

DIE BAHNEN

Das Journal der Bergbahnen Sölden



Bahn frei

Die 7,3 km lange Rodelbahn von der Mittelstation Gaislachkogel bis nach Sölden ist das neue Highlight für Kufenfans. Wintersportler erwartet ein eindrucksvolles Naturerlebnis.

SÖLDEN'S TRAIL NACH OBEN



Damit sich das Produkt schlussendlich lohnt, darf der Trail nicht am Parkplatz enden, sondern muss schnell zu einem Getränk oder Kuchen führen.

DARCO CAZIN

Geschäftsführer
ALLEGRA Tourismus

ZUR PERSON

Darco Cazin ist Gründer von ALLEGRA Tourismus und hat bis heute über 300 Projekte in Österreich, Italien und der Schweiz umgesetzt. Auch in Ländern wie Japan und den Vereinigten Arabischen Emiraten entwickelt das Unternehmen erfolgreich MTB-Destinationen. Neben Sölden zählen namhafte Tourismusdestinationen wie St. Moritz, Nauders und Graubünden zu den Kunden des Branchenführers. In der Hauptsaison beschäftigt ALLEGRA rund 40 Trail-Spezialisten, Projektleiter und Berater.

Mit seinem Unternehmen ALLEGRA Tourismus entwickelt der Schweizer Darco Cazin international erfolgreich Mountainbike-Destinationen. Die BIKE REPUBLIC SÖLDEN (BRS) ist sein bislang größtes Bau-Projekt. Im Gespräch mit Walter Siegele, Geschäftsführer und Projektverantwortlicher der Bergbahnen Sölden, erörtert er, warum die Zukunft des alpinen Tourismus auf zwei Rädern basiert.

Was war 2015 ausschlaggebend, um ALLEGRA Tourismus mit der Konzipierung der BIKE REPUBLIC SÖLDEN zu beauftragen?

Walter Siegele: Das Wandern bzw. der Sommer als Ganzes hatte damals ein Imageproblem. Ötztal Tourismus hat reagiert und das Bike-Projekt gemeinsam mit den Bergbahnen gestartet, um den Sommer wieder attraktiver zu machen. Anfangs waren wir eher zurückhaltend und haben andere Regionen beobachtet. Im Nachhinein betrachtet war das ein großer Vorteil. Denn schlussendlich haben wir ein weitläufiges und hochalpines Produkt entwickelt, das zu Sölden passt. Damit sprechen wir eine ganz ähnliche Kundengruppe an wie im Winter. Zwischenzeitlich geht der Trend erfreulicherweise auch beim Wandern wieder nach oben und es sind deutlich mehr jüngere Leute in den Bergen unterwegs.

Inzwischen haben viele Tourismusregionen Angebote für Mountainbiker. Hat Sölden noch rechtzeitig auf diese Zielgruppe gesetzt?

Darco Cazin: Es ist auch heute noch früh genug, damit zu starten. Regionen wie Saalbach sind zwar schon lange dabei, mussten aber Fehler machen, die man im Ötztal dafür vermeiden konnte.

Sölden hat klar definiert, was angeboten wird und was nicht. Mit der konsequenten Umsetzung des Konzeptes wurden neue Maßstäbe gesetzt. Deshalb ist die BIKE REPUBLIC SÖLDEN auch für andere Kunden ein Vorzeigemodell.

Walter Siegele: Bei unseren Kunden haben wir uns den Ruf erarbeitet: Wenn wir etwas machen, dann machen wir es richtig. So war es auch im Bike-Segment. Man hat uns bereits früh ein gutes Zeugnis ausgestellt. Das zeigte uns, dass wir am richtigen Weg sind, und hat uns in der Umsetzung bestärkt.

Sie sind selbst begeisterte Mountainbiker und testen verschiedene Destinationen. Wie sehen Sie das Angebot von Sölden im Vergleich zu den Mitbewerbern?

Walter Siegele: Mit dem E-Bike bin ich mittlerweile viel unterwegs. Es tut gut, andere Gebiete und Parks zu vergleichen. Saalbach-Hinterglemm oder Leogang sind sicher wesentlich breiter aufgestellt. Aber Sölden ist flächenmäßig die größte Gemeinde Österreichs. Wir haben 1.600 Kilometer Wanderwege und damit immer noch die Möglichkeit, uns weiterzuentwickeln.

Darco Cazin (l.), Experte für die Entwicklung von Bike-Destinationen, und Walter Siegele, Geschäftsführer der Bergbahnen Sölden, im Gespräch.



Darco Cazin: Keine andere Region hat sich so konsequent eine Identität aufgebaut wie Sölden. Es wurden nicht nur ein paar Trails, sondern eine ganze Community geschaffen. Ich glaube, das ist der Grund, warum das Konzept der BIKE REPUBLIC SÖLDEN aufgeht.

Ist dieser Erfolg messbar?

Darco Cazin: Man merkt, dass sich das gesamte Tal und die Angebote verändern. Bike-Hotels verzeichneten im Vergleich zum Vorjahr fast 10 Prozent mehr Übernachtungen im Sommer. Der Effekt geht über auf Sportgeschäfte, Bike-Schulen, Restaurants bis hin zum Supermarkt, der sich erst auf die hohen Absatzmengen im Sommer einstellen musste. In den letzten Jahren kamen circa 60 Studiengruppen aus anderen Destinationen, um zu sehen, was in Sölden gerade passiert. Das hat die Entwicklung des Gesamtmarktes unheimlich vorangetrieben.

Kann Sölden also auch im globalen Wettbewerb mithalten?

Darco Cazin: Im internationalen Vergleich ist die BIKE REPUBLIC SÖLDEN ganz weit vorne. Und im Alpenraum sogar für mich die Nummer eins. Die meisten Trails in anderen Regionen sind zu schwer und nur für 3 bis 7 Prozent der Mountainbiker interessant. Sölden spricht eine breitere Masse an und hat damit ein nachhaltiges Angebot geschaffen. Wir wussten bereits vorher, dass dieser Ansatz funktionieren wird. Für ALLEGRA ist die BRS der Beweis dieser These.

Die BIKE REPUBLIC SÖLDEN ist ein gemeinsames Projekt von Ötztal Tourismus und den Bergbahnen. Welchen Stellenwert hat diese Zusammenarbeit?

Walter Siegele: Der Gesamtaufwand war enorm, beide Seiten haben viel investiert und Know-how eingebracht. Ich bin überzeugt, dass das für einen alleine nicht möglich gewesen wäre. Der maßgebliche Teil betrifft Ötztal Tourismus – verantwortlich für den Bau und die Wartung der Trails. Aus marketingtechnischer Sicht ist es eine richtig lässige Sache: Man hat diesen Bike-Staat gegründet – mit eigener Sprache, eigenen Regeln und das kommt wahnsinnig gut an. Ohne die Bergbahnen geht es natürlich auch nicht, denn wir transportieren die Leute.

Wie wichtig ist es, dass bei so einem Projekt alle Beteiligten im Ort mitziehen?

Walter Siegele: Alle in der Dienstleistungskette müssen das entsprechende Wissen haben. Das war eine große Herausforderung in der Kommunikation. Ein sehr wichtiges Detail waren die Gespräche mit den Grundeigentümern. Natürlich gab es auch Reklamationen seitens der Wander-Gäste gegenüber Vermietern. Dominik Linser, der Projektverantwortliche für die BIKE REPUBLIC SÖLDEN bei Ötztal Tourismus, und ich mussten viel Überzeugungsarbeit leisten. Wir haben die Verantwortung dafür übernommen, dass es funktioniert. Und wir müssen nach wie vor daran arbeiten.

”

Das Wandern hatte damals ein Imageproblem. Wir mussten den Sommer wieder attraktiver machen.

WALTER SIEGELE

Geschäftsführer
Bergbahnen Sölden

→



*Dominik Linser
und ich haben
damals gegenüber
den Grundeigentü-
mern die Verantwor-
tung übernommen,
dass es funktioniert.*

WALTER SIEGELE

Geschäftsführer
Bergbahnen Sölden

Herr Cazin, wie sieht der klassische Mountainbike-Gast aus? Gibt es dafür eine klare Definition?

Darco Cazin: Es gibt gewisse Subkulturen wie Gravity, Enduro oder Downhill. In dieser Einteilung findet sich der Gast aber nicht wieder. Der Großteil der Leute hat einfach ein Mountainbike und will Mountainbiken – was auch immer das bedeutet. Die meiste Zeit radeln sie gar nicht in den Bergen, sondern zuhause, rund um die Städte. Wenn sie dann in die Alpen kommen, wollen sie ein Bergerlebnis – aber das muss relativ niederschwellig sein. Denn auch der einfachste Trail in der BIKE REPUBLIC SÖLDEN ist für jemanden aus Nordrhein-Westfalen oder Holland hochalpin.

Walter Siegele: Stimmt, wir Tiroler übersehen das oft. Wenn wir an der Bergstation der Langeggbahn auf 2.700 Metern Höhe stehen, ist das für uns nichts Besonderes. Nicht so bei manchen unserer Gäste. Diese sitzen schon nach zehn Minuten Fahrt neben der Bike-Line und rasten. Für sie machen der Höhenunterschied und die alpine Umgebung sehr viel aus.

Welche Zielgruppe spricht die BIKE REPUBLIC SÖLDEN an?

Darco Cazin: Der klassische Mountainbike-Gast hat ein überdurchschnittliches Einkommen und einen hohen Bildungsgrad. In Sölden kann man grob drei Personengruppen unterscheiden: der durchschnittlich 40-jährige Mann, der mit seinen Jungs kommt. Er sucht das Abenteuer, aber in relativ sicherem Umfeld. Die zweite Gruppe sind Familien. Und dann gibt es noch die jüngere Frau, sehr sportlich. Ihr geht es stark um diesen Community-Gedanken, den Sölden vertritt. Interessanterweise kommen mehr Frauen und Kinder als erwartet in die BRS. Das liegt daran, dass das Erlebnis vom Pumptrack bis zu den Lines schrittweise gesteigert werden kann.

Walter Siegele: Das Einzugsgebiet ist ähnlich wie im Winter: Der Hauptanteil ist aus Deutschland. Aber auch immer mehr Österreicher kommen in die BIKE REPUBLIC SÖLDEN. Von Großbritannien erwarten wir noch Zuwachs – denn die Engländer sind sehr bike-affin und weltweit unterwegs.

Weiß die Bike-Community das naturnahe Bauen, wie es in Sölden praktiziert wird, zu schätzen?

Darco Cazin: Die Biker spiegeln den gesellschaftlichen Megatrend gut wider: Sie wollen authentische Erlebnisse in der Wildnis und das alles möglichst einfach und komfortabel. Gleichzeitig wollen sie nicht das Gefühl haben, dass die Natur wegen ihnen zerstört wird. Diese Brücke müssen Anbieter schlagen. Sölden hat das geschafft, indem sehr konsequent ökologisch gebaut wird.

Sehen Sie den Radsport als Chance, um auch urbane Kundengruppen in alpine Destinationen zu locken?

Darco Cazin: Grundsätzlich ist das Mountainbiken, wie das Skifahren, ein sehr teurer und elitärer Sport. Und schließt damit viele soziale Schichten aus. Aber der aktuelle Trend zu Nachhaltigkeit, Bewegung und Gesundheit sorgt dafür, dass der Rad-Tourismus auch im alpinen Raum wächst. Die BIKE REPUBLIC SÖLDEN wird mit davon profitieren.

Hat das Mountainbiken das Potenzial, in einer Wintersportdestination wie Sölden ähnlich populär zu werden wie der Skisport?

Darco Cazin: Wenn man es auf die Frequenz bei den Bergbahnen reduziert, ist der Skitourismus sehr weit voraus. Das Mountainbiken ist viel jünger und wir haben weniger Erfahrung. Gleichzeitig ist es aber auch breiter, weil es nicht nur rund um eine Bergstation stattfindet. Die Effekte auf den gesamten Ort und die Infrastruktur zeigen schon jetzt, dass der Sommer an Wert gewinnt.

Gibt es in Bezug auf die Baumaßnahmen in der BIKE REPUBLIC SÖLDEN eine Obergrenze?

Walter Siegele: Wir haben mittlerweile schon ca. 28 Kilometer gebaute Bike-Lines. Aber momentan gibt es noch Möglichkeiten, das Angebot räumlich auszuweiten, indem man zum Beispiel andere Zubringer nutzt.

Reicht es für eine MTB-Destination aus, jährlich neue Trails zu bauen, um am Markt langfristig attraktiv zu bleiben?

Darco Cazin: Man muss nicht jedes Jahr neue Wege eröffnen. Dem Biker geht es nicht nur um das Neue, sondern um das Erlebnis. In der BIKE REPUBLIC SÖLDEN kann man über mehrere Tage und Saisonen etwas erleben. Damit sich das Produkt schlussendlich lohnt, darf der Trail allerdings nicht am Parkplatz enden, sondern muss schnell zu einem Getränk oder Kuchen führen. In Sölden ist das schon gut gelöst, aber man sollte die Serviceleistungen künftig noch mehr integrieren.

Trendanalysen zeigen, dass die Mountainbike-Verkäufe stagnieren. E-Bikes fangen diese Rückgänge auf. Verdrängen E-Biker die klassischen Trail-Fahrer?

Darco Cazin: Das E-Mountainbike sehe ich nicht als Konkurrenz, sondern als Chance, die Zielgruppe breiter zu machen. Die BIKE REPUBLIC SÖLDEN kann von dem Trend viel abschöpfen, denn der E-Biker braucht genau die Art von Trails, die Sölden anbietet.

Nutzen viele E-Biker das Angebot der BRS?

Walter Siegele: Im Prinzip kann man alle Strecken auch mit dem E-Bike fahren. So wie die Bikes heute gebaut sind, lässt sich das aber gar nicht so einfach erkennen. Am Anfang waren auf den Lines noch keine E-Biker unterwegs. Inzwischen sind es wohl 15 bis 20 Prozent.

Was erwartet Mountainbiker in der kommenden Saison in Sölden?

Walter Siegele: Zum Saisonstart geht die „Troalen Line“ in Betrieb. Und die zweite schwarze Strecke, die „Olm volle Line“, zwischen Hochsölden und Grünwald. Das wird eine anspruchsvolle Abfahrt. Außerdem haben wir die Rodelbahn ab der Gaislachkogel-Mittelstation fertiggestellt – mit dem Hintergedanken, dass diese für Biker aufwärts genutzt werden kann.

”

Der klassische Mountainbike-Gast ist Mitte 40 und männlich. Er hat ein überdurchschnittliches Einkommen und einen hohen Bildungsgrad.

DARCO CAZIN

Geschäftsführer
ALLEGRA Tourismus

”

Wir haben noch viel Potenzial, das Angebot auszuweiten.

WALTER SIEGELE

Geschäftsführer
Bergbahnen Sölden



Ötztal Tourismus / Christoph Bayer