



«Wintersport wird auch in den kommenden Jahrzehnten möglich sein»

Davon ist Mario Bislin überzeugt. Anfang Mai übergab er das Amt des CEOs der Bergbahnen Flumserberg (BBF) an seinen Nachfolger Peter Staub. Bislin selbst wird noch bis Ende Juli für das Unternehmen tätig sein. Im Gespräch erklärt er, wie ein Skigebiet wie der Flumserberg trotz Klimawandel auch in Zukunft bestehen kann.

Interview: Tobias Soraperra Bilder: Daniel Schwendener

Davon ist Mario Bislin überzeugt. Anfang Mai übergab er das Amt des CEOs der Bergbahnen Flumserberg (BBF) an seinen Nachfolger Peter Staub. Bislin selbst wird noch bis Ende Juli für das Unternehmen tätig sein. Im Gespräch erklärt er, wie ein Skigebiet wie der Flumserberg trotz Klimawandel auch in Zukunft bestehen kann.

Herr Bislin. Anfang Mai haben Sie das Amt als CEO der Bergbahnen Flumserberg AG (BBF) an Ihren Nachfolger Peter Staub übergeben. Nun sind Sie übergangsweise noch bis Ende Juli für das Unternehmen tätig. Wie blicken Sie auf Ihre Tätigkeit bei den BBF zurück? Mario Bislin, ehemaliger CEO der Bergbahnen Flumserberg: Wenn ich nun ein Fazit ziehen muss, so darf ich im Namen der Geschäftsleitung sagen, dass wir alle unsere Ziele erreicht haben. Ich glaube, das Unternehmen verfügt heute über eine grosse Stabilität. Es gibt eine Geschäftsleitung, die von der Fachkompetenz sehr breit besetzt ist; beispielsweise mit einer Fachfrau für den Bereich Sales & Marketing, einem Fachmann für den gesamten Gastrobereich, der die Gesamtverantwortung für sieben Gastrobetriebe trägt, ein GL-Mitglied für Bahnen und Technik sowie ein Mitglied für die vier Sportfilialen.

Worauf sind Sie besonders stolz? Ich denke, wir haben es wirklich geschafft,

unsere Mitarbeitenden in den Mittelpunkt zu stellen und sie in ihrer Weiterentwicklung und Weiterbildung individuell zu fördern. Und zwar unabhängig davon, welchen beruflichen Werdegang eine Person hat. Dabei standen nicht die finanziellen Kosten, sondern stets der Nutzen für den Mitarbeiter und das Unternehmen im Zentrum.

Wie wichtig ist dies aus Ihrer Sicht in der heutigen Zeit angesichts dessen, dass viele Branchen mit Personalmangel zu kämpfen haben? Wenn ein Mitarbeiter plötzlich mehr Aufgaben übernehmen darf, steigt einerseits sein Gehalt, andererseits erhält er auch die Chance, sich beruflich weiterzuentwickeln. Durch diese Förderung und Wertschätzung bleibt er dem Betrieb mitunter eher erhalten.

Mit welchen Herausforderungen hatten die BBF während Ihrer Amtszeit sonst noch zu kämpfen? Dazu gehört sicher die schneearme Zeit, die von unsern

Mitarbeitenden grosse Flexibilität und Kreativität erforderte. Und so haben wir in dieser schwierigen Phase beispielsweise begonnen, Tanz- und Yogakurse usw. anzubieten. Diesbezüglich sind wir sogar von der New York Times angefragt worden, was für spezielle Aktivitäten der Flumserberg als Skigebiet plötzlich anbietet. Nicht, dass uns dies einen enormen finanziellen Gewinn eingebracht hätte, aber wir sind immerhin im Gespräch geblieben und der Name Flumserberg wurde oft erwähnt und für seine Innovation gelobt.

Der durch den Klimawandel zunehmende Schneemangel ist für viele Skigebiete ein Problem. Dies zeigt sich auch am Flumserberg, wobei die Destination noch als schneesicher gilt. Schon immer richtet sich Ihr Unternehmen bei der Eröffnung der Wintersaison nach den Schneeverhältnissen. Werden andere Skigebiete Ihrer Meinung nach diesem Beispiel folgen müssen?



Der Klimawandel ist da, das ist unbestritten. Für uns als Wintersportgebiet, in dem die Wintersaison immer noch 80 Prozent des jährlichen Umsatzes ausmacht, gilt es, sich darauf einzustellen. Unser Verwaltungsrat hat deshalb in der Unternehmensstrategie beschlossen, den Flumserberg zu einer Ganzjahrsdestination zu entwickeln. Wir brauchen vor allem alternative Angebote für den Fall, dass der Schneefall nicht jeweils zur gewünschten Zeit Mitte November einsetzt. Wenn die Leute schon nicht mit Skiern und Snowboards zu uns kommen können, sollen sie wenigstens die Möglichkeit haben, zu wandern, zu biken oder zu rodeln. Stur zu sagen, Ende Oktober ist die Sommersaison vorbei und nun kommt der Winter, wird in Zukunft nicht mehr funktionieren.

Es braucht somit mehr Angebote für die schneefreie Zeit. Auf welche Zielgruppe sollten die Aktivitäten ausgerichtet sein? Neben einem Ausbau der schneefreien Aktivitäten braucht es auch generationenübergreifende Angebote. Derzeit sind wir dabei, auf die Sommersaison 2025 hin eine neue Adventure-Golf-Anlage zu eröffnen. Also eine Art Minigolf mit 12 bis 14 Bahnen, von denen jede ihre eigene Geschichte erzählt. So verfügt zum Beispiel eine dieser Bahnen über eine kleine Rodelbahn, eine andere hat unseren Kletterturm eingebaut. Es soll eine Aktivität für die ganze Familie, vom Kind bis zum Grossvater, sein. Auf solche Ideen müssen wir in Zukunft noch stärker setzen.

Was bedeuten solche Veränderungen für den Wintertourismus? Wird es Ihrer Meinung nach in ferner Zukunft überhaupt noch möglich sein, Aktivitäten auf Schnee anzubieten? Trotz der Klimaerwärmung bin ich davon überzeugt, dass Skifahren oder Wintersport allgemein auch in den

kommenden Jahrzehnten noch möglich sein werden. Bezogen auf den Flumserberg haben wir den Vorteil, dass wir als relativ schneesicher eingeschätzt werden. Das hat einerseits mit Windströmungen, andererseits mit der Nord- und Südhang-Lage zu tun. Dadurch haben wir oft auch in den Zeiten genügend Schnee, wenn beispielsweise die Skigebiete in Teilen von Graubünden noch nicht soviel abbekommen haben. Trotzdem wird es in der Zukunft nicht reichen, einfach nur auf den «pünktlichen» Schneefall zu hoffen. Es braucht einen Plan B für den Fall, dass sich diese Hoffnung nicht erfüllt. Wir betreiben ja schon lange technische Beschneigung. Wobei wir maximal 40 Prozent unserer Hauptpisten beschneien können. In Zukunft werden wir die Beschneigung an die klimatischen Veränderungen anpassen müssen. Dies haben wir in unserem Beschneigungskonzept 2030 festgelegt und wir sind aktuell in der Endphase der Planung.

Was genau wurde in diesem Konzept festgehalten? Wir müssen die technische Beschneigung der Haupt- und Verbindungspisten, wo sich die meisten Ski- und Snowboardfahrer aufhalten, ausbauen. Natürlich möchten wir dabei auch stets den Aspekt der Nachhaltigkeit berücksichtigen, der in sämtliche unserer Projekte mit einfließen muss, dies ist auch ein Auftrag des Verwaltungsrates. Die technische Beschneigung ist dabei keine Ausnahme.

Wie kann ein Ausbau der technischen Beschneigung überhaupt mit Nachhaltigkeit in Einklang gebracht werden? Der Ausbau bezieht sich einerseits auf die vorhandenen Beschneigungsanlagen und soll mit zusätzlichen Schneeerzeugern erweitert werden. Diese sollten fix an

ihren Standorten installiert sein. Dadurch kann das Zeitfenster für die Beschneigung bei entsprechenden Temperaturen viel besser genutzt werden. Herrschen beispielsweise sieben Tage lange kalte Temperaturen von unter zwei Grad, ist es wesentlich umweltschonender, wenn alle Pistenbereiche zur gleichen Zeit beschneit werden können, konkret: Innert 72 Stunden sollten die Hauptpisten beschneit sein. Dies ist wesentlich weniger aufwendig als die Anlagen von A nach B zu transportieren, wo ständig die Gefahr besteht, das ideale «Kältezeitfenster» zu verpassen.

Wie hoch ist das Einsparpotenzial durch das künftige Beschneigungskonzept Ihrer Meinung nach? Wir gehen davon aus, dass wir mit unserem Beschneigungskonzept für 2030 rund 30 Prozent weniger Strom benötigen werden. Wasser ist bei uns nicht das Problem, davon haben wir zum Glück genug und die von uns benötigte Menge wird zu einem Grossteil wieder an die Natur zurückgegeben. Ausserdem gibt es mittlerweile sehr moderne und effiziente Beschneigungsanlagen. Wir waren kürzlich im März in einem Skigebiet in Bozen. Dieses setzt auf Beschneigungsanlagen, deren Düsen statt aus Keramik aus einem wesentlich robusteren Material bestehen, wodurch sie nicht so schnell verschleissen und somit einen besseren Ausstoss von technischem Schnee erreichen.

Ein Beispiel, das jedoch auch verdeutlicht, dass Skigebiete investieren müssen, wenn sie auch in Zukunft Schneesportaktivitäten anbieten wollen. Der Aufwand nimmt also zu. Reto Gurtner, Chef der Weissen-Arena-Gruppe, sprach im vergangenen Herbst sogar davon, dass eine Tageskarte in Laax in rund zehn Jahren zwischen 200 und 300 Franken



kosten könne. Für ein Familienskigebiet wie den Flumserberg dürfte dies jedoch kaum eine Option sein? Das Thema Dynamic Pricing haben wir mit dem Verwaltungsrat intensiv diskutiert und uns darauf geeinigt, dass wir uns an den Bedürfnissen unserer Gäste orientieren müssen. Wir sind nicht Flims, Laax oder St. Moritz, welche andere Voraussetzungen haben, als wir hier im Heidiland. Wenn wir sagen, unsere Gäste sind die Familien, müssen wir darauf achten, dass eine Tageskarte für diese auch bezahlbar bleibt. Wir können nicht erwarten, dass eine Familie mit zwei oder drei Kindern sagt, wir lassen uns überraschen, ob eine Tageskarte 100 oder nur 70 Franken kostet. Natürlich sind Preiserhöhungen nie ausgeschlossen. Es kann durchaus sein, dass wir nach Abschluss des Geschäftsjahres feststellen, dass wir die Preise nach oben anpassen müssen. Aber die Preise, die wir im November publizieren, bleiben während des Winters bestehen.

Sie haben die Stelle als CEO im Jahr 2021 angetreten und waren somit auch mit der Coronapandemie konfrontiert. Wie sind Sie als Unternehmen damit umgegangen? Es war eine sehr harte Zeit. Gerade jene Phase, als der Kanton St. Gallen eine Schliessung der Skigebiete für neun Tage beschloss. Ob diese Massnahme richtig oder falsch war, will ich gar nicht beurteilen. Aber der Blick über die Kantongrenze nach Graubünden, wo die Skigebiete damals regulär betrieben werden durften, hat durchaus geschmerzt und uns auch einen Einnahmeverlust von rund 2,5 Millionen Franken eingebrockt. Auf der anderen Seite hat uns die Pandemie auch dabei geholfen, innovativer zu werden, weil wir gezwungen waren, alternative Angebote zu entwickeln. Es war uns sehr wichtig, dass die Leute die Natur wieder mehr zu schätzen wissen, gerade weil sie zum Teil aufgrund der Coronamassnahmen über viele Wochen sehr eingeschränkt

ihren Lebensalltag bewältigen mussten.

Haben Sie dieses Ziel erreicht? Der Drang vieler Menschen, wieder draussen zu sein, war nach Corona enorm. Dies haben wir hier am Berg sehr deutlich gemerkt. Wir hatten viel mehr Gäste als gewöhnlich. Die Zahl der Menschen, die den Ausgleich durch einen Aufenthalt in der Natur gesucht haben, ist stark angestiegen. Ich denke, für viele war dies eine Möglichkeit, die Pandemie auch psychisch zu verarbeiten, und hier haben wir zusammen mit den anderen Berggebieten in der Region einen wichtigen Beitrag für die Bevölkerung geleistet. Dies ist ein Aspekt, der auch in der Debatte jeweils kaum beachtet wurde. Während der Coronazeit standen Skigebiete oft im Fokus und wurden sogar anfänglich als Hotspot für Infektionen angesehen. Aber der positive Beitrag, den Berggebiete bei der mentalen Verarbeitung der Pandemie für viele Menschen leisteten, blieb meistens unerwähnt.

Zur Person Mario Bislin war von Mai 2021 bis April 2024 CEO der Bergbahnen Flumserberg AG (BBF). Anfang Mai dieses Jahres hat er das Amt an seinen Nachfolger Peter Staub übergeben. Vor und teilweise auch noch während seines 80-prozentigen Engagements bei den BBF war Bislin mehrere Jahrzehnte für die Gemeinde Bad Ragaz als Gemeinderatsschreiber tätig (von Dezember 1994 bis Dezember 2020). Zum Unternehmen Die Bergbahnen Flumserberg AG betreibt 17 Bahnanlagen mit 65 Kilometer Skipisten von unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad (einfach, mittelschwer, anspruchsvoll). Damit sind die BBF das grösste Seilbahnunternehmen der Ostschweiz. In den Wintermonaten werden dabei unter anderem Aktivitäten wie Skifahren, Langlaufen und Schneeschuhwandern angeboten. Zusätzlich zu den Schneesportaktivitäten im Winter wurden in den vergangenen Jahren auch die Angebote für die schneearmen bzw. -freien Zeit ausgebaut, dazu gehören beispielsweise Sommerrodeln und Klettern. Zudem finden während des ganzen Jahres auch regelmässig Events wie das Flumserberg Open Air statt. Die BBF beschäftigt in der Wintersaison insgesamt 380 und in der schneefreien Zeit rund 210 Mitarbeitende.

«Die Pandemie hat uns geholfen, innovativer zu werden.»



«Die schneearme Zeit erforderte von uns grosse Flexibilität.»





