

Tourismus | Die Walliser Bergbahnen erleben harte Zeiten – doch Prof. Dr. Philipp Lütolf malt nicht nur schwarz

«10- bis 15-prozentiges Wachstum bei den Skier Days nicht unrealistisch»

WALLIS | Prof. Dr. Philipp Lütolf, Dozent und Studienleiter im Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ, publiziert bereits seit mehreren Jahren Analysen zur Schweizer Bergbahnenbranche. In seiner neusten Studie kommt er zum Schluss, dass gegenwärtig zwei Drittel der Betriebe zu wenig rentabel sind, um zukünftige Ersatzinvestitionen zu tätigen.

Philipp Lütolf, mit der Wintercard für 222 Franken setzte Saas-Fee im letzten Jahr als erste Destination auf eine Tiefpreisstrategie. In diesem Jahr kommen mit dem Magic Pass für 359 Franken, bei dem 25 Waadtländer und Walliser Bergbahnen mitmachen, und dem Top-4-Saisonabo

für 666 Franken im Berner Oberland weitere hinzu, wie sehen Sie diese Entwicklung?

«Diese Entwicklung birgt sicher einige Gefahren. Im letzten Jahr war das Angebot in Saas-Fee noch einzigartig, weshalb die Destination eine grosse Chance hatte, damit bei den Skier Days zuzulegen. Am Ende geht eine 20-prozentige Preisreduktion nur auf, wenn man bei den Skier Days um mindestens 25 Prozent zulegen kann. Zudem ist diese Entwicklung besonders für die kleinen Gebiete sehr gefährlich, wenn plötzlich Destinationen wie Saas-Fee nicht mehr teurer sind.»

Die Skier Days in Saas-Fee sind 2016/17 um sage und schreibe 200 000 Tage angestiegen. Das ist gewaltig, aber solche Zahlen werden in diesem Verdrängungsmarkt kaum zu wiederholen sein...

«Saas-Fee hat ja nicht nur günstige Tarife zu bieten, sondern auch die extreme Schneesicherheit. Ich glaube nicht, dass Destinationen, die nicht schneesicher sind oder sonstige Wettbewerbsvorteile aufweisen, diesen Erfolg so einfach kopieren können. Auch wenn es jetzt im Unterwallis, in der Waadt und im Berner Oberland andere Tiefpreis-Abos gibt, werden deshalb lange nicht alle Gäste dorthin zurückkehren. Die Tiefpreisstrategie ist zudem nur für Destinationen sinnvoll, die vorher wenig Saisonabos verkauft haben, ansonsten findet eine starke Kannibalisierung der alten, teureren Saisonabos statt.»

Sie nennen den hohen Eurokurs als einen der Hauptgründe, weshalb die Frequenzen bei den Schweizer Bergbahnen seit der Saison 2008/09 derart zurückgegangen sind. Viele Schweizer und ausländische Gäste gehen nach Österreich, können die günstigen Abos dem entgegenwirken?

«Zudem ist diese Entwicklung besonders für die kleinen Gebiete sehr gefährlich, wenn plötzlich Destinationen wie Saas-Fee nicht mehr teurer sind»

Prof. Dr. Philipp Lütolf
Hochschule Luzern

«Das glaube ich weniger. Einerseits werden die Abos ja vor allem in der Schweiz beworben, sind bei den Menschen im Ausland also weniger bekannt, und andererseits gilt die Faustregel, dass die Skitickets bei einem Urlaub zwischen 15 und 20 Prozent der Gesamtausgaben ausmachen. Mit einem Discount von beispielsweise 30 Prozent auf einem Wochenabo vergünstigt sich der Skiurlaub daher nur um rund 5 Prozent. Das ist zu wenig, um hier einen wirklichen Effekt zu bringen. Für ausländische Gäste wird es dann attraktiver, wenn die Preise auch sonst herunterkommen. Das geschieht in Saas-Fee ja gerade mit der Goldcard. Mit der sollen sich für die Gäste auch die Kosten für Übernachtungen oder Skischulbesuche reduzieren.»

Solche Aktionen werden die Margen weiter schmelzen lassen. Im Wallis spricht man aber aufgrund von teilweise überalterten Anlagen in den kommenden Jahren von einem Investitionsbedarf von etwa einer Milliarde Franken. Wird man hier möglicherweise Kompromisse eingehen müssen?

«Grössere Destinationen, die sich gegen die internationale Konkurrenz behaupten müssen, sind auf eine moderne Infrastruktur angewiesen. Sie stehen dort unter Zugzwang. Als Aletsch Arena kann ich beispielsweise nicht sagen, wir ersetzen diese oder jene Bahn nicht. Mit den neuen, teureren Anlagen müssen aber auch die Erträge steigen, was jedoch meistens nicht gelingt. Die Folge ist eine sinkende Ertragskraft.»

Gemäss ihrer Studie werden deshalb zwei Drittel der Bahnen in Zukunft grosse Schwierigkeiten haben, die nötigen Ersatzinvestitionen zu tätigen...

«Basierend auf den letzten fünf Jahren, von denen drei schlecht waren, ist das so. Es ist aber auch gut möglich, dass sich die Ertragslage in den nächsten Jahren wieder verbessert. Mit etwas Glück bei den meteorologischen Rahmenbedingungen, wäre ein 10- bis 15-prozentiges Wachstum bei den Skier Days keine unrealistische Annahme. Und dann werden natürlich Bahnen, die dem Gast mehr bieten, überproportional hinzugewinnen.»

Damit diese Ersatzinvestitionen gestemmt werden können, stehen regelmässig höhere Subventionen zur Diskussion. In Österreich und in Südtirol fliesst in diesem Bereich deutlich mehr Geld.

«Gegenüber dem Ausland bestünde hier sicher Aufholbedarf. Eine Subventionierung von Kanton und Bund führt jedoch immer zu einer Marktverzerrung. Indem die Schwachen Unterstützung erhalten, bleibt auch eine Marktberreinigung aus, von der die Starken und Mittelstarken zusätzlich profitieren würden. Eine gewisse Unterstützung vom Kanton ist im aktuellen Umfeld sicherlich notwendig, aber mit Augenmass. Legitim und wünschenswert ist jedoch, wenn sich die Gemeinden und andere lokale Nutzniesser der Bahnunternehmen finanziell engagieren.»

Wie schätzen Sie die Chancen der Walliser Bergbahnen in naher

Zukunft ein?

«Der wiedererstarkte Euro wirkt sich positiv auf die Gäste aus der Schweiz aus, die deshalb beispielsweise bereits deutlich weniger in Süddeutschland einkaufen. So könnten die Schweizer auch wieder mehr Urlaub im Inland machen. Um aber bei den ausländischen Gästen merklich zulegen zu können, müsste der Kurs schon auf mindestens 1,30 ansteigen. Trumpf des Wallis ist sicherlich die hohe Lage der meisten Destinationen.»

Sie sprechen es an, bei den Bahnen mit Fokus aufs Wintergeschäft besteht ein enormes Klumpenrisiko. In wenigen Monaten müssen die Einnahmen fürs ganze Jahr her.

«Früher hat man im Winter so viel Geld verdient, dass man den Sommer vernachlässigen konnte. 2008/09 gab es noch zahlreiche Destinationen, die allein mit ihrem Wintergeschäft hervorragend dastanden. Die Residenzgäste sind seither aber stark zurückgegangen, und wenn man im Winter nicht mehr an diese Zahlen herankommt, muss der Sommer ausgebaut werden. Die Auslastung im Sommer herzubringen, ist aber einfacher gesagt als getan. Es gibt aber durchaus Bahnen, die im Sommer guten Umsatz machen. In Zermatt wurden 2016/17 23,6 Prozent des Verkehrsertrags im Sommer generiert. In Saas-Fee waren es 2015/16 5,8 Millionen im Sommer gegenüber 14,5 im Winter. Und auch die Aletsch Arena erreicht im Sommer rund 20 Prozent ihres Ertrags.»

Die erfolgreichsten Schweizer Bahnen mit asiatischen Ausflugs-gästen. Hat auch das Wallis in diesem Bereich Potenzial?

«In Zermatt verdient man damit schon ganz gutes Geld. Dort profitiert man aber natürlich von der Strahlkraft des Matterhorns. Und dass die asiatischen Ausflugs-gäste zukünftig immer mehr zu Individualreisenden werden, lässt dort etwas den Zeitdruck wegfallen, weshalb in Zukunft auch vermehrt Besuche ins Wallis möglich werden könnten. Hinzu kommt, dass die aktuellen Leader im Markt mit den Asiaten derzeit oft nahe an ihrer Kapazitätsgrenze sind. Das Wallis hat hier halt einen Nachteil bei der Erreichbarkeit.»

Interview: Martin Schmidt



BUNDESBERN

Nein zur Medien-zerschlagungs-Initiative

Am 4. März kommt die Initiative «No Billag» zur Volksabstimmung. Eine Annahme würde nicht nur das Ende bedeuten für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) und ihren medialen Service public, sondern auch den regionalen Radio- und Fernsehgesellschaften in den Berggebieten die Existenzgrundlage entziehen. Dies sagte Matthias Bärenfaller, Geschäftsführer Radio Rottu, an einer Fachtagung der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) über die Bedeutung der Medien für den Service public in den Berggebieten und ländlichen Räumen in Luzern. Die regionalen Radio- und Fernsehgesellschaften in den Berggebieten und ländlichen Räumen sind existenziell auf die Gebührenanteile der SRG angewiesen. Die regionale Presse in den Berggebieten und ländlichen Räumen war durch den CEO der

Freiburger Nachrichten AG, Gilbert A. Bühler, vertreten. Der Verband Schweizer Medien unterstützt die Gebührenfinanzierung der SRG. Die SRG soll sich aber auf ihre nationale Klammerfunktion konzentrieren und einen hochstehenden, viersprachigen und demokratierelevanten Service public ermöglichen. Sie soll auf neue Formen der Kommerzialisierung verzichten. Von der Post erwartet der Verlegerverband, dass sie die Zeitungen und Zeitschriften zu den Grenzkosten vertreibt, oder die indirekte Presseförderung muss erhöht werden, damit alle Zeitungen in der Früh- und Tagzustellung von dieser Kompensationsleistung profitieren können.

An der SAB-Tagung nahm auch der neue Präsident der SRG und frühere Walliser Staatsrat Jean-Michel Cina teil. Er referierte über die Leistungen der SRG als nationale Klammer des medialen

Service public. Gegenüber den Erwartungen des Verbands Schweizer Medien zeigte er Verständnis und Dialogbereitschaft.

Als Fazit der SAB-Tagung können folgende Punkte festgehalten werden:

- Eine Annahme der «No Billag»-Initiative hätte verheerende Folgen für den medialen Service public und die schweizerische Medienlandschaft, insbesondere in den wirtschaftlich schwächeren Berggebieten und ländlichen Räumen.
- Auch nach einer Ablehnung der «No Billag»-Initiative wird die politische Diskussion über den Auftrag der gebührenfinanzierten SRG als nationale Klammer für den Service public weitergeführt werden.
- Die indirekte Presseförderung muss erhalten und erhöht werden, damit alle Zeitungen in der Früh-

und Tagzustellung von dieser Kompensationsleistung profitieren können.

– Die Medien in den Berggebieten und ländlichen Räumen sind von den Veränderungen der Rahmenbedingungen besonders stark betroffen, weil dort das Kundenpotenzial und die wirtschaftliche Ertragsbasis geringer sind.

Obwohl die Abstimmung über die «No Billag»-Initiative erst in vier Monaten stattfinden wird, hat die öffentliche Diskussion bereits heute eingesetzt. Vor allem die Gegner der SRG unterlassen keine Gelegenheit, diese öffentlich anzugreifen. Dennoch bin ich zuversichtlich, dass eine Mehrheit der Schweizer Bevölkerung die extreme Medienzerschlagungs-Initiative ablehnen wird. Die «No Billag»-Initiative ist destruktiv und würde das hohe Niveau der schweizerischen Medienvielfalt zerstören.



Dr. Alfred Rey
Bundeshauskorrespondent