

Seilbahnen

Motor für den Tourismus in den Bergen

Der Schweizer Tourismus durchlebt seit ein paar Jahren schwierige Zeiten. Der markante Rückgang von Hotelgästen aus den Euro-Ländern drückt auch auf die Zahlen der Seilbahnen. Trotzdem investieren Bergbahnen weiterhin in Anlagen und Angebotsentwicklung. Die Unternehmen wollen und müssen wettbewerbsfähig bleiben, damit sie ihre Funktion als Motor des Tourismus in den Berggebieten weiterhin wahrnehmen können.

Ueli Stückelberger, Direktor Seilbahnen Schweiz (SBS), Dählhölzliweg 12, 3000 Bern 6

Drei Einflussfaktoren prägen das Bergbahngeschäft stark: die drei «Wt Wetter/Währung/Wirtschaft». In den letzten Jahren haben die Faktoren Währung und Wirtschaft mit der Krise in den Euroländern und dem rekordhohen Frankenkurs voll auf den Tourismus in den Schweizer Alpen durchgeschlagen. So sind die Verkehrserträge der Seilbahnen in den letzten vier Wintern von 885 Millionen Franken (2008/09) auf 756 Millionen Franken (2012/13) gesunken.

Wichtiger Arbeitgeber

Obwohl die Seilbahnen mit etwa einer Milliarde Franken pro Jahr deutlich weniger Umsatz generieren als etwa die Hotel- und Parahotellerie, gelten sie als Motor für den Tourismus im Alpenraum. Gut 13'000 Arbeitsplätze bieten die Bergbahnen selber an – hochqualifizierte und auch einfachere, die sich zuweilen mit anderen beruflichen Tätigkeiten ideal ergänzen lassen.

Indirekt hängt aber ein x-faches an Arbeitsstellen von den Seilbahnen ab. Diese zentrale volkswirtschaftliche Bedeutung erklärt denn auch, dass die öffentliche Hand Bergbahnunternehmen vielerorts unterstützt. Als Faustregel gilt: Rund ein Drittel der etwa 500 Seilbahnunternehmen wäre ohne direkte Unterstützung durch die öffentliche Hand nicht überlebensfähig. Ein weiteres Drittel ist zumindest teilweise auf indirekte Erleichterungen wie Zinsvergünstigungen oder Gebührenerlasse ange-

wiesen. Das restliche Drittel, vor allem grössere Unternehmen, kann sich selbständig im Markt behaupten.

Unersetzliches Transportmittel

Nicht zu vergessen: Es gibt auch Seilbahnen, die nicht touristischen Zwecken dienen, sondern in erster Linie ein Transportmittel für die Erschliessung von Siedlungen sind. Manchmal ist die Seilbahn sogar die einzige Verkehrsverbindung. Die Bahnen bieten hier einen eigentlichen Service publique.

Seit ein paar Jahren zeigt sich, dass viele Seilbahnunternehmen ihr Sommerangebot stärken, etwa mit Hängebäckchen, Aussichtsplattformen, Sommerrodelbahnen, Themenwegen oder Seilparks. Dieser Trend dürfte sich fortsetzen. Trotzdem wird der Winter mit seinen heute 80 Prozent am Umsatz auf absehbare Zeit die wichtigste Saison bleiben. Ebenso klar ist: Trotz Erschliessung neuer Märkte wie der Mittlere Osten, Indien oder China werden die Euroländer und die Schweiz für den Tourismus in den Schweizer Alpen die mit Abstand wichtigsten Zielmärkte bleiben, vorab im umsatzstarken Winterhalbjahr.

Wieder mehr Jugendliche in den Schnee!

Die Bedeutung des Binnenmarkts und des Winters ist auch der Grund, dass Seilbahnen Schweiz (SBS) auf letzten Winter hin ein Förderpro-

gramm für Schneesportlager lanciert hat. Ziel des vom Bund über den SECO-Fonds Innotour unterstützten Projekts ist es, Schulen zu motivieren, wieder vermehrt Schneesportlager zu organisieren. Die Lehrkräfte können über SBS bequem das ganze Lager mit Anreise, Unterkunft, Verpflegung, Skipässen und Ski-/Boardmiete buchen. Die Schulen sparen dadurch viel Aufwand, und die Lagerteilnehmenden profitieren von massiv vergünstigten Preisen. Die Idee dahinter: Wenn Jugendliche für den Schneesport begeistert werden können, ist die Chance gross, dass sie auch später Wintersport betreiben. Solche Nachwuchsförderung ist Marktsicherung für die Zukunft. Und zwar nicht nur für die Bergbahnen, sondern für all die anderen Leistungserbringer in den Wintersportorten.

Zusammen mit dem Schweizer Tourismus-Verband hat SBS deshalb letztes Jahr eine eigentliche Schneesportoffensive lanciert. Diese wird auf politischer Ebene unterstützt durch eine Motion, die SBS-Präsident Dominique de Buman (FR) im Nationalrat eingereicht hat. Der Vorstoss fordert vom Bund eine aktive Koordination der Nachwuchsförderung für den Schneesport. Dies ist umso wichtiger, als eine breite Wirkung nur erzielt werden kann, wenn alle – von den touristischen Leistungserbringern über die Schulen bis zur Politik – in die gleiche Richtung zielen; also zum Beispiel die

Kantone oder Gemeinden für die Schulen entsprechende Lagerwochen bewilligen. Es ist unbestritten: Skifahren ist mehr als nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor – Skifahren ist ein Schweizer Kulturgut! Und dieses gilt es zu pflegen.

Seilbahnen bei Mineralölsteuer entlasten

Politisch konnten die Bergbahnen letztes Jahr einen sehr erfreulichen Erfolg erzielen. Treibstoff für Pistenfahrzeuge wird künftig von jenem Teil der Mineralölsteuerabgaben befreit werden, der zweckgebunden in den Strassenverkehr fliesst. Nach mehreren erfolglosen Anläufen hat das Parlament eine entsprechende Motion von Ständerat Isidor Baumann (UR) angenommen. Hinter diesem Erfolg steht eine beharrliche und koordinierte Überzeugungsarbeit vieler Vertreterinnen und Vertreter der Bergregionen, darunter die Nationalräte Viola Amherd (VS) und Martin Candinas (GR), die zusammen mit dem SBS-Präsidenten vehement für den letztlich erfolgreichen und entscheidenden Minderheitsantrag im Nationalrat gekämpft hatten. Auch die SAB-Exponenten haben sich stark engagiert. Nun muss der Bund eine entsprechende Gesetzesänderung ausarbeiten. Die Seilbahnbranche ist sehr froh, dass sie nun steuerlich etwas entlastet wird – dadurch werden Mittel frei, die anderweitig eingesetzt werden können.

Und Investitionen sind dringend nötig, wenn die Tourismusregionen am Markt bleiben sollen. Es geht nun darum, die bestehenden Gebiete konkurrenzfähig zu halten und die Anlagen zu modernisieren und zu ergänzen. Vereinzelt dürfte es auch zu Zusammenschlüssen von Gebieten kommen wie zwischen Arosa und der Lenzerheide, Andermatt und Sedrun oder im Val d'Anniviers (Zinal/Grimentz). Denkbar ist auch, dass einige tiefer gelegene Bahnen den Winterbetrieb teilweise oder ganz aufgeben. Zu beachten ist aber: Gerade die Skillifte in den Voralpen und im Jura spielen eine sehr wichtige Rolle für die Marktsicherung der ganzen Bergbahnbranche, kommen doch in diesen agglomerationsnahen Skigebieten viele Kinder erstmals in Kontakt mit dem Schneesport.



In der Schweiz bieten die Bergbahnen circa 13'000 Arbeitsplätze. (© Seilbahnen Schweiz).

RÉSUMÉ

Les remontées mécaniques – moteur du tourisme de montagne

En Suisse, les remontées mécaniques fournissent quelque 13'000 places de travail. D'autre part, de nombreux emplois sont indirectement liés à l'exploitation des quelque 500 sociétés de remontées mécaniques présentes en Suisse. Au niveau financier, ce sont environ un milliard de francs qui sont générés chaque année par ce secteur.

En raison de la concurrence internationale, il est nécessaire de maintenir la compétitivité et l'attractivité de ces installations touristiques, en favorisant les investissements. Une telle mesure passe notamment par un soutien de la part des politiques et de l'Etat. D'autre part, l'organisation Remontées Mécaniques Suisse cherche à augmenter la fréquentation des remontées mécaniques, en incitant les jeunes à découvrir les plaisirs des sports de glisse. Concrètement, il s'agit de faciliter l'organisation de journées à des coûts avantageux. L'initiation des jeunes aux sports d'hiver doit les encourager à fréquenter régulièrement les stations de montagne.

RIASSUNTO

Gli impianti di risalita – motori del turismo di montagna

In Svizzera, gli impianti di risalita forniscono circa 13'000 posti di lavoro. D'altra parte, numerosi impieghi sono legati indirettamente allo sfruttamento di circa 500 società di risalita presenti in Svizzera. A livello finanziario, ogni anno provengono da questo settore di attività circa un miliardo di franchi.

A causa della concorrenza internazionale, è necessario mantenere la competitività e l'interesse per queste installazioni turistiche, favorendo gli investimenti. Una misura di questo tipo passa in particolare dal sostegno da parte dei politici e dello Stato. D'altra parte, l'organizzazione Impianti a fune Svizzeri cerca di aumentare l'utilizzo di questi impianti, incitando i giovani a scoprire i piaceri dello sport sulla neve. Concretamente, si tratta di facilitare l'organizzazione di giornate a costi vantaggiosi. L'iniziazione dei giovani agli sport invernali può incoraggiarli a frequentare regolarmente le stazioni di montagna.