

Forum Klimawandel in Obwalden



Klimabedingte Konsequenzen auf der Melchsee-Frutt

Ernst Giger

Geschäftsführer Sportbahnen Melchsee-Frutt

Präsident Tourismusverein Melchsee-Frutt, Melchtal und Kerns

Samstag, 1. September 2007

Inhaltsverzeichnis

1. Landverteilung in Kerns	3
2. Struktur und Organisation	3
2.1 Korporation Kerns.....	3
2.1.1 Sportbahnen Melchsee-Frutt	4
2.2.1 Tourismusverein Melchsee-Frutt, Melchtal, Kerns	4
3. Marketingarbeiten	4
4. Massnahmen in der Unternehmung	5
4.1 Strategiepapier	5
4.1.1 Entscheidungswege	7
4.1.2 Masterplan.....	7
Sommer	8
Winter	9
Pisten/Beschneigung	10
Bahnanlagen.....	10
Marketing und Marke Frutt.....	10
kurzfristige Umsetzungsprojekte.....	10
Change Management	11
5. Schlussfolgerung	11
6. Quellenverzeichnis	12




Klimabedingte Konsequenzen auf Melchsee-Frutt

Referat vom 1. September 2007

für das **Obwaldner Bildungsforum**



Obwaldner Bildungsforum

von der **Melchsee-Frutt**

Geschäftsführer
Sportbahnen Melchsee-Frutt



Ernst Giger

Präsident
Tourismusverein

obf Bildungsforum

1. September 2007

1

1. Landverteilung in Kerns

Die politische Gemeinde Kerns umfasst gesamthaft 92'583 Hektaren Land, davon besitzen die beiden Körperschaften die Korporation Kerns und die Alpgenossenschaft Kerns a.d.st. Brücke je 28.5% (=Total 57%) des Landes.




Korporation  Kerns	Fläche in ha	Anteil
Gemeinde Kerns total	92'583	
Korporation Kerns	26'406	28.5 %
Alpgenossenschaft Kerns a.d.st. Brücke	26'366	28.5 %
andere Alpgenossenschaften	17'572	19.0 %
Korporation Schwendi	1'786	1.9 %
Kloster Melchtal	289	0.3 %
Private	20'164	21.8 %
		100 %

obf Bildungsforum

1. September 2007

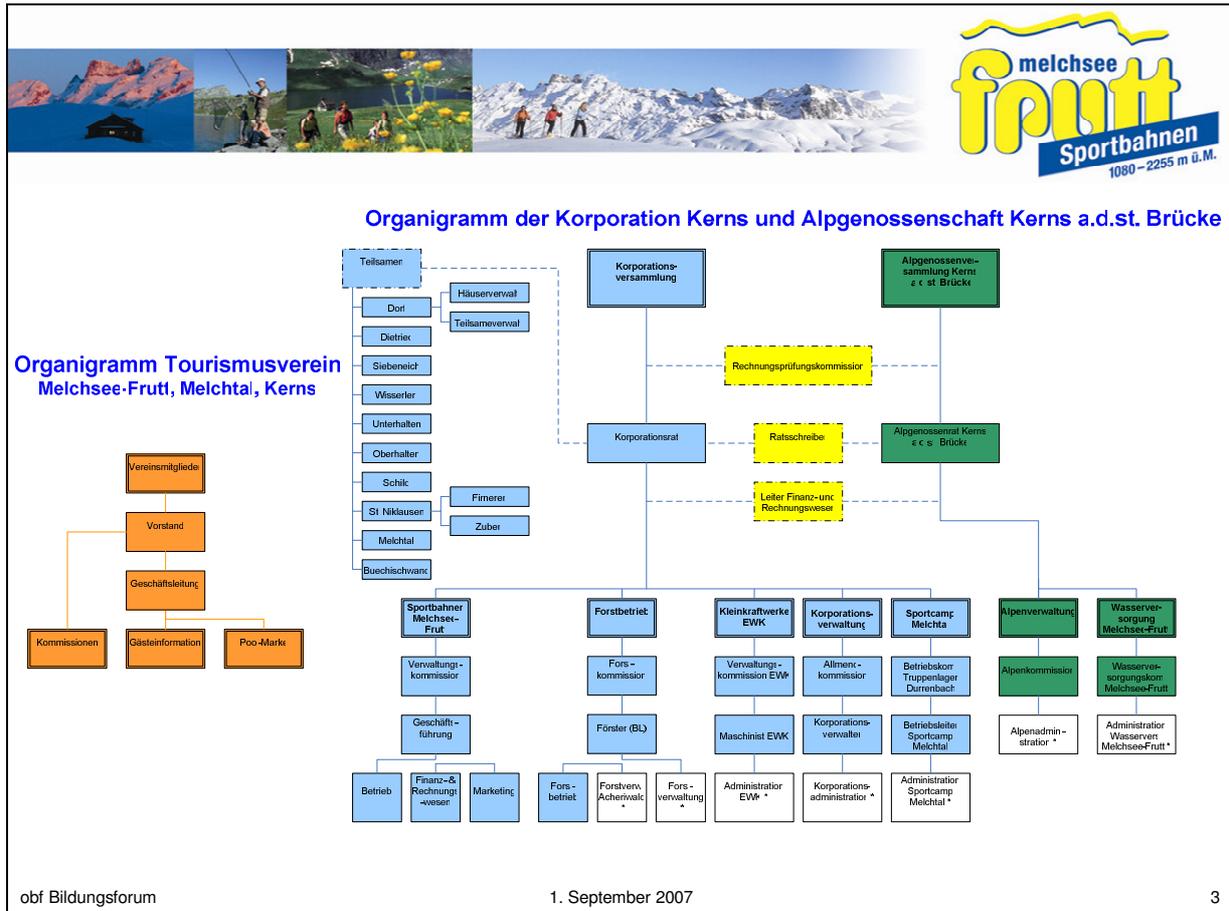
2

Folie 2: Landverhältnisse in der politischen Gemeinde Kerns

2. Struktur und Organisation

2.1 Korporation Kerns

Die Korporation Kerns ist eine Körperschaft, dem die Sportbahnen Melchsee-Frutt und 4 weitere Betriebe angehören. Die gesamte Organisation der Korporation Kerns ist sehr komplex. Aus diesem Grund wurde ein Organigramm angefertigt, in dem die vielen Instanzenwege und Hierarchiestufen ersichtlich sind.



Folie 2: Organigramm vom Tourismusverein, Korporation Kerns sowie Alpengenossenschaft Kerns

2.1.1 Sportbahnen Melchsee-Frutt

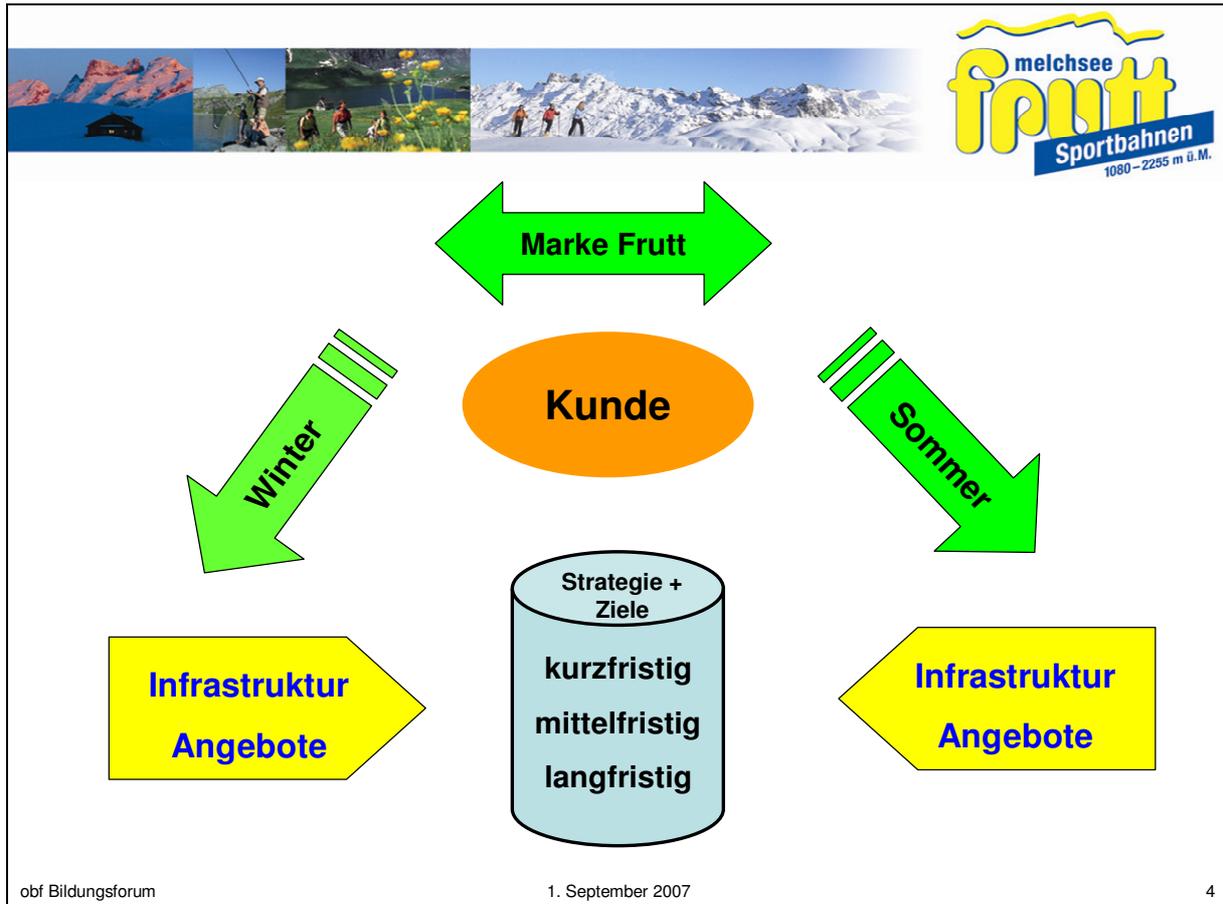
Die Sportbahnen Melchsee-Frutt ist ein Dienstleistungsbetrieb, welcher das gesamte Gebiet von Melchsee-Frutt durch Bahnanlagen erschlossen hat. Sie befördern die Personen im Sommer und im Winter mit Ihren Anlagen. Zu dem präparieren sie die Skipisten für die Wintersportler und übernehmen viele weitere Aufgaben, damit sich die Gäste auf der Melchsee-Frutt wohlfühlen.

2.2.1 Tourismusverein Melchsee-Frutt, Melchtal, Kerns

Die Aufgabe des Tourismusvereins ist es das schöne Winter- und Sommergebiet Melchsee-Frutt zu vermarkten. Sie versuchen mit Werbemaßnahmen die Kunden auf unser Gebiet aufmerksam zu machen. Sie leiten die Ferienwohnungsvermietung und sie organisieren verschiedene Angebote wie FIScherkurse, Wanderungen usw. für die Feriengäste auf Melchsee-Frutt und innerhalb von Kerns.

3. Marketingarbeiten

Der Kunde steht in unserer Geschäftstätigkeit im Mittelpunkt und soll die Melchsee-Frutt als Brand betrachten. Es werden für den Sommer und den Winter Infrastrukturen errichtet sowie Events geplant damit der Aufenthalt auf der Melchsee-Frutt den Kunden in guter Erinnerung bleiben wird. Für unsere verschiedenen Kundensegmente gibt es verschiedene Strategien und Zielsetzungen.



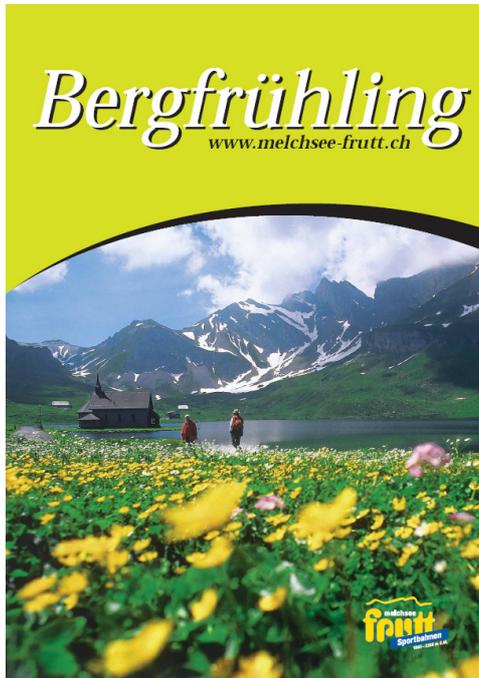
Folie 4: Die Marke Frutt

4. Massnahmen in der Unternehmung

4.1 Strategiepapier

Im Oktober 2005 wurde ein Strategiepapier von den 3 Abteilungsleitern Markus Bolliger (Marketing), Peter Jakober (Leiter Finanz- und Rechnungswesen), Toni von Rotz (technischer Leiter) und dem Geschäftsleiter Ernst Giger erarbeitet. In diesem Papier sind zukünftige Visionen und Massnahmen der Sportbahnen Melchsee-Frutt bis ins Jahr 2017 enthalten.

Das Strategiepapier ist ein wichtiges Hilfsmittel für die Geschäftsleitung und ist von zentraler Bedeutung für die Planung der Geschäftstätigkeit. Im Finanzbereich sind Investitionsrechnungen sowie Planerfolgsrechnungen enthalten mit denen die Sportbahnen Melchsee-Frutt Soll- und Ist-Vergleiche macht. Durch regelmässige Kontrollen, wird das Strategiepapier überprüft und aktualisiert und so kann eine rollende Planung der Unternehmung gewährleistet werden.

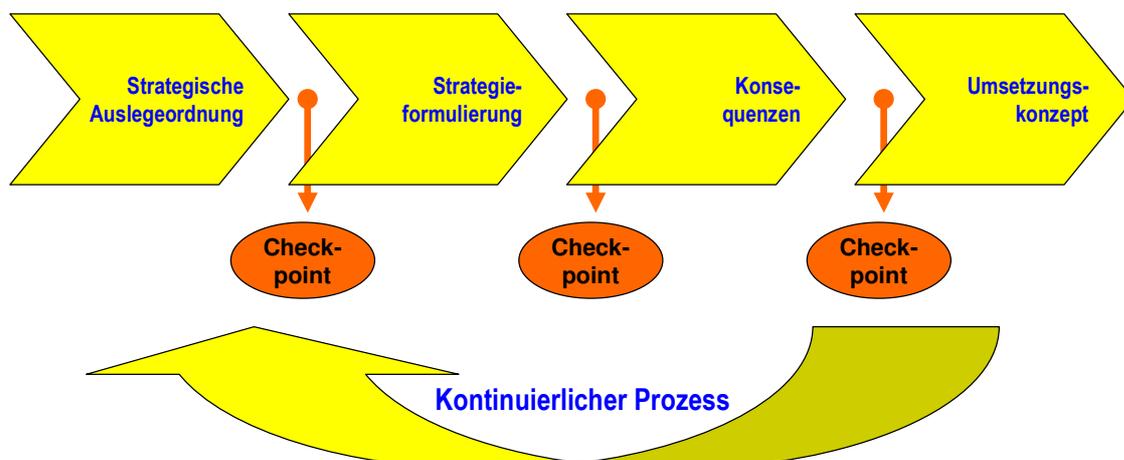


- Strategietagung vom 15.10.2005
 - Zielsetzung Strategie sowie Zukunft
- Arbeitsgruppen ab Februar 2006
- 2 Tage Klausurtagung
 - Marketingleiter
 - Leiter Finanz- und Rechnungswesen
 - Technischer Leiter
 - Geschäftsleitung
- Strategietagung vom 4.11.2006

Folie 5: Strategiepapier



Unternehmensstrategie: Prozess



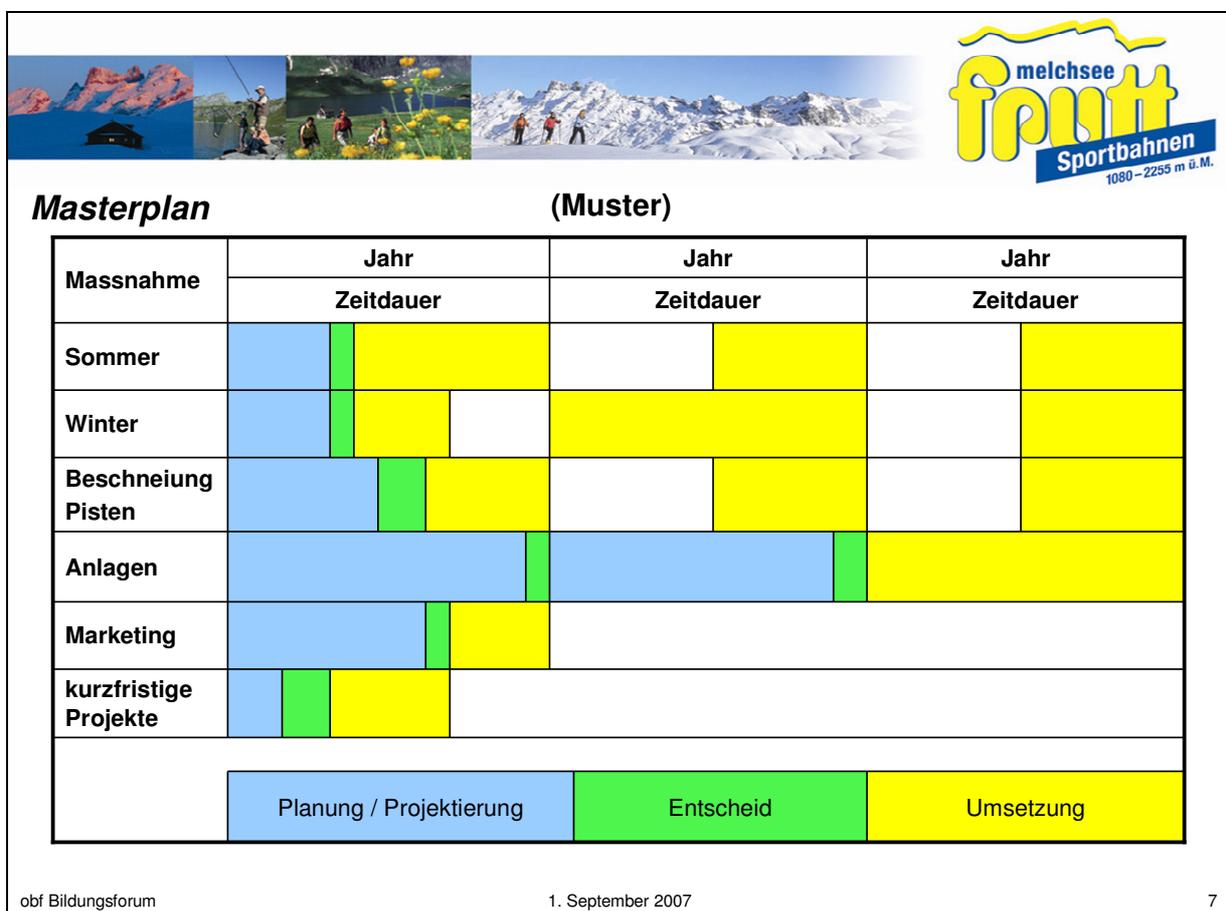
Folie 6: Die Unternehmensstrategie als Prozess

4.1.1 Entscheidungswege

Durch die sehr langen Entscheidungswege von Korporationsversammlung über Korporationsrat und Verwaltungskommission ist ein Entscheidungsprozess sehr langwierig. Dies beeinträchtigt die Flexibilität sowie das schnelle Handeln der Sportbahnen Melchsee-Frutt. Mit dem Strategiepapier wurden künftige Grundlagen geschaffen, mit denen der Korporationsrat und Verwaltungskommission einverstanden sind. Das bietet der Geschäftsleitung einen gewissen Handlungsspielraum, in dem sie selber über Investitionen sowie kurzfristige Projekte planen, einteilen, finanzieren und entscheiden können.

4.1.2 Masterplan

Ein weiterer Inhalt des Strategiepapiers ist der Masterplan, ein wichtiges Planungsinstrument. Es wird die Zeitdauer von Planung/Projektierung, Entscheidung und Umsetzung in einer Zeitachse für jedes Modul dargestellt. Somit kann mit diesem Planungsinstrument die Dauer für die Erstellung eines Projekts (Modul) analysiert werden.



Folie 7: Masterplan der Sportbahnen Melchsee-Frutt




**Wer keine Ziele hat,
braucht sich nicht
zu wundern,
wenn er ganz
woanders ankommt.**



obf Bildungsforum 1. September 2007 8

Folie 8: Zielsetzung

Sommer

Wir sehen die Veränderung des Klimas auf der Melchsee-Frutt als Chance für die touristische Entwicklung im Sommer. Wir bemühen uns, dass der Sommertourismus mehr an Attraktivität gewinnt.

Da die Temperaturen gemäss Klimaprognosen steigen werden, ist es für viele Menschen in den Bergen angenehmer. An heissen Sommertagen ist die Temperatur im Tal oft zwischen 26°C und 35°C und in den Bergen zwischen 15°C und 20°C. Aus diesem Grund sind die Bergregionen auch ein Abkühlungsgebiet neben den Badeanstalten und wir erwarten so mehr Gäste auf Melchsee-Frutt.

Mithilfe von verschiedenen Angeboten bzw. Events möchten wir, dass sich viele Personen im Sommer auf die Melchsee-Frutt begeben.




IST - Zustand

Segmentierung Sommer	Handlungsbedarf
<ul style="list-style-type: none"> • Tagesgast / Feriengast • Wanderer • Spaziergänger • Outdoor Trends (Klettern, Biken) 	<ul style="list-style-type: none"> • Deckungsbeitrag aus Sommergeschäft erwirtschaften • Auslastung Bahnen mit Zusatzangebot steigern • Trendsportangebote anbieten • Markt / Trends



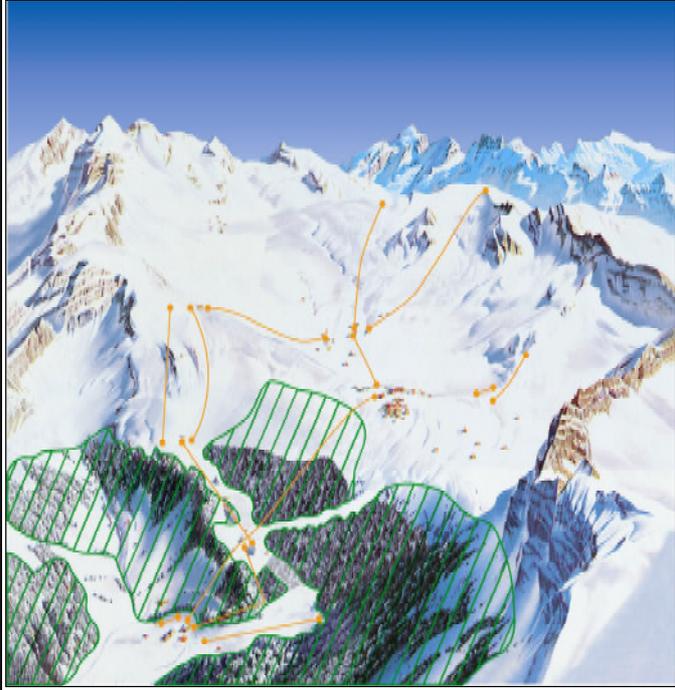
obf Bildungsforum 1. September 2007 9

Folie 9: Sommer

Winter

Die Schneesicherheit auf Melchsee-Frutt ist während der Wintersaison mehrheitlich gewährleistet. Natürlich werden die unteren Pistengebiete Stöckalp-Cheselen sowie das Jäst-Gebiet durch Beschneigungsanlagen unterstützt. Um unseren Winterbetrieb trotz angekündeter Klimaveränderungen aufrechtzuhalten, werden in Zukunft weitere Gebiete mit Beschneigungsanlagen ausgestattet.





Segmentierung Winter

- Tagesgast / Feriengast
- Wintersportler
- Gebiete / Pisten / Zusatzangebote

Handlungsbedarf

- Schneesicherheit
- Bahnen / Zubringer
- Transport / Parkieren
- Markt / Trends

obf Bildungsforum
1. September 2007
10

Folie 10: Winter

Pisten/Beschneigung

Da die Schneefallgrenze im Zusammenhang mit der Klimaveränderung eventuell steigen wird, werden im Skigebiet Melchsee-Frutt Beschneiungsanlagen installiert. In den unteren Pistengebieten Stöckalp-Cheselen sind bereits Schneelanzen in Betrieb und in den sonnigen Hängen im Gebiet Bonistock werden in den nächsten Jahren Beschneiungsanlagen erbaut. Die Beschneiungsanlagen wirken ergänzend zum natürlichen Schneefall, denn mit einer Höhenlage zwischen 1080 und 2255 m.ü.M ist das Wintersportgebiet Melchsee-Frutt in einer guten Position.

Bahnanlagen

Es werden sämtliche Bahnanlagen und Ihre zukünftigen Projekte im Zusammenhang mit Umbau-, Ersatzbau oder Konzessionen aufgeführt.

Marketing und Marke Frutt

Die Marketingabteilung der Sportbahnen Melchsee-Frutt arbeiten eng mit dem Tourismusverein Melchsee-Frutt, Melchtal, Kerns zusammen. Sie versuchen den Brand zusammen zu vermarkten und die Touristen auf das Gebiet durch Werbemaßnahmen aufmerksam zu machen. Sie planen und koordinieren auch etliche touristische Attraktionen und Events auf Melchsee-Frutt.

kurzfristige Umsetzungsprojekte

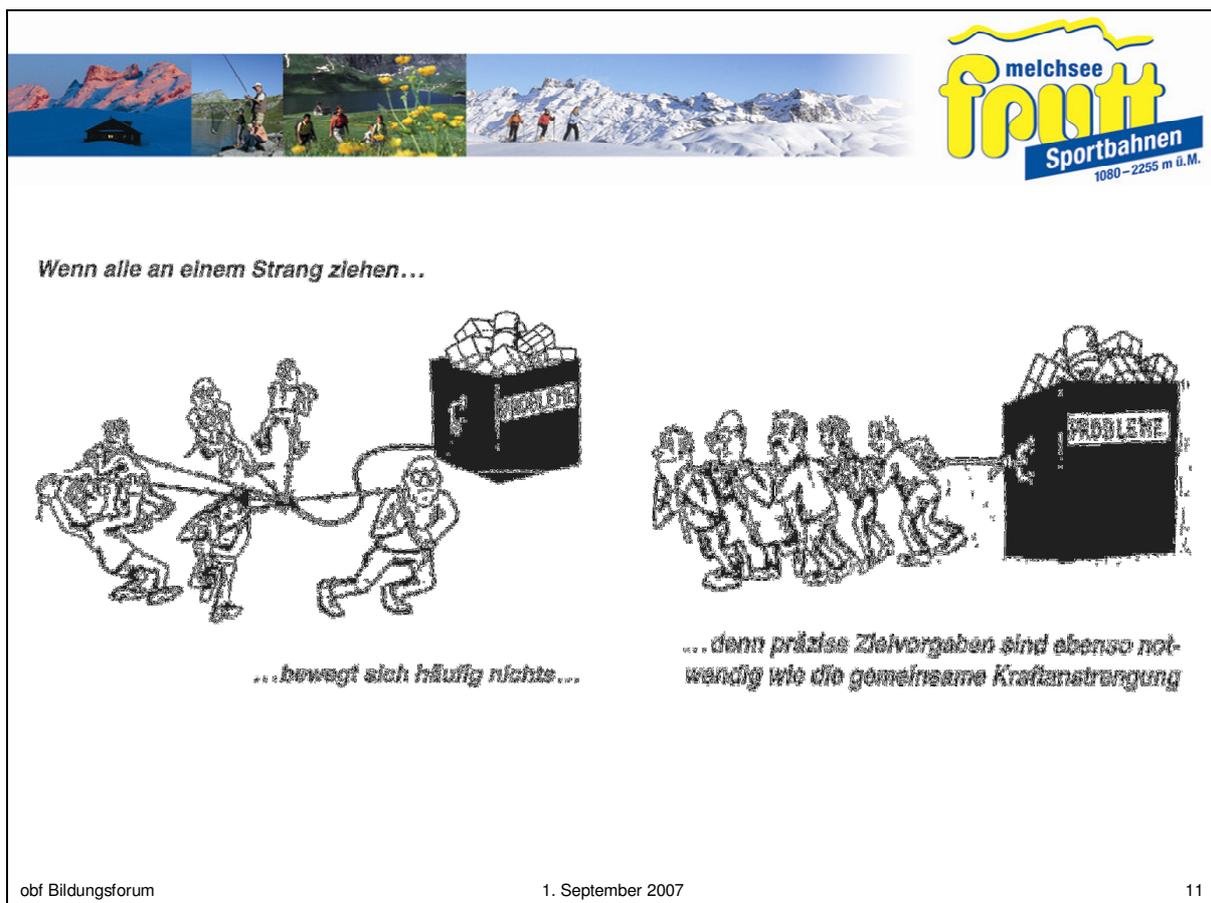
Im Verlaufe der Geschäftstätigkeit fallen immer wieder kleiner Projekte an. Welche innerhalb von wenigen Monaten umgesetzt werden müssen.

Change Management

Das Change Management ist ein wichtiges Hilfsmittel der Sportbahnen Melchsee-Frutt um den Veränderungsprozess korrekt zu vollziehen. Um auf die Bedürfnisse und Anliegen aller Abteilungen konkret eingegangen werden kann, bildet sich die Arbeitsgruppe aus den 3 Abteilungsleitern und der Geschäftsführung.

Beim Veränderungsprozess kennt die Sportbahnen Melchsee-Frutt 3 Phasen:

1. Unfreezing – die Realität; Was muss verändert werden?
2. Moving – Veränderungsphase; es werden Lösungen generiert und ausprobiert
3. Refreezing – Abschluss der Veränderung; Integration in den Arbeitsprozess



Folie 11: Ziel der Problemlösung

5. Schlussfolgerung

Durch grosse Flexibilität kann die Sportbahnen Melchsee-Frutt im Sommer wie auch im Winter Entscheidungen und Massnahmen im Zusammenhang mit der Klimaveränderung treffen. Um effizient, schnell und nach einem gewissen Schema vorzugehen, wurde ein Ablaufsystem entwickelt, welches ein Bestandteil des heutigen Strategiepapiers ist. Die Mitarbeiter werden mit Schulungen und Informationsveranstaltungen mit diesem Ablaufschema vertraut gemacht. Somit können wir schnell auf Veränderungen in der Sommer- und Wintersaison reagieren und es ergeben sich neue Chancen und Lösungen für die Melchsee-Frutt.

Mit unserer Höhenlage werden wir den natürlichen Schneefall mit künstlichem Schnee unterstützen. Jedoch sind wir bereits in der Veränderungsphase „Moving“, denn ein neues Winterprojekt mit Beschneiungsanlagen steht an.

Durch das vermutlich sonnige und warme Wetter auf der Melchsee-Frutt wird mehr Tourismus im Sommer erwartet. Für diesen Zuwachs gibt es wieder eine Veränderung welche nach der Methode Change Management durchgeführt wird.



Fazit

Durch grosse Flexibilität gegenüber
Anspruchsgruppen und Umweltsphären gibt es
neue Chancen/Lösungen für die Melchsee-Frutt.

obf Bildungsforum 1. September 2007 12

Folie 12: Fazit

6. Quellenverzeichnis

Change Management

http://de.wikipedia.org/wiki/Change_Management