

Titlis Bergbahnen

Rund ums Jahr gut ausgelastet und breit abgestützt

Die Titlis Bergbahnen gehören zu den ertragsstärksten Bergbahn-Betrieben der Schweiz. Der Schlüssel zum Erfolg sei die breite Diversifizierung und eine deutlich geringere Winterlastigkeit als bei den meisten hiesigen Bergbahnen, sagt CEO Norbert Patt. Bereits in den 1970er-Jahren haben die Engelberger den asiatischen und indischen Markt erschlossen. **Michael Zollinger**

«Mal ist es zu warm, mal zu kalt; mal hat es zu wenig Schnee, dann wieder zu viel. Wir können es nicht beeinflussen», sagt Norbert Patt. Mit der hohen Wetterabhängigkeit im Tourismus hat sich der CEO der Titlis Bergbahnen inzwischen arrangiert. Über fünf bis zehn Jahre gesehen, gleiche sich das stets wieder aus. Man gebe lieber dort das Beste, wo man auch wirklich Einflussmöglichkeiten habe, meint Patt.

Neben den Bahnen auch Hotels und Restaurants

Der Bündner aus Bonaduz, der zuvor CEO der Bahnen in Lenzerheide war, leitet seit zwei Jahren mit Erfolg die Titlis Bergbahnen und damit den grössten Arbeitgeber in Engelberg. Im Sommer sind 300, im Winter bis zu 450 Personen für das Tourismus-Unternehmen tätig. Nebst den diversen Bahnen gehören auch zwei Hotels sowie acht Restaurants und Bars zur Gruppe.

Entgegen dem weit verbreiteten Wehklagen in der hiesigen Tourismusbranche und trotz aller Herausforderungen versprüht Patt Optimismus. In den letzten Jahren arbeitete man stets rentabel und konnte selbst in der jüngsten Vergangenheit gute Zahlen präsentieren. Im Geschäftsjahr 2010/2011 resultierte eine Umsatzsteigerung von fast 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Erstmals besuchten mehr als eine Million Menschen den Titlis.

Nur in der Hotellerie musste man auch am Titlis im vergangenen Winter Einbussen verkraften – mit einem Umsatzrückgang von einem Fünftel im Vorjahresvergleich. Die Währungsthematik ist vor allem im Wintergeschäft virulent, weil in dieser Zeit nebst den Schweize-

rinnen und Schweizern vorab Gäste aus Europa anreisen.

Starke Präsenz in China und Brasilien im Visier

Ein grosses Plus der Titlis Bergbahnen ist die gute Verteilung der Gäste über das gesamte Jahr. Als eines der wenigen Schweizer Bergbahn-Unternehmen macht man nur rund die Hälfte des Umsatzes im Winter. «Unser Geschäft ist eigentlich dreigeteilt», erklärt Norbert Patt, «40 Prozent ist das klassische Winterge-

«Engelbergs grösster Arbeitgeber hat in den vergangenen Jahren stets rentabel gearbeitet.»

schäft mit Gästen, die Schneesport betreiben, 15 Prozent sind Individualgäste im Sommer und im Winter, aber ohne Gerät an den Füßen. Die restlichen 45 Prozent steuert der internationale Reisetourismus in Gruppen bei, wobei das Geschäft mit Chinesen und Indern heute 30 Prozent unseres gesamten Jahresumsatzes ausmacht.»

Früher als die meisten anderen Destinationen, bereits in den 1970er-Jahren, begannen die Engelberger mit der Marktbearbeitung in China und Indien. «Damals stand das Unternehmen vor allem in Konkurrenz mit dem Pilatus, der traditionell stark in den USA verankert war. Die heutige breite Diversifizierung hängt mit der Stärke in Fernost zusammen», sagt Patt. Man habe es sehr früh verstanden, nicht nur ins Produkt

sondern auch in die Märkte zu investieren. Nebst dem nach wie vor riesigen Potenzial in China und Indien unternehmen die Titlis Bergbahnen neuerdings grosse Anstrengungen in Brasilien. Ein neuer Markt, von dem Patt sich viel verspricht. Als eine der wenigen Schweizer Bergbahnen ist man in China und Indien und jetzt auch in Brasilien mit eigenen Sales-Leuten vor Ort.

Für die Gäste aus China und Indien wird in Engelberg kein Aufwand gescheut. Im firmeneigenen Hotel Terrace etwa, das während des Winters als normales Hotel geführt wird, wechselt ab dem 15. April die gesamte Küchencrew. Auf diesen Zeitpunkt werden jeweils sieben Köche aus Mumbai eingeflogen, damit sich die indischen Gäste wohlfühlen.

Schon seit 100 Jahren mit Pioniergeist unterwegs

Erst 20 Jahre alt und bereits legendär ist Titlis Rotair, die 1992 in Betrieb genommene, weltweit erste Drehkabine zum Gipfel des Titlis. Bis heute gibt es auf der ganzen Welt lediglich vier drehende Gondelbahnen. Mit Titlis Rotair erlangte das Unternehmen eine immense internationale Publizität. Die Bahn hat bis heute eine elementare Bedeutung, wenngleich es für den Erfolg noch weit mehr brauche, wie Patt betont. Aktuell versuche man die Marke Titlis weiter zu schärfen. «Sie soll noch stärker für Reputation, Sicherheit, Wohlgefühl und Weltoffenheit stehen», erklärt er.

Diverse neue Projekte sind in der Pipeline, um dem Ruf des Unternehmens als innovativer Player im Tourismus gerecht zu werden. Ohne Pioniertaten und Innovationen, die vom Markt auch als ►



Bilder: zvg

Norbert Patt (oben) leitet die Titlis Bergbahnen mit der legendären Rotair-Drehkabinen (unten) seit zwei Jahren. Die Bahnen und die grandiose Bergwelt in Engelberg haben den Gästen viel zu bieten – nicht nur im Winter.

► solche aufgenommen werden, geht es heute offensichtlich nicht mehr. Nicht weniger als 120 Millionen Franken sollen in den nächsten sieben Jahren investiert werden, das Titlis Resort nicht eingerechnet.

Vor Kurzem wurde zum Beispiel eine 100 Meter lange Hängeseilbrücke eingeweiht, die höchstgelegene in Europa. «Wir schenken diese unseren Gästen zum 100-Jahr-Jubiläum», sagt Patt. Im Jahr 1912 wurde die Standseilbahn Engelberg–Gerschnialp in Betrieb genommen. Eine Pioniertat war später die ab 1927 verkehrende Bahn zwischen Gerschnialp und Trübsee. Sie war die erste moderne Luftseilbahn der Schweiz überhaupt.

Neue Gondelbahn und Ausbau der Bettenkapazitäten

Ein wichtiges Projekt ist auch eine neue, topmoderne Achter-Gondelbahn von Engelberg nach Titlis Stand. Sie soll im Jahr 2015 den Betrieb aufnehmen und den Weg auf den Titlis nochmals beschleunigen. Die Talstation wird so konzipiert, dass das Andocken einer weiteren Bahn möglich wird, die den direkten Weg zum Bahnhof Engelberg erschliessen würde. «Unsere Vision», so Norbert Patt, «ist dereinst eine Verbindung vom Flughafen Zürich-Kloten mit dem öffent-

lichen Verkehr auf den Titlis in zweieinhalb Stunden.»

Auch bei den Bettenkapazitäten ist das Unternehmen kräftig am Ausbauen. Im Herbst erfolgte der Spatenstich für das Titlis Resort. Dabei handelt es sich um ein Bauprojekt der Titlis Bergbahnen mit neun Häusern und insgesamt 135 Wohnungen. Ziel ist es, einen guten Teil davon zu verkaufen. Das Modell sieht vor, dass die Wohnungen zeitweise vom

«120 Millionen Franken sollen in den nächsten sieben Jahren investiert werden.»

Eigentümer freiwillig in einen Vermietpool zurückgegeben werden können. «Mehr als die Hälfte der Wohnungen der ersten Bauetappe konnten wir bereits verkaufen. Unser Ziel ist es, so rund 250 zusätzliche Betten zu haben und insgesamt mit unseren Hotels zusammen künftig über eine Kapazität von 700 bis 800 zu verfügen», erläutert Patt.

Vom Synergiepotenzial zwischen Bergbahnen und Hotellerie ist der CEO trotz der angespannten Lage bei den

Beherbergungen nach wie vor überzeugt. Zielgruppe für die neuen Wohnungen im Titlis Resort könnten auch jene Freerider sein, die in den letzten Jahren zunehmend den Titlis frequentieren.

Die Jochpass-Region ist das Paradies der Freerider

Die Region rund um den Jochpass ist zum beliebten Paradies der internationalen Freerider-Szene avanciert und hat Kultcharakter erlangt. Die Cars mit Freeridern kommen häufig sogar aus Schweden. Die Zielgruppe wird zwar nicht aktiv beworben, aber ein bisschen stolz mache sie schon, gesteht Patt. Wichtig sei, wo immer möglich für die nötige Sicherheit zu sorgen, ständig auf die Gefahren abseits der Piste hinzuweisen sowie unerfahrene, unvorsichtige Nachahmer möglichst von den Gletschern fernzuhalten.

Weitere Marktbearbeitung aus einer Position der Stärke

Verstärkt zu schaffen machten dem Unternehmen dagegen die langen Bewilligungsverfahren aufgrund von Einsprachen. «Es geht uns nicht darum, alles zu dürfen. Aber wenn man sieht, in welchem Tempo österreichische Destinationen in kurzer Zeit grosse, tolle Projekte verwirklichen, muss man schon klar sagen, dass unsere Spiesse definitiv nicht gleich lang sind», sagt Patt.

Die grösste Herausforderung in der nahen Zukunft stellt zudem die weitere erfolgreiche Bearbeitung der internationalen Märkte dar. Vermehrt drängen jetzt nationale Tourismus-Organisationen nach Südostasien und Indien. Für Norbert Patt aber ist klar: Die Titlis Bergbahnen haben einen Vorsprung und agieren aus einer Position der Stärke.

Und dann nennt der CEO der Bergbahnen noch einen weiteren Erfolgsfaktor seines Betriebs: «Unser Berg ist 353 Tage offen. Die Revision dauert nur gerade 12 Tage. Das bringt uns eine hohe durchschnittliche Auslastung, was so wichtig ist wie in der klassischen Industrie», sagt der gelernte Elektroingenieur, der Mitte der 1990er-Jahre aus der Industrie in die Tourismusbranche gewechselt hatte. ■

Bahn frei: In der Bergwelt von Engelberg kommen nicht nur Skifahrer oder Freerider auf ihre Kosten, sondern auch unternehmungslustige Familien, die lieber mal schlitteln gehen.

