Der Winter wird anders und einmalig

Abstand garantiert: Ein Schneeschuhtrail oberhalb von Kandersteg. BILD SCHWEIZ TOURISMUS

TOURISMUS Die Sommerkampagne von Schweiz Tourismus hat für die Bergregionen zu erfreulichen Resultaten geführt. Für die Wintermonate zeichnet sich noch keine grundlegende Änderung der Pandemie-Situation ab. Es gilt, Schweizer Gäste für Aktivitäten im Schnee zu begeistern. Unter dem Slogan «Ich brauch ein erstes Mal» halten die Verantwortlichen 100 Tipps bereit.

KURT METZ

Aus der Vielfalt des Schweizer Winters soll jeder die für sich passende Aktivität entdecken und Neues zum ersten Mal wagen. Schweiz Tourismus hat aus den von Destinationen eingebrachten Vorschlägen 100 ausgewählt und präsentiert diese in zehn Kategorien. Dazu gehören beispielsweise ein Gleitschirmflug bei Vollmond ab dem Metschstand («Nacht»), Fondue im Rekordiglu auf der Engstligenalp («Kulinarik») und Fahrten im spassigen Schnee-Töff im E-Snowmobilpark an der Lenk («Action»). Weitere originelle Angebote finden sich unter den Stichworten «Luft», «Schlitten», «Tiere», «Eis», «Ski», «Entspannung» und «Licht».

Traditionelle Sportarten und Schneesport-Hotels

Als «grösstes und schönstes Outdoor-Fitnesscenter» bezeichnet Swiss Snowsports die Schweizer Berge. Rund 7000 SchneesportlehrerInnen sind bereit, Anfängern die erste Fahrstunde im Schnee zum nachhaltigen Erlebnis zu gestalten, Wiedereinsteiger zu begeistern und Cracks herauszufordern. So sind auch Tiefschneefahren und Telemark angesagt. Massiv ausgebaut wurden die Wander- und Schneeschuhtrails (siehe Kasten). Neu sind Winterskitouren über die SnowReport-App abrufbar. Darin erfährt man auch den aktuellen Zustand der Snow- und Funparks sowie die Begehbarkeit von Winterwanderwegen und Schneeschuhrouten.

Eine weitere Premiere ist die Gruppierung der Snow Sport Hotels. Wer dazugehören will, muss eine Reihe von Kriterien erfüllen – etwa die Nähe zum Schneesportgebiet und Dienstleistungen wie Reparaturservice für die Ausrüstung, Wäsche der Sportbekleidung über Nacht und aktuelle Information über die lokalen Schneesportaktivitäten vor Ort. Im Adelboden gehören «The Cambrian» und das Hotel Steinmattli zu den Snow Sport Hotels.

Einfach ankommen

Massiv ausgebaut wurde das Angebot für gepäckbefreites Anreisen: Neu machen 162 Destination (ein Plus von 114) in der ganzen Schweiz mit, so auch Frutigen, Kandersteg und Adelboden. Die Zahl der teilnehmenden Unterkünfte – vom Luxushotel bis zum Wintercampingplatz – konnte um 820 auf 1060 gesteigert werden. Von der eigenen Wohnungstüre abgeholt werden Koffer, Taschen und Rucksäcke, Skiausrüstung, Snowboards und Schlitten. Diese werden bis ins Hotelzimmer oder die Ferienwohnung geliefert und am Ende des Aufenthalts wieder abgeholt. Angesichts der wachsenden Anzahl städtischer Haushalte ohne eigenes Auto sowie von Ferienorten mit Gratis-öV scheint der Abholservice eine vielversprechende Massnahme, um neue Schweizer Gäste für Winterferien im Alpenraum zu gewinnen. Als Massnahme für den Nachwuchs versprach Schweiz Tourismus, noch vor Ende des Jahres ein Angebot von SBB und den Schweizer Jugendherbergen für unter 25-Jährige auf den Markt zu bringen.

Weitere Informationen zum Thema finden Sie unter www.frutiglaender.ch/web-links.html

Vielfältig zu Fuss

Die beliebtesten Winteraktivitäten sind Ski alpin (60 Prozent der Gäste), Winterwanderungen von mehr als zwei Stunden (jeder dritte Gast), Schwimmen (20 Prozent), Schlitteln (jeder sechste Gast) und Snowboarden mit rund 13 Prozent. Beeindruckend sind die Anzahl und die Längen der präparierten und markierten Pisten, Loipen, Wege und Routen:

- 7300 Kilometer Skipisten
- 160 Langlaufloipen (5500 km)
  160 Winterwanderwege (5150 km)
- 194 Schneeschuhrouten (2300 km)
- 150 Schlittelpisten (620 km)

Wer lieber am Seil auf den Berg fährt oder sich ziehen lässt, findet in der Schweiz 2460 Aufstiegshilfen.

KURT METZ

KOMMENTAR

Alle Winterwerte pflegen

Im Vordergrund der Anstrengungen von Schweiz Tourismus und Partnern stehen angesichts der Lage die Steigerung der Wertschöpfung und die Optimierung der Auslastung vorab durch Schweizer Gäste. Was diesen Sommer klappte, soll nun auch im Winter funktionieren. An der Medienkonferenz Anfang Woche standen erfreulicherweise Inhalte im Mittelpunkt in Form konkreter und teils origineller Angebote. Corona führt zu neuen Erkenntnissen und zwingt, sowohl bewährte Werte zu pflegen als auch neue zu schaffen. Nach wie vor ist man allerdings auf die Zahl der Hotelübernachtungen fixiert und malt hier trotz der zu erwartenden Kurzfristigkeit der Buchungen schon ein düsteres Bild für die kommenden Monate. Zwar durfte die Präsidentin von Parahotellerie Schweiz – die Direktorin der Schweizer Jugendherbergen – eine «Grussbotschaft» per Kurzvideo übermitteln. Aber über den Stand der Buchungen in der Parahotellerie war nichts zu vernehmen. Sie haben in den letzten Monaten massgeblich dazu beigetragen, dass die Bergbahnen, die Gastronomie und der Detailhandel im Alpenraum glimpflich oder sogar mit stolzen Zuwächsen über die Runden gekommen sind.

Erfreulich hingegen ist die Rückbesinnung auf traditionelle «Bewegungsformen» im Winter: Skifahren abseits präparierter Pisten, Wandern mit und ohne Schneeschuhe, Schlitten fahren mit oder ohne Huskys und auch das Zelebrieren kulinarischer Erlebnisse in bekannt-gemütlicher oder kreativ-ungewohnter Umgebung. Bei den nichtsportlichen Winteraktivitäten kommen nämlich das «Probieren lokaler Spezialitäten» nach Ausflügen mit Bergbahnen an zweiter Stelle in der Hitparade der Gästevorlieben.

Das einzig Sichere für die Wintersaison 2020/2021 ist, dass sie anders sein wird. Einiges wird hoffentlich einmalig, manches wird erstmalig und fördert so langfristig einen vielfältigen Tourismus im Schnee.

KURT METZ
MAIL@KURTMETZ.CH

Ein Stein für Pricenow

TOURISMUS Die Hotelbranche zeichnet findige Unternehmen jährlich mit einem Meilenstein aus. In diesem Jahr ging der Preis nach Reichenbach.

Der «MILESTONE Premiere» wird für ein Projekt vergeben, das durch seinen originellen oder mutigen Ansatz überzeugt und nach Meinung der Jury über grosses Potenzial verfügt. Dieser Preis wurde dieses Jahr an das Reichenbacher Software-Unternehmen Pricenow für seine vollintegrierte Lösung bestehend aus Dynamic-Pricing-Software, modernen Datenanalysetools und eingebundenem Webshop vergeben. Zu den Kunden von Pricenow gehören unter anderem namhafte Bergbahnunternehmen der Regionen Verbier oder St. Moritz. Im Oberengadin setzt man seit zwei Jahren auf die Dynamic Pricing- und Datenanalyselösung von Pricenow. Auch am beliebten Ausflugsberg Niesen legte der Verwaltungsrat 2018 den Grundstein für eine Offensive bei der Digitalisierung – Pricenow entwickelte in Folge eine umfassende Webshop-Lösung. Mit dem Webshop wird die gesamte Wertschöpfungskette der Niesenbahn abgedeckt: Gäste können nicht nur ihr Bahnticket, sondern auch Bergerlebnisse, Übernachtungen oder Restaurant-Reservationen online buchen.

Pricenow habe den Markteintritt geschafft und ihr Produkt verfüge über grosses Potenzial, so die Jury. Der Award wird jährlich von der «htr hotel revue» und HotellerieSuisse verliehen, unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft und dem Schweizerischen Tourismus-Verband STV.

Pricenow wird in der kommenden Wintersaison 2020/2021 in weiteren Schweizer Skigebieten ihre Pricing-Lösung umsetzen. Ein grosser Schritt für Pricenow war zudem auch der Eintritt in den französischen Markt – zusammen mit Pricenow führt das Skigebiet La Clusaz diese Wintersaison ein dynamisches Preismodell ein.

«Mit dem Award ist ein weiterer Meilenstein in unserer Firmengeschichte erreicht. Wir sehen enormes Potenzial in der Bergbahnbranche für innovative und digitale Lösungen», erklärt Reto Trachsel, CEO Pricenow.

PRESSEDIENST PRICENOW AG

Sie freuen sich im Namen ihrer Firma über die gewichtige Auszeichnung (v.l.): Reto Trachsel, Jonas Meuli, Matthäus Urwyler und Judith Noerpel-Schneider. BILD ZVG