

# Breakout Session 10

Ronnie Scott's  
Jazz Club

Wenn der Winter  
sich verändert:  
Neue Strategien  
für Destinationen



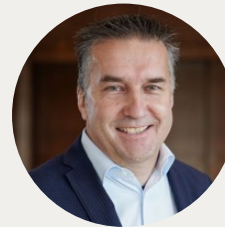
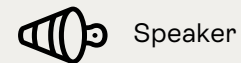
**Eric  
Bianco**

Dienststelle für  
Wirtschaft, Tourismus  
und Innovation Kanton  
Wallis



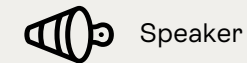
**Martin  
Langenegger**

Stoosbahnen



**Berno  
Stoffel**

Seilbahnen Schweiz



**Mike von  
Grünigen**

Gstaad Tourismus,  
Ehemaliger  
Skirennfahrer

**Der Klimawandel zwingt zum Handeln.  
Wie bleiben alpine Destinationen  
langfristig wirtschaftlich erfolgreich?**

## Kompass Schnee

**Die schwindende Schneesicherheit bedeutet nicht das Ende  
des alpinen Wintertourismus, sondern erfordert eine bewusste,  
strategische Neuausrichtung.**

**Die Lösung liegt in der gezielten Anpassung.**

# Drei Grundstrategien

## Strategie A: Weiter mit Schneesport

Wir optimieren  
das Schneeangebot.

## Strategie B: Mit unsicheren Schneeverhältnissen leben

Wir bauen das schneeunabhängige  
Winterangebot aus.

## Strategie C: Übrige Saisons als Kompensation

Wir positionieren uns neu und  
verstärken die übrigen Saisons.

# Strategie A: Weiter mit Schneesport

Die Klimadaten zeigen, dass wir auch in Zukunft mit dem Schneesport erfolgreich sein können. Wir passen uns an, indem wir das Schneeangebot optimieren, und bieten weiterhin ein attraktives Angebot rund um Ski, Snowboard, Langlauf und Schlitteln.

# Strategische Optionen

## A1: Pistenpräparation optimieren

Wir verbessern unsere Techniken, um mit weniger Schnee unsere Pisten zu präparieren.

## A2: Gelände anders nutzen

Wir erschliessen höheres oder gegen Norden ausgerichtetes Gelände. Wir planen Massnahmen zur Talabfahrt.

## A3: Beschneigung ausbauen

Wir erweitern unsere Möglichkeiten der technischen Beschneigung.

## A4: Resilientes Geschäftsmodell

Mit alternativen Finanzierungsmodellen sichern wir unser Angebot auch in schneearmen Wintern.

## A5: Anschluss an Nachbarn

Wir ermöglichen den Gästen in schneeunsicheren Wintern den Zugang zu einem schneesicheren Skigebiet.

## A6: Beherbergung in die Höhe

Wir realisieren Beherbergungsangebote über der Schneefallgrenze, um weiterhin eine Winterlandschaft zu bieten.

# Strategie B: Mit unsicheren Schneeverhältnissen leben

Wir rechnen wegen der Klimaerwärmung vermehrt mit Wintersaisons mit ungenügenden Schneeverhältnissen. Mit dem Ausbau unseres schneeunabhängigen Winterangebots fangen wir wechselnde Schneebedingungen im Winter auf.

# Strategische Optionen

## **B1: Aktivitäten für schneearme Zeiten**

Wir erweitern unser schneeunabhängiges Wintersportangebot.

## **B2: Über dem Nebel**

Wir positionieren unser Bergangebot im Winter über den Aspekt des Sonnenscheins über der Nebeldecke.

## **B3: Internationale Gäste im Winter**

Wir sprechen vermehrt internationale Gäste auch im Winter an.

## **B4: Wellness**

Wir bauen unser Wellness- und Thermalbadangebot aus.

## **B5: Kultur & Kulinarik**

Wir stärken unser Angebot gezielt mit kulturellen und kulinarischen Angeboten.

## **B6: Seminare & Kongresse**

Wir stärken unser Angebot für Geschäftsreisende.

## **B7: Eventangebot im Winter**

Wir organisieren mehr schneeunabhängige Events im Winter.

# Strategie C: Übrige Saisons als Kompensation

Wir gehen davon aus, dass sich das Wintergeschäft mit dem Klimawandel deutlich verschlechtern wird. Wir positionieren uns grundsätzlich neu und verstärken das Geschäft von Frühling bis Herbst.

# Strategische Optionen

## **C1: Outdoor Sommersport**

Wir bauen das Sommerangebot aus (z.B. Biken, Trailrunning, Velofahren, Klettern)

## **C2: Genuss, Natur & Landschaft**

Wir verstärken unsere Aktivitäten in den Themen Kulinarik, Natur und Landschaft.

## **C3: Outdoor Spiel & Spass**

Wir verstärken unsere Aktivitäten im Bereich des Familienangebots.

## **C4: Internationale Gäste**

Wir richten Vertrieb und Geschäftsmodell auf internationale Reisende im Sommer aus.

## **C5: Untypische Angebote**

Wir entwickeln Angebote, die nicht zwingend in Zusammenhang mit den Bergen stehen.

# Resiliente Destinationen wählen nicht eine Strategie, sondern orchestrieren alle drei.

Illustratives Beispiel



# Der alpine Wintertourismus bleibt – in neuer Form.

## 1. Klimarisiko analysieren

Bewerten Sie die spezifische Höhenlage, Nord/Süd-Ausrichtung und mikroklimatische Entwicklungen Ihrer Destination schonungslos.

## 2. Strategie-Mix definieren

Bestimmen Sie den idealen, individuellen Mix aus Schneesicherung, Winterdiversifikation und Kompensation durch übrige Saisons.

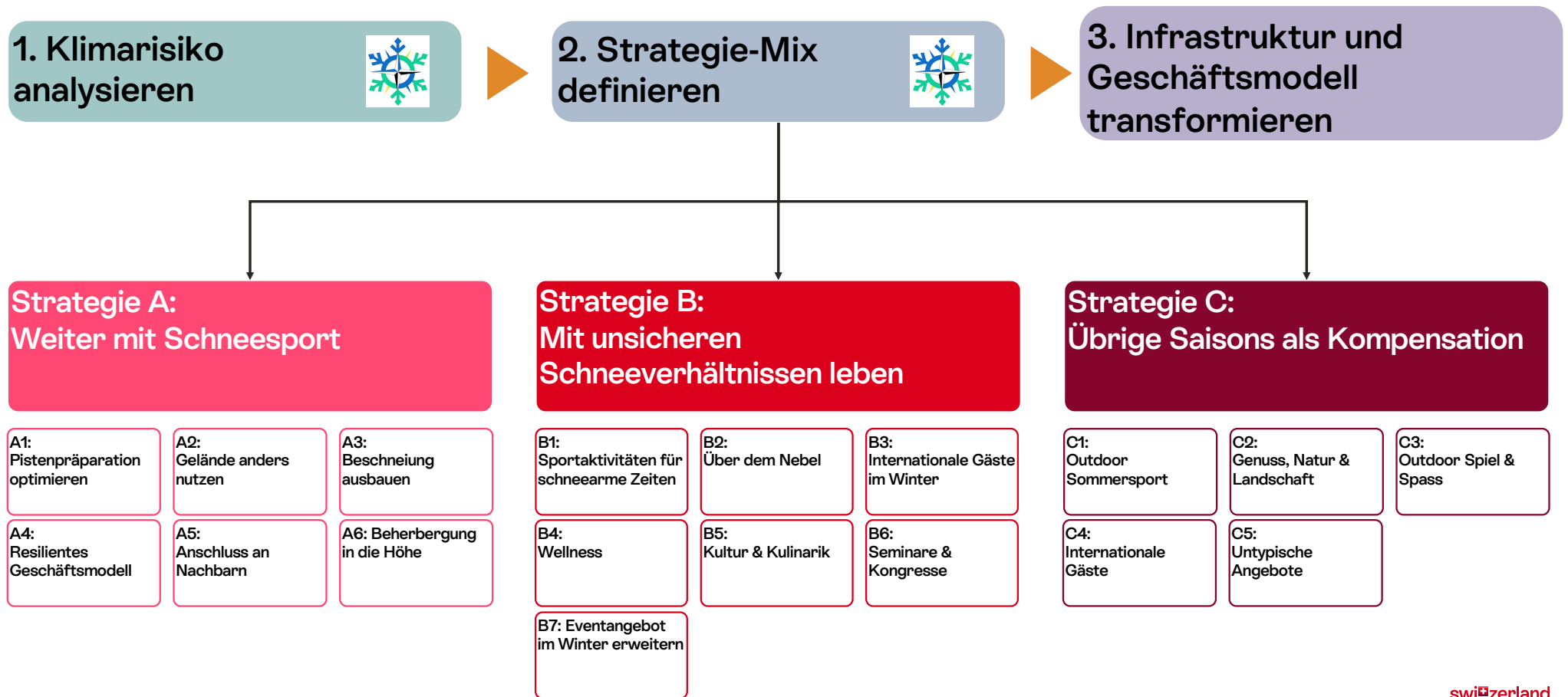
## 3. Infrastruktur und Geschäftsmodell transformieren

Richten Sie Investitionsbudgets, Zonenpläne und das touristische Marketing konsequent auf den gewählten Strategie-Mix aus.



Orientierung durch  
Kompass Schnee

# Ihre Meinung ist gefragt!



# Kernerkenntnisse aus der Slido-Umfrage

## 67–78 Teilnehmende



Heute: Schnee-Fokus dominiert

58%

setzen auf Beschneigung

Pistenpräparation (45%) und Beschneigung (58%) führen die aktuell umgesetzten Massnahmen an. Das Kerngeschäft bleibt schneebasiert.



Morgen: Diversifikation als Priorität

61%

sehen schneearme Aktivitäten als relevant

Outdoor Sommersport (45%), Kultur & Kulinarik (39%) und Eventangebote (33%) gewinnen an strategischer Bedeutung.



Reifegrad: Mittendrin im Prozess

82%

haben den Anpassungsprozess gestartet

32% in der Strategie-Phase, 27% in der Analyse, 23% bereits in der Transformation. 56% schätzen ihre Schneeabhängigkeit als mittel ein.



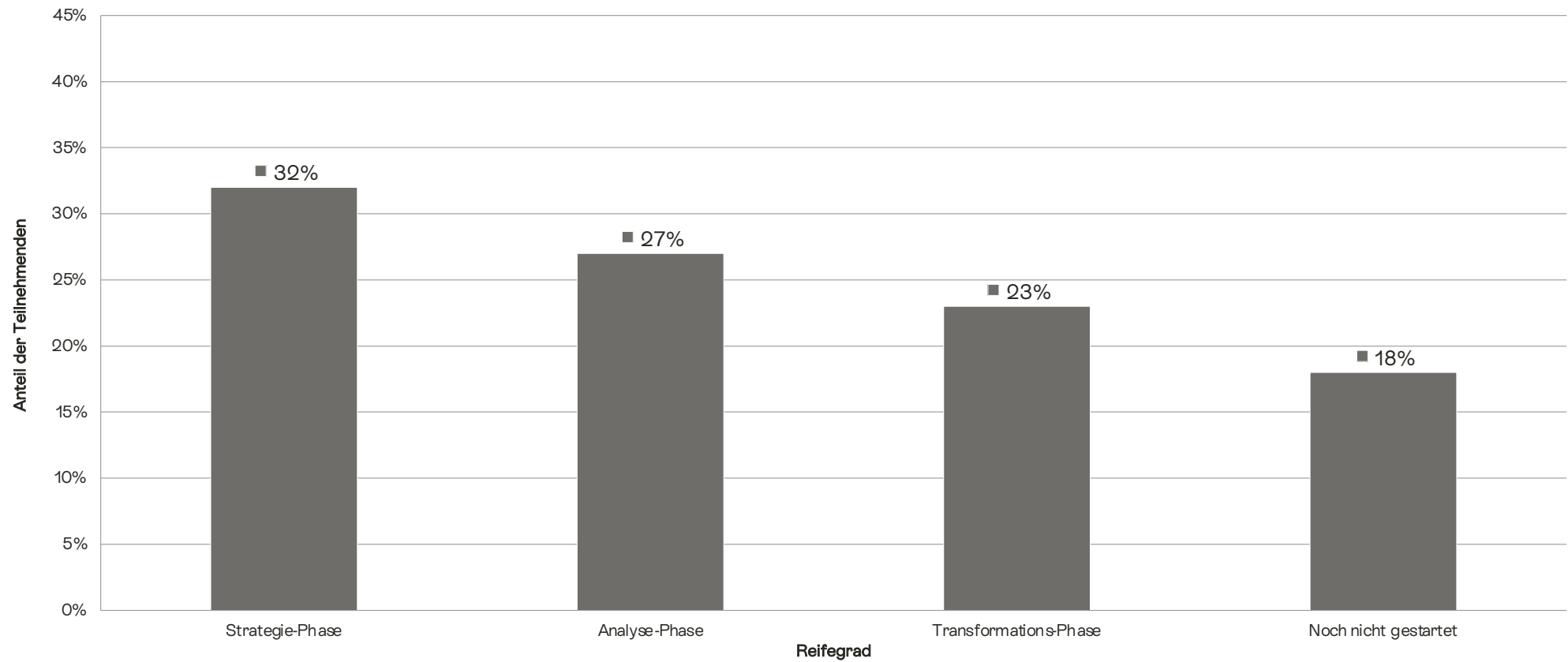
Hürden: Geld und Regulierung

46%

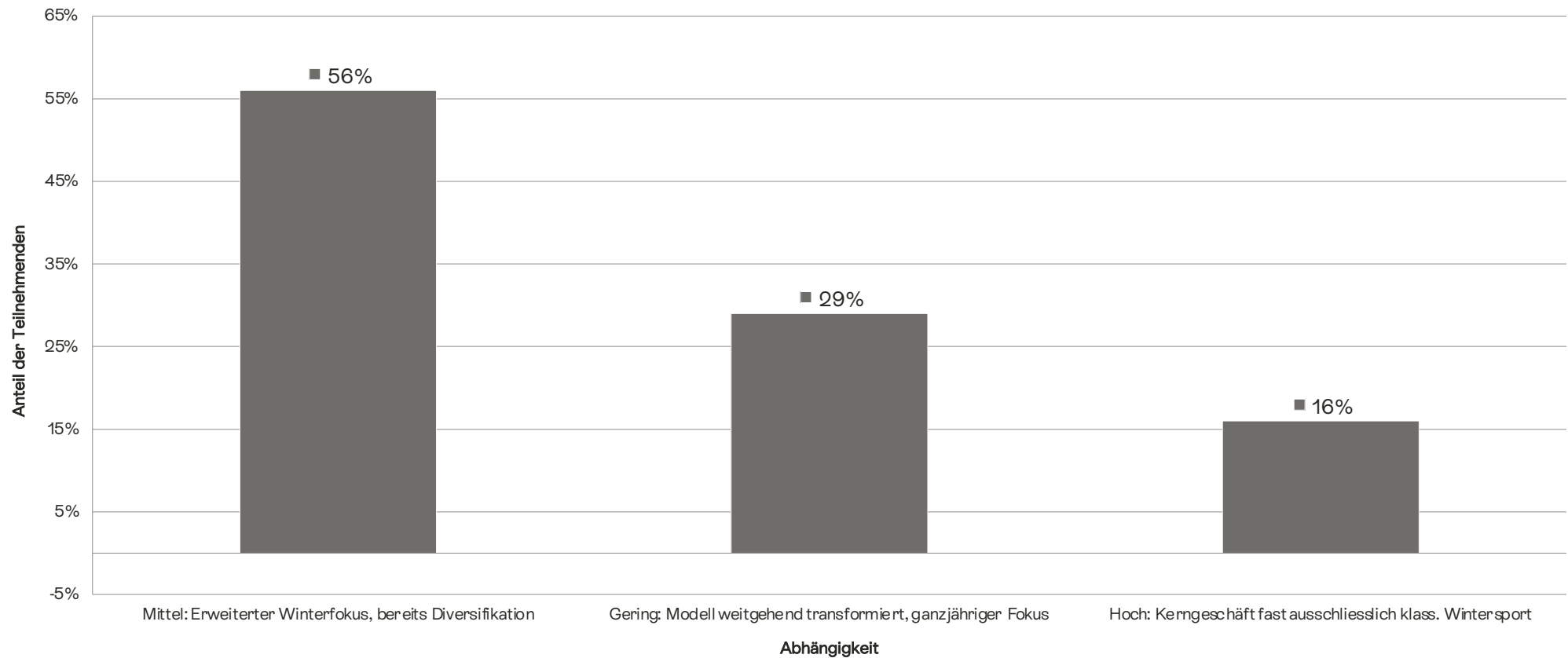
je für Finanzen und Rahmenbedingungen

Finanzierung und Zonenplan-Widerstände blockieren den Wandel gleichermassen. Positionierung (7%) wird kaum als Hürde gesehen.

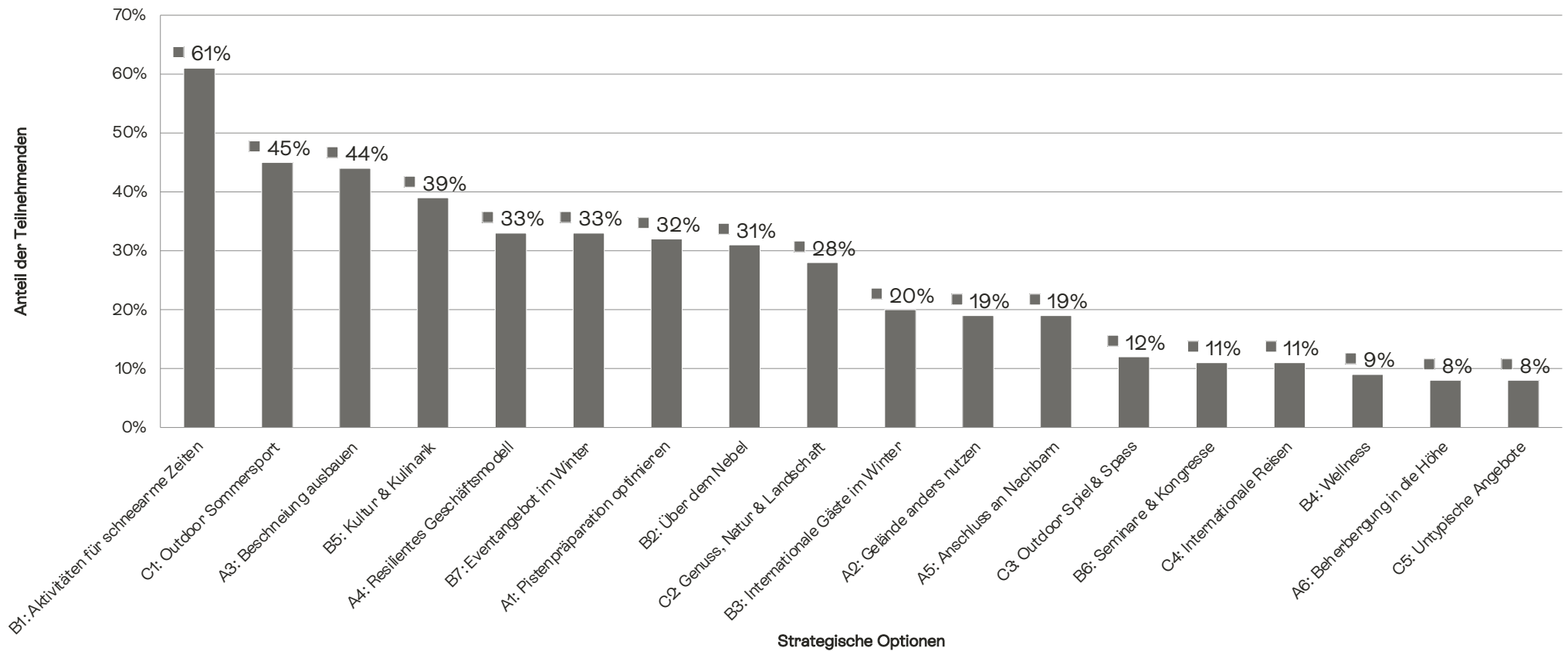
# Welchen Reifegrad hat der Anpassungsprozess in Ihrer Destination erreicht?



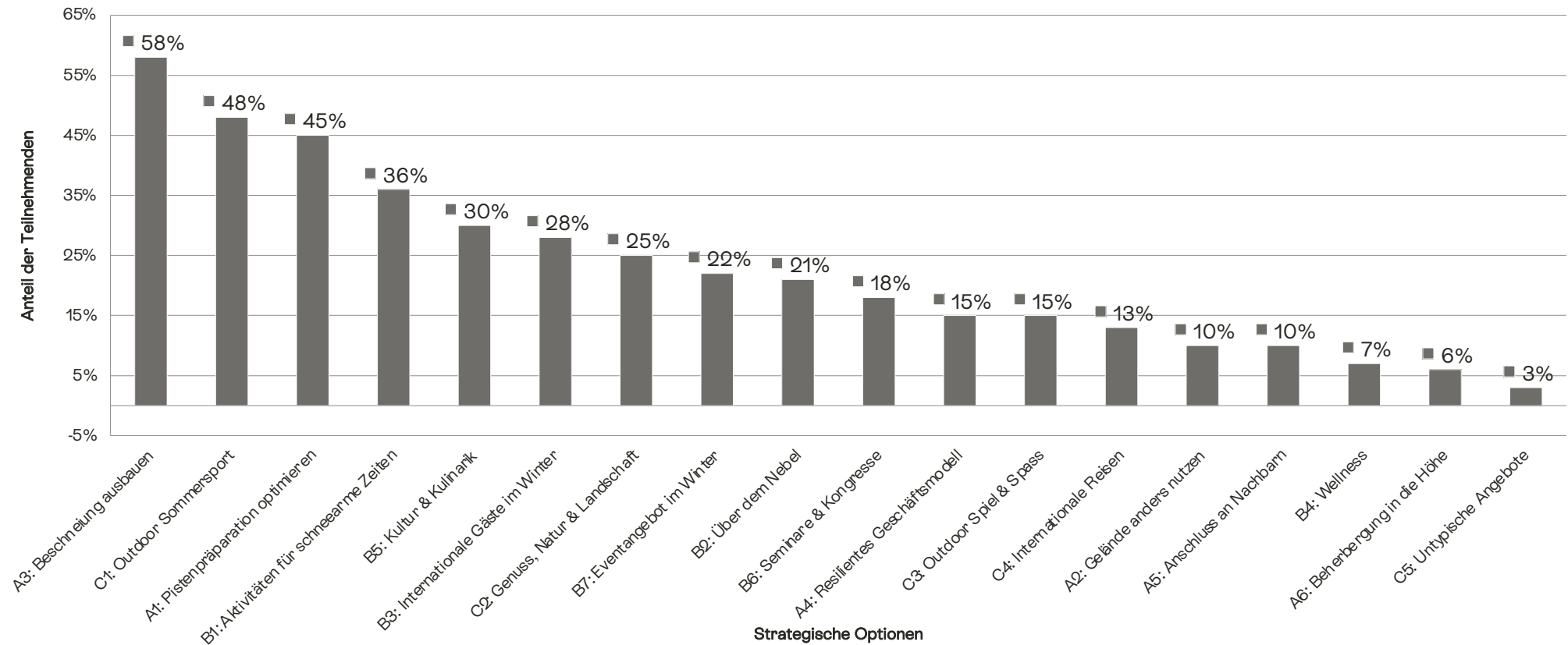
# Wie schätzen Sie die aktuelle Abhängigkeit Ihres Geschäftsmodells vom Faktor Schnee ein?



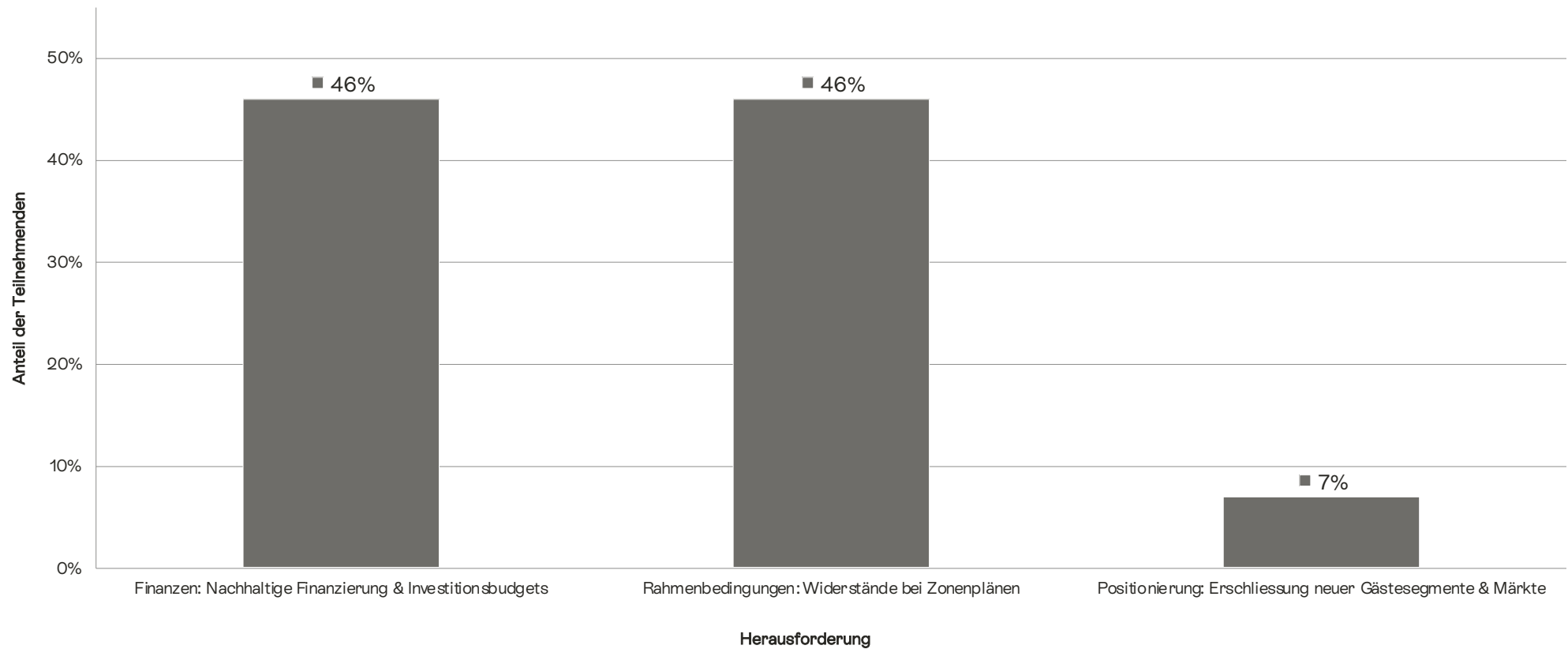
# Welche strategischen Optionen erachten Sie als besonders relevant?



# Welche strategischen Optionen werden aktuell umgesetzt?



# Was ist die grösste Herausforderung zur Sicherung Ihrer langfristigen Wirtschaftlichkeit?





**Danke!**

**swi+zerland**