


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 Svizzera

Bilanz der Saison 2011/12 – Schweiz

Die Frequentierung der Skigebiete



Laurent Vanat

Oktober 2012



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 Wintersportorte 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 er selektiv verbreitete Überblicke 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 „Skifahrertage“ 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 neunten Jahr durchgeführt wird. Das vorliegende Dokument stellt die Ergebnisse im Einzelnen vor.

Um die Untersuchung möglichst auf alle wichtigen Wintersportgebiete auszudehnen, hat Vanat zudem seit 2009 seinen Überblick über die internationale Situation konsolidiert (neueste Version: „2012 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: Laurent Vanat

Inhalt

<i>Vorwort</i>	- 4 -
Einleitung.....	- 5 -
<i>Die richtige Reaktion</i>	- 5 -
<i>Geht es mit den Schweizer Skistationen bergab?</i>	- 6 -
<i>Methodik</i>	- 8 -
Saison-Ergebnisse	- 10 -
<i>Skifahrertage 2011/12</i>	- 10 -
<i>Die Branchenumsätze</i>	- 12 -
<i>Verlauf der Saison</i>	- 12 -
<i>Betriebsdauer der Stationen</i>	- 14 -
<i>Regionale Trends</i>	- 16 -
<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 Skifahrertag</i>	- 19 -
<i>Internationaler Vergleich</i>	- 20 -
Die Situation im Beherbergungssektor	- 22 -
Bonusfragen.....	- 25 -
<i>Wie hoch sind die Investitionen in Kunstschnee?</i>	- 25 -
<i>Welche Faktoren beeinflussen die Frequentierung der Skistationen?</i>	- 25 -
<i>Wie viele Fans haben die Stationen auf Facebook?</i>	- 26 -



Seilbahnen Schweiz
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere

Vorwort

Der Dachverband Seilbahnen Schweiz hat nun zum dritten 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.

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 2011/12“ ist bereits die achte aufeinander folgende Wintersaisonanalyse. Wir wünschen allen eine interessante und aufschlussreiche Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen

Ueli Stückelberger, Direktor SBS

Einleitung

Die richtige Reaktion

Die vorliegende Saisonbilanz erforderte zwar auch in diesem Jahr aufwendige Rechercharbeiten, damit eine hinreichende Berechnungsbasis für die Analysen gewährleistet ist. Doch erfreulicherweise ist einigen Betreibern inzwischen der Nutzen dieses Dokuments bewusst, sodass sie zum Saisonende ihre Daten spontan übermitteln. Tatsächlich haben sich viele Betreiber angewöhnt, die erhobenen Zahlen ohne Aufforderung zu senden, sobald sie ihre **Skifahrertage** ermittelt haben. Ihnen gilt an dieser Stelle mein herzlicher Dank, und ich hoffe, dass diese Eigeninitiative anderen ein Ansporn ist. Die Adresse vanat@vanat.ch freut sich jederzeit über Ihre statistischen Daten für die jeweilige Saison, sobald sie Ihnen vorliegen.

Wie eine Saison abschneidet, hängt von vielen Faktoren ab. Schon für eine einzige Station lässt sich das genaue Ergebnis nur schwer vorhersagen, und auf nationaler Ebene wird es noch schwieriger. Eine Untersuchung zeigte kürzlich, dass die Frequentierung in einer Saison letzten Endes nicht unmittelbar mit einem bestimmten Parameter korreliert. So lässt sich beispielsweise weder ein direkter Zusammenhang mit der Konjunkturlage¹ oder der Entwicklung des BIP finden noch mit der Zahl der Hotelübernachtungen, der gesamten Schneefälle, der Anzahl Sonnenstunden oder dem Wechselkurs. Und erst recht nicht mit dem Boom des Internets, das den Skigebieten bisher keine neue Skifahrer beschert hat!

Um eine zuverlässige Statistik auf nationaler Ebene zu erstellen, ist die Konsolidierung der individuellen Ergebnisse jeder Station erforderlich. Dafür ist von jedem Betreiber absolute Transparenz gebeten.



¹ Die Saison 2008/09 beispielsweise schnitt mitten in der Wirtschaftskrise bei der Frequentierung hervorragend ab; sie übertraf sogar die vier vorhergehenden Winter!

Was hat es mit den Skifahrertagen auf sich?

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 Frequentierung 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 mit unterschiedlichen Laufzeiten. 20 mit Rabatt verkaufte Halbtageskarten geben nicht dieselbe Auslastung wieder wie 20 zum vollen Preis verkaufte Wochenabonnements.

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

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

Gezählt werden Skifahrertage 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 Skifahrertage in der Regel nicht signifikant auf das Gesamtergebnis aus. Komplexer ist das Problem bei vernetzten Skigebieten, sofern die Betreiber die Werte separat ermitteln. Bewegen sich die Skifahrer am Berg von einem Liftgebiet zum anderen, sind Mehrfacherfassungen möglich².

Geht es mit den Schweizer Skistationen bergab?

Vergleicht man die letzten Ausgaben der Saisonbilanz, müsste man sich allmählich Sorgen machen um unsere Wintersportindustrie, denn 2011/12 verzeichnen wir zum dritten Mal in Folge einen Rückgang der Frequentierung unserer Skigebiete.

Während die berüchtigte Krise von 2008 sich nicht auf die Anzahl der Skifahrertage auswirkte und der Winter 2008/09 im Fünfjahresvergleich sogar die besten Zahlen auswies, zeigt sich seither ein steter und hartnäckiger Rückgang der Frequentierung, und die Auswirkungen davon sind langsam, aber sicher spürbar.

Obwohl im letzten Winterhalbjahr mehr Gäste aus dem fernen Ausland anreisen, ist es eine Illusion zu glauben, die Chinesen und Russen würden die fehlende Frequentierung zukünftig auffangen. Dass die Skifans aus aller Welt zum Wintersport in die Schweizer Alpen strömen, ist und bleibt ein Wunschtraum. Zwar macht sich die Globalisierung, vor allem dank dem Internet, auch bei uns

² Wir halten hier fest, dass die Daten der meisten verbundenen Gebiete zusammen übermittelt werden, um mögliche Doppelzählungen für die Rangliste zu vermeiden.

bemerkbar, doch wissen wir noch nicht, wie wir mit diesem neuen Medium mehr Kunden anlocken sollen. Und Skifahren kann man im Internet leider auch nicht lernen! Das Internet wird zwar mehr und mehr als Kommunikations- und Verkaufsinstrument eingesetzt (auch wenn es da noch einiges zu lernen gibt), doch erreicht man damit leider nach wie vor nur die bereits vorhandene Klientel. Auf die Frequentierung der Skigebiete kann es sich sogar negativ auswirken, denn zum einen schafft das Internet einen direkten Wettbewerb zwischen den einzelnen Skigebieten und ihren alternativen Freizeitangeboten, zum anderen wird es sogar selbst zur Konkurrentin, denn während die jungen und nicht mehr ganz so jungen Leute mit Surfen im Netz verbringen, sausen sie nicht auf Brettern den Berg runter!

Die Herausforderungen bleiben deshalb in erster Linie, mehr inländische Kunden anzulocken und den Rückgang der Baby-Boomer auszugleichen, die sich allmählich aus dem Markt verabschieden. Und das beginnt schon in der Skischule! Begrüssenswert sind in diesem Zusammenhang die Initiative für die vereinfachte Organisation von Jugendskilagern von Seilbahnen Schweiz mit der Unterstützung von SECO Innotour sowie die Kampagne *tickets4friends*.

In der letzten Saison war allerdings auch deutlich spürbar, dass der starke Franken die Schweizer Skistationen im internationalen Wettbewerb in eine heikle Lage bringt. Vor fünf Jahren noch hiess es, der Wintersport in der Schweiz sei längst nicht mehr so teuer wie früher, doch genau das Gegenteil ist jetzt wieder der Fall. Die Schweizer Skiorte müssen sich deshalb durch ein besonders attraktives Angebot von anderen Skiorten abheben und mit der Aussicht auf ein unvergleichliches Wintersporterlebnis neue Kunden werben.

Auch weht im Marktsegment der Wintersportorte offenbar ein immer rauerer Wind. Ein heimtückisches Phänomen, das schon in der Saison 2010/11 zu beobachten war, beeinträchtigte auch im letzten Winter die Frequentierung zusätzlich: Ich spreche von der Massenhysterie, ausgelöst von übertriebenen Medienberichten. Als es im Februar ein paar Temperaturstürze gab, überschlugen sich die Medien sofort mit Warnungen vor sämtlichen Gefahren, die beim Skifahren unter minus 15 Grad lauern! Wenn dies zuträfe, dürfte es in Quebec keinen einzigen Skiort geben!



Methodik

Im neunten Jahr in Folge wurden die Schweizer Seilbahn- und Sesselliftbetreiber in dieser Saison direkt nach ihren Skifahrertagen, Betriebstagen und Umsätzen aus Transport- und anderen Aktivitäten befragt. Weitere Daten zur Validierung der Angaben wurden nicht erhoben. Ausgehend von den bisherigen Erfahrungen und den vorliegenden Informationen der letzten Jahre wurden die Zahlen dennoch auf Plausibilität geprüft und im Zweifelsfall die Betriebe um Erläuterungen bzw. Bestätigung gebeten.



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

Die Analyse basiert auf den Angaben von 95³ der 198 offenen Stationen, was 88% aller Skifahrertage entspricht, die in dieser Saison anfielen. Bis auf ganz wenige Ausnahmen übermittelten alle grossen Skistationen ihre Daten, die meisten kleinen Stationen hingegen nicht. Der Rest, also 12% der Eintritte, wurde unter Berücksichtigung der individuellen Merkmale der jeweiligen Station durch Hochrechnung sämtlicher verfügbarer Parameter geschätzt⁴. Die namentliche Rangliste der Stationen mit den meisten Skifahrertagen enthält lediglich die Daten der 20 Stationen mit den meisten Skifahrertagen. Die Hochrechnungen der Frequentierung der übrigen Stationen flossen zwar in die Ermittlung der Gesamtzahlen ein, werden jedoch im vorliegenden Dokument nicht im Einzelnen aufgeführt.

Analysiert wurden die Zahlen für die Wintersaison 2011/12, mit Ausnahme von Saas Fee und Zermatt. Da sie als einzige Stationen in der Schweiz auch über Sommerskigebiete verfügen, wurden bei ihnen auch die Skifahrertage der Sommersaison 2011 berücksichtigt.

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

³ Der Begriff „Station“ bezeichnet in diesem Dokument unterschiedslos die Wintersportgebiete, in denen mehrere Anlagen mit gemeinsamem Ticketverkauf konsolidierte Daten zu dieser Untersuchung beigesteuert haben, und miteinander verknüpfte oder unverbundene Einzelorte, die ihre Daten vorzugsweise separat vorlegen. Mit Ausnahme der Walliser Betriebe übermitteln die meisten Skigebiete ihre Daten konsolidiert.

⁴ Das Rechenmodell erlaubt die Berücksichtigung von Parametern bezüglich der Regionen, der Grösse und Höhenlage der Stationen.

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

Selbstverständlich werden die Daten der Betreiber im Rahmen der vorliegenden Untersuchung absolut vertraulich behandelt⁵.



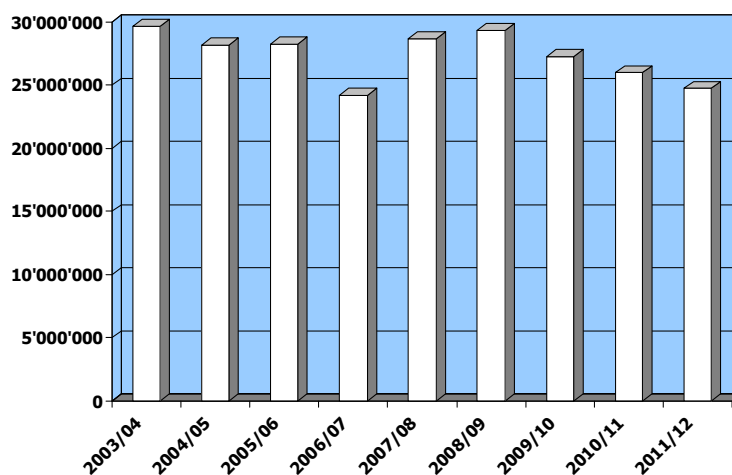
⁵ Sämtliche bei den Betreibern erhobenen Daten werden zusammengefasst und tauchen nirgendwo in diesem Bericht als individuelle Zahlen auf. Eine Ausnahme bildet die beliebte Rangliste der 20 in Bezug auf Skifahrtage führenden Stationen. Gegenüber Dritten werden die Daten keinesfalls offengelegt.

Saison-Ergebnisse

Skifahrertage 2011/12

Mit **24,8 Mio.** Skifahrertagen war die Saison 2011/12 die schlechteste seit fünf Jahren. Gegenüber der vorigen Saison (26,0 Mio. Skifahrertage) schnitt sie um 4,8%, gegenüber dem Fünfjahresmittel um 8,7% schlechter ab. Immerhin war sie besser als die schlechte Saison 2006/07, in der nur 24,2 Mio. Skifahrertage zusammenkamen.

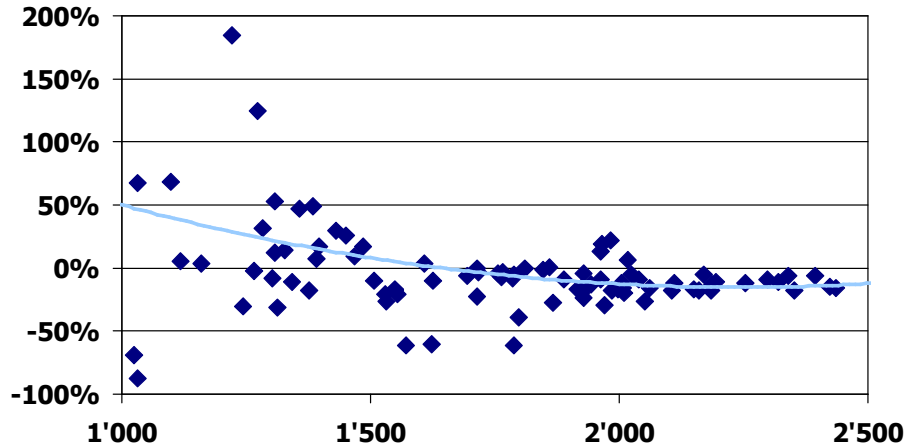
Entwicklung der Wintereintritte der Schweizer Skistationen (Skier-days)



Im Winter 2011/12 profitierten in der Regel vor allem die in geringeren Höhen gelegenen Stationen von einer Trendwende. Bei ihnen stieg die Frequentierung an, während sie bei den Stationen in mittleren Höhenlagen sank oder bestenfalls stagnierte.

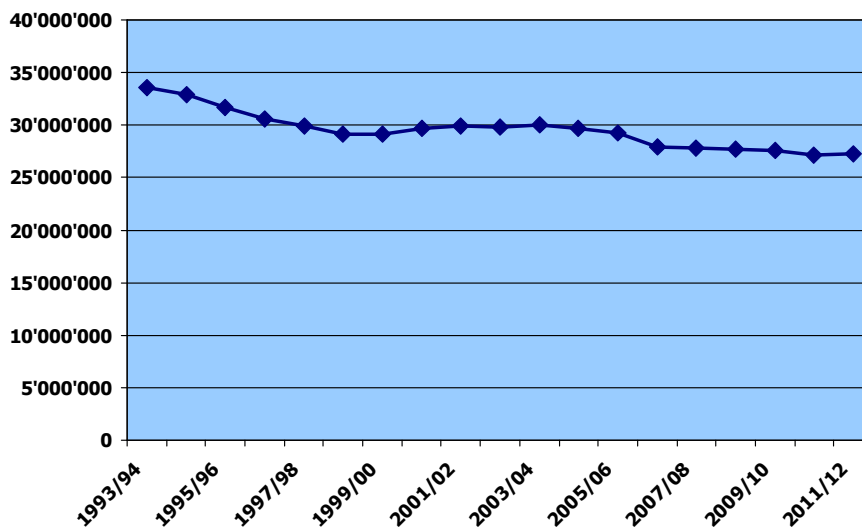
Wie bereits mehrfach festgestellt, reagieren die Stationen in mittleren Höhen von weniger als 1500 Metern ganz offensichtlich weitaus sensibler auf die spezifischen Bedingungen der Saison als andere. Das belegt die Streuung im nachfolgenden Diagramm.

Abweichungen der Skier-days nach Höhe der Stationen (Saison 2011/12 im Vergleich zum Fünfjahresmittel)



Da es sich bei den Stationen in geringer Höhe eher um kleinere Anlagen handelt, überrascht es nicht, dass die Frequentierung bei den kleinen Akteuren mit unter 100'000 Skifahrertagen im Schnitt um 9,9% im Vergleich zur Vorsaison zunahm. Sie machen jedoch nur 15,7% des Gesamtvolumens dieser Saison aus, obwohl es sich um insgesamt 143 der 198 Stationen handelt, die in der letzten Saison geöffnet waren. Der Rückgang bei den meisten grossen Stationen (die meist in höheren Lagen angesiedelt sind) dominiert in dieser Saisonbilanz.

Entwicklung des Fünfjahres-Durchschnitts der Skier-days



Auch nach Glättung des Fünfjahresmittels stagniert die Frequentierung in geringeren Höhen. Das unterstreicht eindeutig die bereits in der Einleitung genannte Herausforderung an die ganze Branche.

Die Branchenumsätze

Die Transporteinnahmen insgesamt beliefen sich in der Wintersaison 2011/12 auf schätzungsweise **CHF 741,5 Mio.** und damit auf 10,3% weniger als in der Vorsaison (CHF 826,9 Mio.). Dieser Rückgang ist deutlich ausgeprägter als bei den Skifahrertagen. Er sollte mit einer gewissen Zurückhaltung interpretiert werden⁶, auch wenn gewisse Faktoren, die in diesem Bericht erwähnt sind, diesen zumindest teilweise erklären können. Die Differenz könnte insbesondere darauf beruhen, dass ein grösserer Teil der gesamten Skifahrertage von den preiswerteren Stationen realisiert wurden.

Auch die streckenweise in dieser Saison ungünstigen Wetterbedingungen machten sich auf den Terrassen der Bergrestaurants offenbar bemerkbar. Bei einer Stichprobe unter den berücksichtigten Betrieben war diesbezüglich ein Umsatzrückgang von 4,9% festzustellen. Bei den Einnahmen aus anderen Aktivitäten hatten wir bereits in der letzten Saisonbilanz aufgrund des unterschiedlichen Charakters der angebotenen Leistungen Bedenken geäussert bezüglich der Vergleichbarkeit zwischen den Saisons⁷. Diese Einkünfte unterlagen in der Stichprobe starken Schwankungen, die sich jedoch nicht aussagefähig interpretieren lassen.

Verlauf der Saison

Aufgrund des späten Eintritts von Kälte und Niederschlägen nahmen einige Stationen den Betrieb mit Verspätung auf. Dank der üppigen Schneefälle kurz vor den Feiertagen, die bis ins Flachland den Wintereinbruch verkündeten, waren die Pisten dennoch für die Weihnachtsferien gut gerüstet. Trotz des stellenweise recht hohen Lawinenrisikos konnten die Stationen deshalb den Feriengästen über

⁶ Der Rückgang zeigt nämlich nicht zwangsläufig einen effektiven Umsatzrückgang in gleicher Höhe an, sondern zum Teil auch gewisse Schwierigkeiten bei der Datenerhebung und bei der Trennung zwischen dem jeweiligen Geschäftsjahr und der Wintersaison. Andererseits liefern die Betreiber diese Zahlen in manchen Jahren, jedoch für andere nicht oder nicht rechtzeitig, sodass die Daten extrapoliert werden müssen, was wiederum Abweichungen zur Folge haben kann. Leider sind sich manche Betreiber noch immer nicht im Klaren, wie schwierig es ist, die Daten im Rahmen der jährlichen Umfrage für diese Saisonbilanz unter bestmöglichen Bedingungen zu erheben.

⁷ Die genaue Natur dieser Einkünfte wurde bei der Jahresumfrage nicht immer angegeben.

Weihnachten und Neujahr immerhin gute Schneeverhältnisse bieten. Doch dann war das Wetter weniger kooperativ: Die erste Januarwoche war gemischt. Sie begann mit mildereren Temperaturen und Regen, gefolgt von starken Schneefällen. In den Höhen übertrafen die Schneemengen schnell die für die Jahreszeit üblichen Werte. Erst in der zweiten Januarwoche gab es wieder reichlich Sonnenschein, der aber nur den Glücklichen zugute kam, die das „Januarloch“ für ihre Ferien nutzen konnten.

Dennoch litt der Verkauf von Saison-Abonnements durch den Schneemangel Ende November/Anfang Dezember offenbar nur wenig.

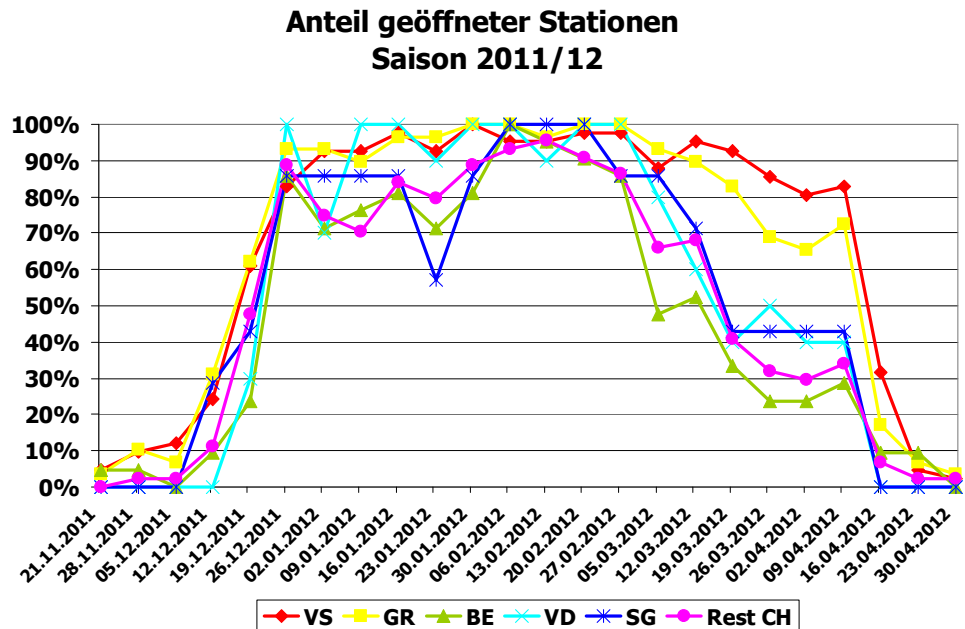
Ende Januar war die Frequentierung der Stationen zufriedenstellend, dafür blieb der massive Kälteeinbruch Anfang Februar nicht ohne Folgen. Wie schon in der letzten Saison geht es hier nicht direkt um Ursache und Wirkung, vielmehr sind es Nebeneffekte, die sich unangenehm bemerkbar machen. Die von den Medien angeheizte Hysterie schreckte potentielle Kunden ab; denn obwohl die Temperaturen in den Bergen nur um wenige Grad unter den für die Jahreszeit gewohnten Werten lagen, rieten die Medien ihnen praktisch unverblümt vom Skifahren ab! Ganz offensichtlich müssen die von den Medien verbreiteten Inhalte und die Leichtfertigkeit gewisser Journalisten künftig als neuer Einflussfaktoren auf die Frequentierung der Stationen berücksichtigt werden!

Weil Ostern diesmal relativ früh war, hätte es durchaus eine gute Chance sein können, den Rückgang der Frequentierung aufzuholen. Doch die Wetterumstände waren dafür nicht förderlich.



Betriebsdauer der Stationen

Der Anteil der während der Saison geöffneten Stationen entwickelte sich wie folgt⁸:



Das Problem der späten Betriebsaufnahme stellte sich zwar überall in der Schweiz, doch konnten die meisten Stationen während der Weihnachtsferien öffnen, sodass ein plötzlicher Anstieg zu verzeichnen ist. Die Öffnungsdaten bleiben dann zwei Monate lang auf hohem Niveau, doch es fällt auf, dass einige Stationen schon Ende Januar schlossen. 93% der Stationen blieben jedoch bis Ende Februar in Betrieb. Im März dagegen schlossen die meisten rasch hintereinander; über die Hälfte der Stationen war an Ostern bereits ausser Betrieb. Eine Ausnahme bildeten die Kantone Graubünden und Wallis, wo rund 80% der Stationen über Ostern weiter geöffnet blieben. Danach endete die Saison praktisch ebenso abrupt, wie sie begonnen hatte. Nach Mitte April waren nur noch vereinzelt Stationen geöffnet.

Die Saison war also kurz, aber hinsichtlich der Anzahl Betriebstage vergleichsweise intensiv; die Stationen konnten in allen Kantonen eine annehmbare Betriebsquote vermelden.

Zur endgültigen Schliessung mehrerer sehr kleiner Stationen in den letzten Jahren kommen fünf weitere Stationen hinzu, um die es

⁸ Gem. einer 14-tägigen Übersicht über die geöffneten Stationen auf www.myswitzerland.com

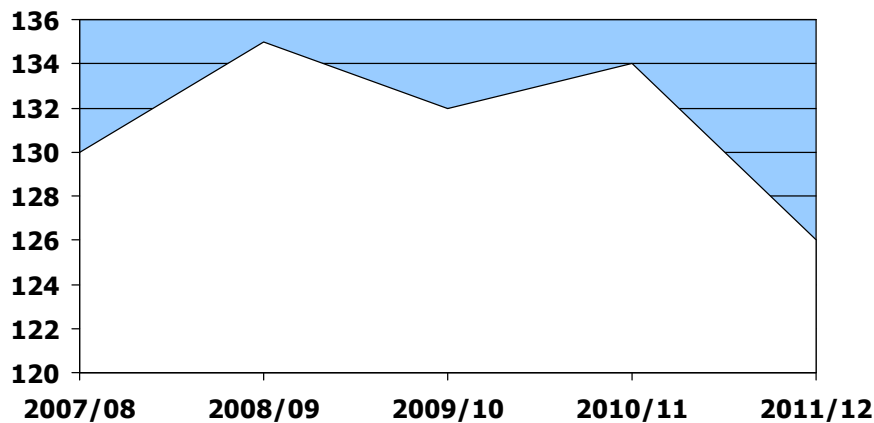
offenbar schlecht steht und die ganze Saison über geschlossen blieben.

Die von den teilnehmenden Stationen im Rahmen der diesjährigen Umfrage mitgeteilten Betriebszeiten verteilten sich wie nachfolgend für die Hauptkantone aufgelistet:

Betriebstage Winter 2011/12			
Kanton	Minimum	Durchschnitt	Maximum
AI	94	94	94
AR	13	13	13
BE	49	99	149
FR	92	100	107
GL	117	118	119
GR	95	129	218
JU	52	52	52
LU	78	101	124
NE	57	65	72
NW	89	101	112
OW	92	123	156
SG	88	105	122
SZ	12	87	121
TI	72	90	108
UR	150	150	150
VD	72	96	120
VS	90	132	365
Summe	12	97	365

Schaut man sich eine konstante Stichprobe der Stationen über die letzten fünf Saisons an, wies der Winter 2011/12 im Schnitt eindeutig weniger Betriebstage auf als die vorangehenden vier Saisons.

Entwicklung der Anzahl Betriebstage anhand einer konstanten Stichprobe



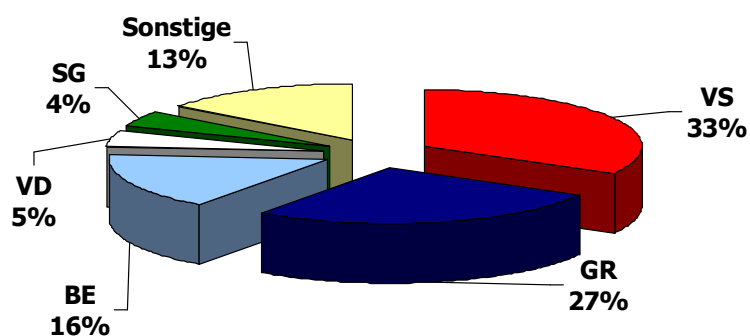
Diese Stichprobe weist in der Tat im Durchschnitt vier bis neun Betriebstage weniger auf als in den Saisons davor. Die späte Öffnung zu Weihnachten und die abrupte Schliessung der Stationen nach Ostern (Anfang April) machen sich deutlich bemerkbar. Zweifellos wirkte sich diese geringere Anzahl Betriebstage zwangsläufig auf die Zahl der tatsächlichen Skifahrertage aus.



Regionale Trends

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

**Verteilung der Skier-days der Saison 2011/12
(24,8 Mio.)**



Diese Spitzengruppe ist dicht gefolgt von den Kantonen mit den meisten kleinen Stationen. Bei ihnen entspricht die Frequentierung nicht immer automatisch dem Schweizer Durchschnitt. In Appenzell, Freiburg, Glarus, Jura, Neuenburg, Solothurn, Schwyz, Zug und Zürich stieg die Frequentierung sogar sowohl im Vergleich zur Vorsaison als auch zum Fünfjahresmittel an. Die dortigen Stationen

profitierten von der Kälte und der bis in niedrige Höhen reichenden Schneedecke, die einen Teil der Saison anhielt.

Winterfrequentierung nach Hauptkantonen (Skifahrertage)

Kanton	Rangliste 2010/11	Rangliste 2011/12	Abweichung vom Fünf- jahresmittel	Abweichung von der Vorsaison
VS	8'507'553	8'176'513	-11,6%	-3,9%
GR	7'407'544	6'664'563	-13,2%	-10,0%
BE	4'128'804	3'966'016	-7,3%	-3,9%
VD	1'060'604	1'206'840	0,1%	13,8%
SG	1'092'732	1'107'841	-1,9%	1,4%
Sonstige	3'795'571	3'632'349	2,1%	-4,3%
Summe	25'992'808	24'754'122	-8,7%	-4,8%

In den Kantonen der Spitzengruppe hat Waadt bei der Frequentierung im Winter 2011/12 einen spektakulären Zuwachs vorzuweisen (+13,8%). Lediglich St. Gallen verzeichnete ebenfalls eine leichte Steigerung (+1,4%). Besonders ausgeprägt und einheitlich war der Rückgang mit allgemein -10,0% in Graubünden. Im Wallis dagegen stellten die Stationen im Unterwallis insgesamt ebenso wie ihre Nachbarn im Kanton Waadt eine Steigerung fest, während die Frequentierung im übrigen Kanton generell abnahm. Da der Rest des Kantons stärker wiegt, zeigt die Zahl für das Wallis insgesamt einen Rückgang um 3,9% im Vergleich zum Vorjahr. Da die Walliser Stationen in der letzten Saison vom Rückgang eindeutig stärker betroffen waren als die Bündner, weisen sie im Fünfjahresvergleich mit einer um rund 12% rückläufigen Frequentierung das gleiche ungünstige Abweichungsniveau auf.

Kundenkreis

Der Abwärtstrend bei der Frequentierung beruht offenbar gleichermassen auf dem Verhalten der Tagesbesucher der grossen Stationen, auf dem Rückgang europäischer Gäste und der Tendenz der Feriengäste zu einer kürzeren Aufenthaltsdauer (die zum Teil auch erklären würde, warum der von ihnen generierte Umsatz stärker rückläufig war als bei den Ski fahrenden Tagesgästen). Auffällig ist allerdings, dass die Tageskunden im Wesentlichen den Anstieg der Frequentierung bei den Stationen im Mittelland bedingen. Angesichts der guten Schneeverhältnisse



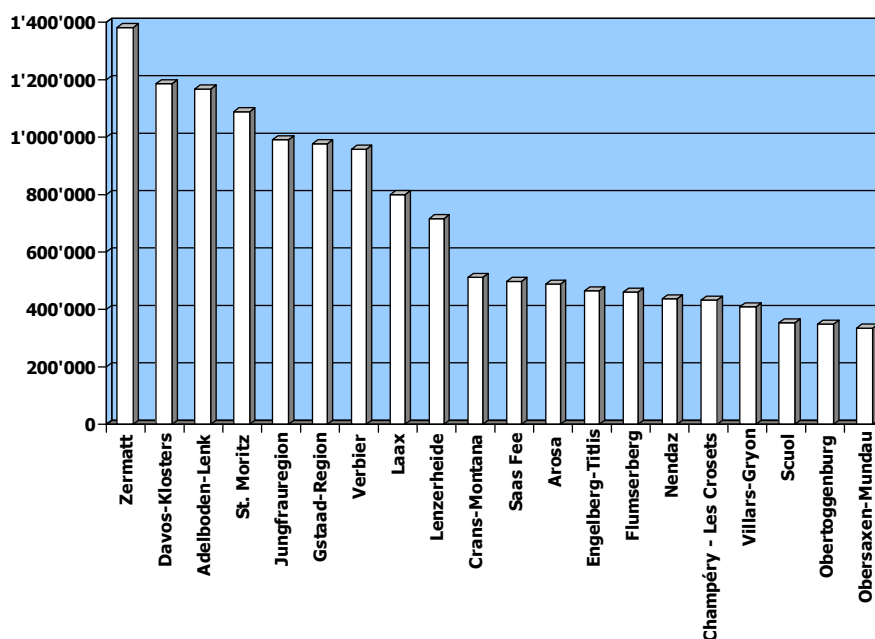
wählten sie offenbar eher die nahe gelegenen Ziele als die Alpen.

Der Zusammenhang zwischen dem starken Schweizer Franken und der Abnahme der Frequentierung scheint offensichtlich, doch sollte man sich vor solch vereinfachenden Hypothesen hüten. Es ist zwar richtig, dass der Rückgang europäischer Kunden (bei den wichtigsten europäischen Kundengruppen im Winterhalbjahr im Mittel um 10%⁹) dabei durchaus eine Rolle spielt, doch lässt sich der unmittelbare globale Effekt nur schwerlich quantifizieren.

Rangliste der Haupt-Wintersportstationen

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

Gemeldete Wintereintritte der wichtigsten Schweizer Stationen in der Saison 2011/12 (Skier-days)



Auffallend sind in dieser Saison mehrere Verschiebungen der gewohnten Plätze in den Top 20. Adelboden-Lenk und St. Moritz tauschen die Plätze, ebenso Gstaad-Region und Verbier. Auch die Inhaber der Plätze 10 bis 14 wechselten im Vergleich zum Vorjahr. Auffällig ist, dass Villars-Gryon um drei Plätze nach oben rückt.

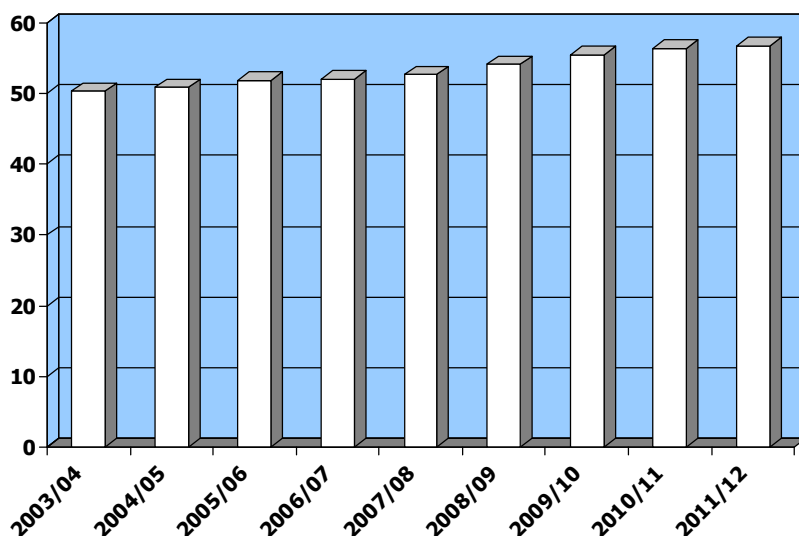
⁹ Gemessen an der Zahl der Anreisen internationaler Touristen in Hotels und Kureinrichtungen

Preisentwicklung

Preisentwicklung bei Skipässen in der Schweiz

Basierend auf dem Tagespass für Erwachsene zum Volltarif ergibt sich in der Stichprobe¹⁰ für die letzte Saison ein mittlerer Preisanstieg von CHF 0.38. Die Erhöhung fiel im Durchschnitt geringer aus als in den Vorjahren (meist CHF 1.00 pro Tagespass); zwei Drittel der Stationen nahmen keine Preiserhöhung vor; eine senkte den Tagespreis sogar um CHF 3.00. Der mittlere Preis für einen Tagespass für Erwachsene zum Volltarif betrug in dieser Saison in der berücksichtigten Stichprobe CHF 56.69 (inkl. MWSt).

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



Mittlerer Preis pro Skifahrertag

Aufgrund der Tarifschwankungen und der Zusammensetzung der Tarifgruppen der in dieser Saison tatsächlich verkauften Pässe gingen die konkreten Einnahmen der Betriebe pro Skifahrertag im nationalen Durchschnitt gegenüber der Vorsaison um 5,8% zurück. Der mittlere

¹⁰ Grundlage ist die Entwicklung in einer Stichprobe aus 39 Schweizer Stationen im Jahresvergleich.

Preis pro Skifahrer tag für die Saison 2011/12 betrug CHF 32.35 (inkl. MWSt.) gegenüber CHF 34.36 im Winter davor¹¹.

Wie oben bereits ausgeführt, bevorzugten in dieser Saison mehr Skigäste die Stationen im Mittelland, die generell niedrigere Preise anbieten als diejenigen in den Alpen. Das erklärt vielleicht zumindest teilweise diese Entwicklung.

Ausgehend vom oben genannten mittleren offiziellen Preis pro Stichprobe sank die Tarifrendite¹² insofern 2011/12 von 61,0% auf 57,1% ab.

Internationaler Vergleich

Die folgende Tabelle analysiert die offiziellen Preise der Saison 2011/12 für einen Tages-Skipass für Erwachsene bei den grossen Skistationen in Österreich, Frankreich, Italien und der Schweiz¹³.

Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in der Saison 2011/12 (in CHF) in den Top 10-Stationen

Land	Niedrigster Preis	Mittlerer Preis	Höchster Preis
Österreich	47.40	52.04	55.80
Frankreich	42.60	50.97	60.00
Italien	40.80	54.49	62.40
Schweiz	60.00	67.33	86.00

Wechselkurs: EUR 1 = CHF 1,20

Der Vergleich basiert auf einem Wechselkurs vom Euro zu CHF 1.20. Durch den Wertverlust des Euro fällt der Vergleich für die Schweizer Stationen ungünstiger aus als zuvor, und die Preisunterschiede werden allmählich deutlich spürbar. Während die Preise in den letzten fünf Jahren in der Höhe absolut vergleichbar waren, hat sich der Abstand nun deutlich vergrössert, wie das nachfolgende Diagramm belegt. Rechnet man die Preise in Schweizer Franken um, scheint es,

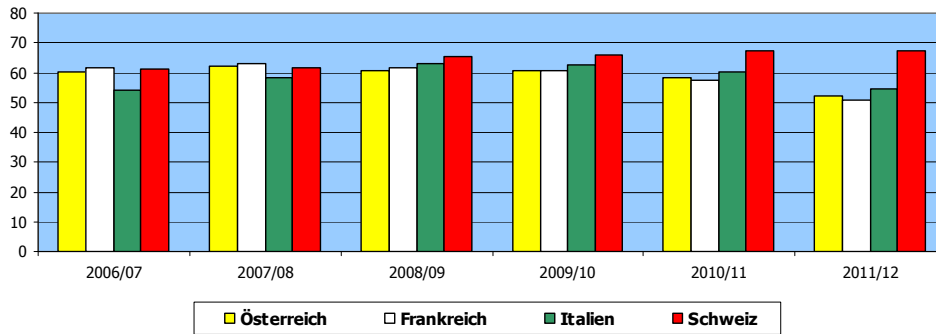
¹¹ Mittlerer Preis pro Skifahrer tag: Mittlerer tatsächlich gezahlter Preis für einen Skitag unter Berücksichtigung von Ermässigungen, Rabatten, Freikarten, Abonnements und Saisonpauschalen.

¹² Verhältnis zwischen dem mittleren Preis pro Skifahrer tag und dem Preis für einen Tagespass für Erwachsene zum offiziellen Volltarif

¹³ Die Preise werden anhand der folgenden Stichprobe ermittelt: Arosa, Champéry, Crans-Montana, Davos-Klosters, Engelberg-Titlis, Jungfrauregion, Laax, Saas Fee, St. Moritz, Verbier, Zermatt, Zermatt (International), Alpe d'Huez, Avoriaz, Chamonix-Mont-Blanc, Grand Massif, La Plagne, Les 2 Alpes, Les 3 Vallées, Les Arcs, Megève, Paradiski, Portes du Soleil, Alta Badia (Dolomitti Superski), Breuil-Cervinia (International), Cortina d'Ampezzo (Dolomitti Superski), Courmayeur (Mont-Blanc unlimited), Kronplatz (Dolomitti Superski), Livigno, Madonna di Campiglio, Marmolada (Dolomitti Superski), Sauze d'Oulx, Selva-Val Gardena (Gröden), Sestriere (Via Latea International), Hochzillertal, Ischgl, Kaprun, Mayrhofen, Mölltaler Gletscher, Serfaus-Fiss-Ladis, Sölden, St Anton, Stubai Gletscher, Wilder Kaiser Brixental (All Star Card), Zillertal 3000.

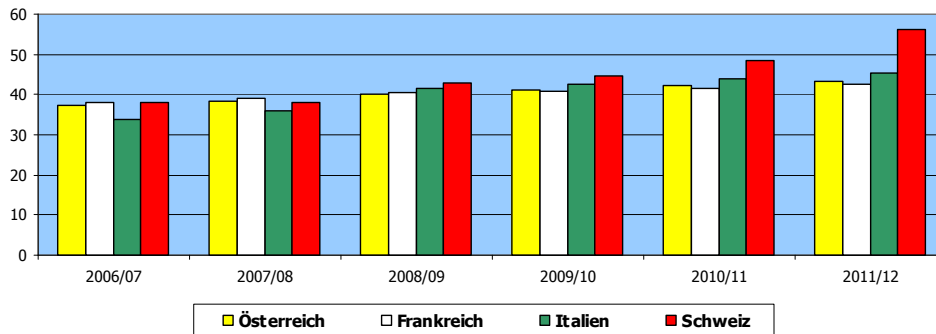
als hätten die übrigen Alpenländer ihre Preise gesenkt. Dass dies nicht der Fall ist, erkennt man aber unschwer am Diagramm darunter, das die gleichen Preise in Euro umgerechnet zeigt.

Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in der Saison 2011/12 (in CHF) in den Top 10-Stationen



Betrachtet man die Preise in Euro, erkennt man nämlich auch in den übrigen Ländern eine Preiserhöhung:

Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in der Saison 2011/12 (in Euro) in den Top 10-Stationen



Die Situation im Beherbergungssektor

Die Zahl der Übernachtungen sank in der Wintersaison erheblich. 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)¹⁴

Region	Übernachtungen	Übernachtungen	Differenz
	Saison 2010/11	Saison 2011/12	
Graubünden	3'039'843	2'797'125	-7,98%
Wallis	2'233'629	2'096'451	-6,14%
Berner Oberland	1'605'661	1'517'269	-5,51%
Summe	6'879'133	6'410'845	-6,81%

Quelle: BFS

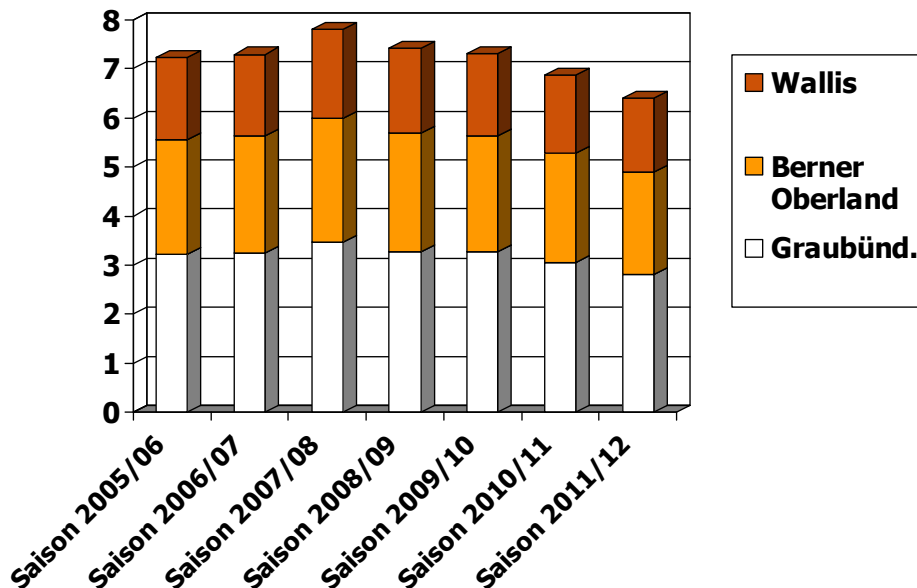
Die Anzahl der Hotelübernachtungen sank demnach stärker als die Anzahl der Skifahrtage (-6,8% zu -4,8%). Die Zahl der Anreisen internationaler Touristen in den Hotels und Kureinrichtungen verringerte sich hingegen im Winterhalbjahr nur um 2,3%. Die Anreisen von Schweizer Gästen stiegen sogar um 1,5%. Das bedeutet, dass die Aufenthaltsdauer sich deutlich verkürzt hat.



¹⁴ Die Hotelkapazität konzentriert sich in allen drei Feriengebieten im Wesentlichen auf die Betriebe in den Bergstationen, obwohl es auch Häuser im Flachland oder in den Städten gibt.

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)



Nach dem bereits im Vorwinter festgestellten Rückgang sank die Gesamtzahl der Anreisen ausländischer Gäste im Winter 2011/12 nochmals. Betrachtet man die elf wichtigsten Herkunftsländer, ist der Rückgang vergleichbar mit dem der Skifahrertage.

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

Herkunft	Saison 2009/10	Saison 2010/11	Saison 2011/12	Differenz
Deutschland	1'000'098	931'905	824'998	-11,47%
Frankreich	322'486	320'719	318'713	-0,63%
Vereinigtes Königreich	336'392	330'311	306'697	-7,15%
USA	228'855	249'197	246'741	-0,99%
Italien	251'789	237'358	223'821	-5,70%
China	93'797	128'678	181'110	40,75%
Niederlande	153'760	139'979	123'679	-11,64%
Russland	80'425	94'053	103'578	10,13%
Belgien	109'422	100'326	92'017	-8,28%
Spanien	83'755	86'232	88'829	3,01%
Österreich	78'090	78'256	75'719	-3,24%
Summe	2'738'869	2'697'014	2'585'902	-4,12%
Differenz	2,08%	-2,90%	-4,12%	

Quelle: BFS

Während insgesamt weniger Gäste aus europäischen Ländern anreisen, stieg die Zahl russischer Touristen weiter an. Auffällig ist der Anstieg chinesischer Gäste. Da es bei ihnen jedoch leider keine Wintersportkultur gibt, ist es illusorisch zu glauben, sie könnten in absehbarer Zeit die übrigen Nationalitäten in den Skigebieten ersetzen.



Bonusfragen

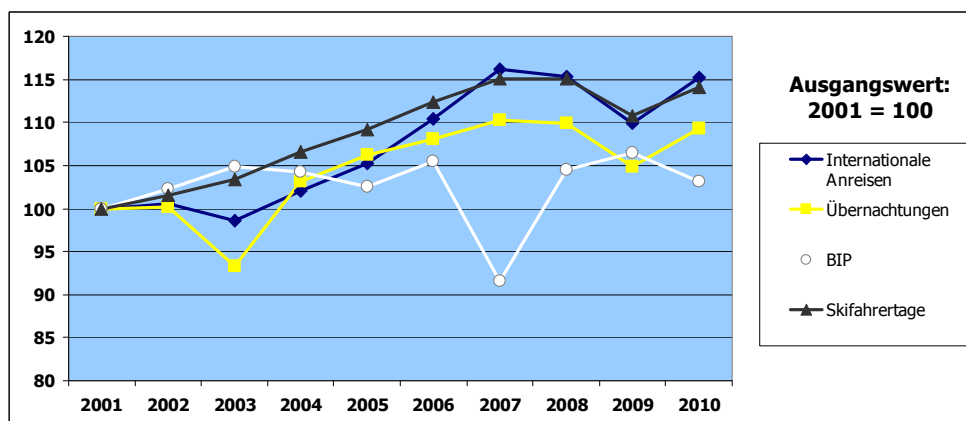
Wie hoch sind die Investitionen in Kunstschnee?

Anlässlich der Umfrage zur Wintersaison 2011/12 fragten wir auch, welche Investitionen in Kunstschnee im Jahr 2011 getätigt wurden.

Aus der Stichprobe von 58 Stationen, die diese Frage beantworteten, hatten 57% im Jahr 2011 in Beschneiungsanlagen investiert. Die Investitionen beliefen sich im Schnitt auf CHF 946'420. Jedoch gab es eine erhebliche Bandbreite: von Grossprojekten zu 10 Mio. Franken bis hin zur Erneuerung einzelner Schneelanzen, für die ein fünfstelliger Betrag veranschlagt war.

Welche Faktoren beeinflussen die Frequentierung der Skistationen?

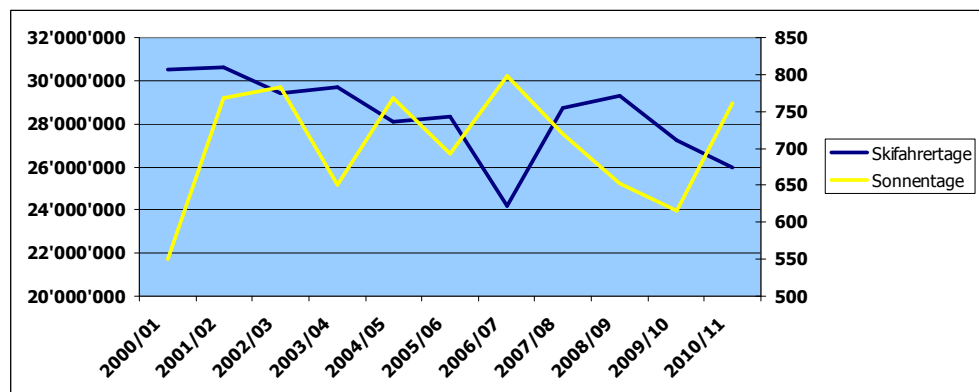
Die Beurteilung der Saisonergebnisse ist immer eine heikle Angelegenheit. Ein Indikator, der eine zuverlässige Prognose gestatten würde, wäre von erheblichem Nutzen. Eine kürzlich durchgeführte Analyse des Jahrzehnts 2001 bis 2010 bezogen auf die wichtigsten Skimärkte versuchte deshalb Faktoren herauszuarbeiten, die sich mit der Frequentierung der Skistationen korrelieren lassen. Das folgende Diagramm zeigt die Ergebnisse für die Schweiz, die jedoch identisch mit denen aller grossen Skimärkte sind.



Ausgehend von einem Grundwert 100 für 2001 vergleicht das Schaubild die Entwicklung der vier Indikatoren BIP (Bruttoinlands-

produkt), internationale Anreisen, Hotelübernachtungen und Skifahrertage. Die drei ersteren Werte weisen eine steigende Tendenz auf (nach dem Einbruch der Anreisen internationaler Feriengäste aufgrund der Ereignisse im September 2001 und des Irakkriegs). Die Skifahrertage hingegen weisen als einziger Indikator kein Wachstum auf.

Für eine zweite Korrelationsanalyse wurden die wirtschaftlichen Parameter einmal beiseite gelassen und stattdessen die Sonnentage bei einer Stichprobe Schweizer Stationen verglichen. Anhand einer Skala (rechts) wurde die Anzahl Sonnenstunden aufgetragen. Auch hierbei war keine direkte Korrelation zwischen der Entwicklung der Skifahrertage und der Fülle (oder dem Mangel) an Sonnenschein zu erkennen!



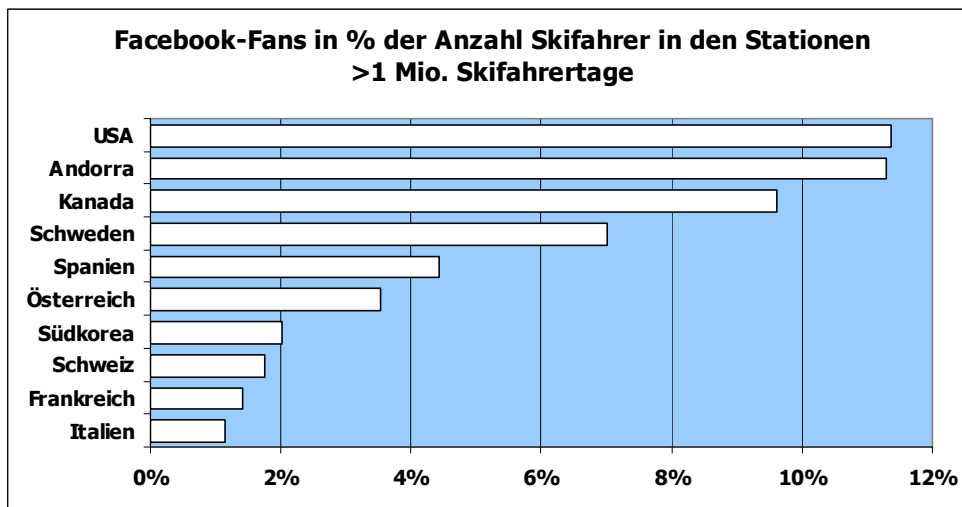
Eine Untersuchung über einen Zusammenhang mit Schneefällen über zehn Jahre wurde zwar nicht für die Schweiz durchgeführt, jedoch für die Vereinigten Staaten. Sie ergab auch hier keine statistisch signifikante Korrelation der Frequentierung mit der Schneemenge.

Wie viele Fans haben die Stationen auf Facebook?

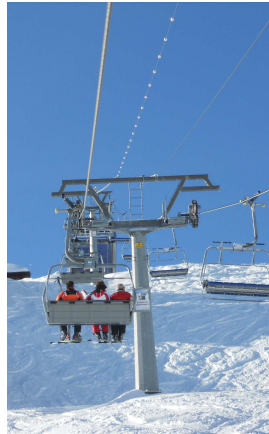
Die sozialen Medien sind zwar heutzutage nicht mehr zu umgehen, doch tut man sich noch schwer, sie für die Wintersportstationen nutzbringend einzusetzen. Die kürzlich durchgeführte Analyse, wie viele Facebook-„Fans“ die grössten Skistationen weltweit verzeichneten¹⁵, macht die reale Situation deutlich: Nur wenige Prozent der Leute, die in den Alpen Ski laufen, geben sich als Fan der jeweiligen Stationen zu erkennen (oder wählen Facebook, um ihre

¹⁵ Rund 50 Stationen, die im Grunde die Million Skifahrertage im Jahr übersteigen

Vorliebe für bestimmte Stationen publik zu machen)! Das folgende Diagramm lässt keinen Zweifel am Ergebnis dieser Analyse.



Wie gesagt: Im Internet lernt man nicht Skifahren!



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