

DMO-ANALYSE ENGELBERG-TITLIS

Saisonales Klumpenrisiko mit attraktiven Sommerangeboten vermindern

Als grösster Ferien- und Erholungsort der Zentralschweiz begrüsst Engelberg jährlich mehrere 100'000 Gäste aus aller Welt. Mit dem Flughafen Zürich-Kloten in der Nähe (90km), einen Autobahnanschluss im Tal und mehreren Seilbahnen ist Engelberg-Titlis ein gut erschlossenes Gebiet. In der Wintersaison von November bis April lockt vor allem die örtliche Hauptbeschäftigung – das Skifahren – die Einheimischen und Touristen auf die Pisten. Und dank dem anliegenden Gletscher können verschiedenste weitere Aktivitäten und Aussichtspunkte angeboten werden.

Tendenziell sind die meisten Bergdestinationen stark auf die Wintersaison ausgerichtet. Die Schweizer Seilbahnen generieren rund 80% des Umsatzes im Winter und nur 20% im Sommer. Dies repräsentiert ein grosses Risiko, besonders da die Schneesicherheit mit der Klimaerwärmung sinkt und die Anzahl aktiver Wintersportler rückläufig ist. Engelberg liegt zwar auf einer Höhe (1050-3020 m.ü.M.), die auch im Falle der Klimaerwärmung noch relativ gute Chancen hat weiter zu bestehen. Trotzdem richten auch sie sich immer stärker auf den Sommertourismus aus. Die Angebote der Destination sind vielfältig: Neben den typischen Aktivitäten wie Wandern, Biken, Klettern und Rodeln, stehen auch viele weitere Punkte auf dem Programm. So hat es beispielsweise einen Golfplatz, Trotti-Bikes und Devil Bikes, die gemietet werden können, es wird Bungee Jumping aus den Seilbahngondeln angeboten, im Trübsee darf geangelt werden und die neue Trendsportart Zorbing lässt Menschen in einer aufblasbaren Kugel den Hügel runter rollen. Zusätzlich wurde ein System entwickelt, mit dem Touristen von Juli bis Oktober nach Engelberg gelockt werden sollen: Wer in einem Hotel, einer Ferienwohnung, einer Jugendherberge oder auf dem Camping in Engelberg übernachtet, erhält eine Gästekarte, mit der man von zahlreichen Preisreduktionen auf Aktivitäten profitieren kann.

Im Tourismus allgemein sind zwei äussere Einflüsse speziell zu beachten: das Wetter und die Konjunktur-, beziehungsweise Währungsentwicklung. Die globalen Finanzen können eine Destination selbst wohl kaum beeinflussen, sondern höchstens mit Reduktionen punkten, wie sie die Gäste-Karte bietet. Daher ist es besonders wichtig, alles zu unternehmen um bezüglich des Wetters gut gerüstet zu sein. Dies geschieht, indem das Angebot angepasst und verschiedenste wetterunabhängige Aktivitäten kreiert werden. So hat auch Engelberg-Titlis eine ganze Palette von Angeboten ausgearbeitet, welche bei jedem Wetter ausgeübt werden können. Einige Beispiele davon sind die Wellnesszentren, eine Indoor Kletterwand, verschiedene Museen und die Schaukäserei im Dorf.

Da es generell auch aus dem Ausland immer mehr und stärkere Konkurrenz auf dem Markt gibt, wird viel Wert auf eine hohe Wettbewerbsfähigkeit gelegt. Dies wird erreicht, indem sie auf neue Kundensegmente eingehen und ihr Angebot möglichst breit gestalten. Das heisst, dass die Bergstationen durch eine klare Positionierung ein gezieltes Publikum ansprechen müssen. Engelberg konzentriert sich dabei besonders auf Familien mit Kindern und besitzt das Label „Family Destination“. Es werden Aktivitäten wie Rodelbahn, Ponyreiten, Schatzsuche, Globis Winterland, Kinderbetreuung und Weiteres angeboten. Eine weitere wichtige Zielgruppe stellen Gruppen und Seminare dar. In Engelberg stehen mehrere Seminarhotels und grosse Eventlocations werben mit einzigartigen Rahmenprogrammen.

Die Wichtigkeit des weiteren Ausbaus des Sommertourismus' wird auch im finanziellen Bereich sichtbar. Zwar konnte in der Wintersaison 2012/13 eine Zunahme der Übernachtungen beobachtet werden, in Betracht der letzten Jahre lässt sich jedoch eine stete Abnahme festhalten. Gleichzeitig blieben die gesamtjährlichen Logiernächte auf einem relativ stabilen Niveau, was auf eine Zunahme während der Sommersaison hindeutet. In Anbetracht der aktuellen Trends im Tourismus sollte diese positive Entwicklung im Sommerhalbjahr weiter gefördert werden.