

Innovationsschub durch neue Geschäftsmodelle wie Pradas – Brigels

Optik Projekt-Entwickler /
RESalpina GmbH

(Dr. Beat Benz, Urs Hoffmann, Marcel Friberg)

November 2019

Berg-Tourismus: Grosse Herausforderungen

In den letzten Jahren war der Berg-Tourismus grossen Herausforderungen ausgesetzt. Im Wissen, dass „Ferien in den Bergen“ immer nachgefragt werden, ist darauf mit zukunftsweisenden Geschäftsmodellen zu antworten.

- **Konkurrenzierung durch internationale, neue Märkte** sowie durch ein **verändertes Gästeverhalten** (Volatilität der Gästebedürfnisse)
- **Wettereinflüsse** und Klimaveränderung
- **Investitionsstau und -bedarf** bei touristischer Beherbergungs-Infrastruktur im Bergegebiet
- **Regulatorische Flut** (z.B. Verbot Zweitwohnungsbau)
- Wettbewerbsfähigkeit bei ungünstiger **Kostenstruktur im Vergleich mit dem Ausland**
- **Buchungsverhalten der Gäste** (Kurzaufenthalte, Kurzfristigkeit, Tagestouristen)
- **Verfügbarkeit „warme Betten“**
- **Neue Investitionen** zeigen sich als **kostenintensiv**
- **Digitalisierung verändert die Märkte**, wer abseits steht, hat verloren

Angebot und Qualität bestimmen künftigen Erfolg am Markt!

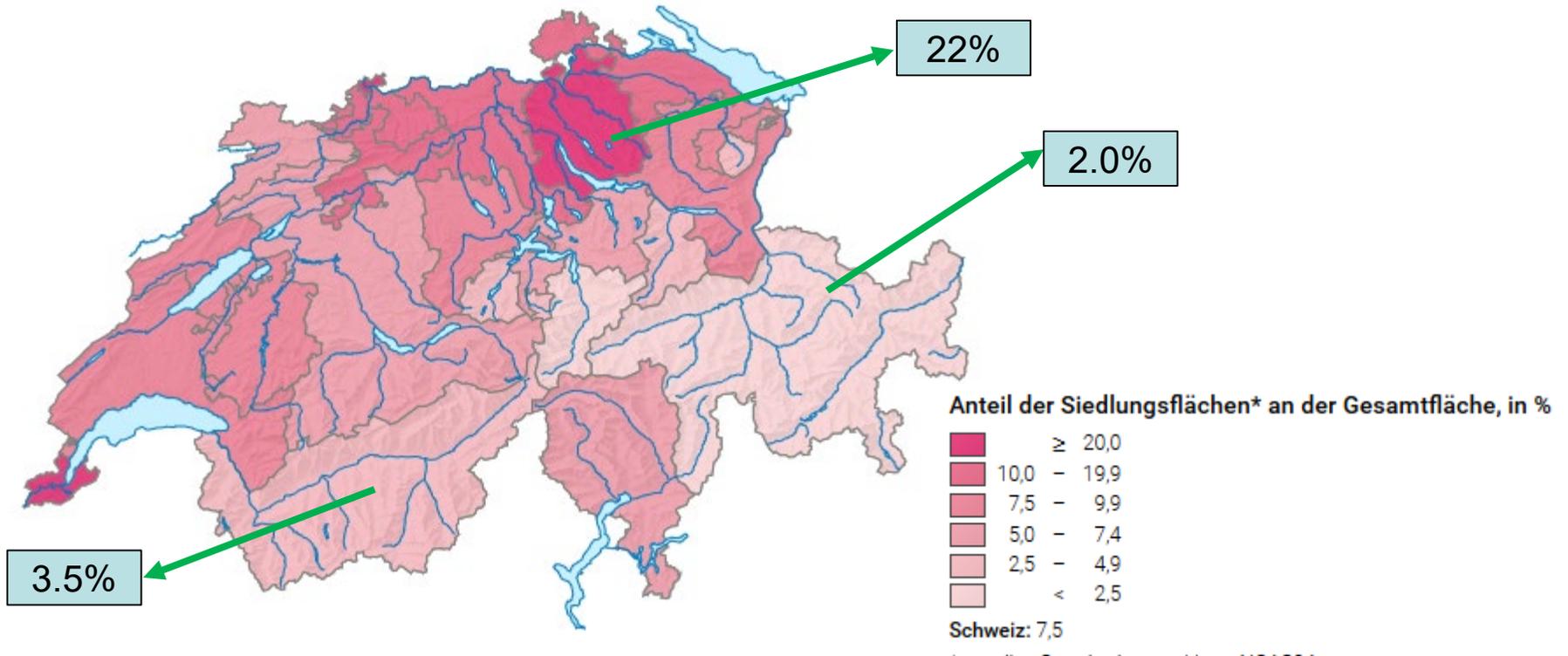


Realisierung von „warmen Betten“ ist komplex!

- **Konkurrenz ist aktiv** und unterbreitet lukrative Standort-Angebote
- Schwierig, **bei potentiellen Partnern** Fuss zu fassen (Bevorzugung von grossen Marken, wie Lenzerheide, Grindelwald, Zermatt etc.)
- RESalpina, gelernt: **Jedes Projekt ist anders**. Aber: Jedes Projekt setzt eine fundierte Grundlagenarbeit voraus!
- **Zahlreiche Destinationen aktiv**, z.B.: Savognin, Grindelwald, Stoos, Arosa, Klosters, Zinal, Falera, Adelboden, Lenk, Disentis, Meiringen, ...
- **Bauen im Alpenraum weckt grosse Emotionen**. Diskrepanz zwischen notwendigen wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten und Bestrebungen zur Einschränkung von Projekten im Infrastrukturbereich.
- Die **Raumplanung** verursacht – falls notwendige Fläche (+/- 10'000 m²) nicht in der richtigen Zone verfügbar ist – **sehr hohe und langwierige Hürden!**

Ohne «warme Betten» kein Tourismus!

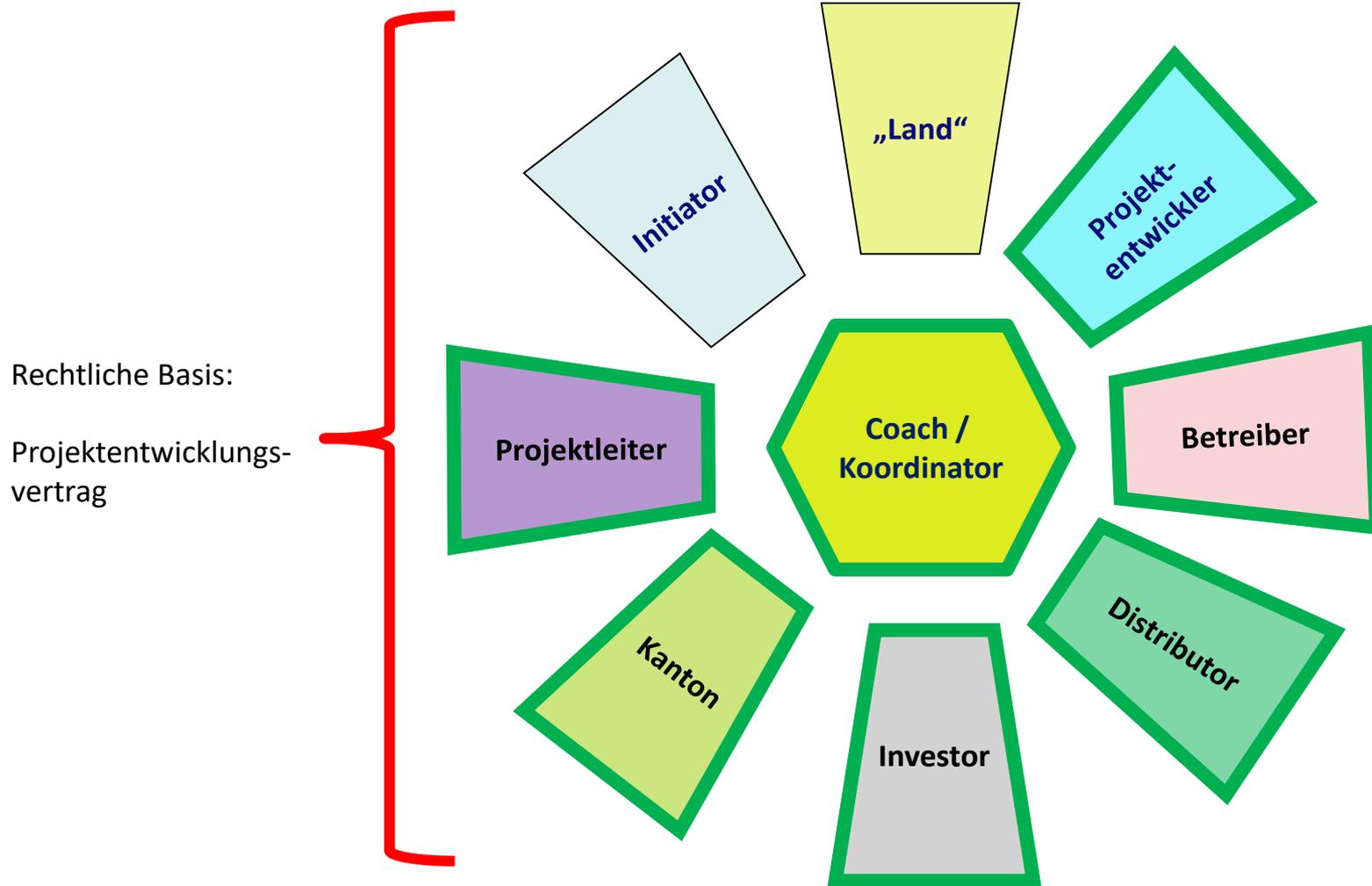
Als Projektentwickler wird man von allen Seiten mit Vorwürfen, wie: «Ihr betoniert noch die letzten freien Flächen im Alpenraum zu...». Die Realität sieht anders aus:



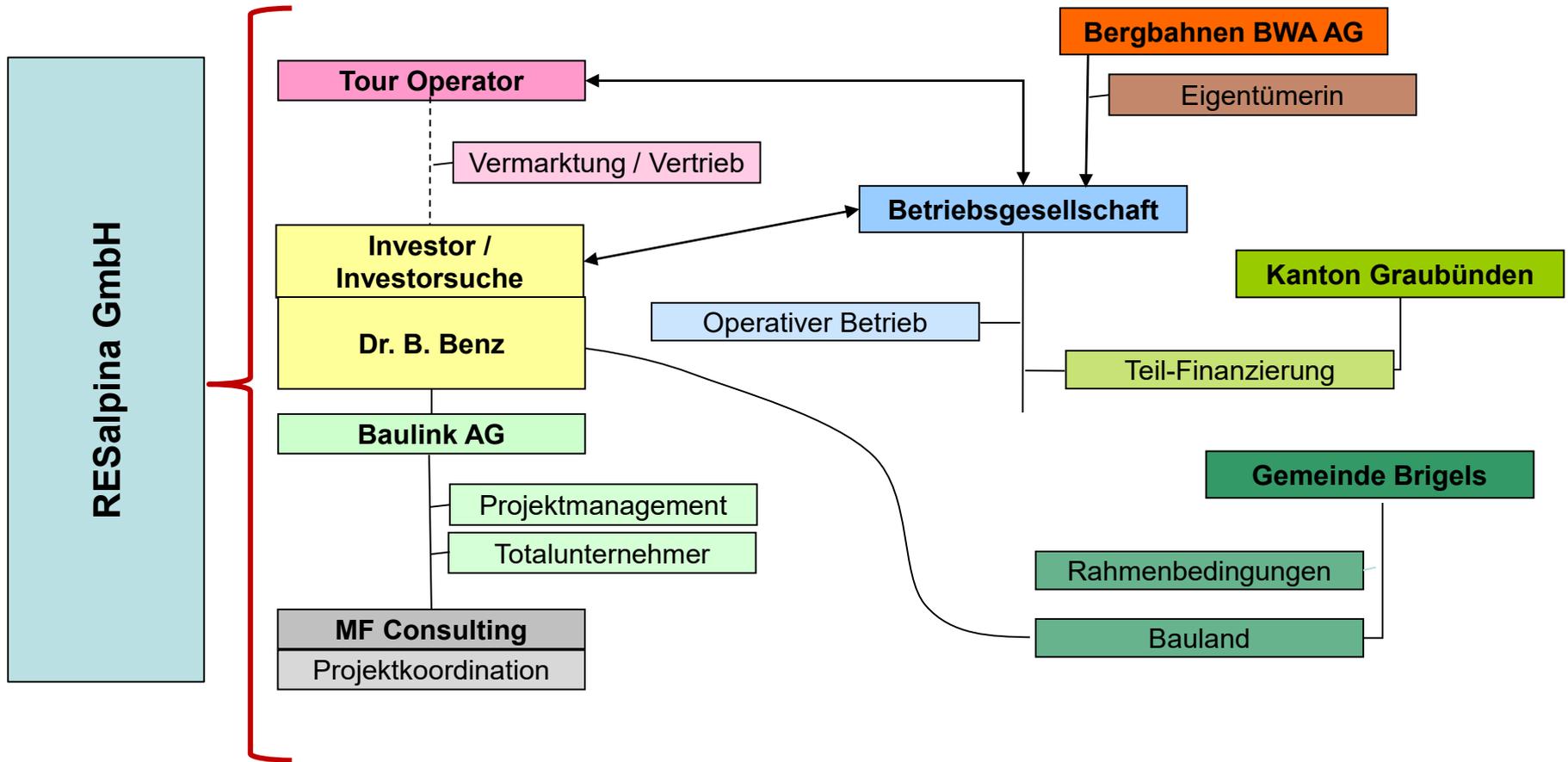
Realisierung Resort am Beispiel Pradas / Brigels



Koordination: Modell RESalpina GmbH.



Strukturen, Beispiel Brigels



Brigels: Ein Feriendorf entsteht... (Beispiel)



- 16 Häuser, 500 Betten, 83 Wohnungen
- Wellness, Kidsclub, Badesee, Sportshop, Skischule
- 2. Etappe in Planung

Lokale Wertschöpfungskette

Neue Gäste

Bergbahnen / Hotels

Gastgewerbe

Zulieferbetriebe /
Vorleister

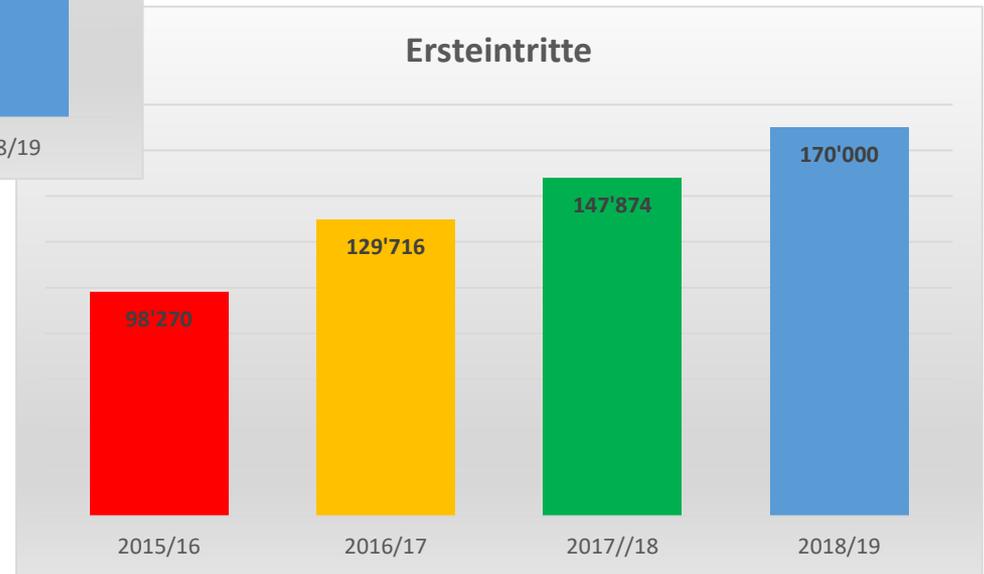
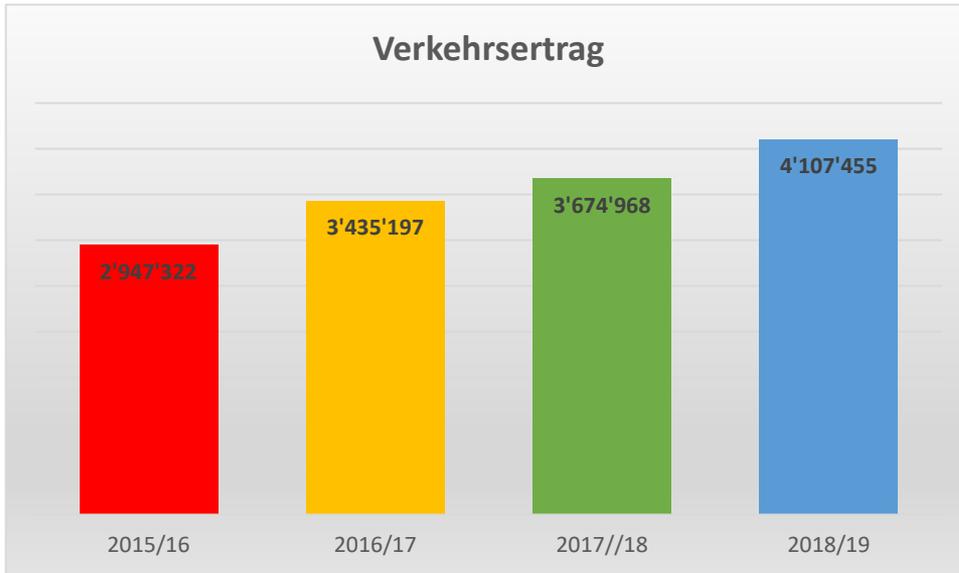
Banken /
Versicherungen

Detailhandel

Baugewerbe und
Handwerk sowie KMU



Wertschöpfung Bergbahnen Brigels

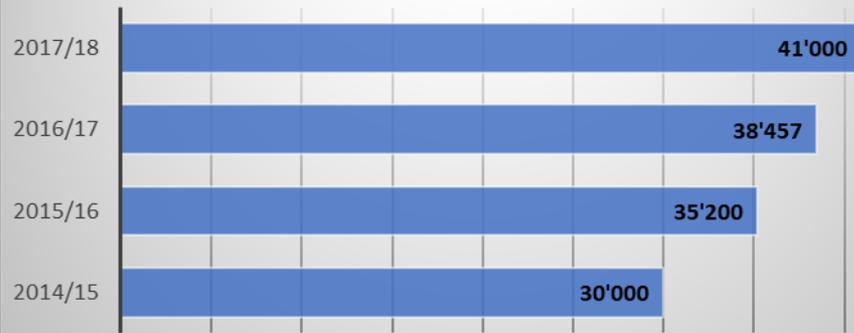


- Bergbahnen Brigels hatten dringende Notwendigkeit, mehr Ertrag und mehr Ersteintritte zu generieren!
- Pradas Resort brachte die Wende!
- Ohne Pradas Resort wären Bergbahnen Brigels nicht überlebensfähig!



Wertschöpfung Skischule Brigels

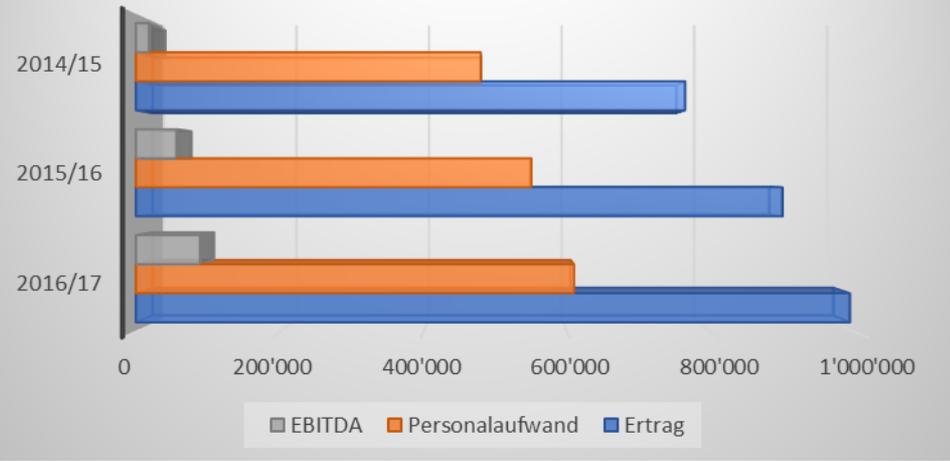
Lektionen pro Saison



Zitat Jahresbericht Schneesportschule Brigels: «Die Saison 2015/16 zeigt, bedingt durch das erhöhte Gästeaufkommen des Pradas Resort, rund 35'200 Lektionen (plus 17.3%), im Vergleich zu 30'000 im Vorjahr!»

Dies belegt, dass praktisch kein Transfer von Gästen von Individual-FeWo in Pradas-FeWo erfolgte.

Kennziffern





Wertschöpfung Gewerbe

Was hat sich nach Eröffnung Pradas Resort verändert?

- Zitat Jahresbericht 2017 Dorfladen VOLG: «**Zu einer sehr wichtigen Stütze für unseren Dorfladen entwickelte sich der Ertrag von Gästen des Pradas Resort**».
- Metzgerei Schmed: 2016, **Erweiterung des Betriebsgebäudes**
- Golf Club Brigels: **Steigerung der Anzahl Greenfee-Runden** von 3'317 im Jahre 2015 (ohne Resort) auf 3'905 im Jahre 2017 (mit Resort)
- Neues, **zusätzliches Sportgeschäft** «Intersport Pradas»
- Surselva Tourismus (Destination) konnte **Kinderprogramm massiv erweitern**, da bestehende Gäste (Kinder) aus Dorf-FeWo, ergänzt mit Kindern aus Pradas Resort notwendige Teilnehmerzahl sichert, um Programm zu finanzieren
- 10 neue **Arbeitsplätze** Pradas Resort
- 2017/2018: Gesamtrenovation Hotel Mulin
- 2018: Neues Hotel Mischun
- 2019: Neues Café Dultschin

Fazit Resort Brigels

- Resort Pradas erschliesst für Brigels neue **Märkte** und neue **Kanäle**
- Resort Pradas bringt **neue Gäste, die Brigels bisher nicht kannten**
- Resort Pradas bringt Brigels zu einer mind. **«10-Monate-Destination»**
- Resort Pradas führt Brigels zur **„Verkaufsfähigkeit“** (Pakete, Kooperation mit Absatzmittlern, was bisher nicht möglich war...)
- Resort Pradas kurbelt gesamte **lokale Wirtschaft** an
 - VOLG betont im Jahresbericht, dass Erträge von Gästen Resort Pradas signifikant sind
 - Skischule betreut im Schnitt pro Woche 150 Kinder mehr als vorher
- Resort Pradas bringt den Bergbahnen signifikante Mehrerträge
- Resort Pradas fördert die **Qualität**

Wichtige Erkenntnisse

- **Geschäftsidee:** Bezahlbare Wohnungen und zentrale Infrastruktur, verbunden mit einem plausiblen Businessplan
- Marktgerechte, langfristige **Rendite** für Investor
- **EIN** Investor über alles, **EIN** Betreiber über alles
- Integrierte, professionelle **Vermarktung** des Feriendorfs als Ganzes
- Basis: **Digitalisierung!**
- Engagement des Investors erst **NACH** rechtskräftiger **Baubewilligung**, kein «Outing» für planerische Luftschlösser
- Hohe Anforderungen des Investors an **Betreiber** (Bonität, Tourismus-Know-how, Vertraut mit regionalen Begebenheiten, Nachhaltigkeit)

Kontakt Daten:

Marcel Friberg
RESalpina GmbH
marcel.friberg@mfcag.ch
079 407 59 23

Via Tschuppina
7165 Brigels

Herzlichen Dank für Ihr Interesse!

