



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

KIRSTINE FRATZ ZEITGEIST AM BERGNETZWERK

MAGIC PASS
STREIT UM
SKI-ABO-PÄSSE

GÄSTEVERHALTEN
PREIS STATT
NACHHALTIGKEIT



LIEBER GÜNSTIG ALS GRÜN URLAUBEN: BREMST DER PREIS DIE NACHHALTIGKEIT AUS?

Sparen und zuhause bleiben oder doch abgespeckt reisen? Diese Frage müssen sich immer mehr unserer potenziellen Gäste stellen. Trotzdem wird aktuell gereist, wie eh und je. Führt der Sparzwang dazu, dass nachhaltige Urlaubsziele weniger wichtig werden? Eine Analyse am Kronplatz.

„Die Lust auf Urlaub ist so groß wie lange nicht“, konstatiert die Internationale Tourismus-Börse (ITB) Berlin in ihren aktuellen Reisetrends. Was Reisen und Erholung angeht, ist die Konsumstimmung „erstaunlich robust“, wissen die Experten. „Etwa sechs Prozent mehr als 2024 geben die Deutschen heuer fürs Reisen aus“, erwartet der Deutsche Reiseverband.

Trotzdem zeigen sich die Gäste bei der Wahl der Reiseziele zunehmende preissensibel. Günstigere Angebote bzw. Destinationen gewinnen. Denn, so der ADAC-Reisemonitor, „jeder dritte Deutsche ist mit Sparzwängen konfrontiert. Ein beträchtlicher Teil aus dieser Gruppe kann Urlaube kaum noch finanzieren.“ Deshalb werde der Preis zum dominierenden Faktor. Nachhaltigkeitsaspekte kommen oft unter die Räder. Etwa wird die günstigste und nicht die nachhaltigste Anreiseform gewählt. Zusatzleistungen – von Mobilität vor Ort bis Kulinarik – werden kaum nachgefragt, wenn sie grün, aber hochpreisiger sind, es zugleich jedoch günstigere, nicht grüne, Alternativen gibt.

Wunsch nach intakter Umwelt

Gleichzeitig werde, so ADAC-Reisemonitor, der Wunsch nach intakter Umwelt am Urlaubsort immer größer. 18 Prozent (2022: 14 Prozent) geben an, darauf bei der Urlaubsplanung sehr zu achten. Klimawandelbedingt dürfte ihre Zahl weiter steigen. „Für uns ist es selbstverständlich, den Berg und die Natur bestmöglich



Thomas Reiter
Direktor Skirama Kronplatz



PV-Anlagen errichtet der „Kronplatz“ in erster Linie für sich und nicht für die Gäste. © Kronplatz

zu schützen, ist das doch unser größtes Kapital. Deshalb und weil durch nachhaltiges Agieren große Kostenoptimierungen etwa bei Energie und Treibstoff möglich sind, ist es naheliegend als Seilbahnunternehmen grün zu agieren“, betont Thomas **Reiter**, seit 2020 Direktor des Skirama Kronplatz (Südtirol).

Ein Standard, der mitschwingt

„Wir machen es aus Überzeugung und sprechen es nicht vordergründig im Marketing an. Dort punkten wir mit Landschaft, Pisten und Gastronomie“, erläutert der Kronplatz-Chef. Wenn der Hausberg von Bruneck Kommunikation zur Nachhaltigkeit betreibt, so Reiter, „sprechen wir nur über erfolgreich umgesetzte Maßnahmen und Projekte.“

Davon gibt es viele: Spezielle Samen-/Saatprojekte. Zahlreiche PV-Anlagen. Modern-effiziente Beschneigung. Den Zwei-Winter-Testbetrieb einer Wasserstoff-Pistenraupe. Oder ein innovatives Müllpress-System am Berg. Der Südtiroler erklärt die kommunikative Zurückhaltung damit, dass „beim allergrößten Teil unserer Gäste die Nachhaltigkeit kein Buchungsargument ist“. Vielmehr werde sie zum Standard, der mitschwingt.

Thema für Mitarbeiter und die Branche

Zur internen Darstellung des Themas arbeiten Thomas Reiter und sein Team an

einem Buch – Arbeitstitel „The future is in our hands“. Damit soll ein fundierter Blick möglich werden, auf die vielen Projekte, die sich nicht auf die ökologische Seite der Nachhaltigkeit beschränken. Das soll die Mitarbeiter begeistern.

„Unser neuestes Vorhaben ist die im Mai 2025 zusammen mit sieben internationalen Skigebieten gegründete Global Sustainability Ski Alliance. Sie hat die Funktion technologische Entwicklungen voranzutreiben, internationalen Erfahrungswissens-/Wissensaustausch, etwa durch Best-Practice-Beispiele zu betreiben, aber auch mit den Zulieferern noch nachhaltigere Lösungen zu entwickeln und auf drei Kontinenten zu testen“, so der Kronplatz-Direktor weiter.

Preis-Leistungs-Verhältnis als Motiv

Fazit: Um die riesige Reise-Sehnsucht trotz Spardruck zu stillen, kommen teurere Angebote, auch wenn sie noch so grün sind, kaum zum Zug. Laut ITB-Folgerung blendet Spardruck die Folgen des Klimawandels aus. Soll heißen Grün, Öko & Co. funktionieren nicht als Argument für höhere Preise. Oder wie es Thomas Reiter sagt: „Wir argumentieren mit Leistung, Schneesicherheit, top-präparierten Pisten und moderne Anlagen. Unserer Erfahrung nach, geht es stets um das Preis/Leistungsverhältnis.“

Oliver Pichler