

Bahnen nutzen Reichenbacher Digital-Lösung

Kandertal Die Firma Pricenow aus Reichenbach erarbeitet digitale Lösungen für die Bergbahnbranche. Die Covid-19-Pandemie hat dem Unternehmen zusätzlichen Schwung verliehen.

Patrick Gasser

Noch bestellt ein Grossteil der Benutzer von Bergbahnen das Ticket an der Kasse. Der Tagespreis bleibt dabei meist für die ganze Saison gleich. Für die beiden Wintersportler Reto Trachsel (30) und Jonas Meuli (31) ein Unding. Die beiden wünschen sich mehr Dynamik in der Branche.

«Dynamic Pricing» heisst der Begriff, der in der Reisebranche und auch in nordamerikanischen Wintersportgebieten seit Jahren zum Einsatz kommt. Vereinfacht gesagt: Der Preis ändert sich je nach Saisonzeitpunkt und Nachfrage. Wer früh bucht, profitiert von einem Rabatt.

Ganz so einfach ist es aber nicht: «Unser ausgeklügelter Algorithmus hilft uns, die Preise täglich optimal zu berechnen», sagt Reto Trachsel, CEO und Mitgründer der 2017 unter dem Namen Skinow gegründeten Firma. Heute heisst das Unternehmen Pricenow, hat seinen Hauptsitz in Reichenbach mit Büros in Zürich und Bern. Neun Mitarbeiter gehören zum Kernteam.

Dumping als Fiasko

Der Markteintritt von Pricenow erfolgte just zu jenem Zeitpunkt, als erstmals seit langem Bewegung in die Preispolitik der Bergbahnen kam: Die Destination Saas-Fee lancierte das Saisonabonnement zum Dumping-Preis von 222 Franken.

Der Schuss ging nach hinten los und brachte die dortigen Bergbahnen in finanzielle Schwierigkeiten, wie der «Tages-Anzeiger» 2019 berichtete. «Dumping-Angebote haben sich als nicht als nachhaltig erwiesen. Deshalb bieten wir mit dem Dynamic-Pricing einen anderen Ansatz», sagt Pricenow-Geschäftsleitungsmitglied Jonas Meuli.

Ein Ansatz, der in der Branche Anklang fand. Zu den Kunden von Pricenow gehören unter anderem namhafte Bergbahnunternehmen der Regionen um Verbier oder St. Moritz. Im Oberengadin setzt man seit zwei Jahren auf Dynamic Pricing. Vergan-



Bei der Niesenbahn setzt man auf die Chancen der Digitalisierung – mit einem Tool der Reichenbacher Firma Pricenow. Foto: Bruno Petroni

gene Saison buchten 70 Prozent der Gäste ihre Mehrtageskarten bereits im Vorfeld über die Buchungsplattform.

Bei den Tageskarten lag der Anteil bei 15 Prozent. «Durch dynamische Preise konnten wir die

Gäste zu einer früheren Buchung motivieren und die durchschnittliche Skipassdauer erhöhen», sagt Michael Kirchner, Leiter Verkauf und Kommunikation der Engadin St. Moritz Mountains AG. Auch bei der Niesenbahn

zeigt man sich mit den bisher gemachten Erfahrungen zufrieden.

Covid-19 als Motor

Die Corona-Krise trifft auch die Bergbahnen hart. Aber: «Wir merken, dass die Digitalisierung

über Nacht eingeschlagen hat», sagt Reto Trachsel. Noch ist für die Wintersportbranche vieles im Unklaren. Am Montag fand ein erneutes Gipfeltreffen zwischen Vertretern des Bundesrats und der Tourismusbranche statt.

Auch auf den Geschäftsstellen der Bergbahnen wird fieberhaft nach Lösungen für die Wintersaison gesucht. Oben auf der Prioritätenliste steht dabei die Frage, wie sich Warteschlangen an den Nadelöhren der Seilbahnstationen minimieren lassen. Diese Frage auch Pricenow. In den letzten Monaten hat das Unternehmen aus Reichenbach ein Tool entwickelt, welches Bahnen hilft, die Kapazitäten zu steuern. Auch hier helfen die bei den Bergbahnen bereits vorhandenen Erfahrungswerte.

Sie füttern zusammen mit weiteren von Pricenow erhobenen Daten das Vorhersagemodell. «Durch unseren Pricing-Algorithmus haben wir immer vollständig im Blick, was die Bergbahn für einen Besucheransturm zu erwarten hat», sagt Reto Trachsel.



Reto Trachsel ist Co-Gründer und CEO der Firma Pricenow. Fotos: PD



Jonas Meuli ist Mitbegründer und Mitglied der Geschäftsleitung.

Niesenbahn: «Erst der Anfang»

Am Niesen legte der Verwaltungsrat 2018 den Grundstein für eine Offensive bei der Digitalisierung. Pricenow entwickelte in der Folge ein Tool für den Webshop. Hier kann man heute seinen Platz in der Standseilbahn reservieren. Aber auch der Tisch im Restaurant oder der Sonntagsbrunch ist auf diese Weise verfügbar.

«Die Erfahrungen sind durchwegs positiv», sagt Niesenbahngeschäftsführer Urs Wohler auf Anfrage. Gerade in Zeiten der

Corona-Pandemie würden sowohl die Gäste wie auch das Unternehmen von den Buchungen im Voraus profitieren. Denn die Besucher sehen jederzeit alle verfügbaren Kapazitäten und Angebote der Bahn und des Berghauses auf der Website.

«Damit stehen wir erst am Anfang», ist Urs Wohler überzeugt. In Zukunft wolle man die Lösungen noch verstärkter miteinbeziehen, um mehr Auslastung zu generieren. (pg)