)



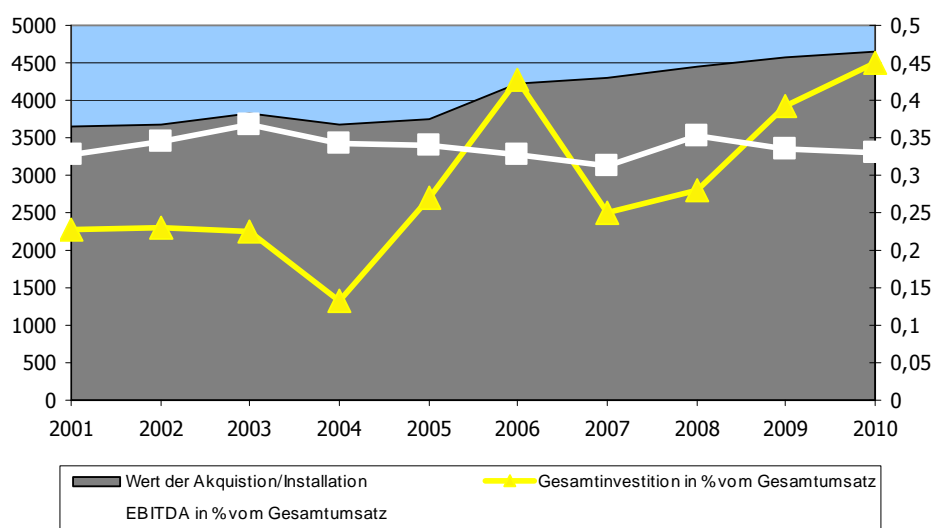
Hinweis: Nicht alle Investitionen wurden beziffert

Wir weisen darauf hin, dass für die Sessel nicht zwingend Lagerhallen erstellt werden müssen, ausser es handle sich um Tiefgaragen! Einmal abgesehen von den österreichischen Seilbahnen und ihren exzessiven Investitionen, werden in vielen Ländern die Sessel an den Förderseilen hängen gelassen, auch wenn die Anlage nicht in Betrieb ist. Einige davon sind sogar raueren Klimabedingungen ausgesetzt als die Stationen bei uns. Zudem hält die moderne Skibekleidung die Wintersportler bereits ausgiebig warm, so dass man sie nicht unbedingt mit Bubbles gegen Kälte schützen oder ihren Allerwertesten mit Sitzheizungen wärmen muss. Ein Kiosk an der Bergstation reicht meist völlig aus und ist zudem eine gute zusätzliche Einnahmequelle!

Analyse einer Betreiber-Stichprobe

Bei genauerer Untersuchung der Entwicklung der Investitionen von Seilbahnbetreibern im Laufe der letzten zehn Jahre anhand einer Stichprobe ergeben sich einige nützliche Vergleichsfaktoren¹⁶. Sie helfen auch, die Einzelinvestitionen im richtigen Verhältnis zu sehen.

Die Untersuchung der Entwicklung macht eine Zunahme der Investitionshöhe zwischen Anfang und Ende der 2000er-Jahre deutlich; Investitionsspitzen von über 40% des Umsatzes finden sich 2006 und 2010. Deutlich wird zudem eine tendenzielle Teuerung der Anlagen im berücksichtigten Jahrzehnt: Der durchschnittliche Kaufpreis stieg innerhalb dieser zehn Jahre von CHF 3,5 Mio. auf CHF 4,5 Mio. Auf der Ebene der einzelnen Betreiber variiert der jährlich investierte prozentuale Anteil natürlich stärker, da nur in bestimmten Jahren überhaupt in die Seilbahnanlagen investiert wurde, in anderen gar nicht.

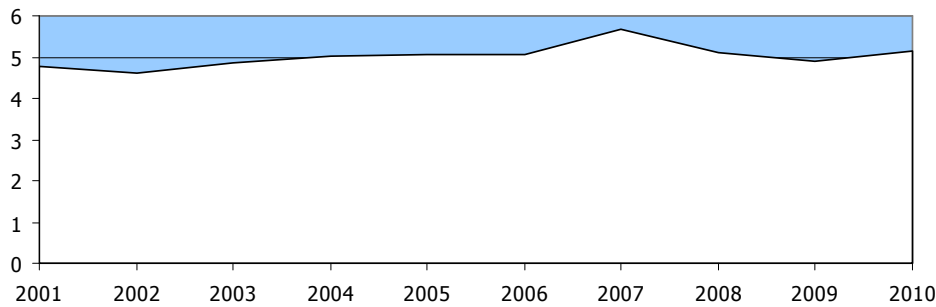


Das folgende Diagramm verdeutlicht langfristig einen elementaren wirtschaftlichen Grundsatz in dieser Branche: **Man darf niemals mehr als CHF 5 ausgeben, um CHF 1 Jahresumsatz zu generieren, da man sonst aus dem wirtschaftlichen Gleichgewicht geraten kann!** Alle in der Stichprobe enthaltenen Betriebe sind vergleichsweise gesunde Unternehmen mit einem absolut in der Norm liegenden EBITDA. Allerdings übersteigen ihre Investitionen im

¹⁶ Zur Verdeutlichung des Umfangs der berücksichtigten Stichprobe ist zu beachten, dass sie insgesamt einen Jahresumsatz von über CHF 300 Mio. generiert. Die berücksichtigten Betreiber investierten innerhalb von zehn Jahren CHF 800 Mio., davon über CHF 300 Mio. in neue Seilbahnanlagen. Alle zusammen betreiben 247 Anlagen.

Schnitt nie diesen Faktor und bleiben im angegebenen Zeitraum relativ stabil.

Kostenfaktor für Gesamtinvestitionen des Seilbahnbestands/ Transportumsatz der Stichprobe



Umfrage bei einer Betreiber-Stichprobe

Zum Abschluss runden die subjektiven Wahrnehmungen einer Betreiber-Stichprobe die quantitative Analyse durch ein qualitatives Stimmungsbarometer ab. Dabei ist zu berücksichtigen, dass alle Unternehmen einer gewissen Grösse, die an der Umfrage teilnahmen, in den letzten fünf Jahren in mindestens eine neue Seilbahnanlage investiert haben. Die Intervalle zwischen den Investitionen lassen dennoch einen statistischen Trend zur Alterung des Anlagenbestands erkennen. Diese Tendenz wird allerdings durch die längere Lebensdauer von Schleppliften zum Teil relativiert.

Die wesentlichen Probleme bei den getätigten Investitionen waren die Finanzierung und die Genehmigung der globalen Investitionspläne. In der befragten Stichprobe traten solche Probleme allerdings insgesamt relativ selten auf.

Die meisten Betriebe planen für die nahe Zukunft noch weitere Investitionen in neue Seilbahnen, doch bis auf wenige Ausnahmen übersteigt die Häufigkeit notwendiger Erneuerungen ihre finanziellen Mittel, sodass sie öffentliche Unterstützung benötigen werden. Dennoch halten die meisten der befragten Betriebe die bisherigen und zukünftigen Erneuerungsintervalle so weit ein, dass sie auf dem aktuellen Stand bleiben.

Wie erwähnt, belegen die Zahlen eine extrem starke Position von Doppelmayr/Garaventa, die von den Betreibern als äusserst negativ empfunden wird, zumal sie zwischen den drei Hauptproduzenten (Doppelmayr/Garaventa, Leitner, Poma) im Grossen und Ganzen keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der Zuverlässigkeit der Anlagen und der Betriebskosten sehen. Vor diesem Hintergrund begrüessen die Betreiber die Markteinführung der Firma BMF als neuer Mitbewerberin. Allerdings herrscht gegenüber dem neuen Hersteller noch eine gewisse Zurückhaltung seitens der Schweizer Betreiber, trotz der guten Referenzen, insbesondere aus Frankreich seitens der Compagnie des Alpes.

Aus kaufmännischer Sicht bestärkt die Datenerhebung den Eindruck, dass die Hersteller ihre Preisangebote im Voraus miteinander abstimmen oder absprechen und dass der französische Hersteller Poma am Schweizer Markt nicht interessiert ist.

Die technischen Erwartungen der Betreiber werden von den Herstellern offenbar erfüllt. Die Anlagen, auch die kuppelbaren, sind inzwischen auf einem hohen Niveau. Manche „Extras“ wie die Bubbles werden von den einen sehr geschätzt, doch eine einhellige Meinung über deren sinnvollen Einsatz gibt es nicht (manche Betreiber finden vor allem die Kosten im Verhältnis zum Mehrwert zu hoch oder halten die Extras nur in Einzelfällen für nützlich). Sicherheitsvorrichtungen für Kinder werden ebenfalls sehr geschätzt. Dagegen sind für die meisten Betreiber Sitzheizungen eine überflüssige Spielerei.





Laurent Vanat
19, Margelle
CH - 1224 Genf
Tel/ Fax/ AB: +4122 349 8440
E-Mail: vanat@vanat.ch
Internet: www.vanat.ch