

RigiPlus AG

c/o Rigi-Kulm Hotel

6410 Rigi Kulm

Telefon 041 850 92 92

Medienkonferenz, Dienstag, 21. August 2012

Die RigiPlus AG ist gegründet!

Am Dienstagmorgen, 21. August 2012, haben die folgenden Firmen die RigiPlus AG mit Sitz auf Rigi Kulm gegründet:

- Aqua-Spa-Resorts Development & Management AG
- Hotel Rigi Kaltbad GmbH
- Luftseilbahn Küsnacht – Seebodenalp AG
- Luftseilbahn Obergeschwend – Rigi-Burgen AG
- RIGI BAHNEN AG
- Rigi Kulm-Hotel AG
- Rigi-Scheidegg AG

Weiter werden folgende Betriebe Aktien zeichnen bzw. haben sich schon gezeichnet:

- Franztoni Kennel, Alp Chäserenholz
- Höhle Gruebisbalm Rigi, Vitznau
- Hotel Alpina, Rigi Kaltbad
- Hotel Bergsonne, Rigi Kaltbad
- Hotel Edelweiss, Rigi Kaltbad
- Hotel Klösterli, Rigi Klösterli

Zudem ist das Kernteam mit verschiedenen weiteren Leistungsträgern an der Rigi in Kontakt für eine Beteiligung an der neuen Marketinggesellschaft RigiPlus AG. Obwohl die wichtigsten Unternehmen in der neuen RigiPlus AG dabei sind, ist es das Ziel, dass möglichst viele Betriebe am Berg mitmachen. Das Kernteam hat Verständnis, dass sich einzelne Firmen etwas mehr Zeit lassen und die weitere Entwicklung nun zuerst beobachten wollen. Das Angebot am Berg ist gross: Über 30 Hotels, Restaurants, Alp- und Berghütten mit rund 275 Zimmern, über 600 Betten sowie rund 1'500 Innen- und 2'000 Aussen-Restaurationsplätzen. Es gibt übrigens bereits weitere Aktionärsinteressenten aus dem Tal. Zuerst will man aber nur die Betriebe am Berg einbeziehen und eine gemeinsame Strategie entwickeln. Es ist auch nicht vorgesehen, dass sich die öffentliche Hand an der RigiPlus AG beteiligt. Nicht ausgeschlossen wird allerdings, dass sich die neun Gemeinden rund um die Rigi an spezialfinanzierten Projekten mit entsprechenden Leistungsvereinbarungen beteiligen können, z.B. Weg- und Wanderwegunterhalt, Winterdienst, touristische Projekte usw.

Das Aktienkapital beträgt Fr. 100'000.- und ist per heute zu 100% einbezahlt. Die RigiPlus AG ist eine private Gesellschaft ohne öffentliche Mittel. Die Aktionäre haben sich zudem verpflichtet, während den nächsten vier Jahren Beiträge für das gemeinsame Rigi-Marketing zur Verfügung zu stellen. Der Betrag liegt pro Jahr bei rund Fr. 600'000.- und steigt mit der Beteiligung weiterer Aktionäre.

Organisation und Vermarktung der Rigi nach innen und nach aussen

Für alle Beteiligten des Kernteams ist klar: Die Rigi als meistbesuchter Berg der Schweiz (600'000 Besucher/-innen) soll als Königin der Berge durch Qualität und Innovation in eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft geführt werden. Die Rigi hat grundsätzlich ein gutes Image, verfügt über eine intakte Natur und bietet einen grossen Erholungsraum für alt und jung der seinesgleichen sucht. Die Marke Rigi hat aber noch Potentiale, welche wir gemeinsam stärken wollen. Konkret werden

Marketinggelder der einzelnen Gesellschaften gepoolt und gemeinsam für das Rigi-Marketing eingesetzt. Es entstand ein umfassender Businessplan mit klaren strategischen Zielen:

- Inszenierung des Berges als Ganzes zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit;
- Verbesserung der Qualität und Wertschöpfung auf der Rigi;
- Einheitliche Wahrnehmung der Wünsche des Gastes;
- 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;
- Gute Vermarktung der bestehenden und neuen Angebote und Erzielung des grösstmöglichen „Rigi-Nutzens“;
- Koordinierte Interessenvertretung gegenüber Dritten in der Funktion eines „Kümmers“ (Behörden, Tour Operator, Destinationsvermarktung, etc.).

Die neue Gesellschaft wird auch eine beschränkte „Kümmers-Funktion“ übernehmen. Diese besteht insbesondere als Hilfe- und Koordinationsstelle für bestehende Organisationen, Gesellschaften, Firmen und die Gemeinden. Entsprechend wird die RigiPlus AG auch intensiven Kontakt pflegen zu allen bestehenden Hotels, Restaurants, touristischen Leistungsträgern sowie den Korporationen, Hotels und auch der Pro Rigi, der IG Rigi und der Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GAST. Wichtig ist für die RigiPlus AG, dass die bestehenden und neuen Angebote gut vermarktet und genutzt werden und die Kundschaft den grösstmöglichen „Rigi-Nutzen“ hat.

Die Evaluation der Geschäftsführung läuft

Die Geschäftsführung der RigiPlus AG bildet ein kleines, schlagkräftiges Team. Auf die Ausschreibung für die/den Geschäftsführer/-in haben sich gegen 100 Fachkräfte gemeldet. Das Kernteam wird die Bewerbungen prüfen und zu Händen des Verwaltungsrates Antrag stellen. Ziel ist, dass die neue Geschäftsführung ihre operative Arbeit spätestens auf 1. April 2013 aufnimmt. Das Team wird sich einsetzen für die Rigi im Allgemeinen und die bestehenden bzw. noch zu schaffenden touristischen Produkte an den entsprechenden Märkten anbieten. Neben der Geschäftsführung sind drei bis vier Mitarbeiter/-innen (Teilzeit) vorgesehen, die mit den bestehenden Leistungsträgern intensiv zusammenarbeiten und sich gegenseitig ergänzen. Die bestehende Tourist-Information in Rigi Kaltbad von Luzern Tourismus/Weggis Vitznau Rigi Tourismus wird von der neuen RigiPlus AG übernommen. Diese Informationsstelle wird ab Herbst 2013 im Dienstleistungszentrum der Rigi-Bahn-Station Rigi Kaltbad integriert. Dort gibt es nebst dem Bahnschalter einen Souvenir-Shop und die touristische Informationsstelle.

Vorbereitung laufen und erste gemeinsame Produkte noch in diesem Jahr

Obwohl die operative Arbeit der neuen RigiPlus AG erst im Frühjahr 2013 beginnt, werden bereits jetzt Vorarbeiten geleistet durch die Rigi-Bahnen und die Tourismusorganisationen Luzern Tourismus AG und Schwyz Tourismus. Es geht insbesondere darum, die gemeinsamen Rigi-Produkte rechtzeitig auf die Promotions- und Messesaison bereit zu stellen und zu lancieren. Entsprechend sind momentan diverse Imprime wie Prospekte, Broschüre, Flyer und Plakate in Vorbereitung. Weiter wird auch an einer neuen Rigi-Internetseite gearbeitet, und Fachleute machen sich auch intensiv Gedanken, wie ein neuer Brand bzw. ein Corporate Identity für die Rigi aussehen wird.

Die Regionalpolitik war wichtige „Geburtshelferin“

Dass heute die neue Gesellschaft gegründet werden konnte, ist auch ein Verdienst der Neuen Regionalpolitik bzw. des Regionalverbandes Rigi-Mythen. Der REV bzw. die beiden Kantone Schwyz und Luzern haben vor drei Jahren das interkantonale Projekt RigiPlus lanciert mit dem klaren Ziel, die Rigi zusammenzuführen, eine Vision zu entwickeln und gemeinsame Projekte umzusetzen. Zudem hat der REV nun auch einen finanziellen Beitrag geleistet für die Gründung der Destinationsentwicklungs- und management-Organisation für die Rigi. Dazu REV-Präsident Josef Wyer: "Eine der prioritären Zielausrichtungen von RigiPlus stellte die Schaffung einer eigenständigen Organisation dar, welche sich

koordiniert um die Belange der Rigi kümmert". Und der Schwyzer Regierungsrat Kurt Zibung ergänzt: „Der Konkurrenzdruck auf die Tourismusanbieter ist enorm. Eine Bahn oder ein Hotel ohne strategische Kooperationspartner kann sich langfristig nur schwer auf dem Markt behaupten. Darum ist es wichtig, richtig und erfreulich, dass sich Bahnen, Hotels, Restaurants und weitere Anbieter in der Tourismusregion Rigi zusammenschliessen und gemeinsam Märkte bearbeiten.“

Ein breit abgestützter Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat der RigiPlus AG ist breit abgestützt und vertritt verschiedene Kreis, Organisationen und Betriebe:

- Josef Odermatt, Geschäftsleiter Rumar+Partner GmbH, Küssnacht, Verwaltungsratspräsident (Vertreter von Luzern Tourismus AG und Schwyz Tourismus);
- Paul Annen, Betriebsleiter, Immensee (Vertreter der Bahnen an der Rigi);
- Roger Bernet, Geschäftsleiter Aqua-Spa-Resorts AG/Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad, Schafisheim (Vertreter des neuen Bades in Rigi Kaltbad);
- Renate Käppeli-Item, Hotelière Rigi-Kulm Hotel (Vertreterin der Hotels);
- Franztoni Kennel, Älpler Chäserenholz, Arth (Vertreter der Korporationen und Alp-Bewirtschaftern);
- Andreas Kümin, Direktor Hotel Rigi Kaltbad, Rigi Kaltbad (Vertreter der Hotels);
- Sebi Lüönd, Stv. Direktor F&C und Mitglied der Geschäftsleitung der GARAVENTA AG, Gersau (Vertreter der Bahnen an der Rigi);
- Peter Pfenniger, Direktor Rigi-Bahnen, Vitznau (Vertreter der RIGI BAHNEN AG).

Guter Start an allen Fronten

Das feine Sommerwetter und die verschiedenen Promotionen auf der Rigi zeitigen Wirkung: die touristischen Leistungsträger sind mit dem Geschäftsgang zufrieden. An der Gründung der RigiPlus AG gab es auch erfreuliche Zahlen und Informationen von den neuen Betrieben auf der Rigi:

Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad

Roger Bernet, Geschäftsleiter Aqua-Spa-Resorts AG: „Das Bad wurde bereits in kurzer Zeit sehr gut aufgenommen. Alleine von den Einheimischen haben bereits gegen 100 Personen Jahreskarten gekauft und viele von ihnen nutzen das Bad mehrmals wöchentlich, bis sogar täglich. Ebenso besuchen die Gäste des Hotels Rigi Kaltbad das Bad während ihrem Aufenthalt mehrmals, ganz speziell geniessen viele die Zeit von 9 – 11 Uhr, während der das Bad exklusiv für die Gäste des Hotels Rigi Kaltbad reserviert ist. Mittlerweile haben zudem schon über 5'000 Tagesgäste das Bad besucht und am Samstag 25. August findet das erste Candle-light-Nachtbaden statt. Dieses ist bis auf einige wenige Plätze schon komplett ausgebucht. Aber: Für die Idee des Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad ist nicht nur das Resultat der sehr guten Frequenzen wichtig, sondern dass die Gäste das Bad sehr gut aufgenommen haben, es loben und völlig entspannt und zufrieden die Anlage verlassen.

Hotel Rigi Kaltbad

Andreas Kümin, Direktor Hotel Rigi Kaltbad: „Wir sind sehr zufrieden mit dem Neustart – sowohl bezüglich dem Geschäftsgang aber auch bezüglich der Integration im Ortsteil Rigi. Wir haben mit der einheimischen Bevölkerung einen guten und offenen Kontakt. Und auch die Gäste fühlen sich bei uns wohl. Die Nachfrage ist sehr gut. Das neue System mit der Selbstbedienung im Erdgeschoss und den Restaurants im Obergeschoss hat sich sehr gut angelassen und wird von der Kundschaft geschätzt. Es gibt Tage, da nutzen gegen 2'000 Gäste unsere Angebote und Dienstleistungen. Anfangs wurde ich nervös, wenn von der SGV die Meldung kam, dass soeben ein Extraschiff eingesetzt werden musste für die Rigi-Gäste. Zwischenzeitlich sehen ich, meine Partnerin Karina Wodrich und unser rund 20köpfiges Team das etwas lockerer – weil wir immer besser eingerichtet und organisiert sind. Auch das Hotel läuft schon sehr gut. Die 52 Zimmer sind an den Wochenenden meistens ausgebucht, und auch unter der Woche geniessen viele Leute unser Haus. Eine sehr wichtige Rolle spielt dabei natürlich das Mineralbad & Spa, zu dem die Hotelgäste einen direkten Zugang haben. Die Gäste schwärmen und planen oft bereits den nächsten Besuch. Erfreulich sind die vielen Seminaranfragen und –buchungen für den Herbst. So sind wir zuversichtlich, dass wir die budgetierte Auslastung erreichen!

Rigi-Dorfladen mit Regio-Shop

Die Umsätze sind gemäss Besitzer Rolf Kasper im Hotel und im Dorfladen höher als budgetiert. Die Gäste schätzen das neue, moderne und übersichtliche Verkaufsgeschäft direkt am Dorfplatz. Darin integriert sind neben den Lebensmitteln auch ein Victorinox-Shop, die Postagentur und der Regio-Shop. Petra Godefroid, Chefin des Rigi-Dorfladens: „Wir sind mehr als zufrieden, die Umsätze steigen laufend – am 1. August haben wir alle Rekorde gebrochen. Bezüglich Angebot und Dienstleistungen sind wir auf bestem Weg. Die grosse Mehrheit ist sehr zufrieden. Die Herausforderung ist die Bedürfnisse der Einheimischen, der Tagestouristen und den Feriengästen unter einen Hut zu bringen und möglichst alle zufrieden zu stellen. Erfreulicherweise treffen sich alle im Dorfladen zum Wocheneinkauf, für den kleinen Hunger oder ein feines und schönes Andenken von der Rigi. Manchmal auch einfach für einen kleinen Schwatz. Wir haben ein breites Angebot von über 1'000 Artikeln - und immer noch Platz für Ergänzungen, die laufend gemacht werden. Das grösste Kompliment für mein Team und mich ist, wenn die Leute mit vollen Armen an die Kasse kommen und sagen: Eigentlich wollte ich nur ein Schöggeli kaufen... Für mich ist es die schönste Lokalität und der beste Platz – bis heute durfte ich noch nie in so einem schönen Laden arbeiten. Als Bauernhof-Kind und frühere Betreiberin eines Bio-Supermarktes in der Ostschweiz liegen mir die Regionalprodukte besonders am Herzen – der integrierte Regio-Shop läuft grossartig. In den ersten zwei Monaten konnten die Bauern und Produzenten für über 20'000 Franken lokale Produkte liefern. Das ist fein und trägt zur lokalen Wertschöpfung bei. Ich bin überzeugt: In diesem Bereich wird noch mehr möglich sein – weil die Gäste echte Produkte aus der Region schätzen und auch kaufen.“

Die ersten Vernetzungsprodukte

Die RigiPlus AG hat im Rahmen der Entwicklung, Gespräche und Ziele der letzten Monate verschiedene Projekte und Ideen aufgenommen und wo möglich die notwendigen Entscheide gefällt. Konkret geht es um drei neue Angebote für die Rigi:

Produkt 1

Ein kinderfreundliches Rigi-Billett für alle 9 Bahnen

Die sechs Bahnen an der Rigi (RIGI BAHNEN AG mit Bahnen ab Goldau, Vitznau und Weggis, Kräbel – Scheidegg, Obergswend – Burggeist, Küssnacht – Seebodenalp, Vitznau – Hinterbergen, Vitznau – Wissiflüh und Brunnen – Urmiberg) haben beschlossen, auf den Fahrplanwechsel vom 9. Dezember 2012 ein einheitliches RigiPlus-Billett herauszugeben. Es gibt drei Zonen, in denen das entsprechende Billett auf allen Bahnen Gültigkeit hat.

- **RigiPlus-Billett Zone 1 (Hinterbergen, Wissiflüh, Urmiberg, Burggeist, Seebodenalp): Fr. 24.-**
- **RigiPlus-Billett Zone 2 (Zone 1 plus Scheidegg, Kaltbad, Staffelhöhe, Klösterli, Wölfertschen): Fr. 51.-**
- **RigiPlus-Billett Zone 3 (Zone 1 und Zone 2 plus Staffel und Kulm) : Fr. 69.-**

Bei Personen mit einem RigiPlus-Billett haben ein oder mehrere Kinder bis 16. Jahre nichts zu bezahlen. Betreffend Halbtax, GA, Hunde, Anwohnerrabatt für die 9 Rigi-Gemeinden usw. werden nach dem ersten Betriebsjahr weitere Beschlüsse gefasst. Die Bahnen verständigen sich auch über Handling, Produktion, Vertrieb und Aufteilung der Erträge an einem weiteren „Runden Tisch“. Das neue Produkt ist entstanden aufgrund der regelmässigen Zusammenkünfte der Verantwortlichen aller neun Bahnen. Das RigiPlus-Billet ist ein erster Entscheid für eine „ganzheitliche Rigi“ – 9 x Rigi mit einem Billett! Zudem will die Rigi sein Image als kinder- und familienfreundlichen Berg festigen und verstärken.

Produkt 2

oRIGInale für die ganze Rigi

Im Rahmen des Projektes Enjoy hat Weggis Vitznau Rigi Tourismus zusammen mit der Pro Rigi das Projekt oRIGInale lanciert. Rund zwei Dutzend kundige Rigi-Guides stehen im Chänzeli im Einsatz für

Gäste aus nah und fern und erklären Fauna, Flora, das Wegnetz und die herrliche Alpenwelt. Aber auch praktische Informationen zu Abfahrtszeiten der Bahnen, Öffnungszeiten der Restaurants und Fragen zur Infrastruktur können gegeben werden. Das Projekt hat von Gästeseite viele Komplimente eingebracht. Und so will die neue RigiPlus AG das Projekt auf die ganze Rigi ausdehnen. Konkret ist vorgesehen, dass ab 2013 die hilfreichen oRIGInale auch auf Rigi Kulm, bei der Rigi First und in der Rigi Scheidegg präsent sind. Die oRIGInale machen diese Arbeit ehrenamtlich. Sie erhalten nebst einer einheitlichen, signalroten Jacke und einem T-Shirt Freikarten für die Bahnen und Essensgutscheine. Die hilfreichen Rigi-Freunde können über eine Internetplattform ihre Einsätze koordinieren.

Produkt 3

Die Rigi-Naturprodukte weiter fördern

RigiPlus hat sich im Zuge der Zentrumsentwicklung in Rigi Kaltbad stark eingesetzt für einen Regio-Shop mit lokalen Naturprodukten vom Hausberg. Dieser konnte dank Unterstützung des Besitzers, Rolf Kasper, und der IG Rigi im neuen Dorfladen in der ehemaligen Kegelbahn eingerichtet werden. Rund zwei Dutzend Bauern und Produzenten bieten gegen 100 Produkte an, die hier in der Gegend wachsen, produziert und veredelt werden. Dazu gehören u.a. der Rigi-Alpkäse, Wurstwaren, Trockenfleisch, Früchte und Gemüse, Konfitüre, Guetzli, Süssigkeiten, Glace und Spirituosen aller Art. Zudem gibt es auch das Rigi-Genuss-Chischtli mit feinen Sachen von der Natur. Und aus den Rigi-Rohstoffen gibt es auch Naturigi-Wellnessprodukte wie Seifen, Shampoo, Duschgel, Ölbäder, Lotionen und Handcrèmes. Die RigiPlus AG will diese Kreativität und Biodiversität fördern und mithelfen, damit die initiativen Bauern und Älpler ihre kreativen einheimischen Produkte noch vermehrt anbieten können.