

Fachgruppentagung KÄRNTEN

13. Oktober 2022, Klagenfurt

Peter WINKLER

Ricarda RUBIK

COVID-19 Pandemie – was war?



Erfolge Winter 2021/22

- **Keine Kapazitätsbeschränkungen** und **keine verpflichtenden Abstandsregeln**
- Ausdehnung des Anspruchs auf **Saisonstarthilfe** auch auf **Seilbahnunternehmen**
- Einführung des **Holiday-Ninja-Passes** rechtzeitig **vor den Weihnachtsferien**
- Erneute **vereinfachte Enthebung von der Betriebspflicht** und Einstufung des **Betriebsleiters als versorgungskritisches Schlüsselpersonal** durch die Oberste Seilbahnbehörde
- **Gleichbehandlung** mit Gastronomie und Beherbergung **bei der Umstellung von der 2G- auf die 3G-Regel.**

Verkehrsbeschränkungen

- **Wegfall der Quarantäneregelung** ab 1. August stattdessen nur mehr **Verkehrsbeschränkungen für positiv getestete Personen**
- Verpflichtung zum **durchgehenden Tragen einer FFP2-Maske** außerhalb des privaten Wohnbereichs:
 - in geschlossenen Räumen, wenn ein **physischer Kontakt zu anderen Personen** nicht ausgeschlossen ist und
 - im Freien, sofern ein **Mindestabstand von zwei Metern zu anderen Personen** nicht eingehalten werden kann
- **Die Regeln gelten auch für Arbeitsorte** – unabhängig davon, ob der positiv getestete Mitarbeiter Symptome aufweist
- Der Arbeitgeber kann in begründeten Fällen weiterhin strengere Maßnahmen als in der Verordnung vorsehen
- VB endet grundsätzlich nach **10 Tagen** (ab dem 5. Tag Freitesten möglich)

- **Aktuell:** Stellungnahme des Fachverbandes zum Entwurf einer Novelle des UVP-G (aufgrund eines **Vertragsverletzungsverfahrens** gegen die Republik Österreich)
- **Abgelehnt wird:**
 - Ausweitung des Tatbestandes für **Gletscherschigebiete** auf das Gletschervorfeld **einschließlich** der im unmittelbaren Nahbereich gelegenen **Moränen** (1850er Moränen)
 - **Eigener Tatbestand für Speicherteiche von Beschneiungsanlagen** mit Schwellenwerten von 250.000 m³ bzw. 125.000 m³ in schutzwürdigen Gebieten der Kategorie A
 - Aufnahme von **Beschneiungsanlagen (einschließlich Speicherteiche) in den Tatbestandsbegriff von Anhang I Ziffer 12** und somit in den relevanten Schwellenwert

- Seit 2021 kommt es vermehrt zu **Abmahnungsschreiben des VKI** an Seilbahnunternehmen
- Im Mittelpunkt dieser Abmahnungen stehen oft **Klauseln zur Rückerstattung von Kosten für Tickets**
- Der Versuch der drei größten reinen Ski-Kartenverbünde einen **gemeinsamen Entwurf für die Regelung der Rückvergütung** zu schaffen, ist **gescheitert**
- Initiative des Fachverbandes:
 - **Vorschlag von RA Dr. Haidlen** (CHG Rechtsanwälte) für die Vorgehensweise, wenn ein Seilbahnunternehmen ein Abmahnungsschreiben erhält
 - Muster für AGB von Seilbahnunternehmen
- Auf **Initiative der Fachgruppe Seilbahnen Steiermark** am 5. September **Treffen** mit dem **Steirischen AK-Präsidenten** und mit dem **Geschäftsführer des VKI**

Exzedenten-Haftpflichtversicherung für Schlepplifte

- **§ 103 SeilbG 2003** verlangt den Abschluss einer entsprechenden Haftpflichtversicherung gegen Folgen der gesetzlichen Haftpflicht (EKHG) → ist der **Behörde auf deren Verlangen vorzuweisen**
- **Haftungshöchstbetrag** für Tötung oder Verletzung von Menschen gemäß § 15 EKHG → **€ 2,08 Mio. pro Person**
- Abschluss einer Rahmenvereinbarung für eine **Exzedenten-Haftpflichtversicherung** für **reine Schleppliftunternehmen** mit diesen Eckpunkten:
 - **Versichertes Risiko:** Bestand und Betrieb von Schleppliftanlagen samt Pistenrisiko
 - **Versicherungssumme:** € 10 Mio. im Anschluss an € 700.000,-
 - **Jahresprämie:** € 60,- netto je Liftanlage
 - **Kosten übernimmt FV Seilbahnen** im Gegenzug für Dateneingabe in WEBMARK 1x im Jahr
- **Evaluierung** gerade im Gange – aktuell nehmen nur **2 Kärntner Schleppliftbetriebe** an der Exzedenten-Versicherung teil

Kollektivvertrag für Seilbahnbedienstete



- Knapp **700 Seilbahntechniker*innen** (inkl. 2. Bildungsweg) haben den Lehrberuf Seilbahntechnik bereits positiv abgeschlossen
- Aktuell befinden sich **rund 190 Lehrlinge** in Ausbildung im dualen System
- Insgesamt haben schon **103 Seilbahnunternehmen** zumindest einen Lehrling ausgebildet → heuer **52 neue Lehrlinge**
- 2021 erste Klasse im **Doppellehrberuf** Seilbahntechnik/Elektrotechnik an der LBS Hallein – mittlerweile LAP abgeschlossen
- **Zusätzlich** zu 3,5 Jahren Ausbildung im Berufsbild Seilbahntechnik Möglichkeit, modulartig noch **ein halbes Jahr Ausbildung** samt Lehrabschluss in **Elektrotechnik** zu absolvieren
- Insgesamt **14 Wochen Ausbildung** in Elektrotechnik an der LBS Hallein

- **Änderungen ab dem 1. Mai 2022**
 - Erhöhung der KV-Löhne um **4,5%**: Der Abschluss trägt den **stark gestiegenen Lebenshaltungskosten** der Seilbahn-Mitarbeiter*innen Rechnung
 - Lehrlingseinkommen (gemessen an Lohnstufe A/0) erhöht sich auf:
 - im 1. Lehrjahr von 50% auf **60%**
 - im 2. Lehrjahr von 60% auf **70%**
 - im 3. Lehrjahr von 70% auf **80%**
 - **Facharbeiter im erlernten Beruf** werden näher definiert als „Facharbeiter mit abgeschlossener Berufsausbildung gemäß BAG, deren Facharbeit im Betrieb verwendet wird“
- **Teuerungsprämie: Kollektivvertragliche Ermächtigung** der Sozialpartner in der Seilbahnbranche folgt

STRATEGIE SEILBAHNEN RE:START

Strategieprozess



Wir wissen... **DAS PRODUKT PASST**

- **Der Kern des Produkts passt**
 - Technologievorsprung; hohe Gästezufriedenheit; Standort gilt als Marktführer
- **Der Wintersport ist und bleibt beliebt**
- **Die Branche hat den richtigen Fokus**
 - Zukunftsorientiert; bereits jetzt Energieeinsparungsmaßnahmen
- **Durch Corona viel gelernt**
 - Effektives Krisenmanagement wurde bewiesen

STRATEGIE SEILBAHNEN RE:START

Strategieprozess



DAS ERGEBNIS:

- 4 Projektgruppen wurden eingerichtet:
 - Projektgruppe **Nachhaltigkeit** (Peter Mitterer)
 - **Kommunikation** (Andreas Gapp)
 - **Mitarbeiterentwicklung** (Benny Pregonzer)
 - **Innovation und Trends** (Think Tank / Fabrice Girardoni)

*Das ZIEL:
„Wir wollen als nachhaltige, klima-
und ressourcenschonende Branche
wahrgenommen und damit an unseren
Taten in diesem Bereich gemessen
werden.“*



- Agentur „**denkstatt**“ wurde damit beauftragt, den Fachverband bei der Ausarbeitung einer **Branchenstrategie** im Bereich Nachhaltigkeit zu unterstützen
- **Step 1: Status Quo Analyse „Nachhaltigkeit bei Seilbahnen“** 

Befragte Nachhaltigkeitsthemen

Klimaschutz
Erneuerbare Energie
Energieeffizienz
Smarte Energieversorgung

Nachhaltige Mobilität
Öffentliche Anreise
Öffentlicher Verkehr vor Ort
E-Mobilität

Natur- und Landschaftschutz
Bodenschutz
Naturgebiete, naturnahe Vegetation
Reliefveränderung, Hangstabilität

Beschneigungs- und Wassermanagement
Effiziente Beschneigung und Wasserverbrauch
Abfluss und Gebietshydrologie
Vermeidung von Wasserbelastung

Regionalität und Qualität
Regionale, gesunde, biologische Lebensmittel
Nachhaltige Beschaffung
Akzeptanz in der Region

Anpassung an die Klimakrise
Anpassung an die Klimakrise

Ressourcenschonung
Nachhaltige Materialien
Umweltschonende Baustellen
Abfallmanagement

Soziale Nachhaltigkeit - Kunden
Barrierefreiheit
Vermeidung Unfälle

Soziale Nachhaltigkeit - Mitarbeiter
Beschäftigung
Aus- und Weiterbildungen
Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz der Mitarbeiter
Vielfalt und Chancengleichheit

Status Quo Analyse „Nachhaltigkeit bei Seilbahnen“

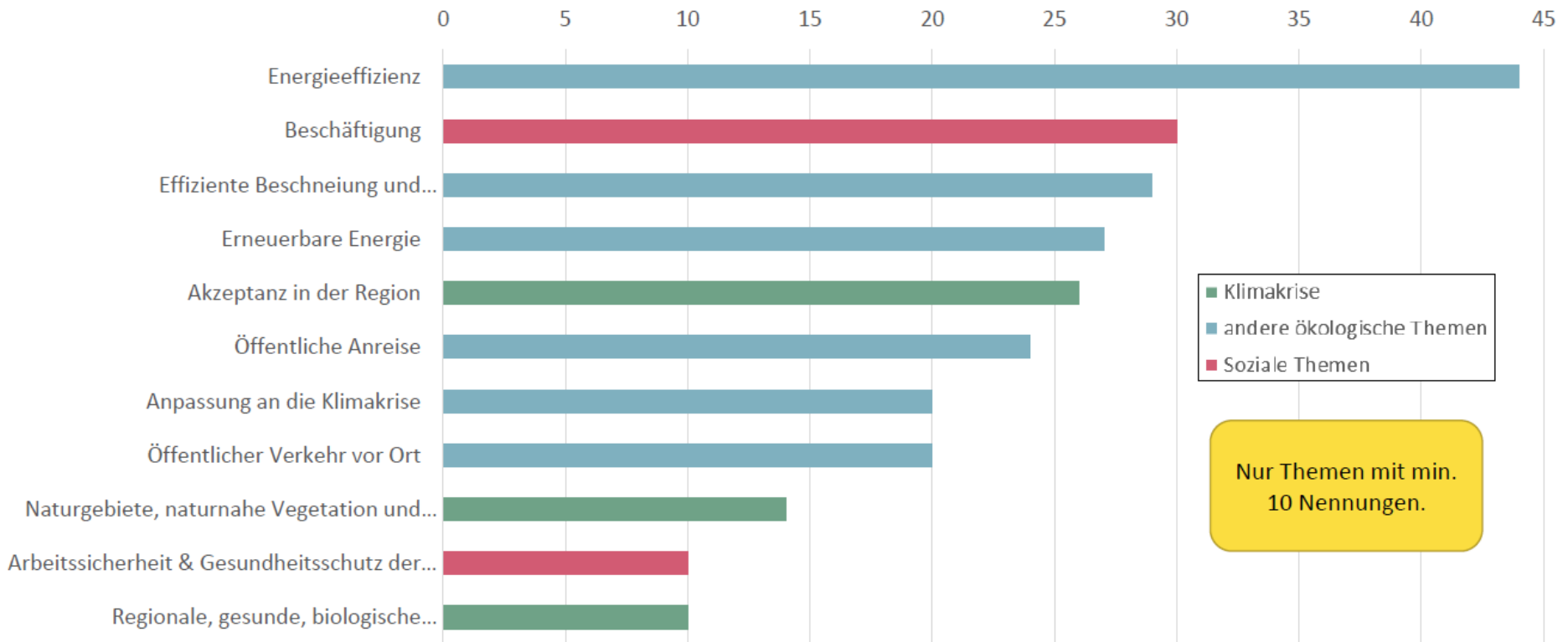
Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen



Status Quo

Nennungen Top-5 Themen

 **WKO**
create sustainable value



Energiebedarf und Optimierungsmaßnahmen

- Daten und Fakten

- Der **Strombedarf** aller Seilbahnen in Österreich beträgt **750 GWh** → das sind in etwa **1,2% des gesamten heimischen Strombedarfs**
- Beim **Gasverbrauch** sind es sogar **nur 0,15%** des gesamten Verbrauchs in Österreich
- Die meisten Seilbahnunternehmen beziehen mittlerweile fast ausschließlich **Strom aus erneuerbaren Energiequellen**
- In den letzten 10 Jahren konnten **ca. 20% an Energie** (gemessen an der Beförderungsleistung) **eingespart** werden
- Der **Energieaufwand für den gesamten Skitag eines Wintersportlers** beträgt nach unseren Berechnungen **18 kWh**

Energiebedarf und Optimierungsmaßnahmen

- Aktivitäten und Maßnahmen

- **Energiekostenzuschuss** des Bundes für energieintensive Betriebe:
 - Energiekosten müssen **3% des Produktionswertes bzw. des Umsatzes** überschreiten
 - Grundsätzlich **Förderung von 30% der Energiemehrkosten** gegenüber dem Vorjahr
 - Der Fördertopf ist mit insgesamt **1,3 Mrd. Euro** dotiert
 - Richtlinie für Förderung (Abwicklung: AWS) gerade in Ausarbeitung
- **Factsheet „Energie“** und ausführlicheres **Dokument „Energie und Seilbahnen“**
- Überarbeitung der **Branchenstudie „Energieeffizienz in Seilbahnbetrieben“** (2011) in den Bereichen Maßnahmen und Optimierungspotentiale
- Beauftragung eines **einheitlichen Carbon-Footprint-Rechners** für die Seilbahnbranche



Energiebedarf und Optimierungsmaßnahmen

- Unsere Kommunikationsbotschaften

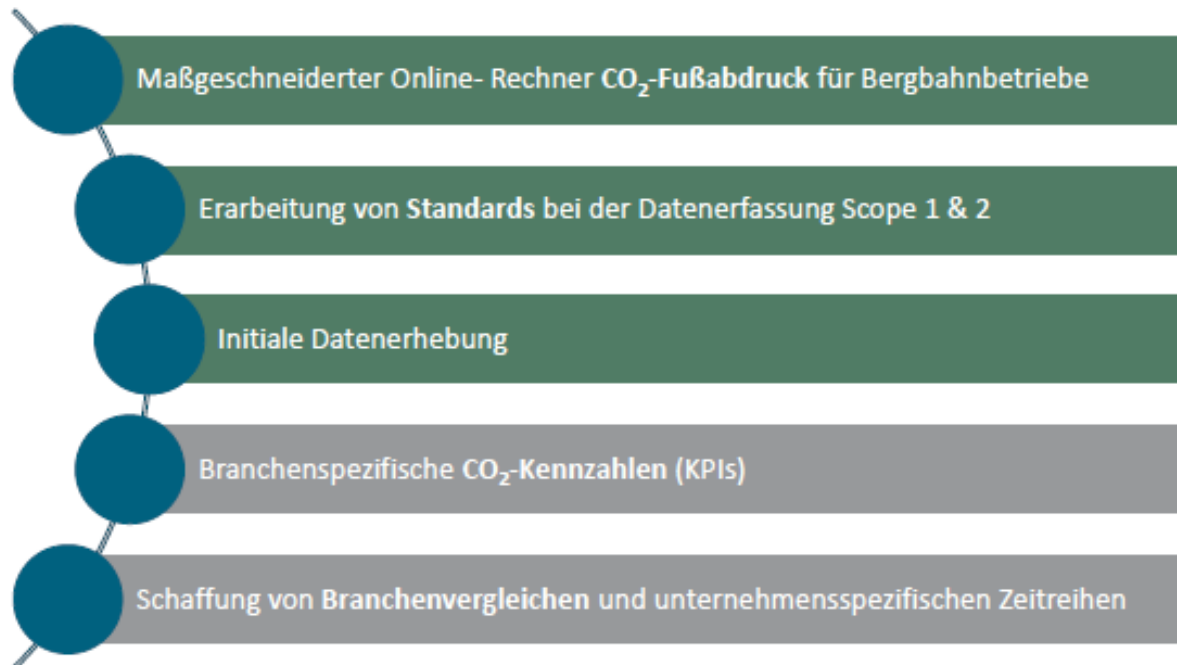
1. Der **sparsame Umgang** mit den Ressourcen war uns schon immer wichtig.
2. Wir haben in den letzten **10 Jahren rund 20 %** unseres Energieverbrauchs eingespart.
3. Trotz hoher Energieeffizienz prüfen wir **alle Möglichkeiten** den Energiebedarf ohne Einschränkung unserer Angebote zu reduzieren.

CARBON FOOTPRINT Rechner

- **Branchenweites, kostenfreies Monitoring Tool**
- **Ziel:**
 - Einfache und einheitliche Berechnung der **betrieblichen CO2-Bilanz**
 - Branchenspezifische **CO2-Kennzahlen** (KPIs)
 - Grundlage einer **glaubwürdigen Kommunikation** auf Basis **international anerkannter Berechnungsmethoden**
 - **Aggregierte Daten** für die Arbeit der Branchenvertretung
- **Umfang der ersten Phase:**
 - **Scope 1 + 2**
 - **Pendeln der Mitarbeiter*innen**
 - **Verkehr vor Ort mittels Skibus**
- **Arbeitsgruppe** mit denkstatt, Manova, Fachverband und 10 Seilbahnunternehmen
- **Fertigstellung bis Anfang der Wintersaison 2022/23**

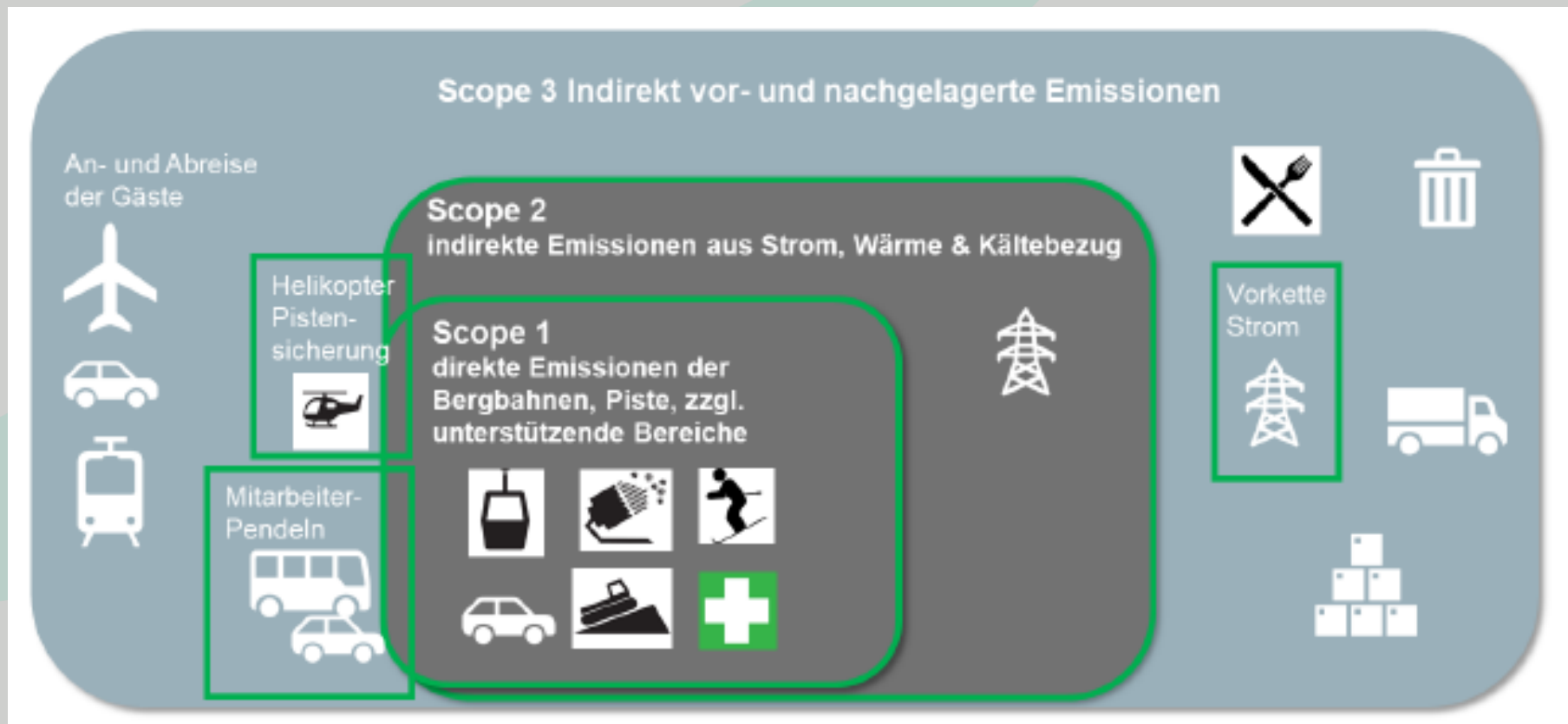
Carbon Footprint Rechner Seilbahnen

Unsere Ziele



Carbon Footprint Rechner Seilbahnen

Definition Scopes:



STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

*Das ZIEL:
„Wir wollen unsere Berufsbilder
attraktiv, modern und zukunftsfit
gestalten und uns damit als attraktiver
Arbeitgeber und als Unternehmen mit
Perspektive positionieren.“*



STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber



AUSGANGSLAGE

- **SOZIALE NACHHALTIGKEIT**
 - Schwierigkeiten Mitarbeiter*innen zu finden und zu halten
- **MÖGLICHE MASSNAHMEN**
 - Mitarbeiter*innen durch Information miteinbeziehen –gemeinsam mehr erreichen!
 - Damit auch Zusammenarbeits-Kultur im Unternehmen stärken
 - Vermehrt Schulungen anbieten und zu diesen animieren.
 - Zusatzleistungen, um als Arbeitgeber*in attraktiv zu sein.
 - Entwicklungsmöglichkeiten (unterschiedliche Lehrberufe, Karrierechancen)
 - Vereinbarkeit, wie z.B. Work-Life Balance, Kinderbetreuung, etc.
- **ZIELE & POTENZIALE fürs Unternehmen**
 - Die Branche ist ein attraktiver Arbeitgeber mit attraktiven Berufsbildern
 - modern und zukunftsfit durch eine Top-Ausbildung im technischen sowie Dienstleistungsbereich
 - Die Mitarbeiter*innen sind stolz auf ihr Unternehmen und kommunizieren das auch
 - Die Mitarbeiter*innen kennen die Unternehmensziele und -werte und tragen aktiv zur Umsetzung bei.
 - dadurch Multiplikatoren für die Jobvielfalt bei den Seilbahnen
 - und dadurch positive Botschafter fürs gesamte Image der Branche.

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

Wir laden zur Mitarbeiter*innen-befragung ein ...



GIB UNS DEIN FEEDBACK –
DEINE MEINUNG IST WICHTIG!

Für den Erfolg der österreichischen Seilbahnen sind zufriedene und engagierte Mitarbeiter*innen entscheidend. Genau deshalb wollen wir dein Feedback!

Wir sehen uns als moderne, vorausblickende und zukunftsorientierte Branche und wollen erfahren, was dich beschäftigt, was du denkst und was du zu sagen hast!

**DIE BEFRAGUNG STARTET AB SOFORT
UND IST ZWEI WOCHEN AKTIV.**

Warum soll ich den Fragebogen ausfüllen? Mit dem Fragebogen hast du die Chance, ehrliches Feedback zu geben. Es ist uns wichtig, dass wir deine Wünsche und Bedürfnisse kennen und du mit uns gemeinsam die Branchen- und Unternehmenskultur gestaltest.

Muss ich an der Befragung teilnehmen? Die Teilnahme ist freiwillig. Wir erfahren auch nicht, welche Mitarbeiter*innen teilgenommen haben und welche nicht.

Können die Antworten auf mich zurückgeführt werden? Nein! Alle Daten werden streng vertraulich und anonym behandelt und Antworten von einzelnen Mitarbeitenden werden weder separat ausgewertet noch an die Führungskräfte kommuniziert. Ein Rückschluss auf die Antworten einer einzelnen Person ist nicht möglich.

Mit deiner Teilnahme beteiligst du dich aktiv an der Entwicklung deiner Branche.

VIELEN DANK für deine Beteiligung und Vertrauen, wir schätzen deine Meinung!



- erstmalig branchenweite Mitarbeiter*innen-Zufriedenheitsbefragung
- strategisches Instrument für eine zukunftsorientierte Branche
- Stärken und Handlungsfelder liefern Feedback zur Weiterentwicklung
- 100% Anonyme Auswertung
- **Ziel:** Seilbahnen sind attraktiver Arbeitgeber & Mitarbeiter*innen sind unsere Botschafter

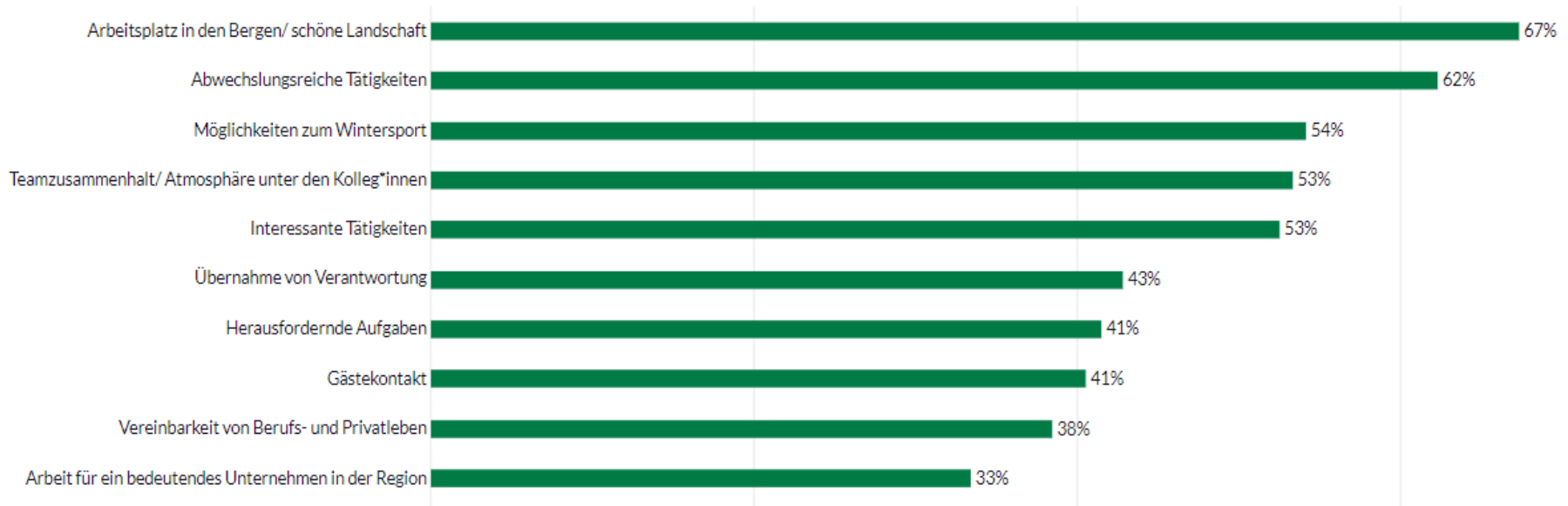
STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

ERGEBNISSE – ein Ausschnitt:

Zufriedenheit und Verbesserungspotenzial mit dem Arbeitsplatz - GESAMTEINSCHÄTZUNG

- **76 %** der Befragten vergaben hier die **Note 1-2**
- **TOP 10 Gründe für Seilbahnen als Arbeitgeber:**

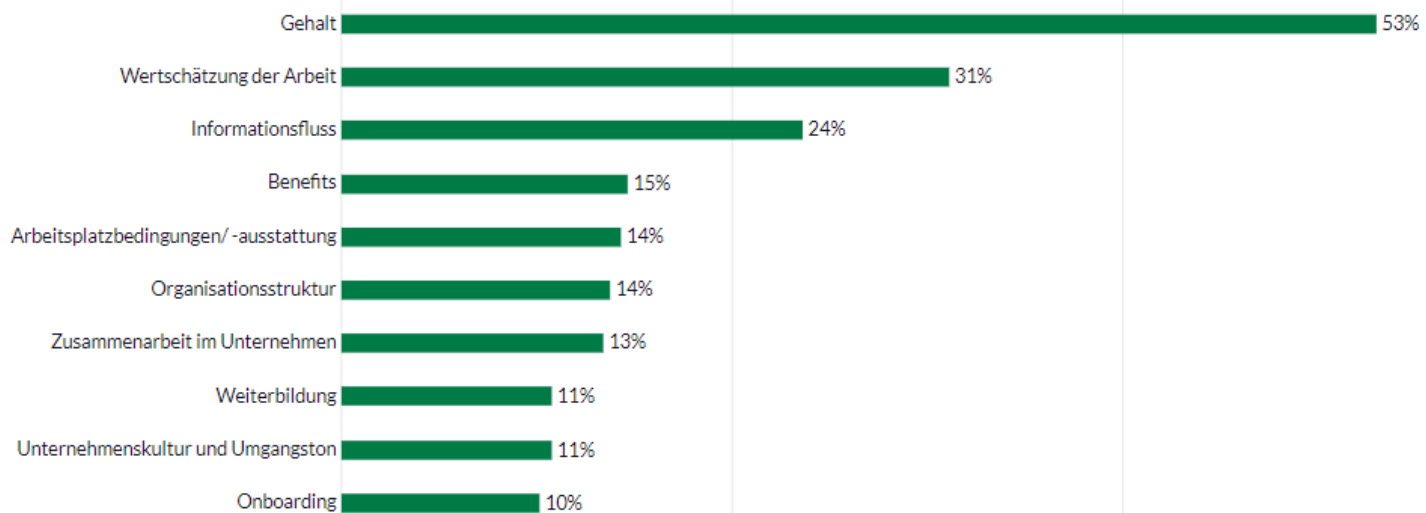
Positive Aspekte



STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

Bereiche der VERBESSERUNG:

Bereiche zur Verbesserung



- **Wertschätzung, Onboarding, Informationsfluss, Weiterbildung** wirken sehr stark auf Weiterempfehlung & Zufriedenheit
- **Wertschätzungsthema** kommt öfters in der Kritik je **länger** MitarbeiterInnen im **Unternehmen** sind
- **Informationsfluss (24%)** wird kritisch betrachtet
- Loyalität: hohe „**Absprunggefahr**“ hauptsächlich bei den „soften Faktoren“: Wertschätzung (51%), Zusammenarbeit im Unternehmen, (19%), Unternehmenskultur und Umgangston (19%) - Verbesserungsbedarf!

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

UNTERNEHMENS- und KOMMUNIKATIONSKULTUR

- Die **Zufriedenheit mit der Unternehmens- und Kommunikations-/Informationskultur** wird gesamt mit einer Note von **2-3 bewertet**
 - **1/3** fühlt sich **schlecht informiert**
 - Bedeutung ist dieser Bereich jedenfalls für die Weiterempfehlung und Loyalität!

Zusammenarbeit mit...



FV Seilbahnen (n = 632-1.491 | 1500 Mitarbeiter*innen)

- **Zusammenarbeit:** Teamzusammenhalt ist wichtig und wird auch in der Zusammenarbeit gut bewertet
- **Unternehmensleitung** wird am **Kritischsten** betrachtet
- **MITARBEITERGESPRÄCH**

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

BENEFITS: Gesamtnote der Benefits: 2,17

Angebote Benefits:

Wird mir angeboten



Meist genutzte Benefits:

Nutze ich

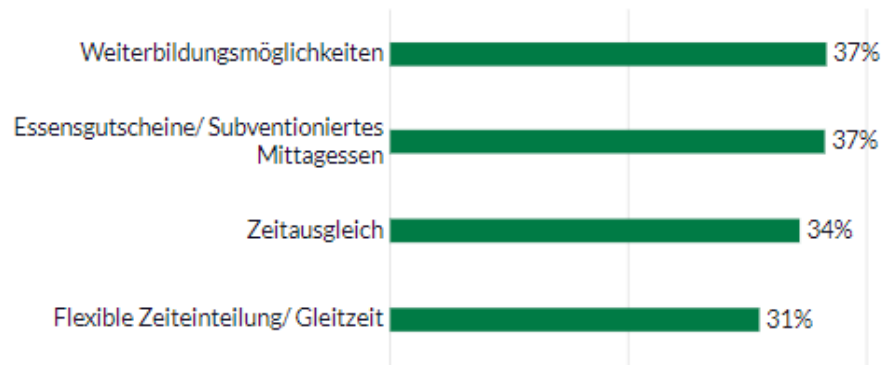


- Die jüngeren Mitarbeiter nutzen hauptsächlich die Vorteile der Skipässe, Essensgutscheine, Zeitausgleich und flexible Zeiteinteilungsangebote! (14-35 Jahre).

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

BENEFITS - Wünsche:

Begehrlichkeit (Finde ich wertvoll oder vermissen ich)



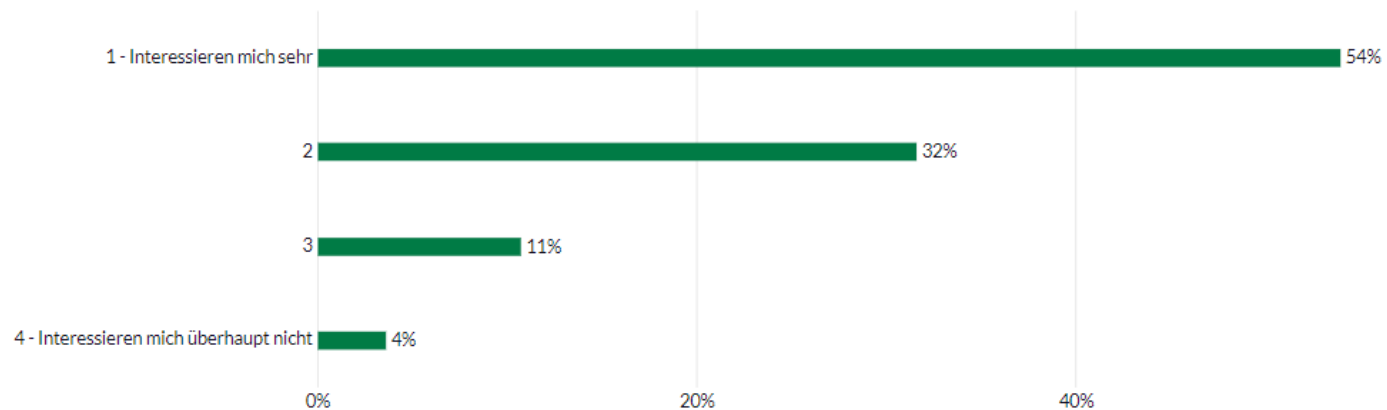
- **Weiterbildungsmöglichkeiten:** obwohl es eher die älteren Mitarbeiter (ab 36 Jahre) sind, die Ausbildungsangebote in Anspruch nehmen, sind es doch die Jungen die einen großen Wunsch danach haben (46%)
- Top 3 für die Weiterempfehlung:
 - Vergünstigungen bei den Skipässen
 - Zeitausgleich
 - Weiterbildungsmöglichkeiten

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

AUS- und WEITERBILDUNG

- Über **50 % der Befragten** haben ein **hohes Interesse** an Fortbildung und wünschen sich ein **breites Sortiment & spezifisches Angebot** nach Abteilungen
 - tendenziell sind es auch hier die jüngeren Mitarbeiter (14-35 Jahre) mit hohem Interesse

Interesse Aus- und Weiterbildungsangebote



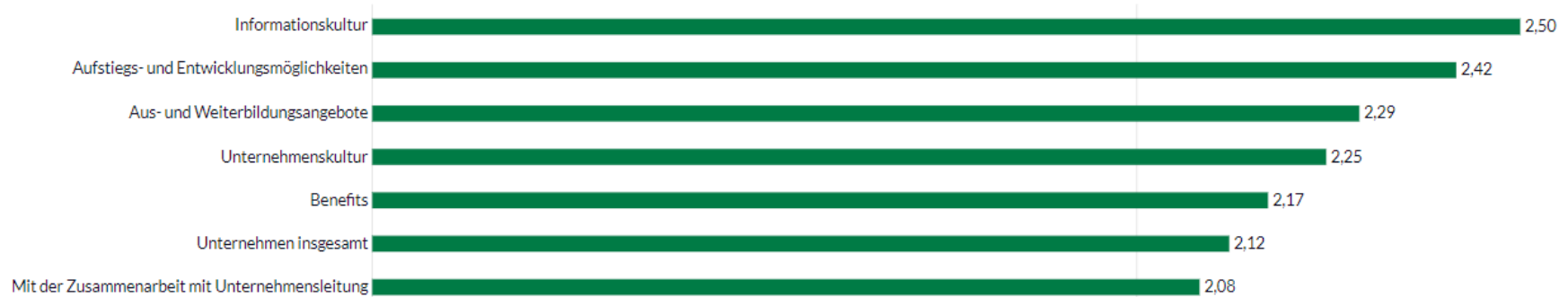
FV Seilbahnen (n = 1.218 | 1236 Mitarbeiter*innen)

- Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten sind wichtig und stehen im engen Zusammenhang mit der Weiterempfehlung

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

TO DO - Bereiche mit „Aufholbedarf“:

Zufriedenheit mit...



TOP 3 Ansätze zur Verbesserung der Zufriedenheit:

- Informationskultur
- Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten
- Aus- und Weiterbildungsangebot

- Wiederwahl & Weiterempfehlung:
 - 3 von 4 MitarbeiterInnen würden das Unternehmen wiederwählen (74%)
 - 66% würden weiterempfehlen

- **Loyalitätsindex: 70 % (sehr loyal und loyal)**

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

Quick Wins auf einen Blick:

- ⇒ Weiche Faktoren wie **Wertschätzung/Teamgefüge** sind für viele entscheidend für Weiterempfehlung und Zufriedenheit
 - ⇒ **Kommunikations- und Informationskultur** hat „Luft nach oben“
 - ⇒ **Verbesserungspotenziale**: neben Gehalt - Verbesserung von Umgangston, Informationsfluss und Wertschätzung als Maßnahme wichtig!
 - ⇒ Gutes **Onboarding** – Wichtigkeit der Einarbeitungsphase erkennen! Bedeutung von „Willkommen gefühlt“ und „Teamgefühl“ für Wiederwahl und Weiterempfehlung des Jobs.
 - ⇒ **Aus- und Weiterbildung** ist ein sehr großer Erfolgs –und Zufriedenheitsfaktor, damit verbunden auch Loyalität zum Unternehmen und Weiterempfehlung. Schulungsmaßnahmen ermöglichen.
 - ⇒ Die **Bedeutung des Unternehmens** (Brand!) wirkt sich auf Weiterempfehlung aus
 - ⇒ Für die Loyalität ist das **Teamgefüge** ein weiterer Motivationsfaktoren, Zusammenarbeit mit Kolleg*innen wird sehr gut bewertet
 - ⇒ **Kommunikation**: Kommunikation schafft vertrauen, digitale Kommunikation ersetzt nicht persönliches Gespräch
- ⇒ Absprung vermeiden – Fokus auf: **KOMMUNIKATION/INFORMATION + AUSBILDUNG + WERTSCHÄTZUNG**

STRATEGIE – Mitarbeiter*innen / attraktiver Arbeitgeber

ERSTE MASSNAHMEN:

- „Soziale Kompetenz“ – Module
 - Ergänzung in der Betriebsleiter Ausbildung
 - Fokus in den Kursen der Seilbahnakademie
- **Kampagne „Lehrberuf Seilbahntechnik“**
 - Relaunch des Außenauftritts
 - Attraktivierung für Zielgruppe
 - einheitliche Sujets, Texte, Werbeschaltungen uä
 - Give-Aways
- **Toolkit „Alles rund um HR und Mitarbeiter*innen“**
 - Checklisten, Leitfäden, Standards und Hilfestellungen für Unternehmen
 - Die „Reise des Mitarbeiters im Unternehmen“ professionell begleiten
 - interne Kommunikation unterstützen (Gesprächsführung, Teammanagement)



ZIELE - CHARAKTER - GRUNDWERTE - THEMEN

*Koordiniert agieren -
effizient reagieren*



STRATEGIE - Kommunikation

„Koordiniert agieren, effizient reagieren“

CHARAKTER

Ehrlichkeit

Glaubwürdigkeit

Authentizität

Naturbewusstsein

Handschlagqualität

ZIELE

„**WIR WOLLEN** auch als nachhaltige, klima- und ressourcenschonende Branche wahrgenommen und damit an unseren Taten in diesem Bereich gemessen werden.“

KLIMASCHUTZ/ NACHHALTIGKEIT

- Naturnähe/Biodiversität
- Energie, Wasser und Mobilität
- Technologie und Forschung
- Regionalität

„**WIR WOLLEN** unsere Berufsbilder attraktiv, modern und zukunftsfit gestalten und uns damit als attraktive Arbeitgeber und als Unternehmen mit Perspektive positionieren.“

BRANCHEN-BRANDING

- Qualität/Perspektiven
- Nachwuchs/Lehre
- Attraktivität Berufsbilder
- etc.

„**WIR WOLLEN** vermehrt die Freude und Leidenschaft vermitteln, die wir zigtausenden Menschen auf unseren Pisten und Wanderwegen bereiten und damit auch die positiven Effekte für Körper und Seele

SYMPATHIE/SPASS/ FREUDE

- Positive Grundstimmung
- Vermittlung von Glück
- „Weg von der Technik, hin zur Emotion“, etc.

GRUNDWERTE

(mit)gestaltend

sympathisch

verlässlich/verantwortungsvoll

innovativ

bodenständig

sozial kompetent/engagiert

THEMEN AUSWAHL

Regionale Eigentümer

Nachhaltige Investitionen

Geschichte/Tradition

Kundennähe/Gastgeber

Lokale/regionale Kooperation

Seilbahn und Industrie

Technologie und Entwicklung

Fokus Energie und Mobilität

Naturnähe/Naturbelassenheit

Produkte/Services/Angebote

Sichere Arbeitgeber

Stabile Wertschöpfung

Sicherheit

Angebotsqualität

Gesundheit/Erholung

Action/Abenteuer

Kulinarik und Kultur

Urlaub/beste Zeit des Jahres

Freude/Geselligkeit/Natur

globale Megatrends

Innovationsintensivität

lokale/regionale Vernetzung

Infrastruktur und Bau



verändert
sich laufend

SOCIAL MEDIA KAMPAGNE

Ziel:

- Bewusstsein schaffen
- Botschaften kommunizieren
- Leuchtturmprojekte zeigen
- Fakten darstellen
- Mitarbeiter informieren

Inhalte:

- Nachhaltigkeit
- Branchen-Branding
- Sympathie

Wo:

Facebook
Instagram
TikTok

Wer:

Milestones in
Communication

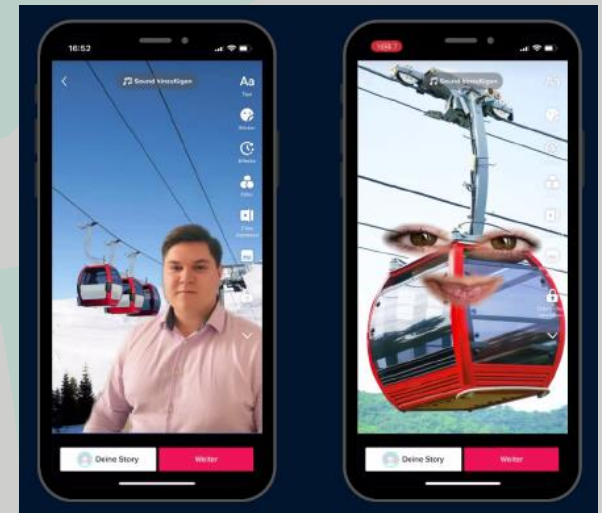
STRATEGIE - Kommunikation



Claim



Tik Tok



Facebook



Instagram



Der THINK TANK ist das Know-How Pool der Branche, das sich mit aktuellen Themen, künftigen Trends und Digitalisierung intensiv auseinandersetzt.



Think Tank



Bewegungsdatenanalyse von Skifahrern und Snowboardern

Extraktion von relevanten Informationen aus Liftscans
Erklärung von Zufriedenheit mittels Bewegungsdaten
Ergebnisse und Nutzung der Bewegungsdaten

Skigebietsoptimierung
Kundenzufriedenheit
Gästecharakteristika

CRM

Dynamic Pricing

*Die Besten Österreichischen Sommer-
Bergbahnen als Vorreiter für vielfältige
Naturerlebnisse in den
Bergsommerdestinationen und
Nachhaltigkeit als „Must-have“*



Qualitätsinitiative des Fachverbandes der Seilbahnen

Entwicklung

- Mitgliederzahl 2022: 76 Mitglieder österreichweit mit 91 Erlebnis-Spezialisierungen
- Ausblick 2023: 2 neue Mitglieder (Tirol)



Aktivitäten 2022 ff

- Schwerpunkt „Nachhaltigkeitskommunikation“ – sozial, ökologisch und ökonomisch – Maßnahmen:
 - Gesellschaftsrelevante Themen-Kommunikation: Status Quo Erhebung „Nachhaltigkeit Bergsommer“
 - Regionalität – Partnerschaften, Wertschöpfung und regionaler Zusammenhalt zb AMA Genussregion
 - Mobilität – Nachhaltig in den Sommerurlaub zb ÖBB
- NATUR & NACHHALTIGKEIT als Fortsetzung für den kommenden Sommer
- EMOTION – Themen zu Emotion/Erlebnis verstärken
- Aktive Zusammenarbeit mit den Mitgliedern: zB Blitzumfragen
- Kooperationen Medien & Partner
- Austausch mit DE + CH zum Bergsommer
- Webseite www.sommer-bergbahnen.at
- TERMINE:
 - Strategietagung | 3.-5. Juli 2023 – Tirol

Weitere Projekte und Aktivitäten

Schwerpunkt Schulen & Skinachwuchs

Schulaktion ski creative

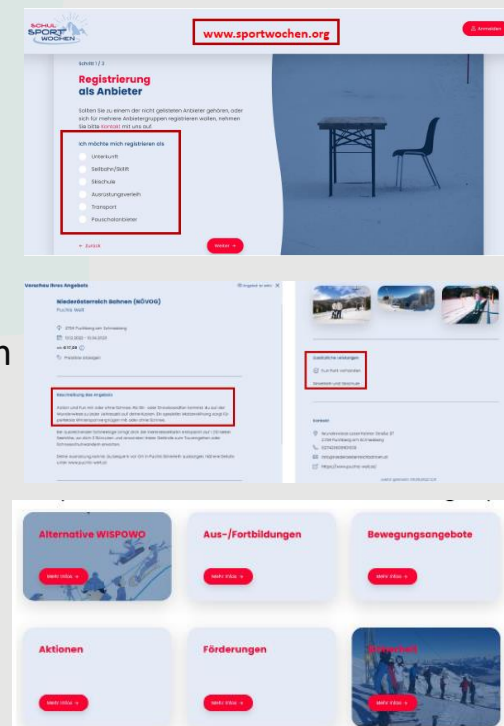
Relaunch – die beliebte Schulaktion wird digital

- Landingpage
- Upload und Download-Möglichkeiten
- Start: Mitte November

Servicestelle Schulsportwochen

ONE-STOP.SHOP

- Fertigstellung von Planungsassistenten und Informationsseiten
- Registrierung für Dienstleister hat gestartet
- <http://registrierung.sportwochen.org>
- Testlauf mit Pilotlehrern durchgeführt
- Going Live mit November



TERMINE

DACH Tagung 2022

19.-21. Oktober 2022 | Innsbruck, Tirol

HINWEISE

www.seilbahnen.at

www.sommer-bergbahnen.at

www.seilbahnakademie.at

www.karriereamberg.at

www.facebook.com/upindieberge

Vielen Dank!

Kontakt: seilbahnen@wko.at