



Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

Mag.^{FH} Martin Mayerhofer
21. November 2013, Bozen

Agenda

1. Kohl & Partner

2. Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.1. Bedeutung Nachhaltigkeit im Allgemeinen

2.2. Bedeutung Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.3. Trends zur Zukunft des Wintersports

2.4. Thesen zur Zukunft des Wintersports

Wer wir sind



Kohl & Partner Qualität im Tourismus

- Unabhängiges und international tätiges Beratungsunternehmen, spezialisiert auf die Hotel- und Tourismuswirtschaft
- Führendes Tourismusberatungsunternehmen in Österreich mit mehr als 30 Jahren Erfahrung
- 12 Büros in neun Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien, Ungarn, Rumänien, Bulgarien, Mazedonien und Albanien)
- Internationales Team von über 40 Experten

Geschäftsbereiche von Kohl & Partner

Destinationen

Länder, Regionen, Orte, TVBs, Kooperationen

Touristische Infrastruktur

Bäder/Thermen, Gesundheitsbetriebe,
Ausflugsziele, Seilbahnen, Sport-Infrastruktur...

Hotellerie & Gastronomie

Ferien- und Resorthotels, Gesundheitsbetriebe,
Stadthotels, Feriendörfer, Gastronomiebetriebe

Seminare & Symposien

Unternehmer, Führungskräfte, Mitarbeiter,
Studienreisen, Vorträge, Symposien

***Gebündelte
Kompetenzen***



Mag.^{FH} Martin Mayerhofer

Bereichsleiter Touristische Infrastruktur,
seit 2005 bei Kohl & Partner



Fachliche Schwerpunkte:

- Infrastruktur und Freizeitbetriebe (Seilbahnen, Ausflugsziele, etc.)
- Qualitätsmanagement (Assessor nach dem EFQM-Modell)
- Gastronomie



Agenda

1. Kohl & Partner

2. Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

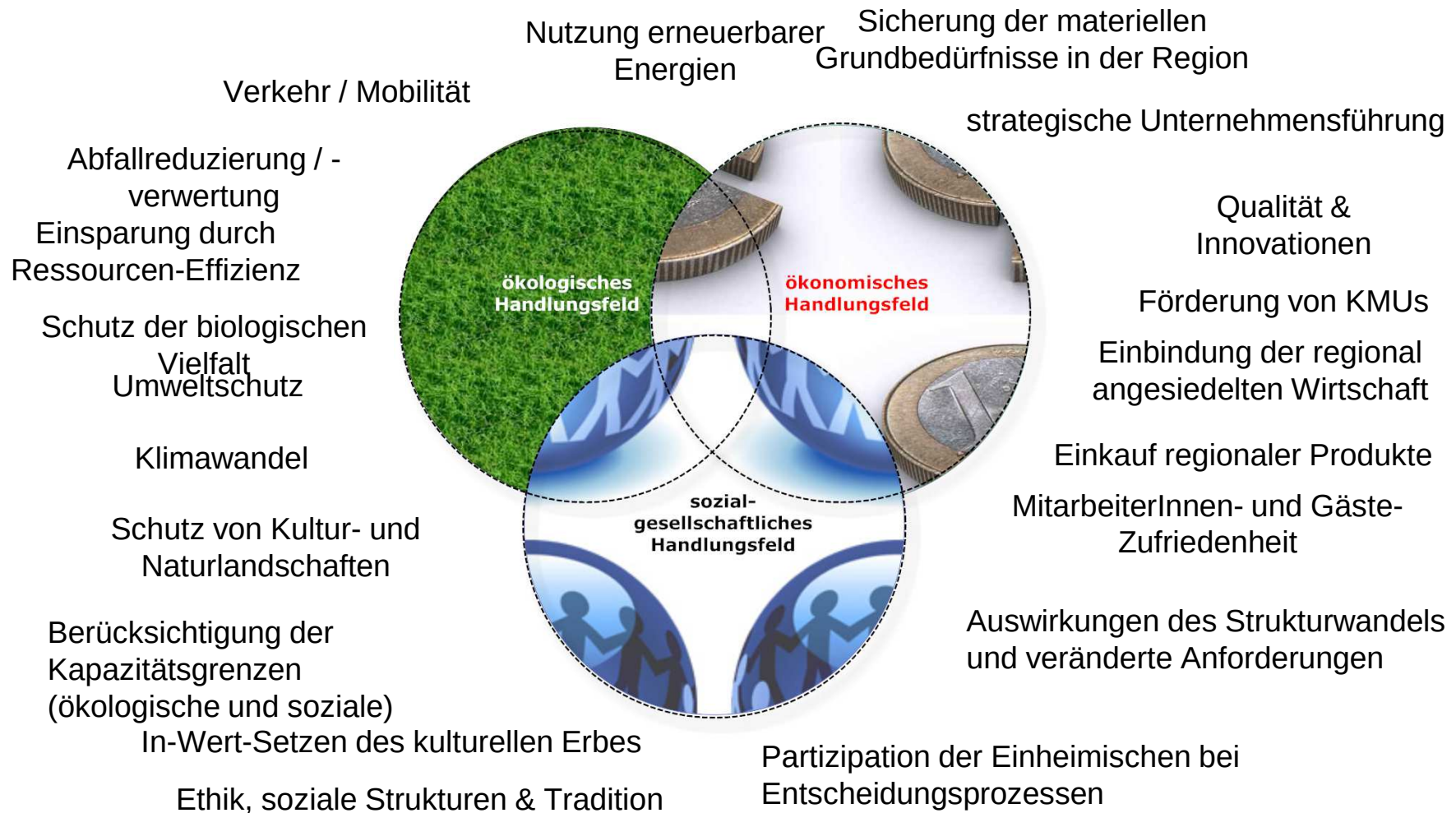
2.1. Bedeutung Nachhaltigkeit im Allgemeinen

2.2. Bedeutung Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

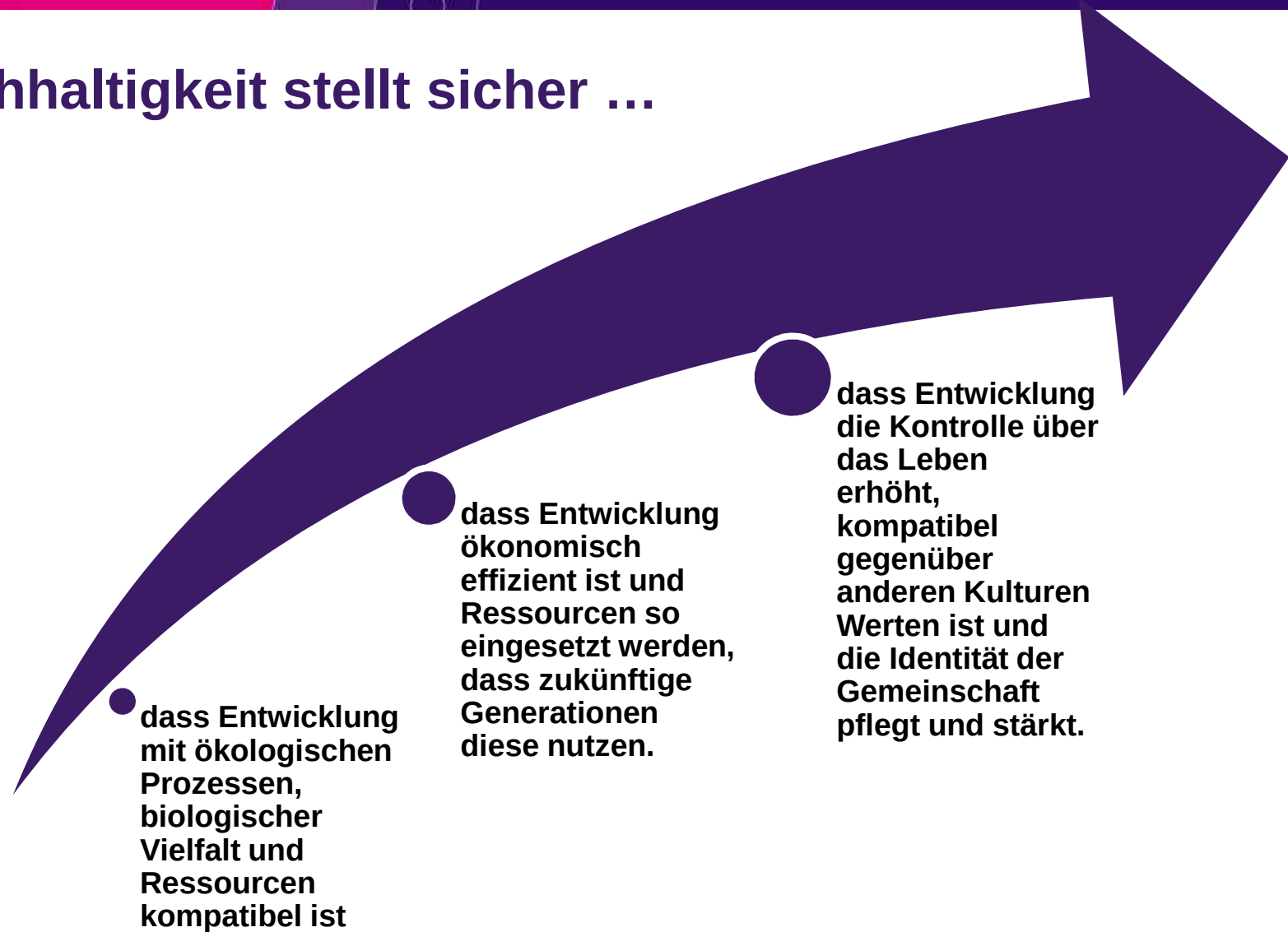
2.3. Trends zur Zukunft des Wintersports

2.4. Thesen zur Zukunft des Wintersports

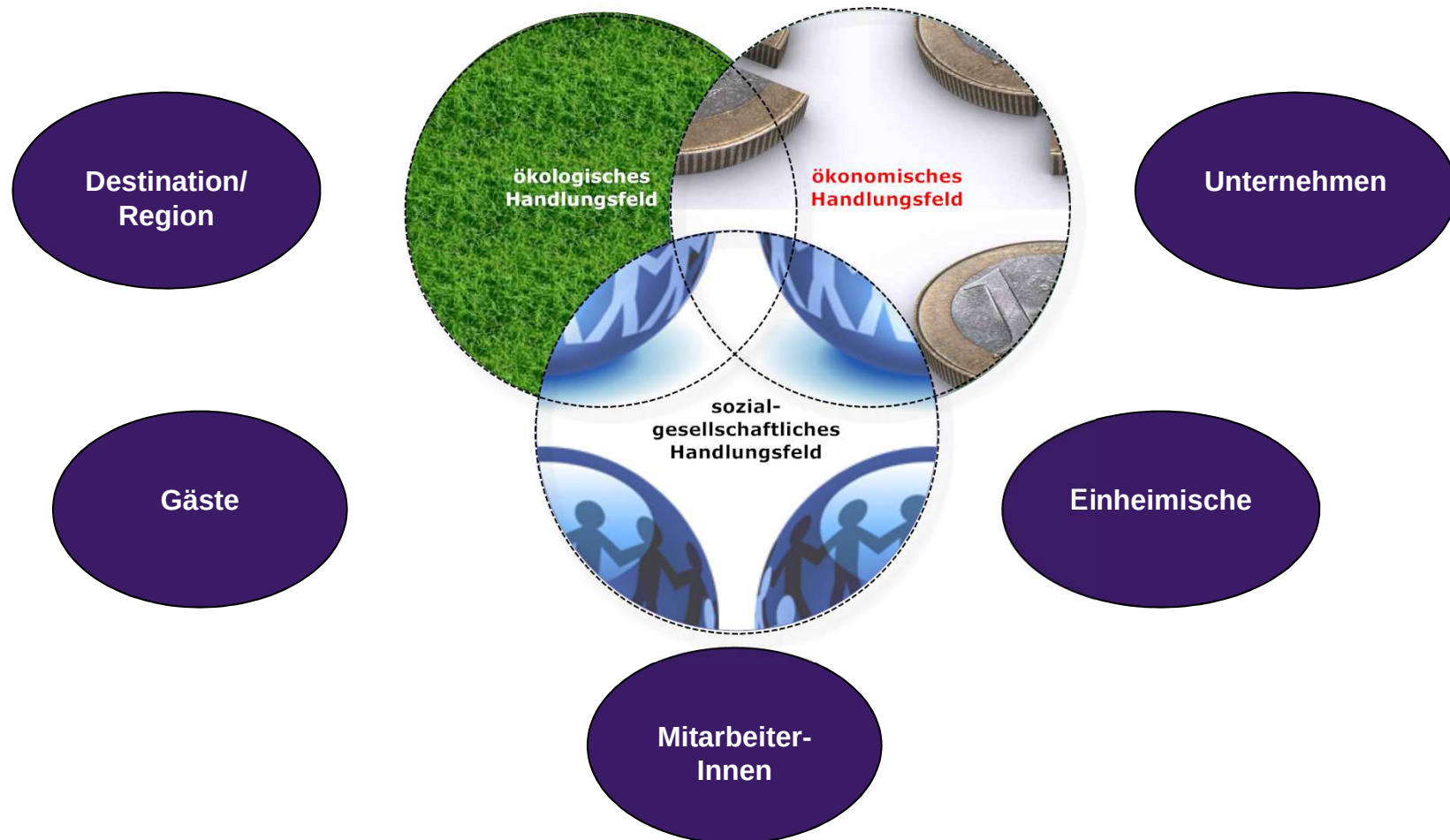
Nachhaltigkeit betrifft beispielsweise ...



Nachhaltigkeit stellt sicher ...



Nutzenempfänger von Nachhaltigkeit





Agenda

1. Kohl & Partner

2. Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.1. Bedeutung Nachhaltigkeit im Allgemeinen

2.2. Bedeutung Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

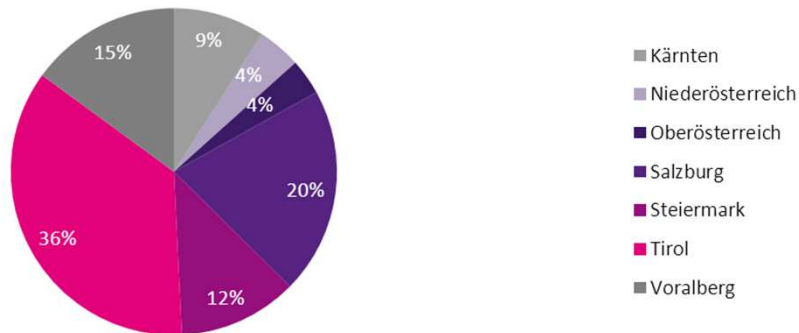
2.3. Trends zur Zukunft des Wintersports

2.4. Thesen zur Zukunft des Wintersports

Ökonomisch

- Grundsätzlich der touristische Wirtschaftsmotor Nr. 1 in Österreich
- Wintersaison 2012/2013 der österreichischen Seilbahnen:
 - 254 Seilbahnunternehmen (Winter-, Gletscher- und Zweisaisonbetrieb)
 - 1.243 Mio. € Umsatz (+ 7% gegenüber dem Vorjahr)
 - Skier Days 54,2 Mio. Skier Days (+8,4 %)
 - 605 Mio. beförderte Personen (+9%)
 - 31.800 Tage (blieben gleich gegenüber dem Vorjahr)

Bundesländeranteile an allen Seilbahnen 2012/2013 in Österreich

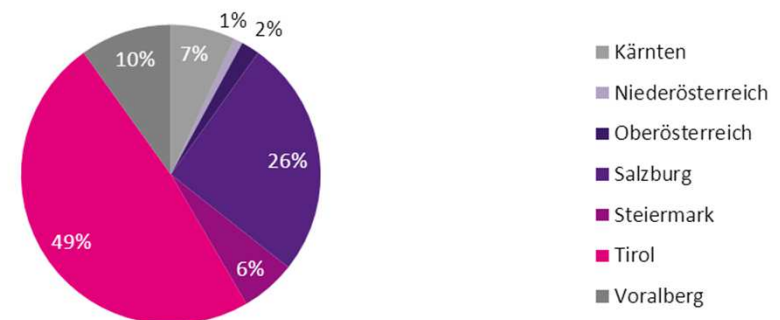


254 Seilbahnunternehmen in Österreich

- Tirol → Marktführer mit 91 Seilbahnunternehmen
- Weiteres folgen Salzburg mit 52 Seilbahnunternehmen und Vorarlberg mit 38 Seilbahnunternehmen
- Niederösterreich (4%) und Oberösterreich (4%) → wenigsten Seilbahnunternehmen

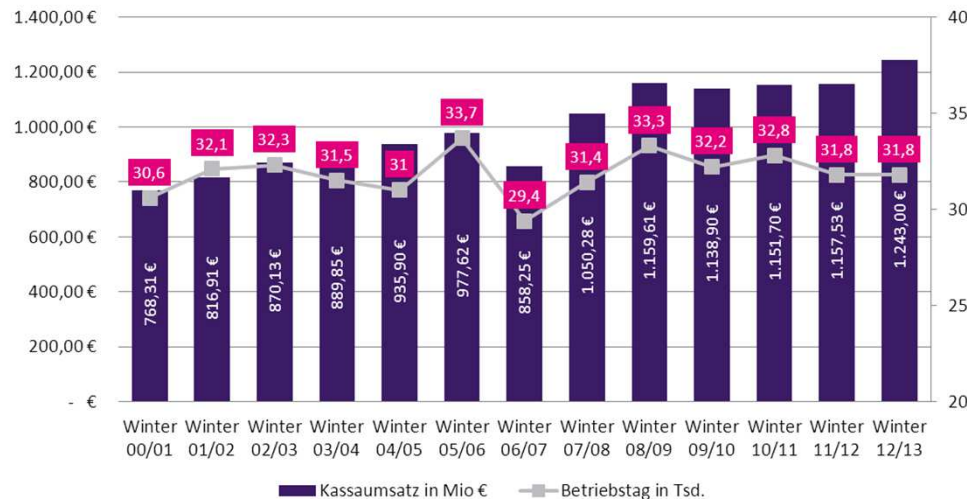
- Tirol mit 49% → größten Anteil am Umsatz in der Seilbahnbranche zu den anderen Bundesländer
- Weiteres folgen Salzburg (26%) und Vorarlberg (10%).
- Oberösterreich (2%) und Niederösterreich (1%) → kleinsten Anteil am Umsatz

Bundesländeranteil am Umsatz 2012/2013 in Österreich



Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

Kassaumsätze und Betriebstage in Österreich



Umsatz:

- 7% Anstieg im Zeitraum 2011/2012 – 2012/2013
- 2011/2012: rd. 1.158 Mio €
- 2012/2013: rd. 1.243 Mio €

Betriebstage:

- 5% Abnahme im Zeitraum 2008/2009 – 2012/2013
- 2008/2009: rd. 33.3 tsd
- 2012/2013: rd. 31,9 tsd

➔ Anzahl der Betriebstage nicht gestiegen, trotz Zunahme des Umsatzes

Skier Days:

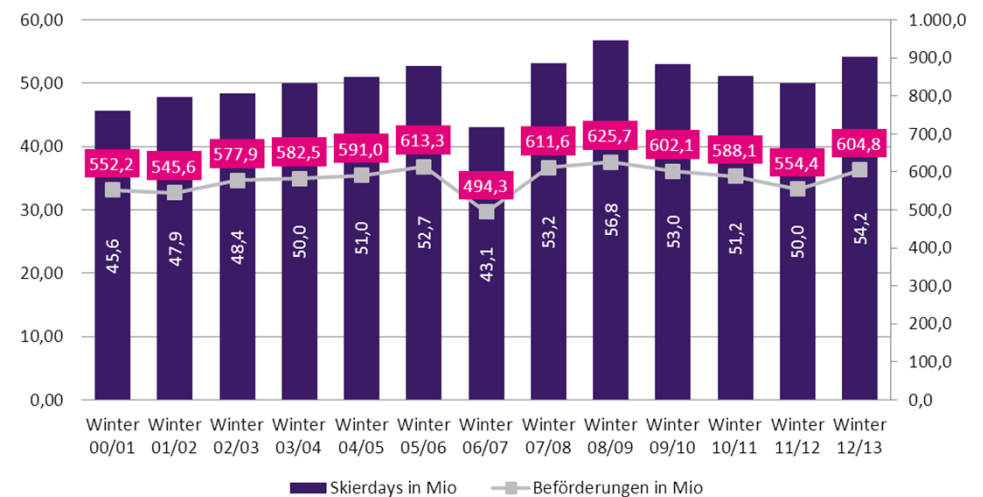
- 8% Anstieg im Zeitraum 2011/2012 – 2012/2013
- 2011/2012: rd. 50 Mio
- 2012/2013: rd. 54,2 Mio

Beförderungen

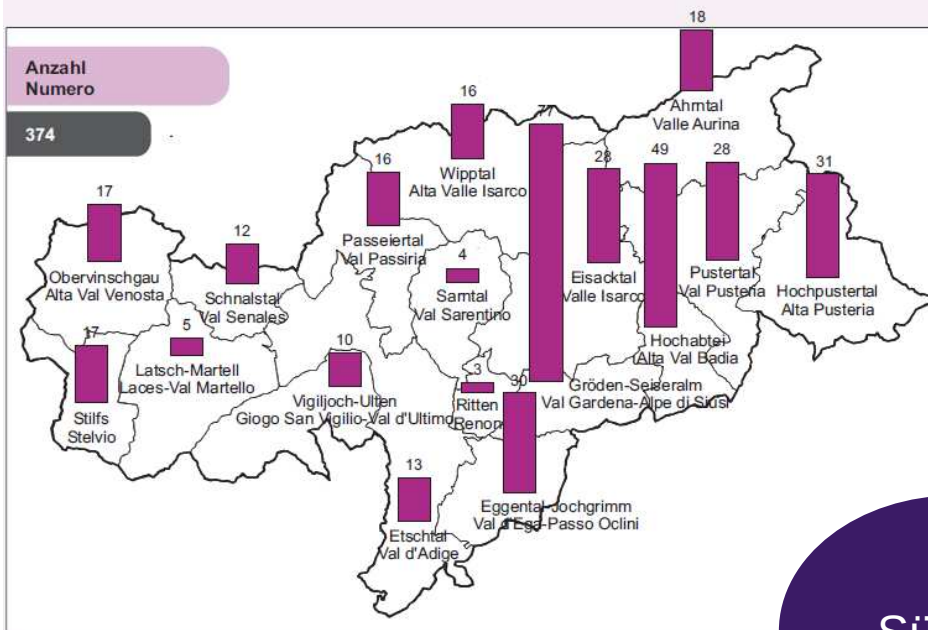
- 9% Zunahme im Zeitraum 2011/2012 – 2012/2013
- 2011/2012: rd. 554 Mio
- 2012/2013: rd. 605 Mio

➔ 2. beste Winter aller Zeiten in Ö

Skierdays und Beförderungen



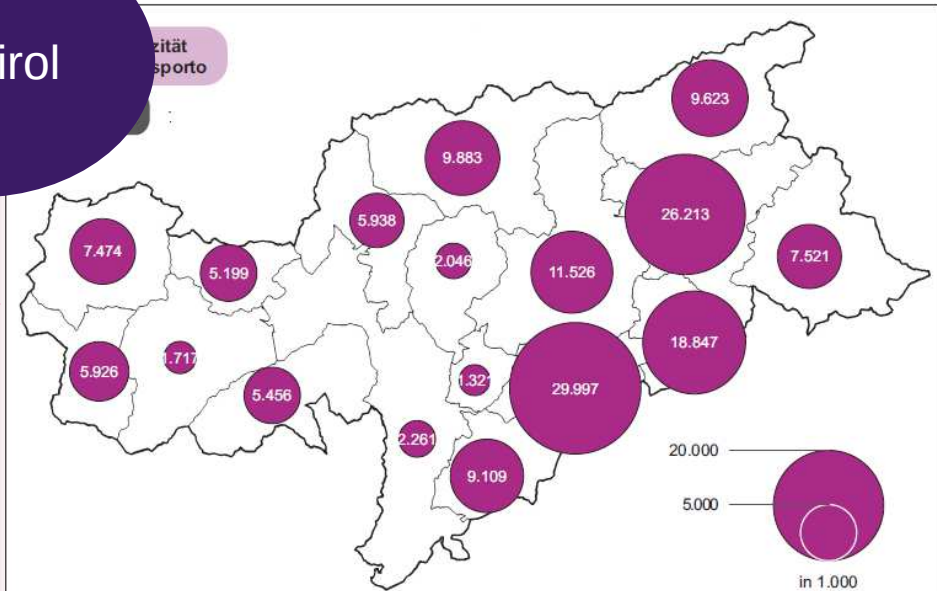
Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus



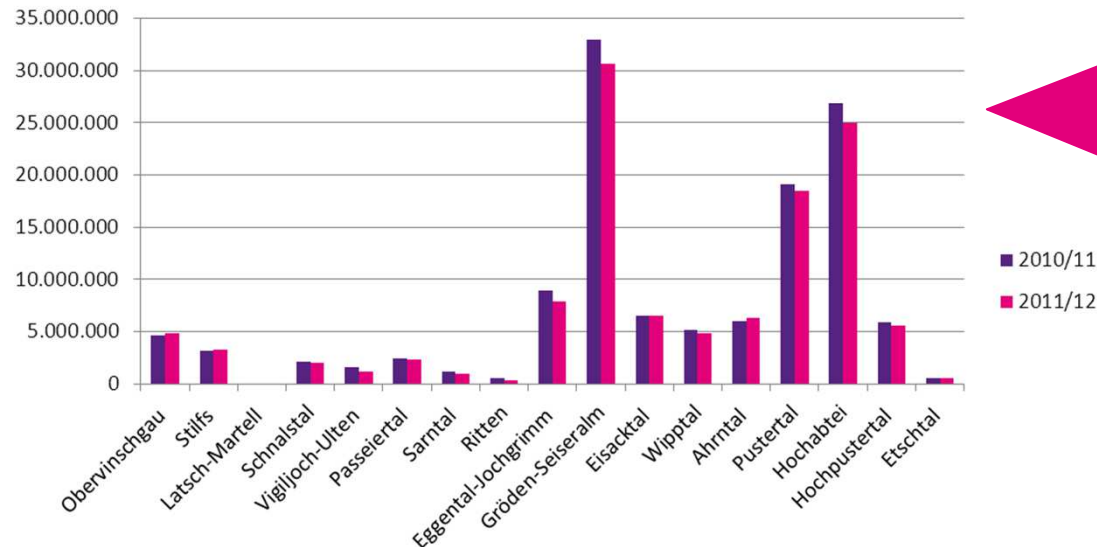
Anzahl der Seilbahnanlagen nach Planungsräume 2012 → 374

Südtirol

Transportkapazität der Seilbahnanlagen nach Planungsräume 2012 → 160 Mio.



Beförderte Personen nach Planungsraum



Wintersaison 2010/11 – 2011/12

→ größten Zuwachs an beförderten Personen:

- +4,8% Obervinschgau
- +4,5% Ahrntal
- +1,9% Stilfs
- +0,9% Eisacktal (Nicht Skigebiet)

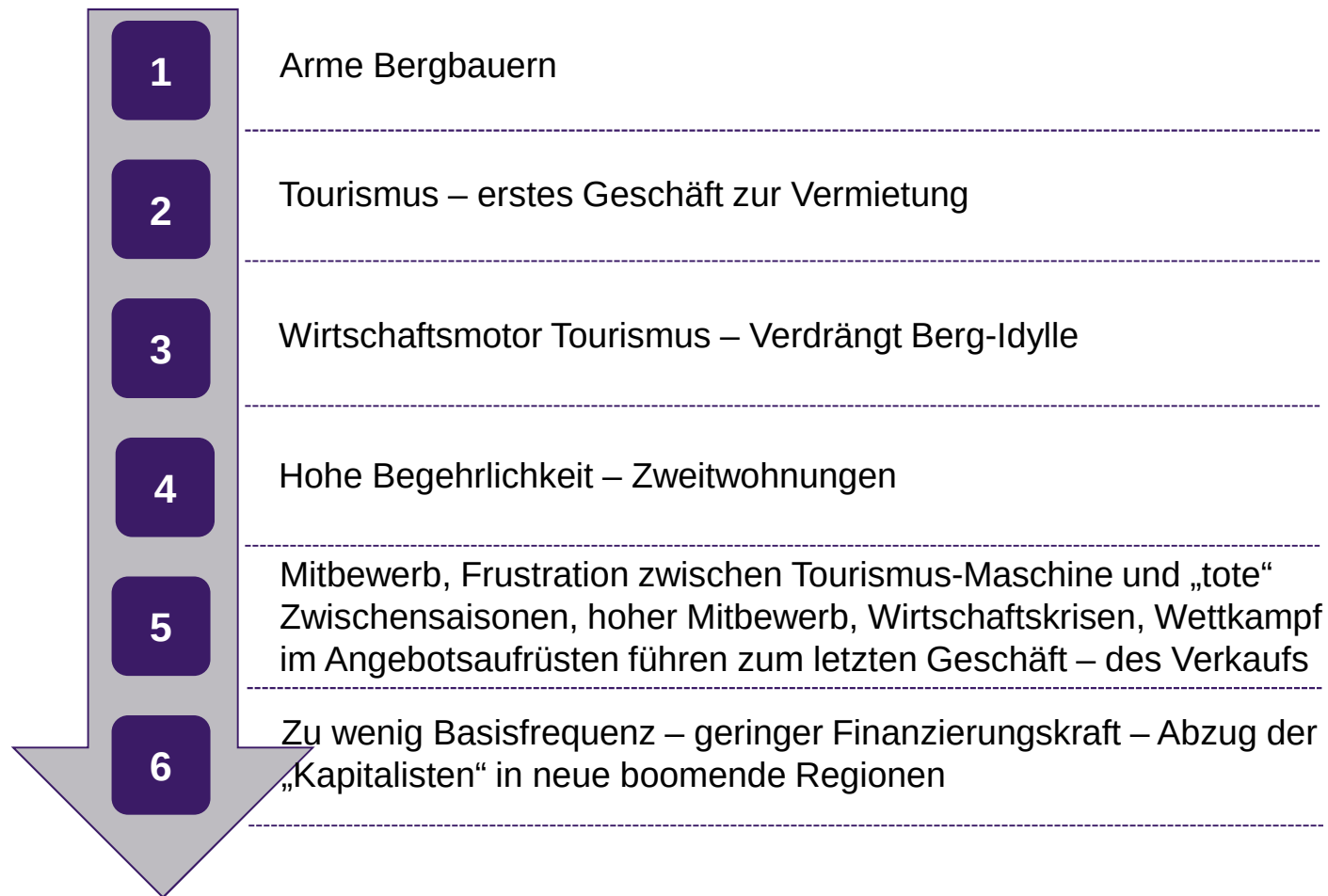
→ Rückgang bei allen anderen Planungsräume

- -27,6% Vigiljoch-Ultental
 - -24,7% Ritten
 - -15,6% Sarntal
- größten Rückgang

Im Planungsraum Gröden-Seiseralm werden am meisten Personen befördert

- Seilbahnbranche Südtirol 2011:
 - 374 Seilbahnanlagen
 - 265,4 Mio. € Betriebsertrag (+1,1% im Vergleich zu 2010)
 - 230 Mio. € Herstellungskosten (+3,3%)
 - 18,3 Mio. € Gewinn (-24,0% zu 2010)
 - 79,9 Mio. € Investition
 - 120.887.187 beförderte Personen WS 2011/12

Produktlebenszyklus





...und hier endet die Ökonomie und geht in das Soziale über...

Soziales

- Kritischster Faktor:
 - Ist Skifahren noch leistbar?
 - Ist die Frequenz in manchen Bergdörfern noch sozial verträglich ?
- Winterskigebiete sind heute ein Industriezweig
- Und Industrie hat auch positive Seiten
 - Professionalisierung
 - Steuerung und Kanalisierung
 - ➔ besser als früher wo Gäste noch bei der Familie im Wohnzimmer saßen



Soziales

- MitarbeiterInnen
 - Hier wurde bereits viel verändert und investiert
 - Zwar nicht immer aus gutgewollten Motivationen der sozialen Nachhaltigkeit sondern vielfach auch schlicht und einfach durch den Mangel an Arbeitskräften in diesem Bereich
 - ➔ mitunter ein Beispiel der Folgen einer nichtberücksichtigten sozialen Nachhaltigkeit
 - Bsp: Wurde es manchen MitarbeiterInnen vor Jahren noch verboten in der Wintersaison Ski zu fahren gibt es jetzt neben einer Saisonkarte, separat gekochtem Essen, neuen Unterkünften auch Zugang zum Wellnessbereich etc.

Soziales

- ...aber:
 - ✓ Skigebiete sind ein Teil der gesamten Bergwelt
 - ✓ Schaffen Wertschöpfung und Arbeitsplätze (und Perspektiven) für Einheimische
 - ✓ Bieten Zugang zu Erholungsraum in der Natur
 - ✓ Haben hohe Auflagen in der Realisierung (nicht nur Naturschutzgebiete)
 - ✓ Haben den Tourismus in steuerbare „Industrie-“Bahnen gelenkt

Zudem gibt es die Produkt-Dimension

➔ „Ist das Produkt nachhaltig“ bzw. wird es nachhaltig gemanagt bzw. weiterentwickelt?

Ist das Angebot „nachhaltig“

- Feinmotorik und leichten Bewegungseinschränkungen
 - Skischuhe und Handschuhe
 - Toiletten im Keller der Skihütten (bei schneenassen Stufen)
 - SB-Automaten

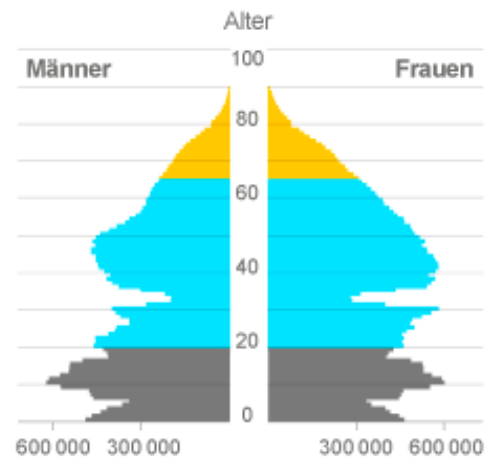


➔ Es geht vielfach um Genuss-Skifahren – Gastro wird wichtiger

Ist das Angebot „nachhaltig“

Altersentwicklung

■ < 20 Jahre ■ 20-64 Jahre ■ 65+ Jahre (2050: 67+ Jahre)



1950

gesamt: 69,3 Mill.



2010

gesamt: 81,5 Mill.



2050

gesamt: 69,4 Mill.





Agenda

1. Kohl & Partner

2. Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.1. Bedeutung Nachhaltigkeit im Allgemeinen

2.2. Bedeutung Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.3. Trends zur Zukunft des Wintersports

2.4. Thesen zur Zukunft des Wintersports

Trends zur Zukunft des alpinen Wintertourismus

....wohin geht die Reise?

Trends zur Zukunft des Wintersports

- Größere Skigebietszusammenschlüsse (Gäste wollen immer „mehr“ an Angebot)
 - Quantitative Steigerungen → jedoch eher Zusammenschlüsse und Frequenzerhöhung auf dem Bestand
 - Qualitative Steigerungen → Ersatzinvestitionen – noch mehr Komfort





Vernetzung bringt oft mehr –
als neu bauen

Skigebietszusammenschluss:

- Lech Zürs mit Warth - Schröcken
- Alpachtal mit Wildschönau
- Axamer Lizum mit Mutterer Alm und Schlick 2000 (in Planung)
- Wurzeralm mit Hutterer Alm (in Planung)

**HINTER
STODER**
der beste Ort für Wintersport



SCHLICK²⁰⁰⁰
Ski- und Wanderzentrum Stubaital

WURZERALM
...meine Winterwelt

Trends zur Zukunft in der Angebotsentwicklung

- Der Bergsommer zeigt es vor
 - Gäste müssen unterhalten „entertaint“ werden
➔ es muss auf Besonderheiten hingewiesen werden bzw. diese inszeniert werden da sie anders vielfach nicht mehr erkannt werden



Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus



Erlebniswelten Wilder Kaiser:

- Hexenwasser Hochsöll
- Ellmi's Zauberwelt
- Alpinolino Westendorf
- Kaiser Welt

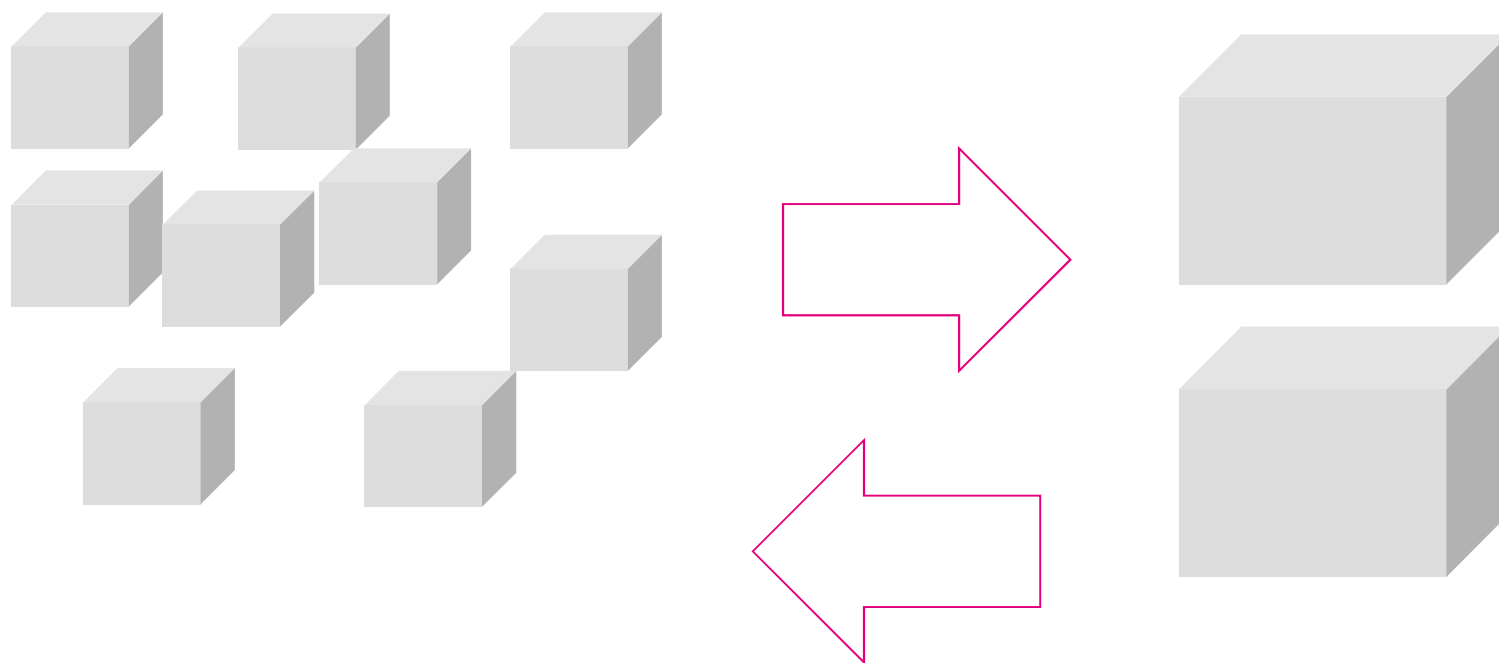


Trends zur Zukunft des Wintersports

- Weitere Professionalisierung
 - Weiterer Rückgang der ganz kleinen Privatbetreiber (Skihütten)
 - Finanzkräftigen Gesamtbetreibern (Seilbahn, Beherbergung, Gastronomie...)



Entwicklung Skigastronomie



Südtirol geht einen anderen Weg...

Trend Nachhaltigkeit und einige erste Beispiele hierzu

Nachhaltigkeit

„Vorsprung durch Nachhaltigkeit“



1. Photovoltaik Sesselbahn der Welt,
Golm, A

Saas Fee, CH: Destination



- Umsetzung von Nachhaltigkeit über z.B.:
 - Nachhaltiges Mobilitätskonzept:
allgemeines Fahrverbot, 2.800 Parkmöglichkeiten für Gäste, 300 E-Taxis
 - Bevorzugung regionaler
UnternehmerInnen → keine Ketten-Hotellerie
 - Informationsangebot zum Thema
für Private & Unternehmen → Energiesparkurse
 - Unterstützung der MitarbeiterInnen
im Tourismus → Weiterbildungsprogramme in
den Nebensaisonen



Saas Fee, CH: Destination



- Umsetzung von Nachhaltigkeit über z.B.:
 - Beschränkung der Zweit-Wohnsitze → Limitierter Verkauf von Appartements und Chalets im Dorf
 - Bewahrung des regionalen Erscheinungsbildes über strenge Bauvorschriften: → Lachdächer, 40% Holzanteil, ...



Königsfeld, D: Destination

- Trend zur Gesundheit / zum „Entschleunigen“ wird in der gesamten Destination erlebbar gemacht
 - Urlaub in Königsfeld – für Menschen, die schon alles haben, nur keine Zeit!“
- Umsetzung von Nachhaltigkeit über z.B.:
 - Wertschätzung: des Menschen und der „Zeit“ durch bewusstes „Entschleunigen“
 - Schulung: Schulungszentrum zum Thema
 - Angebote: Hotels nehmen auf die Eigenzeit Rücksicht z.B. beim Frühstück, Angebot an langsam gerösteten Kaffee, ... ➔ 1.000 Details!
 - Einbindung regionaler Akteure: Cafes, Bäckerei, Uhrenhersteller, Textilhersteller, ...



Steinbock – Label, CH: Zertifizierung

- Label zur Zertifizierung nachhaltig sinnvoll geführter Hotels, Pensionen und Jugendherbergen
 - Ergänzt das Schweizer Q-Siegel im Tourismus
 - Ist eine Alternative zu ISO 14001 (Umweltmanagement)
 - Geht über das EU-Umweltzeichen hinaus
 - Ist Teil eines EU-Projekts



Beispiel Alpine Pearls: Reise und Ankunft

- Kooperation von Destinationen in Österreich, Deutschland, Schweiz, Italien und Frankreich
- Stehen für sanften und mobilen Urlaub in den Alpen
- Angebote der Destinationen:
 - Anreise mit Bahn & Bus
 - Klimaneutrale Ferien
 - E-Mobilität in der Destination
 - Partnerunterkünfte mit nachhaltigem Angebot
- Destinationen in Österreich → Hinterstoder, Mallnitz, Neukirchen, Werfenweng





Agenda

1. Kohl & Partner

2. Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.1. Bedeutung Nachhaltigkeit im Allgemeinen

2.2. Bedeutung Nachhaltigkeit im alpinen Wintertourismus

2.3. Trends zur Zukunft des Wintersports

2.4. Thesen zur Zukunft des Wintersports

Thesen zur Zukunft des Wintersports

6 Thesen zur Zukunft des Wintersports

1

Klimawandel und Investitionszyklen?!

2

Die Bergbahnen der Zukunft sind “mehr”?!

3

Konzentrationstendenzen?!

4

Werden die Skifahrer signifikant weniger?!

5

Bergbahnen als Motor des Wintertourismus?!

6

Angebotspalette von Ski-Destination der Zukunft?!

Thesen als Impuls
für die Diskussion

von
Kohl & Partner

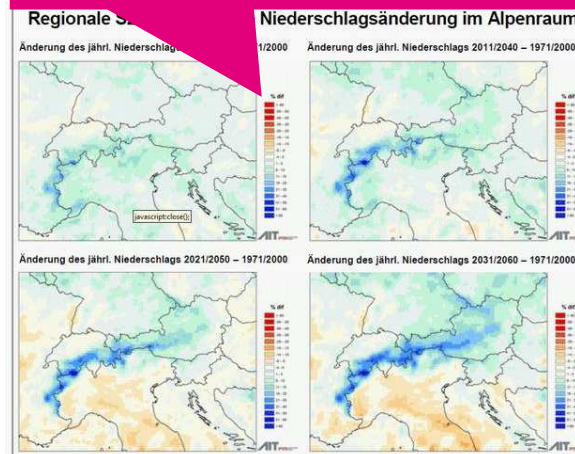
These 1:

Klimawandel mit Investitionszyklen bei Bergbahnen in Zusammenhang stellen

Verschiebung der sicheren Schneedeckengrenze in höheren Lagen (über 1.300 m Seehöhe)



Temperaturanstieg in Österreich von ca. $0,5^{\circ}$ pro Dekade im Winterhalbjahr, d.h. bis 2030 von rd. 1° C prognostiziert



Investitionsentscheidungen → Was tut sich in 10 – 20 Jahren und was in 30 - 50 Jahren ?



These 2:

Bergbahnen der Zukunft: Vom Transportunternehmen zur Erlebniseinrichtung mit mehr Destinationsverantwortung

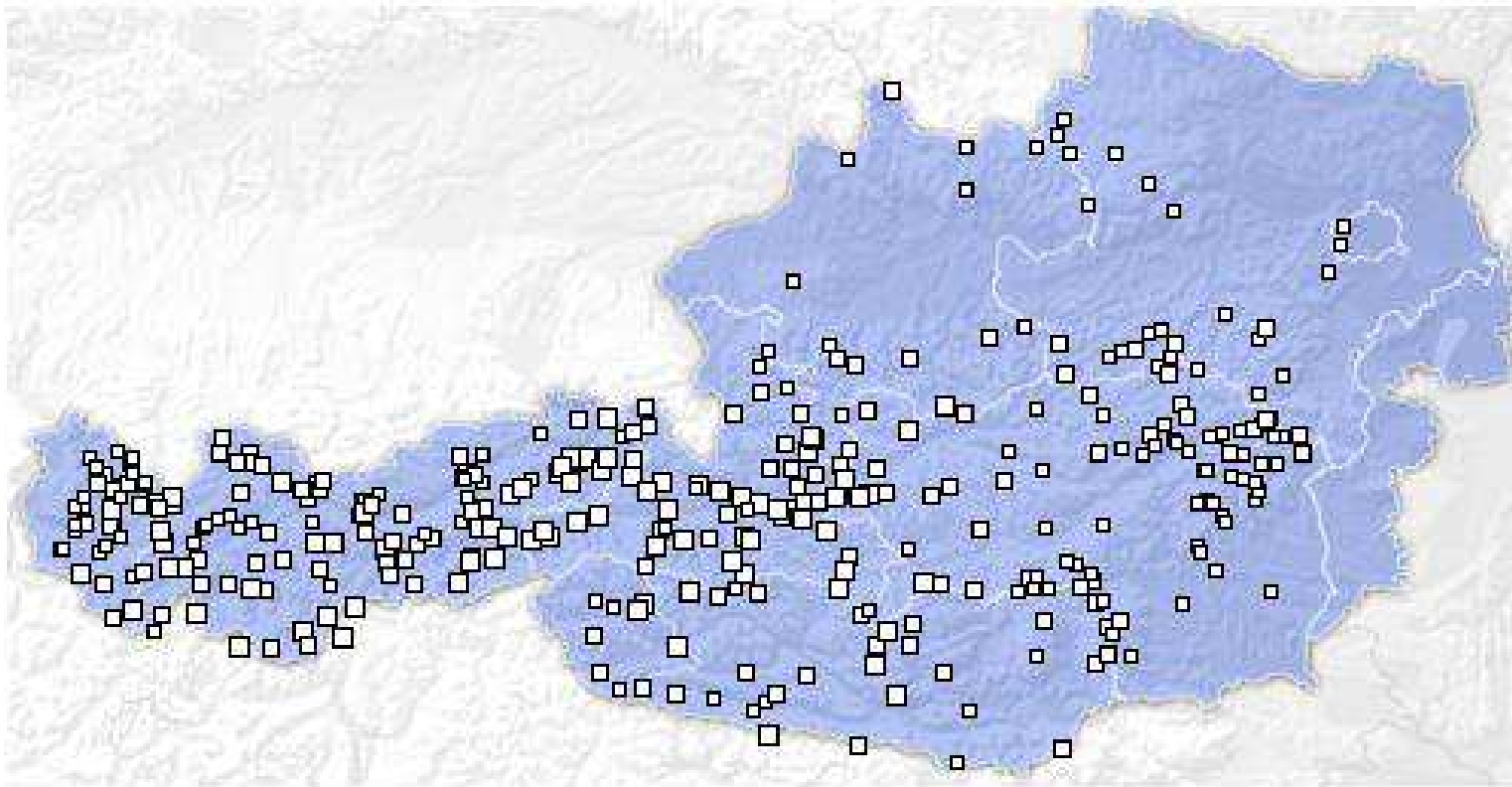
- Verstärkte Investition in den Sommer → bessere betriebswirtschaftliche Basisabsicherung
- Verstärkte Investition in alternative Angebote zum Skifahren im Winter
- Übernahme der Rolle als Leitbetrieb für die Destination
- Starke Einbringung in die Destinationsentwicklung



These 3:

Konzentrationstendenzen gehen weiter – erzwungen über die Wirtschaftlichkeit und anderer Rahmenbedingungen

2012: 362 Skigebiete in Österreich – laut bergfex.at



These 4: Auf Grund des demografischen Wandels und der Migration werden die klassischen Skifahrer signifikant weniger

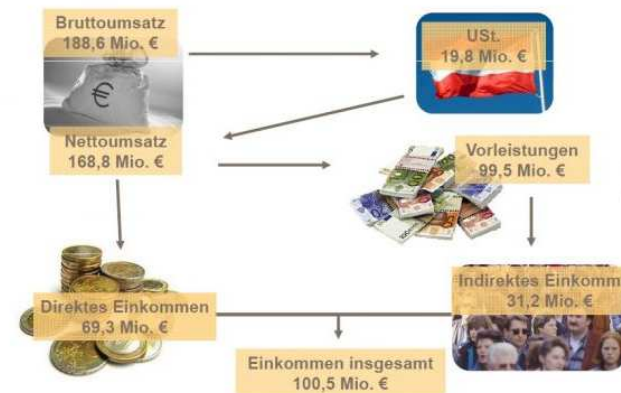
- Die **Überalterung und der fehlende Nachwuchs**, sowie die Migration bringt signifikant weniger Skifahrer in den nächsten Jahren.
- Ehemals regelmäßige Skifahrer werden häufiger zu **Gelegenheits-Skifahrern**.
- Wintersport-Destinationen müssen **mehr Produkte für (Wieder-) Einsteiger** entwickeln, bei denen nicht **nur das Skifahren im Vordergrund steht**, sondern auch sanfter Wintersport, Kulinarik, Kultur, Wellness, Events etc.
- Wintersport-Destinationen müssen an den Hinderungsgründen für das Skifahren ansetzen und **mehr „Easy Skiing“** bieten mit zB mehr Komfort (Bahn, Verleih, Service), flexiblere Ticketlösungen, Kurs – und Lernangebote etc.

These 5: Bergbahnen sind Motor des Wintertourismus in Österreich

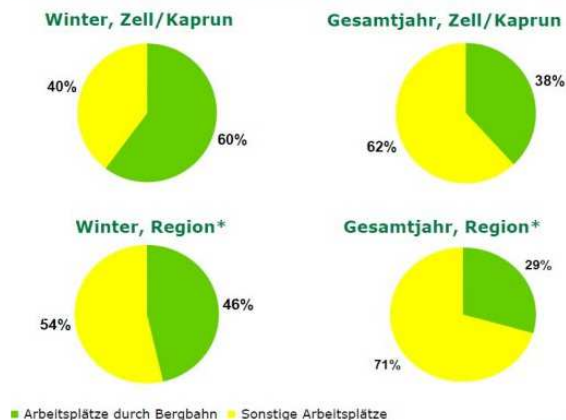
Skigebiete Kitzsteinhorn und Schmitten im Winter 2010/2011 → Region Zell am See-Kaprun

- 1,6 Mio. Skitage sorgen für rd. 200 Mio. € Umsatz
- bewirken rd. 100 Mio. € an regionaler Wertschöpfung
- und sichern 60 % der Arbeitsplätze

Wertschöpfung durch Bergbahn-Gäste 2010/11



Wie viel % der Arbeitsplätze sichern die Bergbahnen?



Gesamtausgaben der Bergbahn-Gäste pro Kopf und Tag

- insgesamt 125,7 € (ohne An- und Abreise/Benzin) -



These 6: Die Ski-Destination der Zukunft ...

1. ... zeigt Mut zum Profil
2. ... entwickelt einen Masterplan für die nächsten 10 - 15 Jahre
3. ... bietet ein Top-Skigebiet (Pisten-km, moderne Seilbahnen...)
4. ... setzt auch auf wetterunabhängige Infrastruktur und Alternativangebote zum Skifahren
5. ... bleibt ganzjährig im Gespräch
6. ... bringt Gelegenheits-Skifahrer wieder stärker zum Skifahren
7. ... entwickelt Spitzenprodukte und laufende Innovationen
8. ... arbeitet im Netzwerk zusammen
9. ... bietet Qualität im Detail
10. ... muss sich vollends an der Nachhaltigkeit orientieren

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!



www.kohl.at

VILLACH • WIEN • INNSBRUCK • SÜDTIROL • MÜNCHEN • STUTTGART • ZÜRICH • BUKAREST • SOFIA • BUDAPEST

