

Erfolgreiche Positionierung als Familiendestination

Die Touristische Unternehmung Grächen AG präsentierte anlässlich der Generalversammlung gute Ergebnisse und Zahlen. Die klare Positionierung als Familiendestination sowie die seit drei Jahren verfolgte Eventstrategie zeige Wirkung, teilt das Unternehmen mit.



Talstation der neuen Sesselbahn Plattja.

Bild: zvg

Der Verkehrsumsatz im Winter konnte in Grächen zum zweiten Mal in Folge gesteigert werden. Im vergangenen Winter wuchs er um 6,8 Prozent, nachdem er bereits im vorangegangenen Winter um über zwei Prozent gesteigert wurde. Angesichts des harten Marktumfeldes sei diese positive Entwicklung beachtlich, schreibt die Touristische Unternehmung Grächen AG in einer entsprechenden Mitteilung.

Im Sommer 2017 blieb das Ergebnis konstant. Die Grächen Goldcard, eine all-inclusive Card mit vielen Attraktionen im Oberwallis, nivelliere jeweils das Ergebnis auf gleicher Höhe, unabhängig von den Wettereinflüssen. Einen Rückgang verzeichnete die Gesellschaft bei den Nebeneinnahmen aufgrund von abgeschlossenen Drittprojekten. Insgesamt konnte der Umsatz um 5 Prozent gesteigert werden.

Rekordergebnisse verzeichnet die Unternehmung beim EBITDA und Cash-Flow. So konnte das EBITDA um 15 Prozent auf 2,5 Millionen Franken gesteigert werden. Der Cash-Flow liegt bei 2 Millionen Franken und konnte um 11 Prozent verbessert werden. Eine EBITDA-Marge von 40 Prozent und eine Cash-Flow-Marge von 31 Prozent im Verhältnis zum Umsatz bedeuten gute Werte im Branchenvergleich. Diese Ergebnisse seien besser als geplant, was angesichts der getätigten hohen Investitionen auch wichtig sei, schreibt die Touristische Unternehmung Grächen AG.

Familienpositionierung wirkt

Das Resultat zeige, dass die schon fast hartnäckige Positionierung als Familiendestination eine positive Wirkung auf die Frequenzen habe, schreibt das Tourismusunternehmen weiter. Dabei setze Grächen nicht auf eine Billig-Strategie. «Wir sind überzeugt von unserem Familienprodukt, in welches wir viel Geld investiert haben. Und dieses Produkt hat einen Wert, der vom Gast auch bezahlt wird. Die Gästenumfragen zeigen, dass die Preis-Leistungszufriedenheit sehr hoch ist», zeigt sich Adrian Dennler, Verwaltungsratspräsident der Touristischen Unternehmung Grächen selbstbewusst. [IMG 2]

Das Weihnachtsgeschäft war dank der tollen Winterstimmung mit viel Schnee ein Erfolg. Die Schwierigkeiten der Schneestürme im Januar wirkten sich nicht gravierend aus. Während den Sportferien im Februar konnten die Frequenzen und Umsätze gesteigert werden. In dieser Periode hatte die Positionierung als Aufenthalts- und Familientourismusort starken Einfluss. «Schneefall ist für die Kinder und Familien keinen Grund, nicht auf die Piste zu gehen», merkt hier Berno Stoffel, CEO der touristischen Unternehmung an. Beim Saisonende mit gutem Wetter und den vielen Events wurden ebenfalls gute Zahlen verzeichnet.

Neue Natur- und Familienerlebnisse

Grächen konnte im vergangenen Winter dem Gast diverse Neuigkeiten präsentieren: Die Sesselbahn Plattja-Seetalhorn wurde durch eine neue kuppelbare 4er Sesselbahn ersetzt. Gleichzeitig wurde die Piste um 800 Meter verlängert, was dem Gast ein fantastisches Panorama auf den Riedgletscher, den Nadelgrat und das Weisshorn zeigt. Diese Sesselbahn sei von den Gästen sehr geschätzt worden, obwohl hier das Potential wegen der hohen Lage (2400 - 2900müM), dem schlechten Wetter und den kalten Temperaturen noch nicht voll ausgeschöpft werden konnte.

Als erfolgreiche Investition zeigt sich das neu umgebaute Familienrestaurant Hannigalp. Neben dem grosszügig konzipierten Restaurant im Alpen-Chic Style wird für die Kinder viel geboten. Das SISU Wolkenland, ein inszeniertes Indoor-Spieleland über 150 Quadratmeter und der SISU Kinderhort sind starke Anziehungspunkte für Kinder, so dass sowohl die Anzahl Besuche gesteigert und der Aufenthalt im Restaurant verlängert wurde. Grächen habe mit diesem Restaurant einen Meilenstein in der touristischen Entwicklung gesetzt, schreibt das Unternehmen.

[IMG 3]

Konsolidierung und Innovation

Bei den Investitionen werde man in den nächsten Jahren bremsen, schreiben die Verantwortlichen. Grächen hat in den vergangenen 10 Jahren 40 Millionen Franken investiert. Dies war nur möglich dank gross angelegten Aktienkapitalerhöhungen. In zwei Aktienkapitalerhöhungen konnten über 10 Millionen Franken neues Aktienkapital aus Grächen und der Region beschafft werden, was die Verantwortlichen zu grossem Dank für die Unterstützung und das Vertrauen verpflichtete.

In den kommenden Jahren wird es darum gehen, die Verschuldung von 20 Millionen Franken abzubauen. «Die grossen Investitionen sind jetzt gemacht und wir leiten nun eine Konsolidierungsphase ein, was gleichzeitig heisst, dass wir die Innovation auf der Angebotsseite verstärken werden», meint Berno Stoffel. In den Jahren 2012-2016 hätte das Unternehmen auch in einer Konsolidierungsphase viele innovative Angebote wie die Euro-Aktion, Saison Surprise etc. geschaffen. Dort wolle das Unternehmen in den kommenden Jahren den Fokus legen.

Für den kommenden Winter gibt man sich in Grächen optimistisch. So blicken die Verantwortlichen auf einen guten Sommer zurück. Hierzu haben das Wetter, der Europaweg mit der neuen Hängebrücke und die Fülle der Events geholfen. Der Buchungsstand für den kommenden Winter liegt aufgrund der vorliegenden Zahlen per Ende September höher als im Vorjahr. Der kommende Winter steht unter dem Motto «60 Jahre Wintersport in Grächen». Hierzu werden verschiedene Events und Angebote gestartet. (htr)

Publiziert am Montag, 15. Oktober 2018