

# Was tun, wenn die Gäste ausbleiben?

**Tourismus** Um sinkende Umsätze im Winter auffangen zu können, müssen Destinationen das Geschäft im Rest des Jahres steigern und sich klarer positionieren. Unterstützung bieten Inszenierungsspezialisten. Ein solcher ist die Firma Steiner Sarnen.

**Philipp Unterschütz**  
philipp.unterschuetz@  
obwaldnerzeitung.ch

Die Wintersaisons werden kürzer, Schnee und Gäste bleiben aus, der Skimarkt ist ausgereizt. Was Geschäftszahlen, Studien und Statistiken belegen, hat Folgen. «Zwei Drittel der Schweizer Bahnen können wegen zu geringer Rendite die notwendigen Investitionen für den Ersatz veralteter Anlagen nicht mehr aus eigener Kraft finanzieren», hält Philipp Lütolf, Bergbahnspezialist und Wirtschaftsprofessor an der Hochschule Luzern, fest.

Zum Massensterben von Bahnen wird es aber vorerst nicht kommen. «Es passiert immer wieder das Gleiche», sagt Otto Steiner, Inhaber der Steiner Sarnen Schweiz AG. «Nach langem Gejammer wird die Bahn schliesslich von der öffentlichen Hand oder einem Investor gerettet.» Dies die Innovation. Steiner weiss, wovon er spricht. Mit seiner Firma ist er als Entwickler von Erlebniswelten im In- und Ausland ein gefragter Mann. Unter anderem trägt der Besucherbereich der Vogelwarte Sem-pach seine Handschrift. Und die Anfragen von Tourismusdestinationen, vor allem Wintersportorten, häufen sich. «Eine glänzende Zukunft für uns», sagt Otto Steiner. «Die einen sehen in uns einen Hoffnungsträger, für die anderen sind wir der Teufel, weil wir die Probleme ansprechen.»

## Mit dem Alpöhi ein Glas Milch in der Hütte trinken

Aktuell ist Steiner Sarnen daran, ein für die Plose-Bergbahnen oberhalb Brixen im Südtirol er-

arbeitetes Konzept umzusetzen. «Für eine Zukunft ohne Skifahrer unter gleichzeitiger Erhaltung der Arbeitsplätze», erklärt Otto Steiner. Wie so viele andere Orte liegt auch in Brixen die Talstation nicht am optimalen Ort, schmerzen die schneearmen Winter und machen die rückläufigen Zahlen der Skifahrer zu schaffen. Bereits realisiert haben die Sarnen auf dem Brixener Hausberg einen grossen, mit einem Velo befahrbaren Looping aus Holz. Zudem wurden die Familienangebote massiv ausgebaut. Durch ein gründliches Facelifting wurde das Bergrestaurant zu einem In-Lokal gemacht. «Damit wurde bereits eine massive Steigerung der Besucherzahlen im Sommer erreicht», zieht Otto Steiner eine erste Bilanz und zeigt damit das Kernanliegen der Anfragen von Wintersportorten auf. «Es geht nicht mehr, das Geld in nur drei bis vier Monaten im Winter zu er-

«Die einen sehen in uns einen Hoffnungsträger, für die anderen sind wir der Teufel, weil wir die Probleme ansprechen.»

**Otto Steiner**  
Inhaber Steiner Sarnen Schweiz AG

wirtschaften. Auch die Hoffnung, das Problem allein mit technischer Beschneigung zu lösen, funktioniert nicht. Die Berge müssen zu Ganzjahresdestinationen werden.»

Was aber braucht es dafür? «Eine eindeutige Positionierung und eine gute, glaubwürdige Inszenierung, die zutiefst mit dem Ort verbunden ist», erklärt Otto Steiner und verweist auf das Alperlebnis Heidi, das Steiner Sarnen zurzeit in Flums schafft. Schauspielermöglichkeiten den Gästen in einem Ensemble von Gebäuden, den Heidi-Roman mit allen Sinnen zu erleben. Die Besucher können mit Heidi und dem Geissenpeter über die Wiesen springen oder mit dem Alpöhi in seiner Hütte ein Glas Milch trinken. Ein anderes Beispiel: Für die Corviglia hat die Firma einen Masterplan entwickelt, der den Hausberg von St. Moritz zum «Olymp des Sports» macht. Dort haben nicht nur zwei Winterolympiaden stattgefunden, es wurden auch viele Wintersportarten erfunden. Steiner Sarnen Schweiz hat die Stationen neu gestaltet und dabei gleich die Geschichte des Berges inszeniert.

## Sommergäste generieren weniger Umsatz

Eine unverwechselbare Positionierung empfiehlt auch Urs Wagenseil, Leiter Tourismus und Dozent an der Hochschule Luzern. «Tatsächlich ist die Vielfaltstrategie überholt, sie ist ein Ausdruck fehlender Spezialisierung und fehlender Kernkompetenz.» Die Bahnen wüssten eigentlich, was es geschlagen habe, und hätten auch schon viel gemacht, seit Mitte der Neunzi-



Von Steiner Sarnen umgesetzt: ein mit Velo befahrbarer Holzlooping auf dem Brixener Hausberg Plose in Südtirol. Bild: PD

## Nid- und Obwaldner Orte haben sich gut positioniert

**Wintertourismus** Nidwalden und Obwalden schneiden in den Augen der Fachleute relativ gut ab. Zum einen profitieren sie von einem grossen Einzugsgebiet aus dem Mittelland und sind von dort gut erreichbar. Viele Destinationen wie das Stanserhorn, das mit der Cabrio-Bahn ganz auf den Winterbetrieb verzichtet, Lungern-Schönbühl, das laut Otto Steiner vor der Wiederbelebung durch einen Investor «wirklich degoutant» gewesen sei, die Melchsee-Frutt mit einem neuen innovativen Resort oder Engelberg-Titlis mit dem Gletschererlebnis und das Brunnli mit seiner Ausrichtung auf Familien hätten

sich bestens positioniert. «Vielen kleineren Orten geht es hier trotz schwierigen Jahren zudem einigermassen gut, weil sie über eher günstige Infrastrukturen verfügen», betont Wirtschaftsprofessor Philipp Lütolf und erwähnt als Beispiel die Klewenalp, wo man gut damit fahre, dass nicht alles mit teuren Anlagen ersetzt werde, deren Amortisation in schlechten Saisons immer schwieriger werde. «Und ich stelle die These auf, dass Orte wie die Klewenalp wohl kaum einen Gast an Österreich verloren haben. Gerade die kleineren Orte der Zentralschweiz leben vor allem von Tagesgästen.»

ger, als die Wintersaisons zunehmend schwieriger wurden. «Die Handlungsfähigkeit ist aber gerade bei den «Kleinen» oft durch ihre finanziellen Möglichkeiten oder Strukturen beschränkt.» Doch oft ist das Problem auch viel trivialer, erste Schritte sind nicht teuer. «Beim richtigen Aufräumen fängt es an», sagt Otto Steiner. «Wenn in der Bahnstation der Güsel herumsteht, ist das wenig einladend.»

Das Problem dreht sich aber nicht nur um die Bahnen allein, sondern um alle Betriebe, die mit dem Tourismus verbunden sind. Viele Orte hätten bisher im Winter bis 80 Prozent ihres Umsatzes gemacht, betont Urs Wagenseil. Weil die Fahrpreise dann höher sind und Wintersportler generell wesentlich mehr Umsatz generieren als Sommerausflügler, müssen die Destinationen übers Jahr eine viel grössere Zahl an Gästen anziehen, als sie im Winter verlieren. «Die Verluste im Winter sind nur schwer zu kompensieren», folgert Wagenseil. Insofern rate er den Tourismusorten durchaus, externe Berater beizuziehen. «Diese Zweitmeinung ist gut investiertes Geld. Viele Unternehmensverantwortliche werden mit der Zeit verständlicherweise auch etwas betriebsblind.» Otto Steiner geht noch etwas weiter. «Oft sind es Betriebstechniker, die Marketing betreiben wollen. Und vielerorts ist auch wenig Fantasie und Innovationsgeist vorhanden.»

## Hinweis

Weitere Tourismusprojekte von Steiner Sarnen Schweiz AG unter: [www.steinersarnen.ch/projekte/tourismus](http://www.steinersarnen.ch/projekte/tourismus)

## Volle Wanne voraus!

**Stoos** Am Stöösler Badewannen-Rennen treffen jamaikanische Bobmannschaften auf urchige Schwinger und andere schräge Vögel. 99 Teams sind gestern an den Start gegangen – das sind so viele wie noch nie.

Uneingeweihte hätten die verkleideten Gestalten gestern auf dem Stoos wohl für verrirrte Faschnächtler gehalten. Tatsächlich aber hatten die Gummibären, Wellnessfreaks und Vogelscheuchen an der Bergstation ein ganz anderes Ziel: möglichst schnell in einer Badewanne runter zur Wirtschaft Balmberg zu sausen.

Entstanden ist die verrückte Tradition gewissermassen per Zufall. Ein Sanitär hatte gerade eine Badewanne abgeladen, als diese ins Rutschen geriet. «Die unfreiwillige Jungfernfahrt war die Initialzündung für das seit fünf Jahren stattfindende Stöösler Badewannen-Rennen, das der Sanitär zusammen mit Kollegen ins Leben rief», erzählt Mitorganisatorin Nicole Bünler. Waren es 2011 noch 20 Teams, gingen dieses Jahr schon 99 an den Start – darunter zwei englischsprachige. Gemacht haben das Rennen die «B-Mützen». Pechvögel des Jahres waren die Katzenstrecker, die kurz vor dem Ziel aus ihrem Gefährt geschleudert wurden. (ber)

## WWW.

Mehr Bilder finden Sie unter: [luzernerzeitung.ch/bilder](http://luzernerzeitung.ch/bilder)



Die «bsoffnig Gummibäre-Bandi» schaffte zwar nicht die Rekordzeit – hatte aber sichtlich Spass am Badewannen-Rennen.

Bild: Philipp Schmidli (21. Januar 2017, Stoos)