

Pressemitteilung

18. Oktober 2018



Seilbahnen und Digitalisierung – Herausforderung und Chancen

Perfekter Winter und makelloser Sommer – Saisonbilanz

Die Deutsche Seilbahntagung 2018 findet auf Einladung der Nebelhornbahn vom 17. bis 19. Oktober 2018 in Oberstdorf statt. Zu den geladenen Gästen zählen die rund 120 Mitgliedsunternehmen des Verbandes Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e.V. sowie Branchenvertreter aus Industrie, Wirtschaft, Sport und Politik. Bei diesem Gipfeltreffen werden aktuelle Themen diskutiert, Informationen und Erfahrungen ausgetauscht. Die Digitalisierung der Branche, der Rückblick auf die Saison 2017/18 sowie der Ausblick auf zukünftige Aktivitäten, Neuheiten und Investitionen der Betreiber geben Impulse für umfassenden Gesprächsstoff.

Schwerpunkt der diesjährigen Tagung ist die Digitalisierung, mit ihren speziell touristischen Anforderungen an die Seilbahnen.

Die sozialen Netzwerke haben sich längst vom Tool der privaten Kommunikation zum Meister der Vermarktung entwickelt: Wenn Facebook seine Nutzer und deren Vorlieben kennt, weiß Google bereits, was dieser Verbraucher sucht, Unternehmen wie Amazon analysieren das Kaufverhalten und unterbreiten zielgerichtete Werbung mit punktgenauen, individuellen Angeboten.

Effektiver kann Marketing kaum sein. Nach Schätzung liegt der Anteil der deutschen Werbegelder, die bei Facebook und Google investiert werden, bei 70 Prozent!

Für Tourismusunternehmen bedeutet das umfassende Veränderungen, die gestaltet werden wollen, jedoch darf die digitale Transformation nicht als reines Marketingtool verstanden werden:

Wesentliche Eckpfeiler sind eine bedingungslose Kundenorientierung, die Verlagerung von Budgets weg von klassischen Mediabudgets hin zu Mitarbeiterressourcen, die einzigartige Contents erstellen sowie Kunden perfekten Service bieten.

„Die Gästebetreuung muss als ganzheitlicher Ansatz gesehen werden. Eine All-Inklusive Begleitung ...vorab, während und nach der Reise,“ sieht die Referentin Verena Feyock von Saint Elmo's Tourismusmarketing als essentiellen Inhalt.

Es gilt, in Zeiten der Plattformökonomie und austauschbarer Produkte den Zugang zum Kunden nicht zu verlieren, „...das geht nur über exzellente Produkte und Services“, meint Robert Klauser, Geschäftsführer von infomax websolutions.

Verbraucher sind heute bestens ausgerüstet mit Endgeräten und Anwendungen, die ihnen das Bewegtbild in allen Werbeformen übermitteln, das Zentrum des Marketings ist mobil. Dazu kommen digitale Flächen in öffentlichen Bereichen und die Nutzung von Smart TVs zuhause. Mit dem Smartphone als ständigem Begleiter erwartet der Gast von Tourismusunternehmen echtzeitfähige (mobile) Services, mit denen die Contents am Anwendungspunkt (z.B. Website, Apps usw.) abrufbar sind.

Ein Beispiel im Bereich Seilbahnen ist die Abkehr von Zutrittssystemen mit konventionellen Trägermedien hin zu Direkt-Buchungen, die ROAS (Return of Advertising Spend) erhöhen.

Die zu erwartenden Anstrengungen für Seilbahnunternehmen bei der Umsetzung sind lohnenswert, da die Wertschöpfung erhöht, Kundenbindung aufgebaut und vor allem neue Zielgruppen gewonnen werden.

Anhand erfolgreicher Beispiele im Alpentourismus wie Ski Oberstdorf Kleinwalsertal wird ersichtlich, wie mit einem 360° Vermarktungsansatz gemeinsam grenzüberschreitende Potenziale von Tourismusverbänden, Bergbahnen, Hotels und weiteren Leistungsträgern ideal gebündelt und genutzt werden können.

Die Referenten Klauser und Feyock erläutern am Donnerstag, den 18. Oktober 2018 diese Trends und Chancen im FORUM Seilbahnen.

Der Abend wird dann stimmungsvoll beschlossen mit einer Bergfahrt mit der Nebelhornbahn zu Begrüßung und Sektempfang im neuen Gipfelrestaurant. Ein anschließender Festabend im Marktrestaurant an der Station Höfatsblick rundet das Tagungsprogramm ab.

Am Freitag, den 19. Oktober 2018 findet eine Besichtigung der Audi Arena Skisprungschanze mit Führung statt.

Saisonbilanz eines Erfolgsjahres

Die anhaltenden Schneefälle im Winter 2017/18 haben auch die Stadtlandschaften in winterliche Stimmung getaucht und die Lust auf Skisport geweckt. Zudem entwickelten Neu-Investitionen wie z.B. die Seilbahn Zugspitze oder das Gipfelrestaurant der Nebelhornbahn eine hohe Anziehungskraft. Ein zeitiger Saisonstart tat sein Übriges. Nicht zuletzt ist die sehr lange Saison mit den frühen Osterferien mitverantwortlich für rekordverdächtige 6 Mio. Ersteintritte, das entspricht einer Veränderungsrate von + 21,8% im Vergleich zum Vorjahr.

Auf diese positive Winterbilanz folgte eine Sommersaison mit fast ausschließlich gutem Bergwetter auf hohem Niveau bis hinein in den goldenen Oktober. Entsprechend positiv sind die Werte, von Mai bis August 2018 betrug die Gästezahl 3,3 Mio., das bedeutet ein Plus zum Vorjahr von 3,3 % und der Umsatz 40,2 Mio. Euro.

Pressekontakt:

Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e. V. (VDS)
Geschäftsführerin Birgit Priesnitz
[Birgit.priesnitz@seilbahnen.de](mailto:birgit.priesnitz@seilbahnen.de)

Westendstraße 199, 80686 München
Tel.: 089/ 5791-1315, Email: info@seilbahnen.de

www.seilbahnen.de