



KitzSki

Interski-Austria „Fachtagung Schneesport-Lehrwesen“

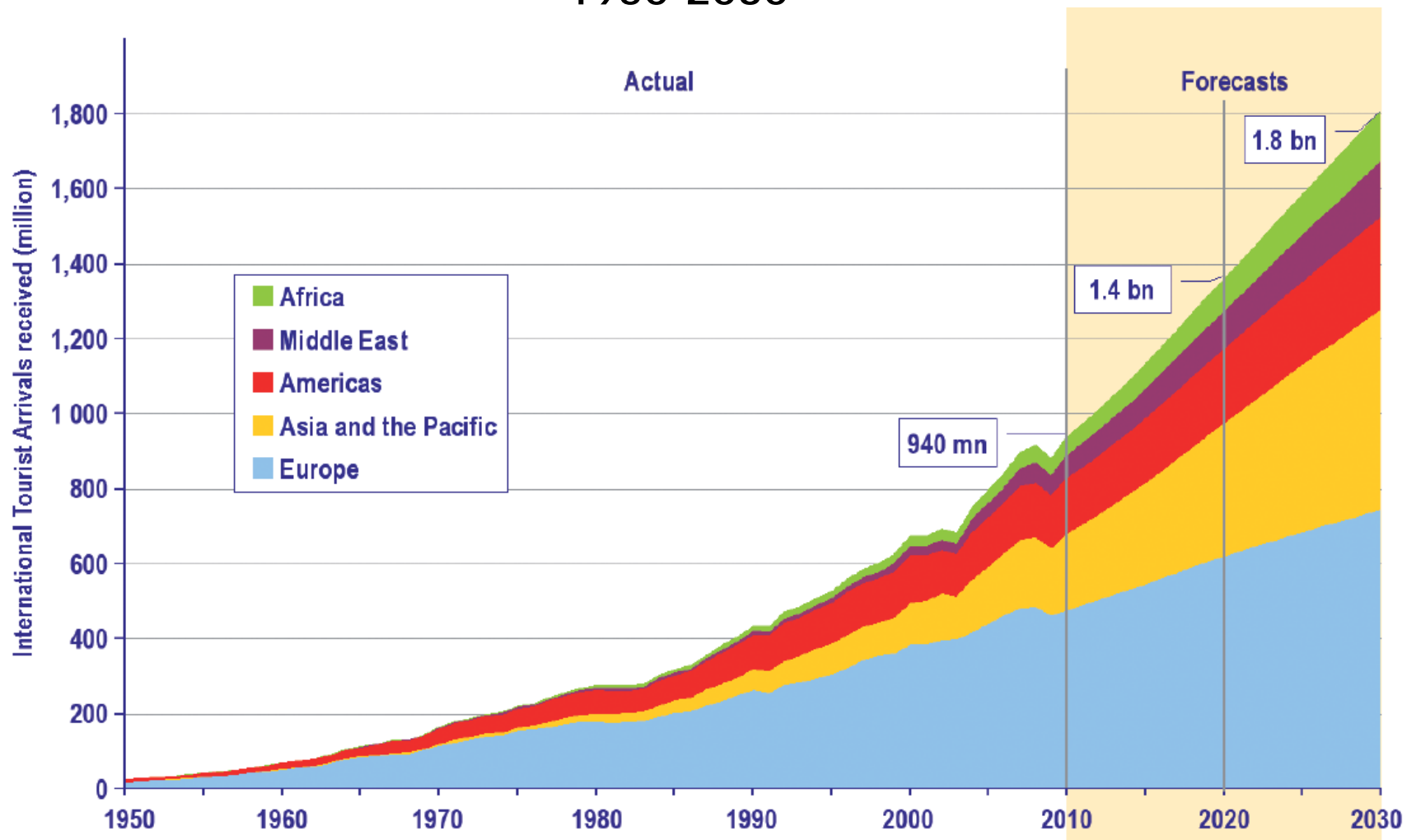
Investitionen des Tourismus in den Schneesport

Josef E. Burger, Vorstand
Bergbahn AG Kitzbühel

Kitzbühel, 29.09.2017

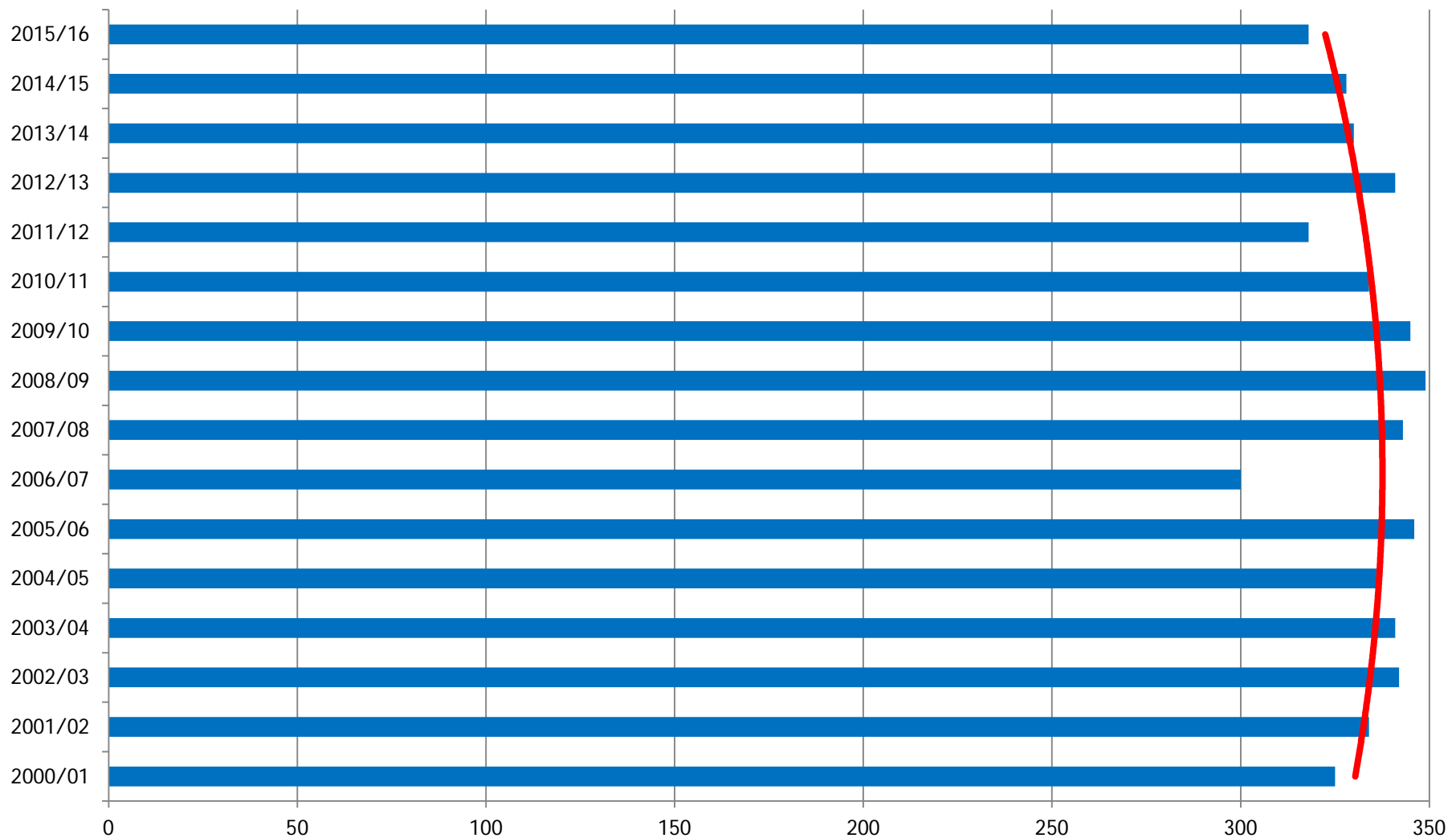


UNWTO Tourismus bis 2030: Aktueller Trend und Vorhersage 1950-2030



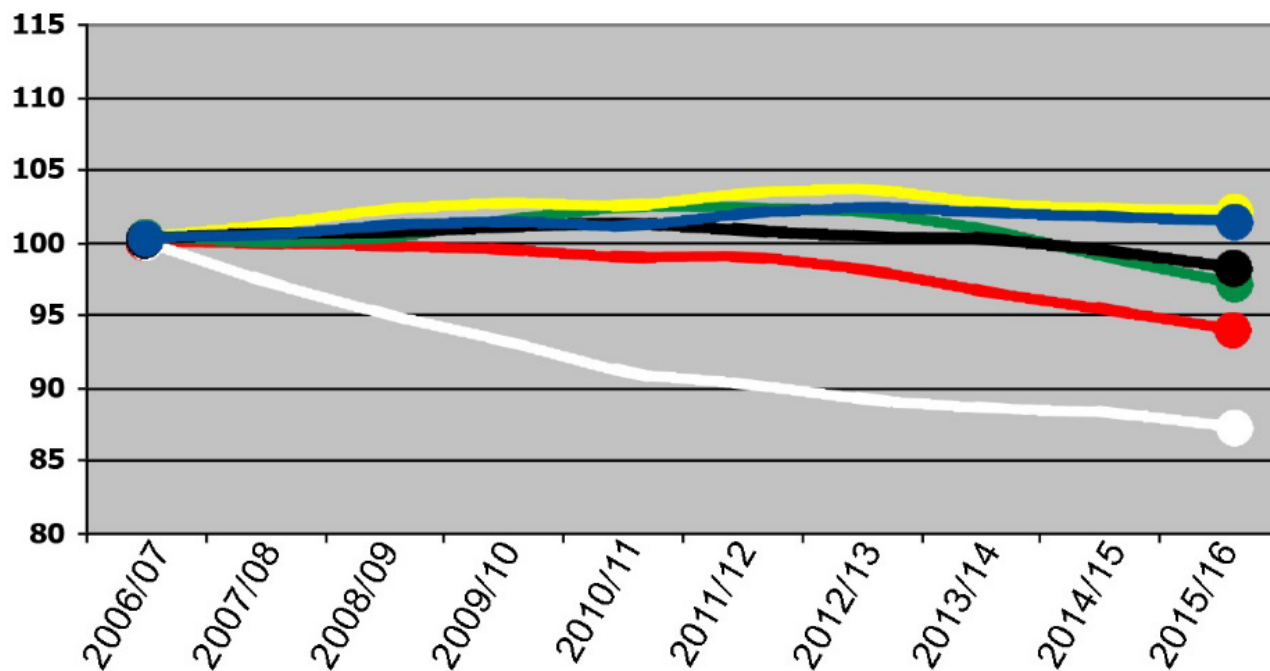
Quelle: UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition

Entwicklung Skier-Days weltweit 2000/01 - 2015/16



Quelle: 2017 International Report on Snow & Mountain Tourism, Laurent Vanat

(Index)Entwicklung Skier-Days in den Top 6 Skiländern weltweit
2006/07 - 2015/16



Nation

- Frankreich
- USA
- Österreich
- Japan
- Italien
- Schweiz

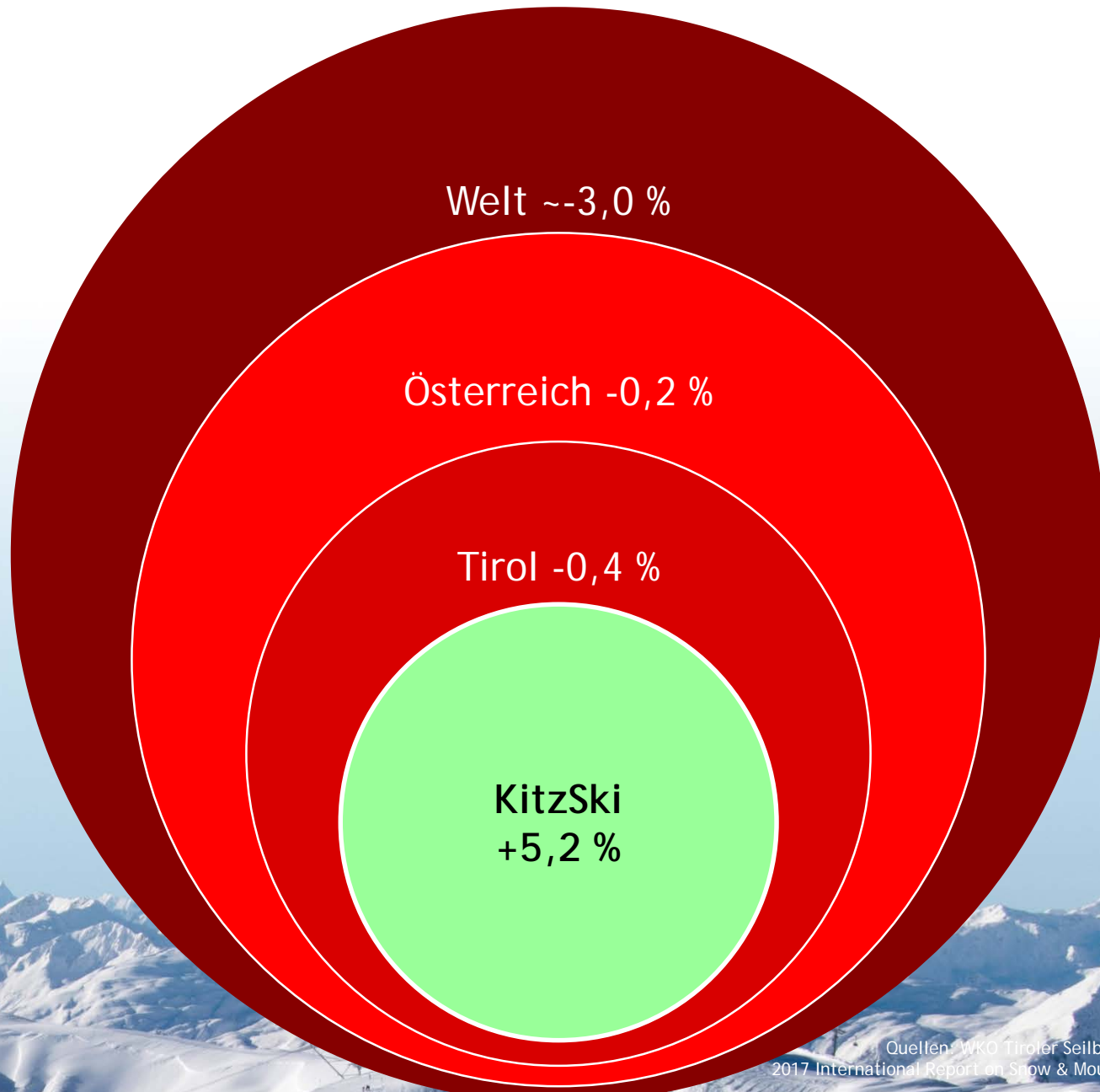
Skier-Days
2015/16

- 54,9 Mio.
- 54,1 Mio.
- 51,3 Mio.
- 32,8 Mio.
- 24,6 Mio.
- 23,7 Mio.

Quelle: 2017 International Report on Snow & Mountain Tourism, Laurent Vanat

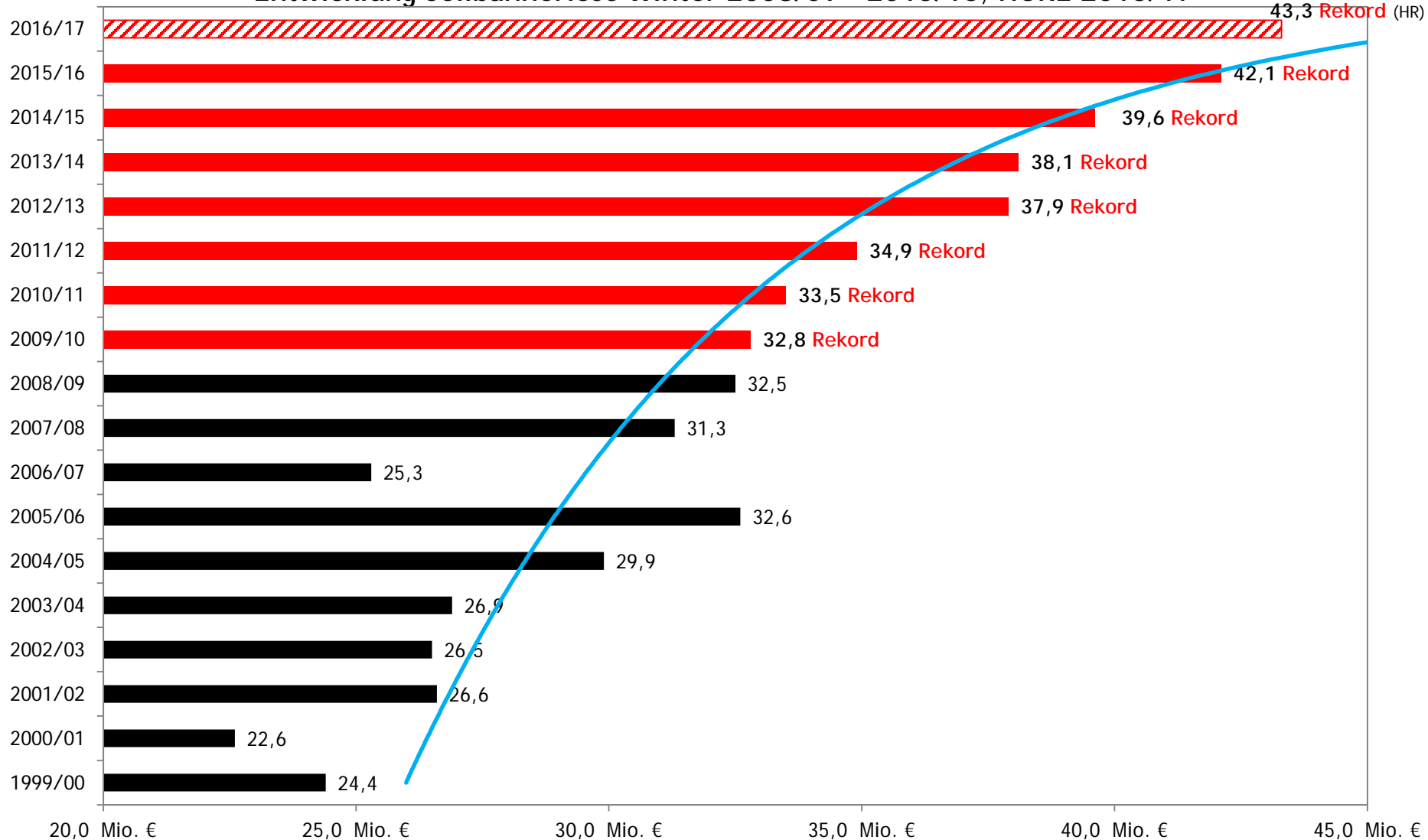


Entwicklung der Erstzutritte (Gäste) Winter 2015/16 zu 2014/15



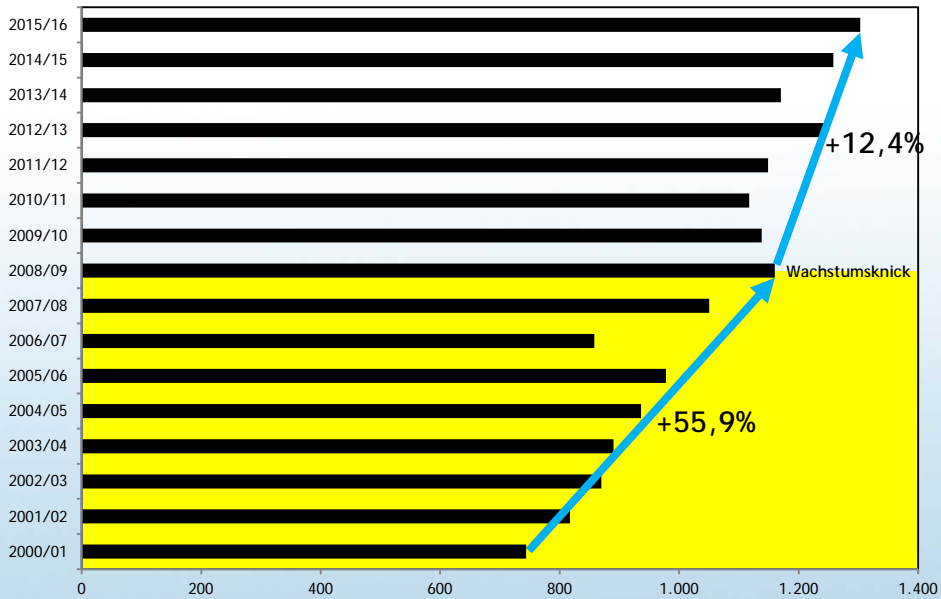
Seit Winter 2008/09 auf ununterbrochenem Erfolgskurs

Entwicklung Seilbahnerlöse Winter 2008/09 - 2015/16; HORE 2016/17

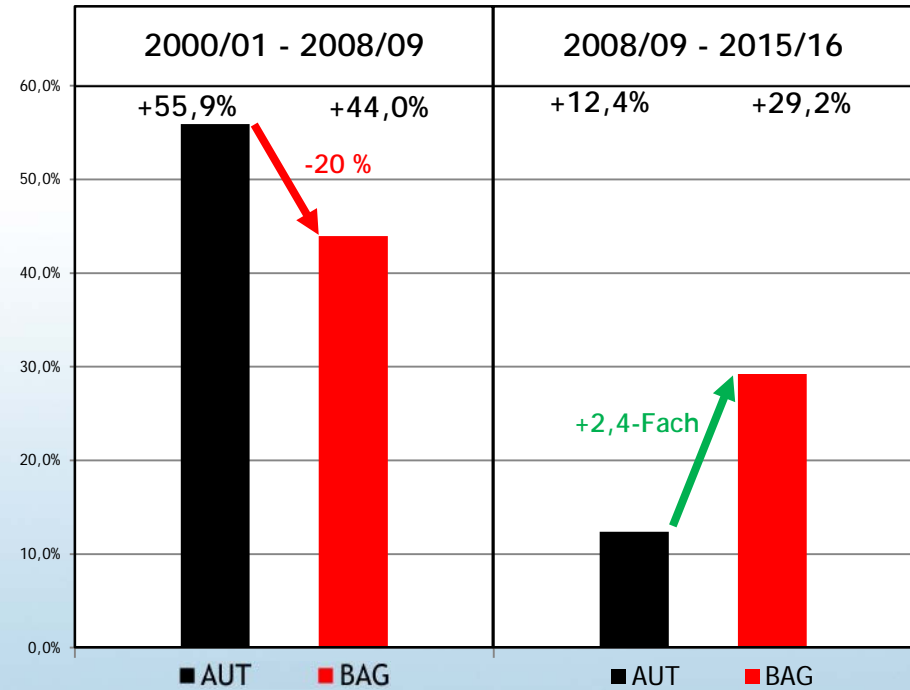


BAG im Benchmark mit Seilbahnwirtschaft Österreich

Beförderungserlöse AUT
2000/01 - 2015/16



Entwicklung Beförderungserlöse

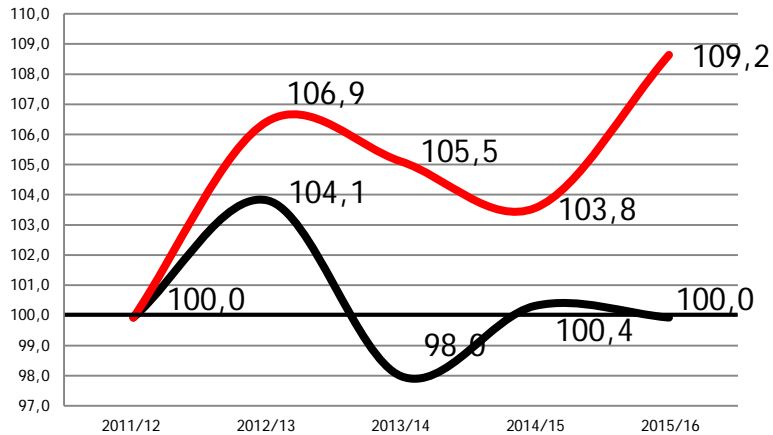


Quelle: Manova

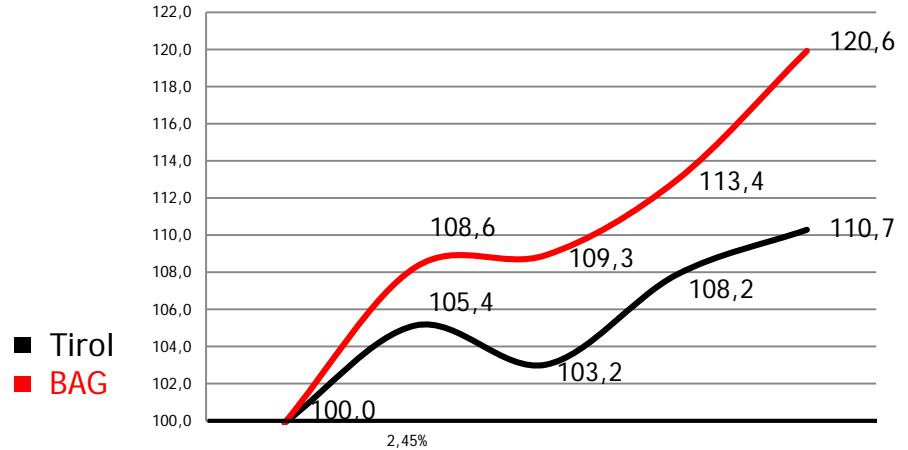


■ BAG in allen Leistungsparametern signifikant über Tirol

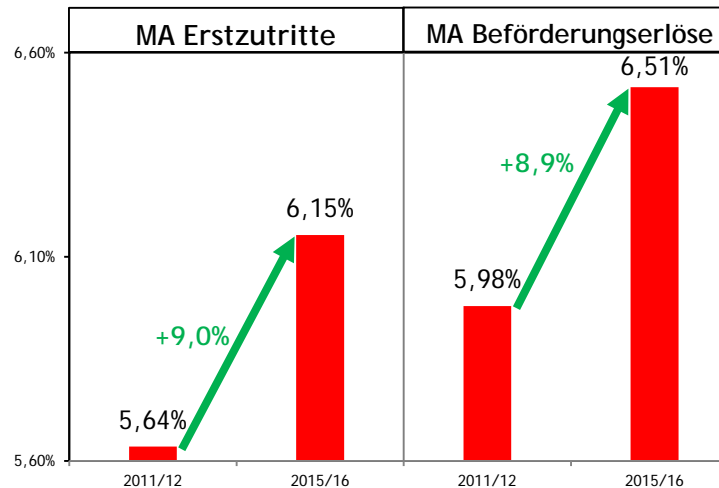
Indexentwicklung Erstzutritte
Winter 2011/12-15/16



Indexentwicklung Beförderungserlöse
Winter 2011/12-15/16

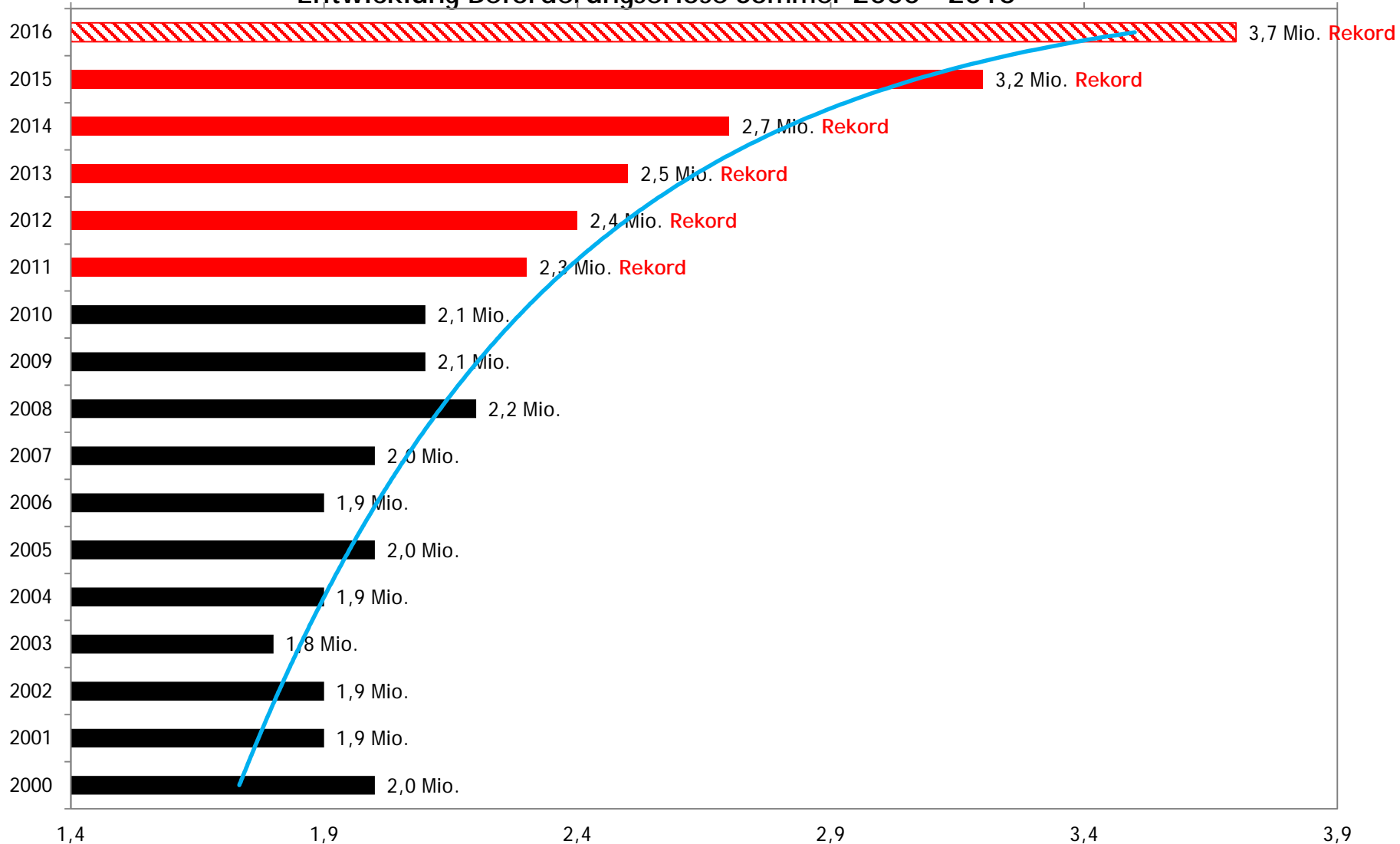


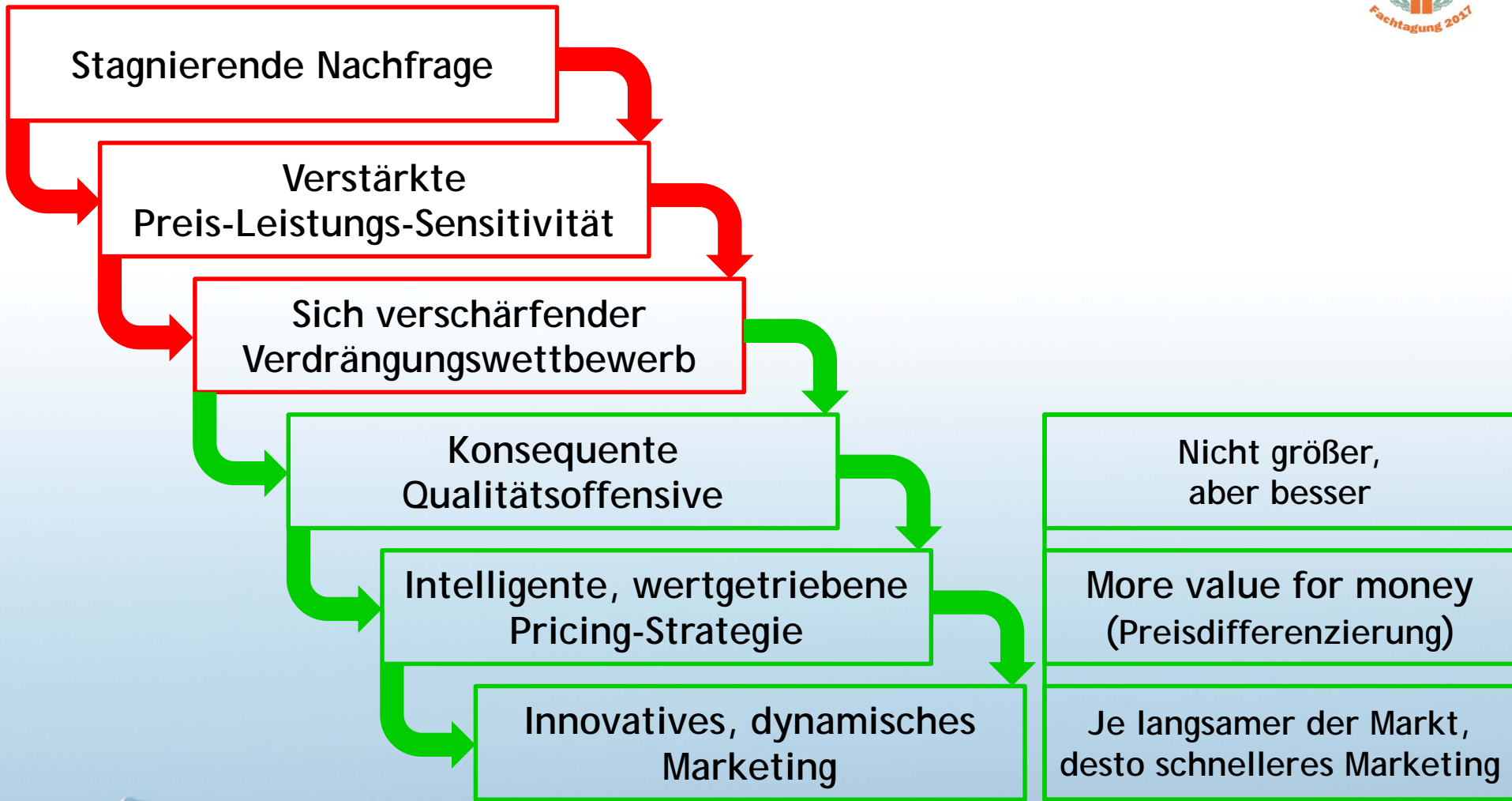
Marktanteile (MA) Bergbahn AG Kitzbühel an Tirol
2011/12 und 2015/16



Seit Sommer 2011 auf kraftvollem Rekordkurs

Entwicklung Beförderungserlöse Sommer 2000 - 2016

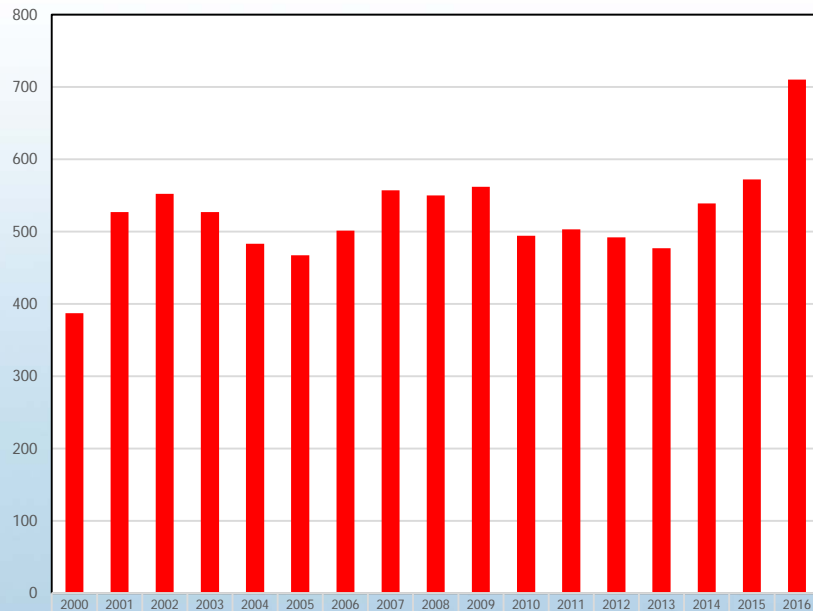




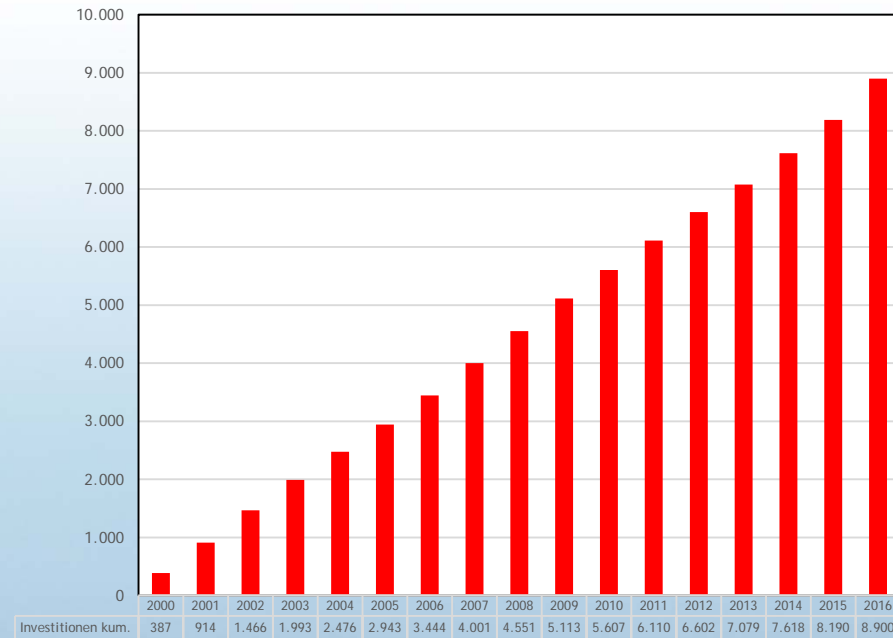
Mitarbeiter als Herzstück:
vom Kostenverursacher → zum Nutzenstifter

- jährlich rd. € 500 Mio. investiert
- seit 2000 rd. € 8.900.000.000

Investitionen p.a.



Investitionen kumuliert



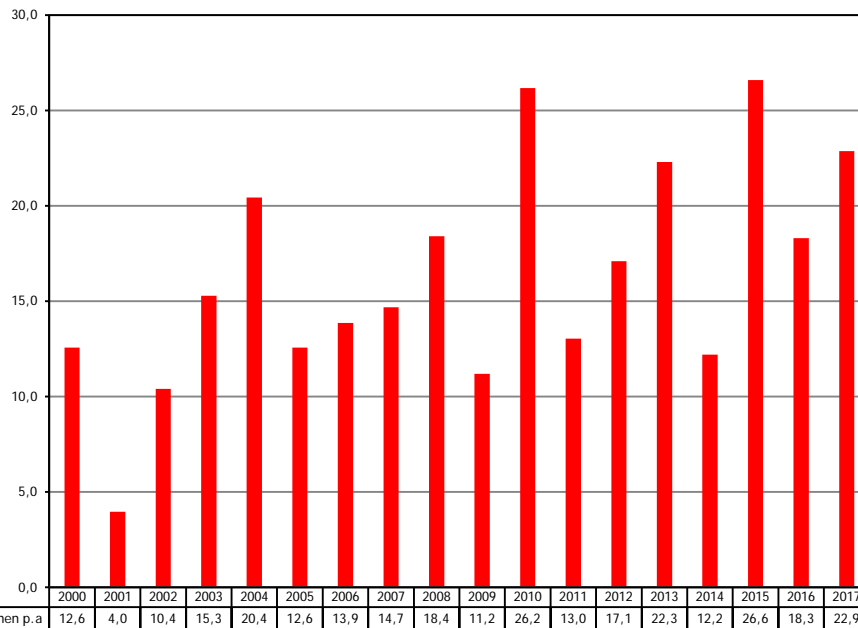
Quelle: Winterbericht 2014/15, Manova & Factsheet - Die Seilbahnen Österreich, April 2017, WKO

**Kraftvolle Investitionen der Vergangenheit
als Grundlage des Erfolgs der Gegenwart**

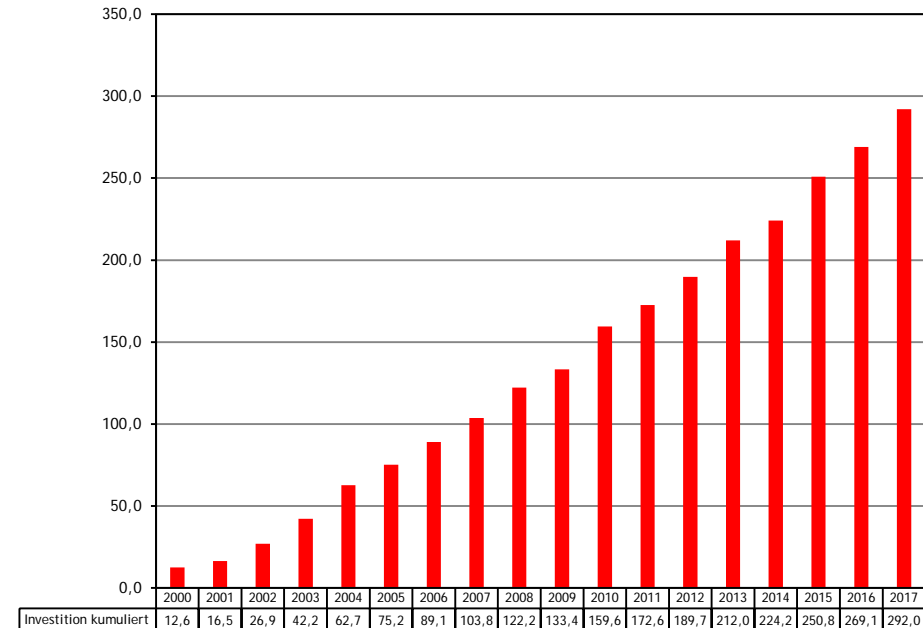
**Dynamische Qualitätsinvestitionen der Gegenwart
als Erfolgsgarant der Zukunft**

**Investitionsentwicklung
kraftvoll - verantwortungsvoll - wohl balanciert
jährlich knapp € 20 Mio. - seit 2000 fast € 300 Mio.**

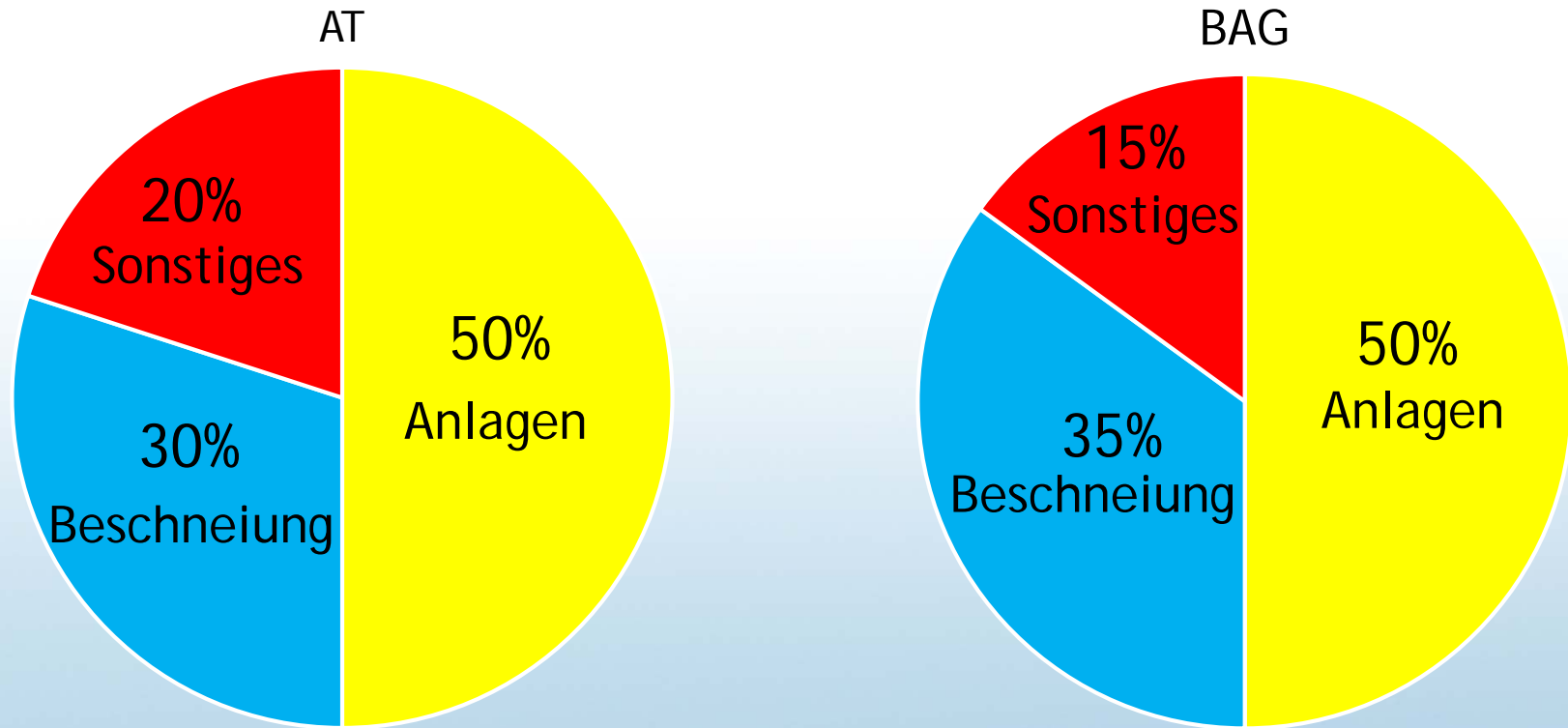
Investitionen p.a



Investition kumuliert



Investitionsschwerpunkte AT und BAG im 10-jahres ϕ -Vergleich



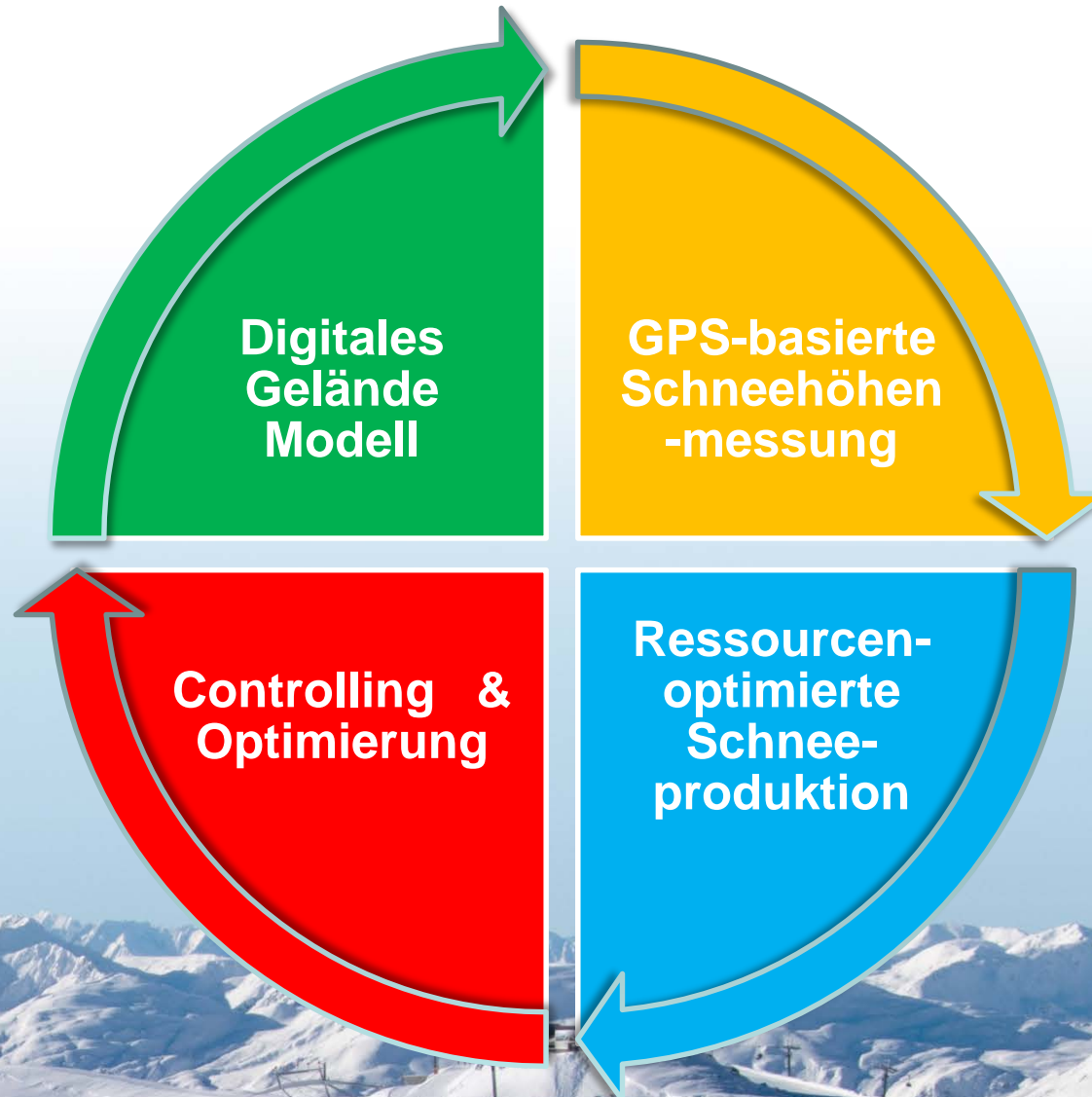
Quelle: Winterbericht 2014/15, Manova
& Factsheet - Die Seilbahnen Österreich, April 2017, WKO



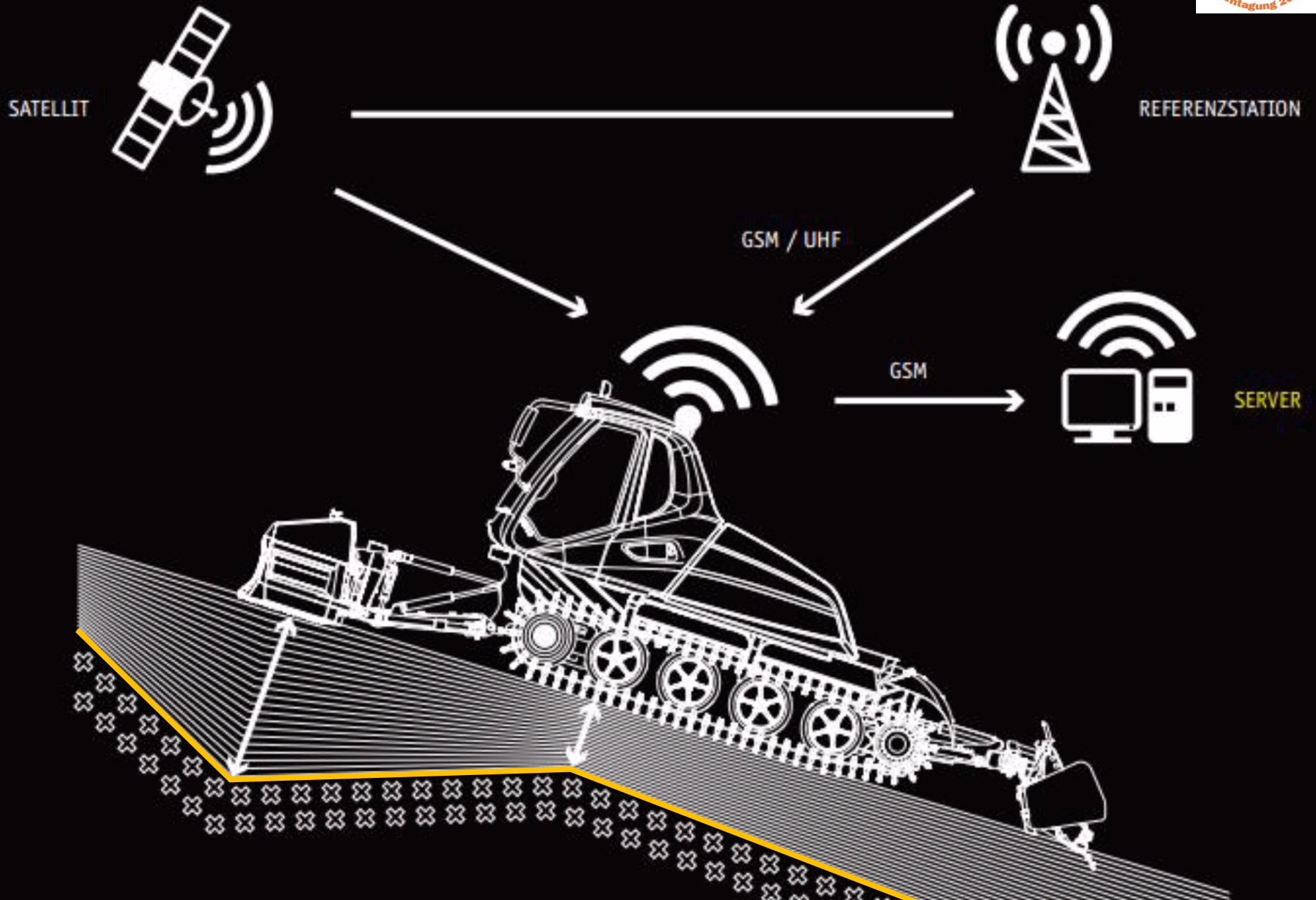
Schlagkräftiges Beschneisystem - Qualität vor Quantität

	2005	2017
Wasserkapazität am Berg [m ³]	267.900	724.100
		+170,3%
Pumpleistung [l/sec]	928	2.205
		+137,6%
Schneeerzeuger [Stk.]	330	1.100
		+233,3%
Stromanschlusswert [kW]	11.540	25.910
		+124,5%
Anschlussleitung [km]	67,3	101,5
		+50,8%

Iterative Prozesssteuerung - Von der Analyse zum Erfolg



GPS-basierte Schneehöhen-Messsystem



Grundlage für effizientes Schneemanagement

- vordefinierten Soll-Schneehöhen
- vordefinierten Soll-Wirkungsgraden
- vordefiniertem Wasserdurchfluss
- detaillierten Ist-Schneehöhen aus Schneehöhen-Messsystem
- Vergleich mit vordefinierten Soll-Schneehöhen
- Rückkopplung/Steuerung der Schneeproduktion in laufender Saison und für optimierte Planwerte

- **Permanenter Soll/Ist-Vergleich**
- **Begleitendes Qualitätsmonitoring und -controlling**

Zusammenfassung

- **Schneemanagement-System bei BAG seit 2009 im Einsatz**
- **Ausstattung**
 - 24 von 31 Pistenmaschinen
- **Gesamtaufwand**
 - 2009 - 2016 rd. € 1,0 Mio.
- **Mengenmäßiges Optimierungspotential bei Schneeproduktion**
 - 7% von rd. 3 Mio. m³ technischem Schnee
- **Signifikant verbesserte Qualität**
- **Einsparungspotential p.a.**
 - rd. € 0,5 Mio.

Schneedepots auf selektiver Basis



Start des Skibetriebes 2017

14. Oktober: Resterkogel / Pass Thurn

26. Oktober: Walde / Hahnenkamm

Schneedepots auf selektiver Basis



Start des Skibetriebes 2017

14. Oktober: Resterkogel / Pass Thurn

26. Oktober: Walde / Hahnenkamm

- Ohne technische Beschneigung keine gesicherte Schneeauflage
- Ohne gesicherte Schneeauflage kein valides Geschäftsmodell Wintersport
- Ohne technische Beschneigung können Qualitätsanforderungen der Kunden und Sicherheitsstandards der Skigebietsbetreiber nur unzureichend erfüllt werden
- Ziel der Beschneigung:

Nicht Maximierung der produzierten Schneemenge,
sondern Minimierung der Beschneizeit für definierte Schneeauflage.

Statische Struktur der Vergangenheit

- begrenztes Angebot → starke Nachfrage
- Produkt- & Angebotserweiterung → Vertriebsvernachlässigung
- Stammkunden → Reisebüros, Touroperator als Nachfragetreiber (Pauschalreise)

Dynamische Struktur der Zukunft

- breites Angebot → stagnierende Nachfrage
- Qualitätsfokussierung → Vertrieboptimierung
- abnehmende Markentreue → zunehmender Brandingfokus
- analoge Drittpartnervermarktung (Pauschalreise) → digitale Online Direktvermarktung (Individualreise)
- vom Warten vor Ort → hin zum Kunden am Markt

Strukturwandel bedingt Strategiewechsel

- vom Push-Marketing der Vergangenheit → zum Pull-Marketing der Zukunft
- von der Investition in das Produkt → zur Investition in den Markt
- von der Hardware → zur Software
- von der Quantität → zur Qualität
- vom Einzelkämpfer
(Vermarktung von Teilleistungen) → zum Teamplayer
(Vermarktung gesamter Leistungspalette)
- von Innenorientierung / Nabelschau → zur Außenorientierung / Öffnung
- vom internen Jammern → zum externen dynamischen Vermarkten