

**Eine historischer Schritt: Die gemeinsame Organisation und Vermarktung der Rigi**

## **Aus dem Regionalprojekt RigiPlus wird RigiPlus AG**

**Ein bedeutender Schritt auf der Rigi steht bevor: Rund zwei Monate vor Eröffnung des Mineralbades & Spa Rigi Kaltbad mit dem Botta-Dorfplatz und dem neuen Hotel Rigi Kaltbad (Eröffnung: 26. Mai 2012) haben die wichtigsten Partner am Freitag, 27. April 2012 beschlossen, eine gemeinsame Entwicklungs- und Vermarktungsgesellschaft für die touristischen Angebote auf der Rigi aufzubauen: Die RigiPlus AG wird in den nächsten Wochen gegründet.**

Im Auftrag der Kantone Schwyz und Luzern und des Bundes lancierte der Regionalentwicklungsverband (REV) Rigi-Mythen im Rahmen der Regionalpolitik im Jahr 2009 das Projekt RigiPlus zur Erhöhung der Wertschöpfung und Sicherung der Arbeitsplätze in der Region. Durch das grosse Engagement der touristischen Anbieter auf der Rigi und deren Bereitschaft, untereinander konstruktiv zusammenzuarbeiten, konnten mit diesem Projekt verschiedene Weichen für die Zukunft gestellt werden. Eine zentrale Weichenstellung ist nun die Gründung der RigiPlus AG. Kurt Zibung, Regierungsrat und Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements Kanton Schwyz begrüsst diesen Schritt sehr: „Der Konkurrenzdruck auf die Tourismusanbieter ist enorm. Eine Bahn oder ein Hotel ohne strategische Kooperationspartner kann sich langfristig nur schwer auf dem Markt behaupten. Will man auch in Zukunft auf den hart umkämpften Märkten bestehen, müssen sich Bahnen, Hotels, Restaurants und weitere Anbieter zu Tourismusregionen zusammenschliessen und gemeinsam die Märkte bearbeiten. Die dadurch frei werdenden Ressourcen können in den weiteren Ausbau der Qualität und in innovative Produkte und Dienstleistungen investiert werden. Hier gehen die Unternehmen auf der Rigi mit gutem Vorbild voraus. Ich gratuliere den Unternehmern auf der Rigi für ihren mutigen und vorausschauenden Entscheid und danke dem REV Rigi-Mythen für seine massgebliche Unterstützung.»

### **Die „Königin der Berge“ meldet sich zurück!**

„Es ist wichtig, dass wir nun gemeinsam daran arbeiten, dass die ‚Königin der Berge‘ ihrem Ruf wieder gerecht wird. Ich bin überzeugt, dass durch die neue Partnerschaft aller Dienstleister die Rigi wieder an Strahlkraft gewinnen kann“, sagt Renate Käppeli vom Rigi Kulm-Hotel. So haben die RIGI BAHNEN AG sowie die weiteren Bahnen an der Rigi, das Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad, die Kulm-Hotel AG sowie das Hotel Rigi Kaltbad als grösste touristische Leistungsträger auf der Rigi im Kernteam mitgearbeitet und ihre Beteiligungen und Beiträge bereits bestätigt. Grundsätzlich geht es nicht darum, neue Mittel aufzubringen, sondern bisherige Marketing- und Werbegelder gemeinsam einzusetzen für die Rigi und ihre Produkte und Dienstleistungen.

### **Eingeladen sind alle Rigi-Betriebe**

Die erwähnten Betriebe und Organisationen unterzeichnen in den nächsten Tagen eine Leistungsvereinbarung, worin der Anteil am Aktienkapital ebenso fixiert ist wie der jährliche Beitrag in die neue RigiPlus AG. Das Aktienkapital beträgt Fr. 100'000.-, woran die RIGI BAHNEN AG 50 Prozent leistet, jedoch nur maximal 49 Prozent Stimmrechtsanteil beansprucht. Die Aktionäre (Bahnen, Mineralbad & Spa, Hotels Rigi Kulm und Rigi Kaltbad) entrichten entsprechend ihrem Anteil auch Leistungsbeiträge für vier Jahre. Die bisherigen Partner sicherten bis jetzt Beiträge in der Höhe von Fr. 532'500.- zu. Am 9. Mai 2012 sind nun alle rund drei Dutzend Hotels, Restaurants, Berg- und Alpwirtschaften eingeladen, sich an der RigiPlus AG und am Betriebskapital zu beteiligen.

### **Neue Perspektiven für das gemeinsame Marketing**

„Mit dem Botta-Bad, dem neuen Dorfplatz, dem sanierten Hotel Rigi-Kaltbad, dem neuen Dorfladen mit Regio-Shop sowie dem neuen Bahnhof und weiteren geplanten Bauten wie etwa das Wohnhaus Bellevue ergibt sich für die Rigi eine komplett neue Situation und neue Perspektiven. Nutzen wir also die Chance, um uns auch marketingmässig fit zu machen! Die ganze Rigi und alle Leistungsträger werden davon profitieren“,

freut sich Peter Pfenniger, Direktor der Rigi-Bahnen. Die Rigi hat eine lange Tourismustradition, die einzigartige Berg- und Seelandschaft und ihr grosses Potenzial als Wohlfühl- und Wellnessregion ist ein bedeutender Bestandteil des Angebotes der Region. Und Karl Küttel, Geschäftsführer der Rigi-Scheidegg AG doppelt nach: „Wir Rigianer werden mit der RigiPlus AG eine Einheit und dies über die Grenzen der Kantone und Gemeinden hinweg. Wir erhalten mit dieser neuen Organisation eine Plattform und eine Verbindung, die uns zusammen stark machen wird – die Rigi erlebt eine neue Blüte“.

### **Neue Impulse für den meistbesuchten Ausflugsberg der Schweiz**

Nach einer langen Durststrecke ist es nun soweit: Vom 29. Juni 2012 bis am 1. Juli 2012 feiern die Bauherren, die Bevölkerung und die Gäste die Eröffnungen des Mineralbades & Spa's Rigi Kaltbad (Botta Bad), des sanierten Hotels Rigi Kaltbad, des neuen Dorfladens mit Regio-Shops und des neuen Dorfplatzes. Damit bekommt der meistbesuchte Berg (600'000 Gäste pro Jahr) mit der ersten Bergbahn Europas, neue Impulse. Dann geht es weiter mit dem Neubau des Wohnhauses Bellevue, den Bahnstationen Goldau und Rigi Kaltbad sowie weiteren öffentlichen Infrastrukturbauten.

### **Organisation und Vermarktung der Rigi nach innen und nach aussen**

Für alle Beteiligten des Kernteams ist klar: Die Rigi soll als Königin der Berge durch Qualität und Innovation in eine wirtschaftlich erfolgreiche und innovative Zukunft geführt werden. Dazu gehören:

- Inszenierung des Berges als Ganzes zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit;
- Anbieterübergreifende Angebotsbündelung und Vermarktung;
- Etablierung einer geschlossenen Dienstleistungskette;
- Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Leistungsträger auf und um die Rigi;
- Erhöhung der Wertschöpfung durch wiederkehrende Gäste;
- Nachhaltige und achtsame Auslastung der gesamten Infrastruktur, gemäss dem Leitbild RigiPlus und dadurch Erzielung einer Verbesserung der Investitionsfähigkeit aller Akteure;
- Koordinierte Interessenvertretung gegenüber Dritten in der Funktion eines „Kümmerers“ (Behörden, Tour Operator, Destinationsvermarktung, etc.).

### **Die Rolle von Luzern Tourismus AG und Schwyz Tourismus**

Die beiden kantonalen Tourismusorganisationen waren aktiv beim Aufbau der gemeinsamen Entwicklungs- und Vermarktungsorganisation auf der Rigi involviert, um eine bestmögliche Koordination sicher zu stellen und Synergien effizient zu nutzen. Marcel Perren: „Die Luzern Tourismus AG wird Plattformen für die nationale und internationale Marktbearbeitung der gesamten Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee anbieten und in der Aufbauphase mit Know-how und Projektmanagement zur Seite stehen. Zudem wird die heutige Tourist Info auf Rigi Kaltbad vollständig in die neue RigiPlus AG integriert.“ Schwyz Tourismus hat bereits seit zehn Jahren eine Leistungsvereinbarung mit Luzern Tourismus AG. Dazu Geschäftsführerin Monica Müller: „Die Rigi ist die Schnittstelle mit sechs Gemeinden auf Schwyzer Seite (Gersau, Ingenbohl, Schwyz, Lauerz, Arth, Küsnacht) und drei Gemeinden auf Luzerner Seite (Greppen, Weggis, Vitznau). Mit der neuen Gesellschaft werden die Weichen gestellt für gemeinsame, erfolgreiche und vielfältige Angebote. Denn Fakt ist: Für den Gast zählt die Rigi, ob Luzerner oder Schwyzer Seite. Der Ausbau des Tourismus hat eine bessere Jahresauslastung zum Ziel (Saisonverlängerungen) sowie eine Erhöhung der Wertschöpfung durch optimalere Dienstleistungen und mehr Nischenangebote. Die bestehende Infrastruktur und die Angebote sollen laufend ausgebaut und neue Angebote sollen in die Wachstumsstrategie integriert werden. Die Rigi wird durch neun Bahnen erschlossen – das bietet dem Gast vielfältige Möglichkeiten!“

### **Vorteile – sowohl bei den Bahnen, dem Bad bis hin zur Alpwirtschaft**

Auch für Roger Bernet, Geschäftsführer der Aqua-Spa-Resorts, die das Bad entwickelt hat und auch betreiben wird, ist klar, dass mit dem beschlossenen Weg für alle nur Vorteile erlangt werden können: „Dies sowohl für die Rigi als Ganzes, aber auch für jeden einzelnen Anbieter, vom Badbetreiber, den Bahnen bis hin zum Äpler mit seinen feinen Regionalprodukten und Dienstleistungen.“ Er erwähnt dazu einige wichtige Punkte:

- Effizienter Einsatz ihrer Werbemittel dank jährlicher Beitragsleistungen durch Bündelung der Marketingmittel der einzelnen Leistungsträger (Pooling);

- Zielgruppenorientierte Marketingaktivitäten (z.B. Platzierung Homepage [www.rigi.ch](http://www.rigi.ch), Nennung in Informationsbroschüren, etc.);
- Durch die Partizipation der Leistungsträger als Aktionäre findet eine gemeinsame Weiterentwicklung und stetiger Interessensaustausch statt.

Rolf Kasper, Inhaber des Hotels Rigi Kaltbad, ergänzt: „Die neue RigiPlus AG wird alle Rigi-Produkte und Dienstleistungen vermarkten. Ich bin überzeugt, dass dies Pilotcharakter hat. Und ich will aber auch gleich auf etwas Wichtiges hinweisen: Jeder Leistungsträger muss sich engagieren und seine Angebote attraktiv, kundenfreundlich, sozusagen ‚rigilike‘ machen. Und dann haben wir gemeinsam Erfolg!“

#### **Der aktuelle Stand des Projekts**

- Das Kernteam hat einen Businessplan entwickelt. Er dient als Grundlage für die operationelle Umsetzung der Gesellschaft. Dieser wird am Mittwoch, 9. Mai 2012 weiteren interessierten Personen und Leistungsträgern vorgestellt.
- Das Kernteam hat beschlossen, die RigiPlus AG zu gründen, sofern auch die anderen Hotels, Restaurants sowie Berg- und Alpwirtschaften aufgrund ihrer Grössen und im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten mitmachen. Ziel ist die Firmengründung im Herbst 2012, wobei die Aufbauarbeiten und Promotions- und Werbearbeiten für 2013 bereits im Sommer 2012 angegangen werden müssen.
- Das Zielbudget beträgt pro Jahr CHF 600'000.- Franken pro Jahr. Die Finanzierung der Gesellschaft erfolgt über Leistungsbeiträge der Aktionäre und ist zum jetzigen Zeitpunkt zu 80 Prozent gesichert.
- Das Kernteam ist sich bewusst: Es gibt noch verschiedene offene Fragen bezüglich Beteiligung von Rigi-Organisationen, Zusammenarbeiten, Personal, Arbeitspapiere, Arbeitsorte usw. Wichtig ist nun, dass die weiteren Partner am 9. Mai 2012 informiert und einbezogen werden können. Und dann wird die Gesellschaft gegründet!

#### **Das Kernteam**

Folgende Personen haben im Kernteam mitgearbeitet:

Roger Bernet, Aqua-Spa-Resorts/Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad

René Götz, Patricia Fritsch, BHP – Hanser und Partner AG

Renate Käppeli, Rigi Kulm-Hotel AG

Rolf Kasper, Besitzer Hotel Rigi Kaltbad & Bellevue-Liegenschaft

Andreas Kümin, Hotel Rigi Kaltbad

Karl Küttel, Geschäftsführer Rigi-Scheidegg AG

Monica Müller, Geschäftsführerin Schwyz Tourismus

Josef Odermatt, Projektleiter RigiPlus

Marcel Perren, Tourismusdirektor Luzern Tourismus AG

Peter Pfenniger, Direktor RIGI BAHNEN AG

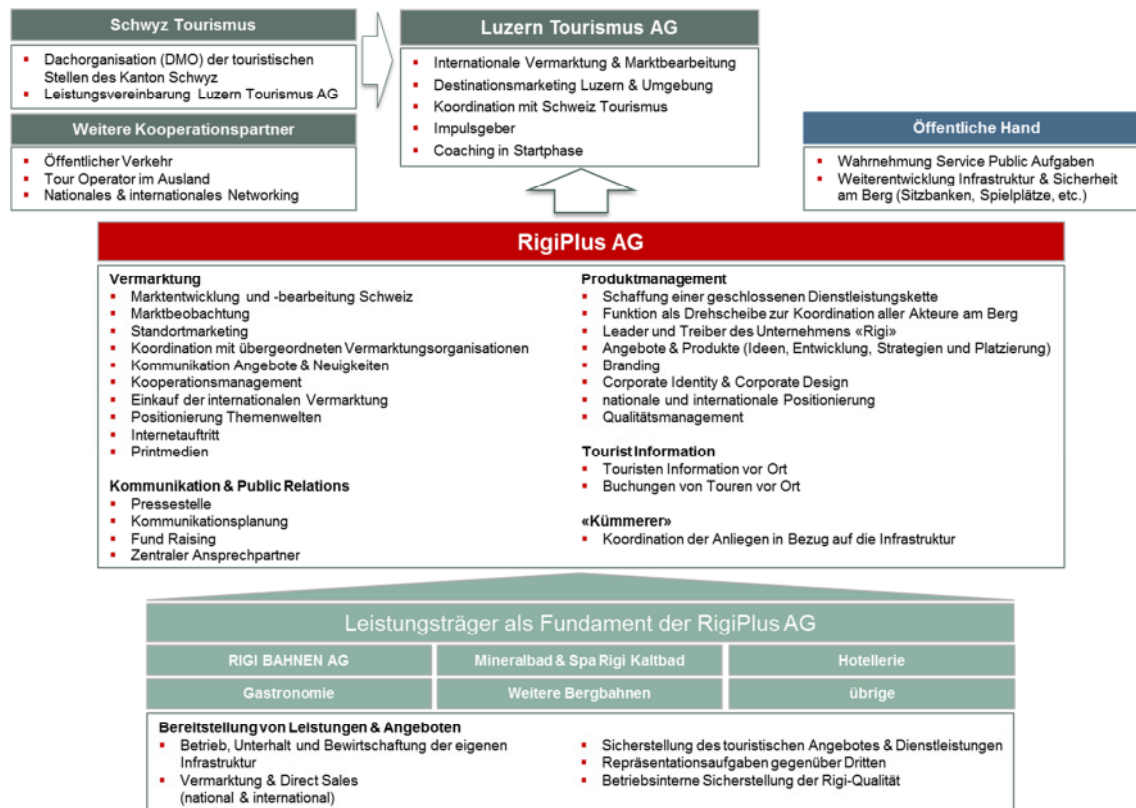
#### **RigiPlus, ein Projekt der Regionalpolitik**

Die Regionalpolitik (NRP) hat zum Ziel, durch die Förderung innovativer Projekte und Initiativen die Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit der ländlichen Regionen zu steigern und so einen Beitrag zur Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen in den geförderten Gebieten zu leisten. Ein wichtiger Grundsatz der NRP ist, dass die Regionen eigene Initiativen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Erhöhung der Wertschöpfung ergreifen. Damit sind die regionalen Unternehmen gefordert, Projekte mit nachhaltigen Wachstumsimpulsen zu entwickeln und zu lancieren. Das Projekt RigiPlus wurde im Rahmen der Regionalpolitik durch die Kantone Schwyz und Luzern, den Bund und den Regionalentwicklungsverbandes REV Rigi-Mythen sowie engagierte Unternehmen auf der Rigi massgeblich unterstützt.

## Kasten

### Wer was zu tun hat

Ab dem 1. Januar 2013 soll die neue Vermarktungsorganisation RigiPlus AG ihren operativen Betrieb aufnehmen und die Rigi und ihre Leistungsträger bei ihren Zielgruppen im In- und Ausland optimal positionieren.



Die Leistungsträger auf der Rigi gründen die gemeinsame Organisation RigiPlus AG. Künftig sollen sämtliche Rigi-Produkte und Dienstleistungen - vom Bahn- und Badbillett über die Hotelübernachtung bis zum Alpkäse - gemeinsam vermarktet werden. Es ist dies eine historische Chance, mit dem meistbesuchten Ausflugsberg der Schweiz, mit der Rigi als Königin der Berge, kantons- und bergübergreifend gemeinsam am nationalen und internationalen Markt auftreten zu können.