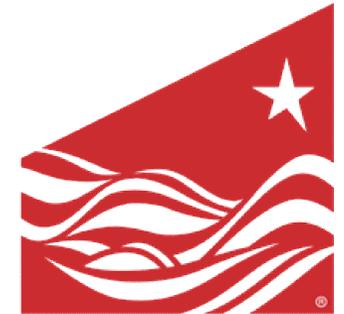


My Leukerbad AG

ein Modell für
Tourismusdestinationen?

Tourismusforum Schweiz, 24. November 2022



Leukerbad
QUELLE ZUM GLÜCK

Destination Leukerbad



Trails & Pisten

225 Kilometer Bike-Netz
und 55 Pistenkilometer.



Höhepunkte

Mit 555 m ü. M. liegt in Varen der tiefste Punkt der Destination. Der höchste Punkt liegt auf dem Balmhorn mit 3697 m ü. M.



Anzahl Mitarbeitende

Bis zu 195 Mitarbeitende standen für die My Leukerbad AG mit ihrem Wissen und Engagement im Einsatz (Jahres- und Saisonstellen total, per Stichtatum 31.12.2021).



Nachhaltigkeit

51'673 klimaneutrale Skiabos wurden verkauft.



Eintritte Bergbahnen Torrent

Total 189'732 Eintritte
Gegenüber Vorjahr:
-5.8% im Sommer
+35.1% im Winter
+25.5% Total



Leukerbad Card

3'042 verkaufte Jahreskarten



Logiernächte

777'663 Total, inkl. Pauschalen
+22.6% gegenüber Vorjahr
46% Anteil Sommer
54% Anteil Winter



Nationalität der Touristen

- 90.1% Schweiz
- 9.3% Europa
- 0.6% International



Thermalwasser

Täglich sprudeln 3.9 Mio. Liter Thermalwasser in die 30 Thermalbecken.



185'000 Highlight Gemmi

185'000 Frequenzen wurden in 8'950 Seilbahnfahrten auf die Gemmi transportiert.

Es wurden Investitionen von ca. CHF 2 Mio. getätigt für:
- einen neuen Wartesaal
- neue Garagen



537'012 Varen

Im Jahr 2021 wurden in Varen 537'012 kg Trauben geerntet.



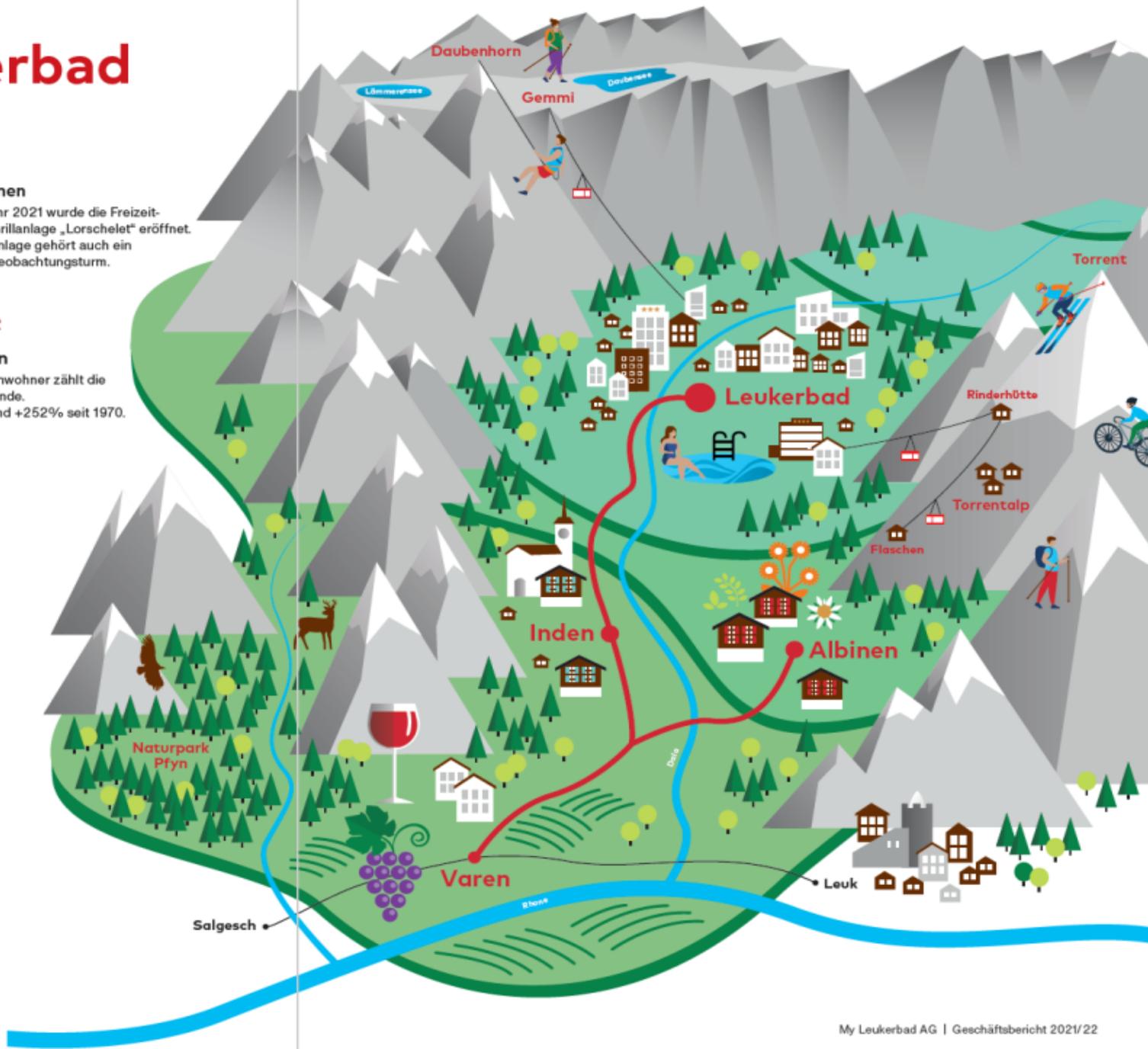
Albinen

Im Jahr 2021 wurde die Freizeit- und Grillanlage „Lorschelet“ eröffnet. Zur Anlage gehört auch ein Wildbeobachtungsturm.



Inden

120 Einwohner zählt die Gemeinde. Das sind +252% seit 1970.



Agenda

1. Entstehung – wie und warum ist die My Leukerbad entstanden?
2. Governance – was sind die Aufgaben und Rollen?
3. Take-Aways – was sind die Vor- und Nachteile dieser Organisationsform?



**Jahr 2015 - das Skigebiet Torrent vor dem
Aus...**

...eine Krise als Initialzündung

Entstehung «Aus 6 mach 1»



Step 1: Die Rettung der Bergbahnen

1. Schuldenschnitt und Rekapitalisierung der Torrent-Bahnen AG
2. Investitionen von >10 MCHF in technische Beschneigung

...dies war jedoch kein Garant für mittelfristigen wirtschaftlichen Erfolg...



Step 2: Die Zusammenführung

Ziel: Nutzung der Synergien der systemrelevanten touristischen Dienstleistern



Torrent-Bahnen

Aktiengesellschaft / +1700 Aktionäre
5.5 MCHF Umsatz / 50 Staff



Leukerbad Therme

Burgergemeinde Leukerbad
6 MCHF Umsatz / 40 Staff



Sportarena

Aktiengesellschaft / 10 Aktionäre
2 MCHF Umsatz / 10 Staff



Snowpark Leukerbad

Aktiengesellschaft / 1 Aktionär
0.5 MCHF Umsatz / 10 Staff



Busbetriebe LLB

Aktiengesellschaft / +40 Aktionäre
5.5 MCHF Umsatz / 40 Staff



Leukerbad Tourismus

Verein / +600 Mitglieder
4 MCHF Umsatz / 10 Staff

Die neue My Leukerbad AG

Aus 6 unabhängigen Unternehmen wird EINE Betriebsorganisation (Juni 2017 – Jan. 2018)



CHF 25 Mio

Umsatz pro Jahr



>550'000

(Erst-) Eintritte pro Jahr



~ 200

Mitarbeitende (Saison)

Step 3: Innotour-Projekt «Masterplan Leukerbad»

Die Etablierung einer starken integrierten Tourismusunternehmung («My Leukerbad AG») in einem herausfordernden, kleinstrukturierten Umfeld, hätte für den Schweizer Tourismus **Modellcharakter**. Das vorliegende Projekt unterstützte und dokumentiert den Prozess.



+20% LN



Integration



365-
Tourismus



Wert-
schöpfung



Selbst-
bewusstsein

Zielsetzungen Masterplan Leukerbad

Governance

«Die DMO als Infrastrukturbetreiberin»



Aufgaben und Rollen My Leukerbad AG

«Eine von vielen»



Betrieb Bergbahnen Torrent
Betrieb Leukerbad Therme
Betrieb Sportarena
Betrieb Snowpark
Geschäftsführung Busbetriebe

«Eine für alle»



Betrieb Tourismusbüro
Vermarktung Destination
Gästekarte
Events & Animation

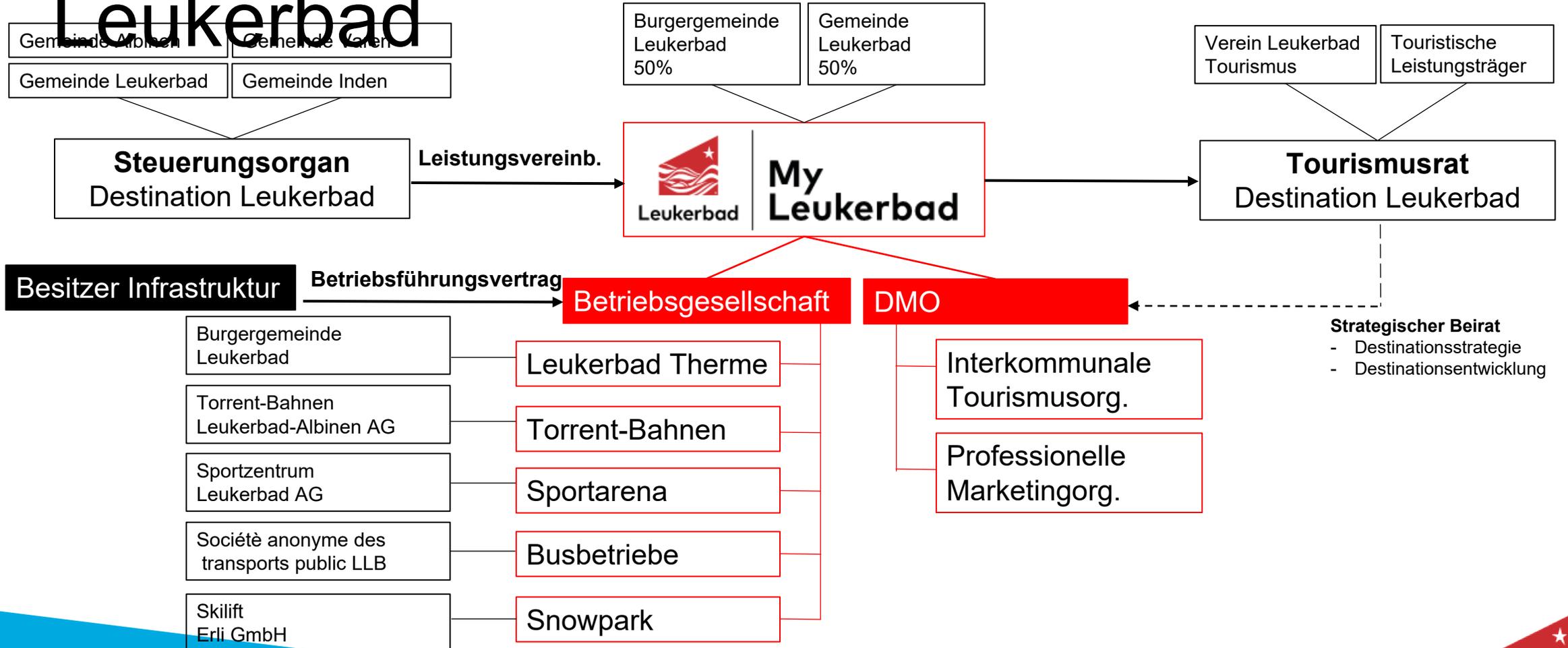
«Eine für mehrere»



Marketingaufträge Drittpartner

Governance-Struktur Destination

Leukerbad



Take-Aways

«Ein Modell mit Zukunft?»



Vor- und Nachteile der Betriebsorganisation

(+)

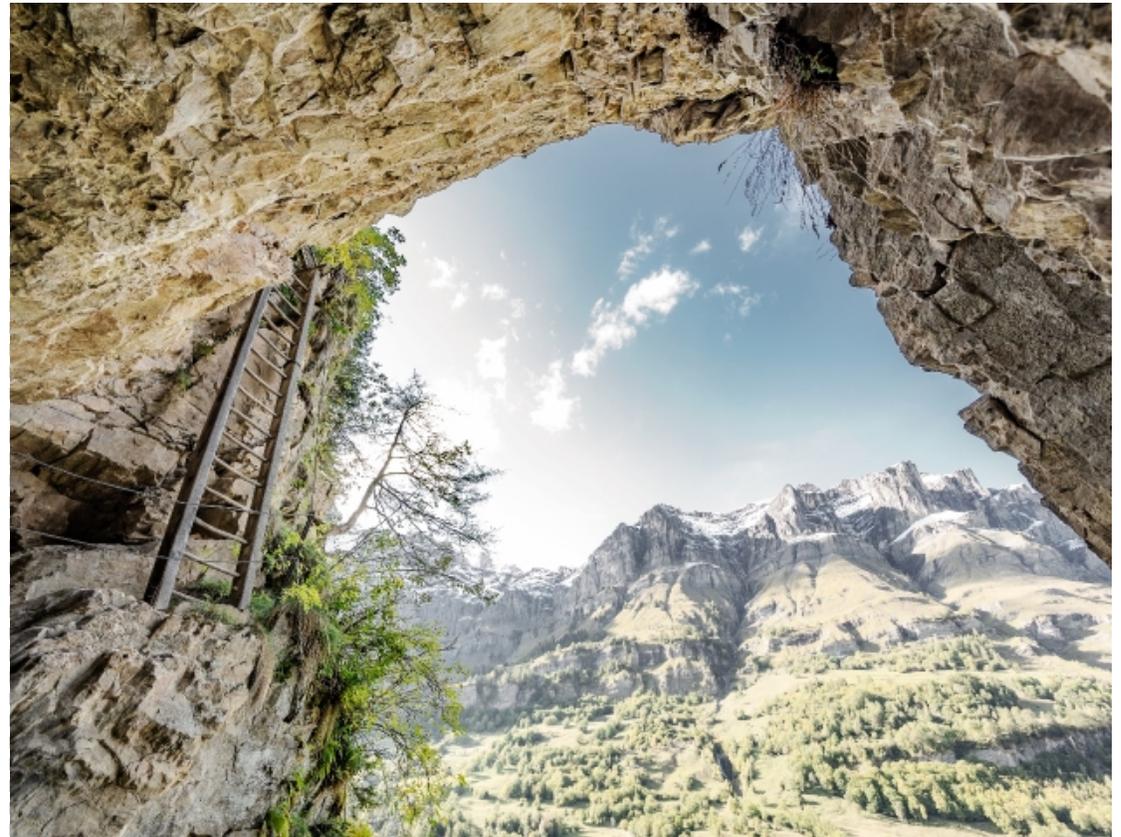
- Kostensynergien ~ 1 Mio CHF
- Eigentümerstruktur bleibt erhalten
- Risikoabfederung durch verschiedene Standbeine (Bahnen, Bäder etc.)
- Kurze operative Entscheidungswege
- Produktentwicklung und Vermarktung aus einer Hand
- Attraktiver Arbeitgeber
- Know-How und Redundanzen bei Mitarbeitenden



Vor- und Nachteile der Betriebsorganisation

(-)

- Abhängigkeit bei den Investitionen / von den Eigentümern
- Rollenverständnis (DMO vs Betrieb)
- Stakeholder Management
- Komplexe Anforderungen an Management und Staff



Key Take-Aways

1. Operative Zusammenführung (Betrieb) statt strategischer Zusammenschluss (Fusion)
2. Bekenntnis zur Organisationsform von Eigentümern und Destination notwendig
3. Eine starke Unternehmung statt mehreren kleinstrukturierten Unternehmen
4. Führt zu Dynamik in der Unternehmung und Optimismus in der Destination



Vielen Dank!

Kontakt: urs.zurbriggen@leukerbad.ch

