

Abo [Fünf Unterschiede Schweiz-USA](#)

# Er kennt die Ski-Welt: Ein Blick in die mögliche Zukunft Andermatts

Preise, Personal, Pässe: Amerikaner betreiben ihre Skigebiete anders als die Schweizer. Roger Gfrörer, der weltweit 672 Gebiete befahren hat, zeigt die auffallendsten Unterschiede.



Jon Mettler

Publiziert: 01.04.2022, 17:57



Skifahrer geniessen letzte Tage der laufenden Wintersaison auf dem Nätschen im Skigebiet Andermatt-Oberalp-Sedrun.

Foto: Urs Flüeler (Keystone)

Lange versuchte der weltweit grösste Betreiber von Skiresorts in Europa Fuss zu fassen. Nun steigt die US-Firma Vail Resorts ausgerechnet in der Schweiz ein. Das Unternehmen übernimmt eine Mehrheit an der Destination Andermatt des ägyptischen Geschäftsmannes Samih Sawiris.

Worauf sich der Schweizer Skitourismus einstellen muss, können wenige so gut abschätzen wie Roger Gfrörer. Der Ökonom aus Zürich bereiste in seiner Freizeit 22 Länder mit den Ski, hat 672 Gebiete befahren und 5670 Lifte benutzt.

In den USA hat er 75 Skigebiete besucht. Er war unter anderem in Beaver Creek und Park City unterwegs – beide Gebiete gehören zum neuen Besitzer von Andermatt.



Roger Gfrörer ist begeisterter Skifahrer, der die Pisten der Welt kennt.

Foto: Ela Çelik (Tamedia)

«Der Einstieg von Vail Resorts in der Schweiz wird einiges bewegen, und das nicht nur zum Schlechten», sagt Gfrörer. Aufgrund seiner Erfahrungen hat er für diese Zeitung bedeutende Unterschiede zwischen dem Wintertourismus in der Schweiz und in den USA zusammengestellt.

Sie können Aufschluss darüber geben, in welche Richtung der neue US-Investor Andermatt entwickeln wird.

---

## Skigebiete

**Schweiz:** Das touristische Angebot erbringen verschiedene unabhängige Dienstleister, die wiederum unterschiedlich aufgestellt sind: Kurverein, Hotels, Aktionäre der Bergbahnen, öffentliche Hand. Dadurch kann es zu einer fehlenden Koordination der Angebote kommen, aber auch zu mangelndem Wettbewerb.

**USA:** Die Resorts bieten zahlreiche Angebote aus einer Hand an. Ein Wettbewerb zwischen einzelnen Leistungsträgern innerhalb eines Skigebiets fehlt weitgehend. Dafür gibt es ein mehr oder weniger durchgeplantes Kundenerlebnis. Das gilt auch für kleinere Skigebiete, die unabhängig sind und nicht zu einem der grossen Betreiber gehören.

---

## Skipässe

**Schweiz:** Es existieren relativ wenig überregionale oder nationale Kartenverbände. Wenn die Skigebiete solche anbieten, dann sind sie eher lokal oder regional zusammenhängend.

**USA:** Abonnemente spielen eine wichtige Rolle und sind national oder international ausgerichtet. Der «Epic Pass» von Vail Resorts beispielsweise funktioniert als Saisonkarte für alle Skigebiete, die zum Unternehmen gehören oder mit denen eine Partnerschaft besteht. Wer einen Epic Pass besitzt, kann also in den USA, in Kanada, aber auch in Europa und in Japan Ski fahren.

Die kleinen unabhängigen Skigebiete haben sich im «Indy Pass» zusammengetan, der den Zugang zu 82 Skiresorts in 28 US-Bundesstaaten erlaubt. Mit 4 Wintersportgebieten in Japan besteht eine Zusammenarbeit, womit der Indy Pass ebenfalls international ausgerichtet ist.

---

## Preise

**Schweiz:** Im internationalen Vergleich ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis. Für preisbewusste Skifahrer gibt es Ausweichmöglichkeiten in günstige Wintersportorte. Dynamische Preismodelle sind am Kommen.

**USA:** Die Preise sind hoch. Tageskarten in guten Gebieten sind ab 200 Dollar aufwärts erhältlich. In kleinen Gebieten mit 2 bis 5 Liften sind es 60 bis 80 Dollar. So erhöhen die Anbieter den Druck auf die Skifahrer, damit diese Saisonkarten kaufen. Mit den Saisonpässen sollen die Wintersportler stärker an die Regionen gebunden und davon abgehalten werden, das Geld bei der Konkurrenz auszugeben.

Die Anbieter arbeiten mit speziellen Preismodellen: Feiertage mit hohem Besucheraufkommen wie Weihnachten und der Martin-Luther-King-Day gelten in der Regel als sogenannte Blackout-Dates, das heisst: Die einfachen Saisonkarten sind dann nicht gültig; es wird ein Aufpreis verlangt.



Blick auf den Lake Tahoe vom Skigebiet Heavenly aus, das zu Vail Resorts gehört.

Foto: Roger Gfrörer (zvg)

---

## Personal

**Schweiz:** Die einheimischen Skigebiete fahren mit einer schlanken Personaldecke. An den Liften und Bahnen kommt es deshalb zu wenigen Kontakten mit den Angestellten.

**USA:** Im Vergleich zur Schweiz kümmern sich bis zu dreimal mehr Angestellte um die Skifahrerinnen und Skifahrer. Teilweise werden die Tickets von Hand gescannt, das braucht an einer grossen Bahn 2 bis 3 Mitarbeiter. Zusätzliches Personal weist die Wintersportler etwa in den Warteschlangen an und beaufsichtigt den Einstieg in die Gondeln.

Der Umgang mit der Kundschaft ist kommunikativ, es wird viel gesprochen: «Hi guys, how are you today?» (Hallo zusammen, wie geht es euch heute?) oder «I wish you a great day!» (Ich wünsche Ihnen einen grossartigen Tag!).

---

## Marketing

**Schweiz:** Die Skigebiete legen ein zurückhaltendes Sendungsbewusstsein an den Tag. Markenartikel gibt es vielerorts nur in Souvenirläden.

**USA:** Grosses Selbstbewusstsein der Betreiber, selbst von kleinen Skigebieten mit nur zwei Liften. Der Verkauf in regionalen Läden von Markenartikeln wie T-Shirts und Schutzhüllen für Skibrillen ist eine Selbstverständlichkeit.

---

**Jon Mettler** ist seit 2018 Wirtschaftsredaktor bei der Zentralredaktion von Tamedia. Er berichtet über Telekommunikation, Digitalisierung, Tourismus und die Uhrenindustrie. Er hat mehrere Journalistenpreise gewonnen, darunter den Nebenmedienpreis des Schweizerischen Anwaltsverbands, den European Newspaper Award und den Medienpreis der Bedag. [Mehr Infos](#)  
🐦 @jonmettler

Publiziert: 01.04.2022, 17:57

Fehler gefunden? [Jetzt melden.](#)

**27 Kommentare**