



Spiez, 24. März 2026, SHU/ITH

Medienmitteilung

Trendwende eingeleitet – dank Magic Pass

Erster berneroberland.dialog in Saanen mit Matthias In-Albon

Der Entscheid der Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) AG, sich dem Magic Pass anzuschliessen, hat für viele Reaktionen gesorgt. Nicht nur im Vorfeld, sondern auch während der Wintersaison 2025/26. Bei der ersten Ausgabe von berneroberland.dialog, der neuen Anlassreihe der Volkswirtschaft Berner Oberland, stellte sich BDG-CEO Matthias In-Albon der Diskussion und zeigte mit eindrücklichen Zahlen, was der Wechsel zum Magic Pass für die Winterdestination Gstaad bisher gebracht hat.

Hat sich der Wechsel zum Magic Pass für die Bergbahnen Destination Gstaad (BDG) AG gelohnt? Auf diese Frage würde Matthias In-Albon, CEO des Bergbahnunternehmens, wohl mit einem klaren Ja antworten. Am ersten Anlass der berneroberland.dialog-Reihe, organisiert durch die Volkswirtschaft Berner Oberland, zeigte In-Albon mit aktuellen Zahlen auf, dass die strategischen Überlegungen des Bergbahnunternehmens aufgegangen sind. «Wir haben den Magic Pass nie als Rabattprodukt verstanden», erklärte er im Landhaus Saanen vor rund 40 Gästen. «Für uns war es ein Wechsel des Geschäftsmodells.» Weg vom klassischen Tageskartenverkauf hin zu einem Abo-Modell mit Vorverkauf und höherer Kundenbindung.

Nachfrage verteilt sich breiter

Mit Blick in die USA, nach Vail, wo mit dem «Epic Pass» seit 20 Jahren ein ähnliches Modell erfolgreich eingesetzt wird, zeigte In-Albon noch einmal die wichtigsten Ziele der BDG AG des Modellwechsels vom Top4- zum Magic Pass auf: «Wir wollten die starke Abhängigkeit von wenigen Spitzentagen und einzelnen Ferienwochen reduzieren und eine bessere, planbarere Grundauslastung erreichen.» Das Vorhaben ist gelungen: Der Median der täglichen Ersteintritte stieg von 3'600 auf 4'900, was einem Plus von rund 35 Prozent entspricht. Gleichzeitig sank der Anteil der Top-10-Tage am Gesamttotal von 25 auf 20 Prozent. Das bedeutet: Nicht einzelne Spitzentage wachsen überproportional, sondern die Nachfrage verteilt sich breiter über die ganze Saison. Im Januar 2026 wurde diese Entwicklung deutlich sichtbar: Der Gästezuwachs fand nicht primär am Wochenende, sondern unter der Woche statt. Zwischen dem 6. und 31. Januar lagen die Wochentage bei durchschnittlich rund 4'700 Ersteintritten pro Tag, gegenüber rund 3'300 im Vorjahr, was einem Plus von circa 45 Prozent entspricht. «Genau darin sehen wir den eigentlichen Hebel des Magic Pass: mehr Grundauslastung an bisher schwächeren Tagen und dadurch eine deutlich besser planbare Saison», so In-Albon.

Strategisch wichtige Mehreinnahmen

Auch bei den Finanzen scheint die Rechnung für die Bergbahnen aufzugehen: «Entscheidend ist nicht allein der Preis des Abos, sondern der Gesamtertrag pro Gast und Tag.» Beim sogenannten Verkehrsertrag von November bis März rechnet das Unternehmen mit rund 25 Mio. Franken, das sind rund 5 Millionen mehr als 2024/25. «Ohne Magic Pass läge der Verkehrsertrag in einer ähnlichen Wintersaison schätzungsweise bei 17 bis 18 Millionen Franken», meint Matthias In-

Albon und weist darauf hin, dass die aktuelle Saison aufgrund der Schnee- und Wetterverhältnisse eher mit der Saison 2023/24 verglichen werden müsse. Für die Bergbahnen ist dieser Mehrumsatz besonders relevant: «Ob bei schönem Wetter 12'000 Gäste oder bei schlechtem Wetter 4'000 Gäste befördert werden, die Grundkosten für Bahn, Pistenpräparation, Pistenrettung und Betrieb bleiben in einem ähnlichen Rahmen». Will heissen: Ab einer gewissen Grundauslastung zählt fast jeder zusätzliche Franken zum Deckungsbeitrag. Diese Mehreinnahmen sind für die BDG AG strategisch besonders wichtig, gerade im Hinblick auf die grossen Investitionsprojekte wie etwas das Einstiegsportal Schönried oder das Projekt Hornberg-Horneggli.

Und wie funktioniert das jetzt?

Im anschliessenden Dialog mit den anwesenden Gästen wurde klar, dass vor allem die Funktionsweise des Magic Pass auf grosses Interesse stösst. Wie rechnet sich das Ganze und können die beteiligten Skigebiete, egal ob klein oder gross, wirklich davon profitieren? Das Geheimnis liegt einerseits im grossen Kundenstamm, dank der verschiedenen Einzugsgebiete, die mit dem Pass angesprochen werden. Andererseits ist der Magic Pass kein «Vielfahrerpass», die grösste Gruppe der Magic-Pass-Nutzenden steht nicht jeden freien Tag auf der – oftmals gleichen – Piste. Auch das Thema einer möglichen Überlastung des Gebietes wurde in der Dialogrunde aufgenommen. Philipp Becker, Abteilungsleiter Infrastrukturen der Einwohnergemeinde Saanen, ging kurz auf die Verkehrsproblematik an Spitzentagen ein. Analysen zeigten hier keinen direkten Zusammenhang mit dem Magic Pass, Treiber seien vielmehr die Hotel- und Gastronomiegäste gewesen. Philippe Marmet, Gemeinderat und Vertreter der Skischule Saanen-Schönried, stellte fest, dass auf den Pisten mehr los sei, was ihn und seine Gäste nicht störe. Die Situation mit viel weniger Gästen in den Vorjahren habe ihn da weitaus mehr beunruhigt. Der Wandel in der Skidestination Gstaad hat dank dem Magic Pass eingesetzt, die Trendwende scheint geschafft.

berneroberland.dialog

Das Anlassformat **berneroberland.dialog** der Volkswirtschaft Berner Oberland will direkt vernetzen und den Austausch in verschiedenen Themenfeldern und Regionen anstossen. Die lose Anlassserie findet zu Themen aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Bildung statt und wird in allen Regionen und Tälern des Berner Oberlandes durchgeführt.

Weitere Auskünfte:

**VOLKSWIRTSCHAFT
BERNER OBERLAND**

Susanne Huber, Geschäftsführerin

☎ 079 455 64 81

✉ susanne.huber@volkswirtschaftbeo.ch