

# Herzlich Willkommen zum Webinar



## Smartes Pricing für Bergbahnen

Freitag, 12. April 2019  
10.30 - 11.30 Uhr

Veranstalter:

**SMART PRICER**

in Zusammenarbeit mit

 **MATTERHORN**  
ZERMATT BERGBAHNEN

## Die Teilnehmer des heutigen Online Seminars



**Sandra Zenhäusern**

*Head of Marketing  
und Sales*



**Matthias Amacker**

*Leiter IT*



**Andreas Kranabetter**

*Business Segment  
Manager Mountains*



**Christian Kluge**

*Gründer und CEO*



# Agenda

- 1) Einführung in die Welt der dynamischen Preisgestaltung
- 2) In 3 Schritten zum Smart Pricing am Beispiel der Zermatt Bergbahnen AG
- 3) Live: IHRE Fragen an Zermatt, SKIDATA und Smart Pricer

# Dynamic Pricing ist ein heisses Thema bei Bergbahnen im Alpenraum



Ihre Story, Ihre Informationen, Ihr Hinweis? [feedback@20minuten.ch](mailto:feedback@20minuten.ch)

Preispolitik 27. Februar 2015 11:52; Akt: 27.02.2015 11:54

## Schweizer Bergbahnen eifern den Airlines nach

von Laura Frommberg - Um ihre Auslastung zu verbessern, kuppfern einige Seilbahnen nun bei Swiss, Easyjet oder Ryanair ab: Sie ändern ihre Preise je nach Buchungszeitpunkt.

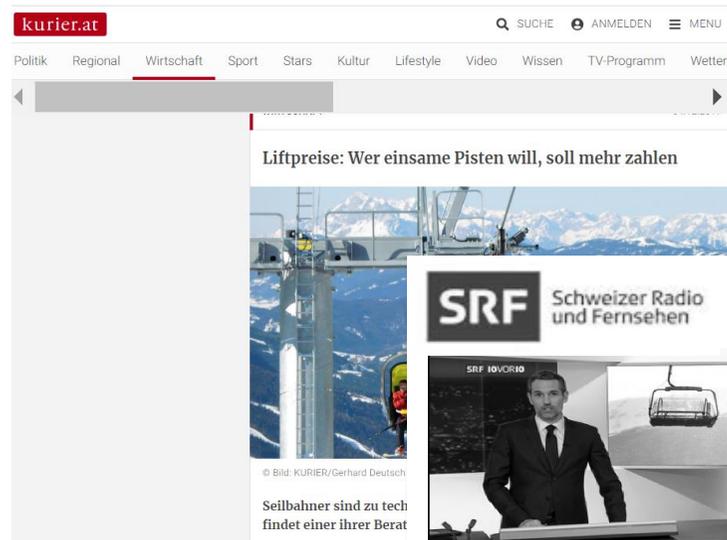
### Handelsblatt

DYNAMIC PRICING

#### Wenn der Preis am Wetter hängt

Autor: Thomas Mersch • Stefan Mers  
Datum: 24.05.2015 12:13 Uhr

**PREMIUM** In den USA ist die dynamische Preisgestaltung weit verbreitet. Ticketpreise schwanken abhängig von Wetter, Nachfrage und dem Tabellenplatz des Gegners. Auch in Deutschland denken die Verantwortlichen darüber nach.



#### Liftpreise: Wer einsame Pisten will, soll mehr zahlen



© Bild: KURIER/Gerhard Deutsch

Seilbahner sind zu tech findet einer ihrer Berat

SRF Schweizer Radio und Fernsehen



<https://www.srf.ch/play/tv/10vor10/video/dynamisches-pricing-in-ski-gebieten?id=c0d8e685-cb3a-428c-93ee-60c24284a71d&station=69e8ac16-4327-4af4-b873-1d5cd6e895a7>

### SPIEGEL ONLINE

#### Skipass-Preise in den Alpen Wer früh bucht, fährt günstiger

Immer mehr Wintersportorte machen es wie Bahn und Airlines: Sie ändern die Preise mit der Nachfrage. Kurz entschlossene Urlauber müssen daher in der Hochsaison deutlich mehr für den Skipass zahlen.

Von Hans-Werner Rodrian

NZZ (Deutsch): <https://www.nzz.ch/wirtschaft/beim-preis-sind-nicht-mehr-alle-kunden-gleich-ld.1437861>

CNN Money (English): <https://www.cnnmoney.ch/shows/spotlight/videos/dynamic-pricing-swiss-ski-region-st-moritz-engadin>

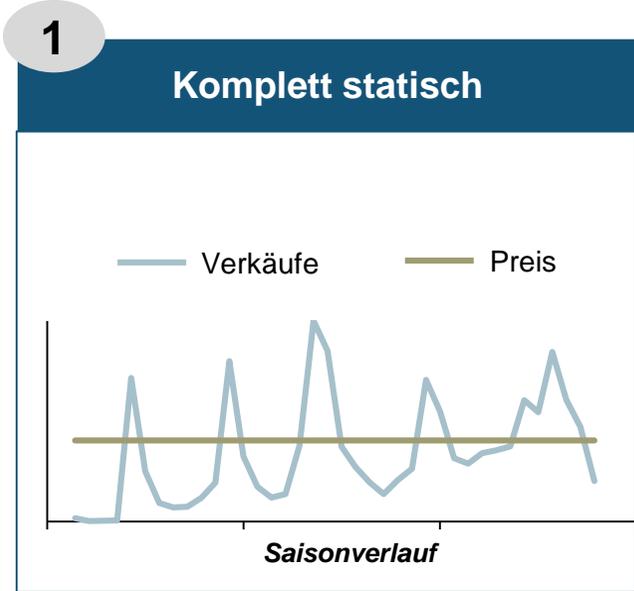
Spiegel (Deutsch): <http://www.spiegel.de/reise/europa/skipass-preise-in-den-alpen-wer-frueh-bucht-faehrt-guenstiger-a-1236883.html>

Schneehöhen.de (Deutsch): <https://www.schneehoehen.de/artikel/dynamische-skipasspreise-5156>

Dabei ist es nicht neu. Wir hier und ebenso unsere Kunden sind täglich von dynamischen Preisen umgeben...



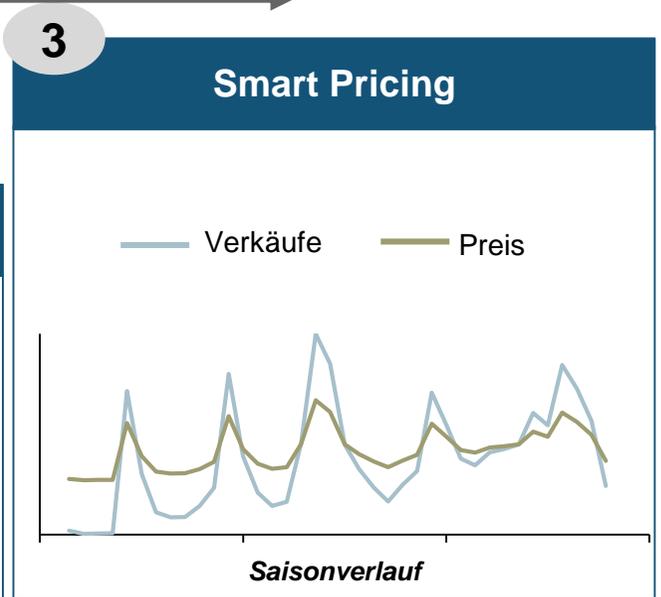
# Wir unterscheiden 3 Grade der Preis-Optimierung für Bergbahnen



„Jeder Tag in der Saison hat den gleichen Preis“



„Preise unterscheiden sich aber fix, z.B. Vor-, Neben- und Hauptsaison oder Woche vs. Wochenende“



„Der Preis für jeden Skitag wird fortlaufend optimiert. Belohnt werden Kunden, die früh buchen und an Tagen mit wenig Nachfrage kommen.“

## Smart Pricing führt bei richtiger Einführung zu Umsatzsteigerungen sowie gutem Kunden – und Mitarbeiter Feedback

- **Umsätze:** steigen in der Regel +2 – 10%
- **Anteil Onlineverkäufe:** steigt um +5 – 30%
- **Besucher:** Leichte Nachfragestimulation an schwachen Tagen
- **NPS & Kunden-Feedback:** Neutrales Feedback, insofern Preiserhöhungen an Spitzentagen moderat sind
- **Mitarbeiter-Akzeptanz:** Gute Akzeptanz bei entsprechender Information und FAQs für Kassenpersonal (Warum machen wir es & Wie funktioniert es & Wie kann man dabei sparen)



# Ein Überblick über die Preisstrategien in der Schweiz und International

1

2

3

Kategorie	Bergbahnen Destination Gstaad	Dolomiti Superski	Whaleback Mountain	Thredbo Alpine Village	Belalp Bahnen	Zermatt Bergbahnen	Engadin St. Moritz Bergbahnen
Je Saisonwoche	X	✓	X	✓	X	✓	✓
Je Wochentag	X	X	✓	X	✓	(✓)	✓
Online günstiger	X	X	X	✓	(✓)	✓	✓
Frühbucher	X	X	X	✓	X	(✓)	✓
Online wetterabhängig	X	X	X	X	✓	(✓)	✓
Smart Pricing	X	X	X	X	X	✓	✓

X= nicht vorhanden; (✓)= teilweise vorhanden; ✓ = vorhanden

# Komplett Statische Preise bei Bergbahnen Destination Gstaad

1

Lediglich Unterscheidung von Erwachsenen und Kindern



**PREISE | PRICES | PRIX  
GÜLTIG AB | VALABLE DÈS | VALID FROM 1.1.2018**

Erwachsene   Adultes   Adults				Kinder (6-15), Halbtax und GA Enfants (6-15), demi-tarifs et abonnement général Children (6-15), half-fare and GA fare						
		1 Sektion 1 section	3 Sektionen 3 sections	→	↔	1 Sektion 1 section	3 Sektionen 3 sections			
		→	↔	↔	↔	→	↔			
<b>Gondelbahn   Télécabine   Gondola Zweisimmen-Rinderberg</b> ❄️										
Einzelbillette Billets individuels Individual Tickets	32.–	45.–	16.–	23.–	38.–	16.–	22.50	8.–	11.50	19.–
Gruppen   Groupes   Groups	25.60	36.–	12.80	18.40	30.40	12.80	18.–	6.40	9.20	15.20
<b>Gondelbahn   Télécabine   Gondola Saanenmöser-Saanerslochgrat</b> ❄️										
Einzelbillette Billets individuels Individual Tickets	32.–	45.–	16.–	23.–	38.–	16.–	22.50	8.–	11.50	19.–
Gruppen   Groupes   Groups	25.60	36.–	12.80	18.40	30.40	12.80	18.–	6.40	9.20	15.20
<b>Gondelbahn   Télécabine   Gondola Saanenmöser, Sektion 1 + Sesselbahn   Télésiège   Chairlift Hornberg</b> ❄️										
Einzelbillette Billets individuels Individual Tickets	32.–	45.–	-	38.–	16.–	22.50	-	-	-	19.–
Gruppen   Groupes   Groups	25.60	36.–	-	30.40	12.80	18.–	-	-	-	15.20

# Statisch differenzierte Preise bei Dolomiti Superski (Italien)

2

Statische Differenzierung nach Saison und Alter

Saisonanfang (30.11.2018 - 22.12.2018)				Hauptsaison (23.12.2018 - 06.01.2019) (03.02.2019 - 16.03.2019)				Saison (07.01.2019 - 02.02.2019) <sup>1</sup> (17.03.2019 - 07.04.2019) <sup>1</sup>			
Aufeinanderfolgende Tage	Erw.	Jgdl. <sup>2</sup>	Sen. <sup>3</sup>	Aufeinanderfolgende Tage	Erw.	Jgdl. <sup>2</sup>	Sen. <sup>3</sup>	Aufeinanderfolgende Tage	Erw.	Jgdl. <sup>2</sup>	Sen. <sup>3</sup>
1	€ 49,00	€ 34,00	€ 44,00	1	€ 61,00	€ 43,00	€ 55,00	1	€ 55,00	€ 39,00	€ 50,00
2	€ 95,00	€ 66,00	€ 85,00	2	€ 119,00	€ 83,00	€ 107,00	2	€ 107,00	€ 75,00	€ 96,00
3	€ 138,00	€ 97,00	€ 124,00	3	€ 173,00	€ 121,00	€ 155,00	3	€ 155,00	€ 109,00	€ 140,00
4	€ 177,00	€ 124,00	€ 159,00	4	€ 221,00	€ 155,00	€ 199,00	4	€ 199,00	€ 139,00	€ 179,00
5	€ 212,00	€ 148,00	€ 190,00	5	€ 265,00	€ 185,00	€ 238,00	5	€ 238,00	€ 167,00	€ 214,00
6	€ 243,00	€ 170,00	€ 219,00	6	€ 304,00	€ 213,00	€ 273,00	6	€ 273,00	€ 191,00	€ 246,00
7	€ 258,00	€ 180,00	€ 232,00	7	€ 322,00	€ 225,00	€ 290,00	7	€ 290,00	€ 203,00	€ 261,00
8	€ 289,00	€ 202,00	€ 260,00	8	€ 361,00	€ 252,00	€ 325,00	8	€ 325,00	€ 227,00	€ 292,00

# Statisch Differenzierte Preise bei Thredbo (Australien)

2

Value Season Lift Ticket Only June 09 to June 29 2018 & September 03 to Season Close				
	Adult	Buy Early	Child	Buy Early
2 Day	\$205	\$178	\$110	\$97
3 Day	\$303			
4 Day	\$388			
5 of 7 Day	\$481			

Online Buchung mindestens 7 Tage im voraus,  
kein Rückgaberecht

Shoulder Season Lift Ticket Only June 30 to July 06 2018				
	Adult	Buy Early	Child	Buy Early
2 Day	\$265	\$229	\$141	\$123
3 Day	\$384			
4 Day	\$501			
5 of 7 Day	\$611			

Peak Season Lift Ticket Only July 07 To July 22 2018				
	Adult	Buy Early	Child	Buy Early
2 Day	\$270	\$245	\$148	\$131
3 Day	\$402	\$355	\$210	\$187
4 Day	\$531	\$469	\$278	\$252
5 of 7 Day	\$664	\$582	\$334	\$301

# Fallbeispiel Zermatt: Wie können wir Umsätze, Mehrtageskarten und Online-Verkäufe steigern?



**Markus Hasler,**  
CEO Zermatt  
Bergbahnen AG



## Drei Schritte zum Start

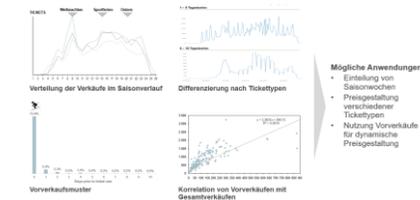
Software ja / nein



Erster Schritt:  
Definition der zukünftigen Preisstrategie  
Unterüberschrift

<b>„Scope“</b>	Gesamtes Skigebiet oder nur Teile
<b>Tickettypen</b>	Nur Tageskarten oder auch Mehrtageskarten
<b>Kanäle</b>	Online versus alle Kanäle
<b>Min/Max-Preise</b>	Zum Beispiel: Min = 55 CHF, Max = 79 CHF
<b>Frequenz Updates</b>	Wöchentliche versus tägliche Preisergänzungen

Zweiter Schritt:  
Analyse der historischen Buchungsdaten



- Mögliche Anwendungen
- Erstellung von Saisonpreisen
  - Preisgestaltung verschiedener Tickettypen
  - Nutzung Vorverkäufe für dynamische Preisgestaltung

Dritter Schritt:  
Transparente Kommunikation

Preis kalender und Online Webshop am Beispiel St Moritz und Zermatt

## Erster Schritt: Definition der zukünftigen Preisstrategie



### „Scope“

Gesamtes Skigebiet

### Tickettypen

Ein - und Mehrtageskarten

### Kanäle

Alle Vertriebskanäle

### Min / Max- Preise

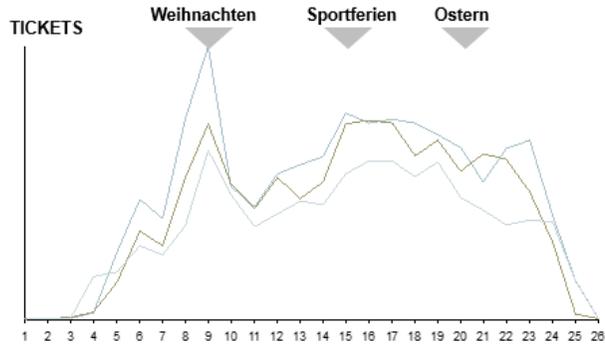
Zum Beispiel 1 Tageskarte:  
Min = 79 CHF, Max = 86 CHF

### Frequenz Updates

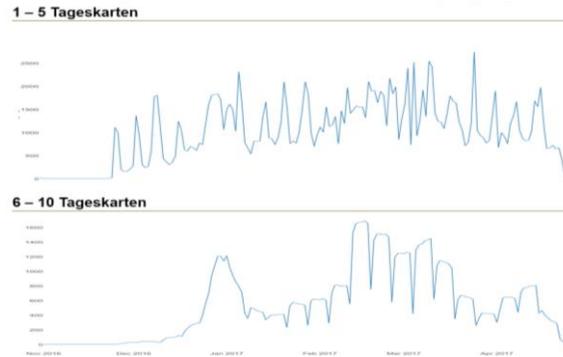
Wöchentliche versus tägliche  
Preisanpassungen

# Zweiter Schritt: Analyse der historischen Buchungsdaten

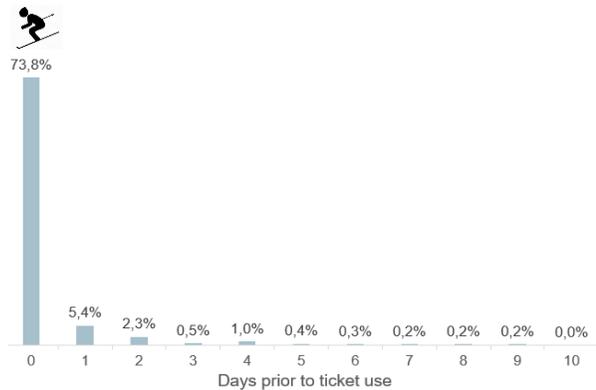
Beispiel SP  
PRICELAB Tool



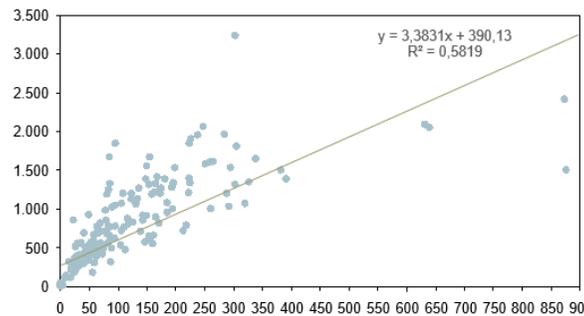
Verteilung der Verkäufe im Saisonverlauf



Differenzierung nach Tickettypen



Vorverkaufsmuster



Korrelation von Vorverkäufen mit Gesamtverkäufen

## Mögliche Anwendungen

- Einteilung von Saisonwochen
- Preisgestaltung verschiedener Tickettypen
- Nutzung Vorverkäufe für dynamische Preisgestaltung

# ..durch eine umfassende Simulation können wir Umsatz – und Preiseffekte relativ genau vorhersagen

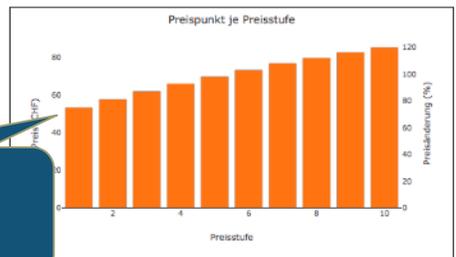
Beispiel SP PRICELAB Tool

Einstellung von Parametern

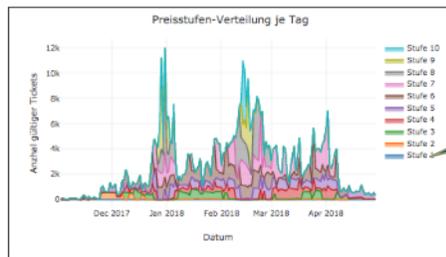
Inputs	
Aggressivität (%)	75
Preis Aggressivität	<input type="range"/>
Stoß Aggressivität	<input type="range"/>
Preis (CHF)	71

Outputs	
Umsatz neu	10.00 mio CHF
Umsatz alt	10.58 mio CHF
Änderung	5.8 %
Änderung	0.58 mio CHF

Preisstufen



Simulation der Preisstufen in der Saison

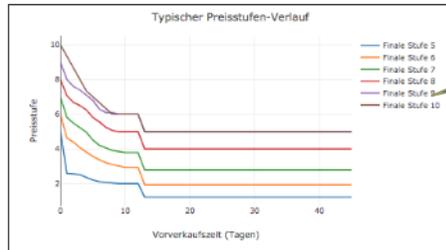


Preisveränderung zur alten statischen Welt

Preisstufen									
Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4	Stufe 5	Stufe 6	Stufe 7	Stufe 8	Stufe 9	Stufe 10
53.2	57.7	62	65.9	69.7	73.2	76.5	79.6	82.5	85.2



Simulation Preisstufenverlauf



# Dritter Schritt: Transparente Kommunikation

## Preiskalender und Online Webshop: 2 Strategien am Beispiel St Moritz und Zermatt



**1 Ausflugsdatum**

VON **08** April 2019 Montag > BIS **14** April 2019 Sonntag

**Zermatt definiert sich nicht über den Preis**

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18			
22	23	24	25			
29	30					

**ERWACHSENER**  
2 Tage Skipass Zermatt

Sa, 13.04.2019 - So, 14.04.2019

CHF 140,00 **5% Rabatt**  
**CHF 133,50**

- 1 +

IN DEN WARENKORB

**JUGENDLICH**  
2 Tage Skipass Zermatt

Sa, 13.04.2019 - So, 14.04.2019

CHF 119,00 **5% Rabatt**  
**CHF 113,00**

- 1 +

IN DEN WARENKORB

Finde dein bestes Angebot

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
8 APR	9 APR	10 APR	11 APR	12 APR	13 APR	14 APR
CHF 72.00						
15 APR	16 APR	17 APR	18 APR	19 APR	20 APR	21 APR
CHF 72.00	CHF 66.00					
22 APR	23 APR	24 APR	25 APR	26 APR	27 APR	28 APR
CHF 66.00	CHF 45.00					

Snow-Deal: Bis zu 30% Frühbucherrabatt  
Tagespreise = kumuliert für alle Personen

**St Moritz wirbt mit günstigen Preisen ab 45 CHF**

## Durch 2-Wege Schnittstelle mit Skidata sind automatische Preisupdates in ALLEN Vertriebskanälen möglich



- Dynamische Preissetzung **in allen Kanäle – auch an der Kasse**
- **Geringerer Konfigurationsaufwand**
- Dadurch an starken Tagen **höhere Preise** für Last-Minute Ticketkäufe möglich
- Bestehender **Webshop** und **CRM** können weiter verwendet werden

# Smart Pricing für Bergbahnen: Live Fragen und Antworten



Sandra Zenhäusern  
Zermatt Bergbahnen  
AG

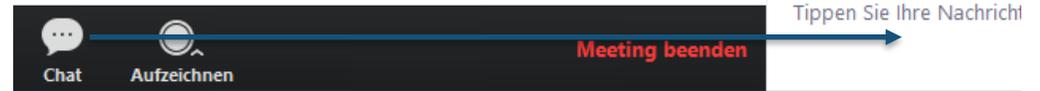


Matthias Amacker  
Zermatt Bergbahnen  
AG



Andreas Kranabetter  
SKIDATA

## Per Chat



## Per E-Mail

An: [patrick.schreiber@smart-pricer.com](mailto:patrick.schreiber@smart-pricer.com)

## Per Telefon:

+49 176 3423 3008

## Ergebnisse in Zermatt nach Smart Pricing



1. Die durchschnittliche Vorausbuchungsdauer hat sich von 2 auf 4-6 Tage im Laufe der Saison mehr als verdoppelt



2. Der Online Anteil hat sich von 5 auf mehr als 30% mehr als versechsfacht vs Vorjahr



3. Wesentlich weniger Kunden an den Kassen, aber etwas höherer Beratungsaufwand - unterm Strich massive Entlastung

## Vorab eingereichte Fragen

### Für Zermatt:

- Wie wurden die internen Veränderungsängste der Kassenverantwortlichen und Mitarbeiter adressiert und überwunden?
- Kommt die Kasse mit den ständigen Preisänderungen zurecht und wie reagieren die Gäste wenn der Preis an der Kasse plötzlich höher ist als vor Tagen dargestellt?
- Wie wurde die Marketingmaßnahmen/ Budgets in Richtung Vertrieb/ Shop/Kommunikation Preis verändert?
- An welchem Wochentag werden die Wochenpreise definiert, bzw. aktualisiert?
- Gab es eine merkliche Verbesserung der Auslastung in der Low-Price (Vorsaison) Zeit?
- Wie werden die Kunden informiert? (Web? App? Anzeigen?)
- Wie haben die Kunden auf die höheren Preise in der High-Price (Hauptsaison) Zeit reagiert?
- Wie wird das Verkaufspersonal zu den aktuellen Preisen orientiert?
- Wie wurde es technisch in das Ticketsystem integriert?

### Für Skidata:

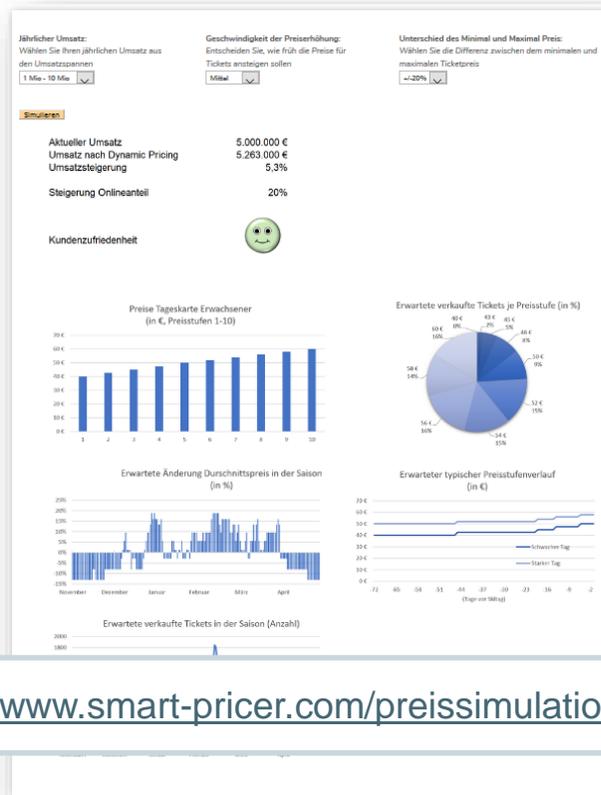
- Ist für die Implementierung eines dyn. Pricing mit einem Aufwand/Kosten der Bergbahn für Skidataleistungen zu rechnen, wenn ja mit was ca.?
- Mit welchen Transaktionskosten ist bei Millionenumsätzen über online bei Skidata zu rechnen, 1%?

### Für Smart Pricer:

- Hat die Intransparenz beim Kunden über die Preise/ Preisveränderungen keine negativen Effekte auf die Conversion?
- Funktioniert das Modell dyn. Preise auch im Skimarkt als Ganzes, also nicht nur für die Early Adaptors und die „Guten“, oder verstärkt es nicht die aktuelle Marktvereinigung?
- Ist Smart Pricing nur für große, international bekannte Skigebiete lukrativ? Es steckt ja sicherlich auch ein Kosten-/Aufwand dahinter, oder?

# Neugierig gemacht? Jetzt ist es Ihre Entscheidung

**Entdecken Sie Umsatz – und Onlineeffekte auf Ihre Bergbahn mit der Simulation auf unserer Webseite**



[www.smart-pricer.com/preissimulation](http://www.smart-pricer.com/preissimulation)

**Kontaktieren Sie uns für eine persönliche Beratung über Smart Pricing für Ihre Bergbahn**



**Christian Kluge**

christian.kluge@smart-pricer.com

+49 176 17627800