

## **Bündner Tagblatt: 15.09.2017 (Bündner Tagblatt), Seite 7**

Graubünden

15.09.2017

Reto Gurtner äugt nach China

Anwendungen auf Smartphones werden auch für Bergbahnen immer wichtiger. Laax spielt dabei mit der «Inside»-App bereits eine Vorreiterrolle. Jetzt soll ein Virtual-Reality-Spiel dazukommen – gerade auch für boomende Märkte in Asien.

Jano Felice Pajarola

Er ist immer wieder für eine Überraschung gut. Die geplante neue Cassonsbahn, der Umbau der Bergstation auf dem Crap Sogn Gion zur sogenannten «Galaaxy» mit völlig aus der Normalität gefallenem Einrichtungsideen, die preisgekrönte «Inside Laax»-App für maximale Reaktionsmöglichkeiten auf das Verhalten der Kunden: Reto Gurtners Köcher scheint nie leer zu werden. An der Generalversammlung der Weisse Arena AG gestern in Falera folgte schon der nächste geplante Streich – einer in der virtuellen Welt, nicht am Laaxer Berg. «Gamification», so lautet für Gurtner schon bei der «Inside»-App das Zauberwort, typische Elemente aus dem Spieldesign werden in einem «spielfremden» Kontext wie der Nutzung der Infrastruktur im Skigebiet verwendet. Von der «Gamification» geht es jetzt aber einen Schritt weiter zum Virtual-Reality-Spiel in der Halfpipe: Die Weisse Arena will schon bald ein Snowboard-Game für Mobilgeräte bereithaben, das dem User die Möglichkeit bietet, vor Laaxer Kulisse gegen Cracks wie Iouri Podladtchikov anzutreten.

Das Spiel als «Ertragsquelle»

Ungewöhnlich ist dabei nicht bloss der Umstand, dass die Weisse Arena mit ihrem Spin-off Inside Labs unter die Game-Entwickler geht. Gurtner hat

ganz konkrete Vorstellungen davon, was so ein Spiel in der heutigen Zeit für Laax bewirken könnte. China: Dorthin äugt der Verwaltungsratspräsident und Mastermind der Weissen Arena. Letzte Woche sei er an der World Winter Sports Expo in Peking gewesen, und an diesem Anlass habe Chinas Sportminister verkündet, sein Land werde 300 Millionen Wintersportler generieren, und zwar bis 2020. Überhaupt, so Gurtner, sei die Entwicklung in diesem Bereich in China unglaublich. Auch Laax könnte ein Stück dieses Kuchens abholen – dank des geplanten Games. Man stelle sich nur vor, einige Millionen Chinesen würden gegen eine Gebühr von einem Dollar mitspielen – «das könnte eine neue Ertragsquelle sein». Gurtner sprach von einem Cashflow in Millionenhöhe – «wöchentlich».

### Die Sieger nach Laax holen

Und die Chinesen sollen auch einen guten Grund bekommen, mitzu- gamen: Wer die Snowboard-Cracks in der virtuellen Realität schlägt, dem könnte ein Laax-Aufenthalt inklusive An- und Rückreise winken – im Wert von vielleicht 50 000 Franken. Was erneut zum Werbeplus für die Destination würde, wie Gurtner angesichts des heutigen Social-Media-Verhaltens auch in China vermutet: Seine Erlebnisse in Laax würde der Sieger «posten und posten und posten», was wiederum unzählige Follower auf die Destination Laax oder das Virtual-Reality-Spiel aufmerksam machen würde.

Digitales Design ist die eine Seite von Gurtners «Vision», die er vor den 479 in Falera anwesenden Aktionärinnen und Aktionären thematisierte; die andere Seite packte er in den Begriff «alpine Lebensqualität» – diese nämlich soll Laax den Kunden in Zukunft mit neuen Produkten vermehrt bieten. «Nicht der Billige Jakob schafft Werte», hielt Gurtner fest. Billiger zu werden sei nicht nachhaltig; vielmehr gehe es darum, wie man die Gäste «wertvoller machen» könne, «nicht nur glücklicher». Darauf müsse die Innovation fokussieren – in der Schweiz mit ihrer Kostenstruktur sei gar nichts anderes möglich. «Wir sind ein teures Land.» Und der Kunde müsse merken, dass dieses Teurere die Ausgaben wert sei. Egal, ob sommers oder winters: Das Ziel sind «365 Tage alpine Lebensqualität».

### Nach dem erstmaligen Minus wieder in der Gewinnzone

Vor zwölf Monaten habe er den ersten Verlust in der Unternehmensgeschichte präsentieren müssen, ein Jahr danach könne die Unternehmung ein Ergebnis vorweisen, auf das man stolz sein dürfe, meinte **Weisse-Arena-Finanzchef Adrian Wolf** gestern an der Generalversammlung der AG in Falera. Auch wenn im Vergleich zum Rekordjahr immer noch rund **eine Viertel- million Gäste gefehlt** hätten: Im Vergleich zum Vorjahr seien wieder **mehr Leute an den Berg** gekommen. Konkret hat sich die Anzahl Ersteintritte um 3,8 Prozent auf knapp 879 000 erhöht. Um fast gleich viele Prozente auf **85,3 Millionen Franken** zurückgegangen ist gleichzeitig der Umsatz, dies aber gemäss Wolf in erster Linie wegen eines reduzierten Leistungsauftrags seitens der Flims Laax Falera Management AG an die Weisse Arena und wegen des Wegfallens der Golfrestaurant-Pacht in Sagogn. Schaut man die einzelnen Sparten an, hat der Umsatz bei den Bergbahnen leicht zugenommen. Bei den Hotels ist er um 1,5 Millionen Franken gesunken, allerdings stammen mittlerweile **45 Prozent der**

**Logiernächte in der Destination** von der Weissen Arena. Gesunken sind auch die Personalkosten, und zwar um acht Prozent – ein Resultat des 2016 initiierten Sparprogrammes. Letztlich liegt das **Betriebsergebnis vor Abschreibungen** für das Geschäftsjahr 2016/17 bei 22,35 Millionen Franken, was im Vergleich zum Vorjahr einem **Plus von über 26 Prozent** entspricht. Der Cashflow von 22,24 Millionen Franken ist gemäss Wolf der beste in den letzten fünf Jahren. Unter dem Strich bleibt ein Reingewinn von 4,49 Millionen Franken, das entspricht angesichts des letztjährigen Verlusts von 1,1 Millionen Franken einer **Steigerung um 5,6 Millionen**. Auf dem Minimum belassen wurden mit 6,9 Millionen Franken die Bruttoinvestitionen. Die Verschuldung konnte um 14 Millionen Franken reduziert werden; damit steigt die Eigenkapitalquote auf 36,7 Prozent. Rechnung und Bericht wurden gestern genehmigt, der Verwaltungsrat wurde bestätigt. (jfp)