

Die Zahl: 983 033

Knapp 1 Million Fahrten

(rm) Trotz herausfordernder Wetterbedingungen blicken die vier Seilbahnbetriebe im Alpstein auf ein solides Geschäftsjahr 2024 zurück. Insgesamt zählten die Bahnen 983 033 Berg- und Talfahrten (Vorjahr: 991 616). Davon entfielen 264 000 auf die Ebenalp, 194 990 auf den Hohen Kasten, 156 695 auf den Kronberg und 367 348 auf den Säntis.

Kronberg: Jubiläum mit Rekordumsatz

Bei der Kronberg AG stand das 60-Jahr-Jubiläum im Zentrum des Geschäftsjahres. Dieses wurde mit einem neuen Umsatzrekord von 6,72 Millionen Franken abgeschlossen, was einem Plus von 6,5 Prozent entspricht. Wachstumstreiber waren die Luftseilbahn (+9,5 Prozent) und die Gastronomie (+5,5 Prozent). Bobbahn und Zipline litten unter dem unbeständigen Wetter, während die Märliwelt trotz weniger Besuchenden ein Umsatzplus von 9,7 Prozent verzeichnete. Der bereinigte EBITDA lag bei rund 1,1 Millionen Franken. Die Eigenkapitalquote stieg auf 39 Prozent.

Ebenalp: Starkes Jahr, grosse Pläne

Mit 264 000 Fahrten verzeichnete die Ebenalp den drithöchsten Wert ihrer Geschichte. Der Jahresgewinn belief sich – trotz einer Rückstellung von 500 000 Franken für den geplanten Bahnersatz – auf beachtliche 340 000 Franken. Der Verwaltungsrat entschied sich nach gründlicher Analyse für den Bau einer neuen Bahn samt Talstation. Das Investitionsvolumen wird auf rund 17 Millionen Franken geschätzt. Bereits heute zeigt sich: Die Nachfrage nach naturnahen Erlebnissen rund um die Ebenalp bleibt hoch, wobei die Infrastruktur Schritt halten soll.

Säntis: Grosse Bauphase 2026

Die Fahrtzahl der Säntis-Schwebbahn blieb mit 367 348 fast unverändert (-47). Der Bahnbereich erzielte einen Umsatz von 6,4 Millionen Franken (+2,3 Prozent), die Bereiche Gastronomie und Hotellerie brachten es gemeinsam auf 13,1 Millionen Franken. Trotz leicht rückläufiger Hotelauslastung (61,5 Prozent) konnte das Ergebnis stabil gehalten werden. Dies war nicht zuletzt dank Effizienzsteigerungen möglich. Die Finanzierung des Generationenprojekts «Schwebbahn 2026» ist gesichert. Während der Hauptbauphase ab Mai 2026 bleibt der Bahnbetrieb vorübergehend eingestellt. Für Gäste auf der Schwägalp werden alternative Angebote entwickelt, um den Ausfall abzufedern.

Hoher Kasten: Neues Preismodell

Am Hohen Kasten sanken die Fahrgastzahlen witterungsbedingt um 13 Prozent auf 194 990. Dennoch stieg der Bahnumsatz auf 2,63 Millionen Franken – ein Plus von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das neue, transparente Preismodell ohne Swiss-Pass-Anbindung wurde von den Gästen mehrheitlich positiv aufgenommen. Die betriebsnotwendigen Abschreibungen konnten vollständig gedeckt werden, zusätzlich wurden 125 000 Franken extra abgeschrieben. Der Verwaltungsrat treibt die Planung einer neuen Pendelbahn weiter voran. Die Investitionskosten für das zukunftsweisende Projekt werden auf 17 bis 20 Millionen Franken geschätzt. Die Inbetriebnahme ist vor 2030 geplant.



Gemeinsam stark: Die vier Seilbahnen kamen im vergangenen Jahr auf insgesamt 983 033 Berg- und Talfahrten. (Bild: zVg)



Für ein starkes Miteinander

Die vier Luftseilbahnen im Alpstein bringen die Region gemeinsam voran

Geheimniskrämerie unter Appenzellern? Fehlanzeige. Statt sich zu konkurrenzieren, bündeln die Geschäftsführenden der Seilbahnen Ebenalp, Hoher Kasten, Kronberg und Säntis ihre Kräfte. Gemeinsame Angebote wie «4 Berge – 1 Ticket», abgestimmte Bauprojekte und ein intensiver Erfahrungsaustausch zeigen: Von der gelebten Kooperation profitieren alle – nicht zuletzt Gäste und die Tourismusregion.

Rosalie Manser

Montagmorgen auf der Schwägalp: Marianne Pfändler (Geschäftsführerin Hoher Kasten), Mario Koller (Ebenalp), Jakob Güllünay (Säntis) und Felix Merz (Kronberg) treffen sich zur Koordinationsitzung. Der Sitzungsort wechselt immer mal wieder, wenn sich das Quartett zum Austausch trifft. Das Ziel ist aber immer dasselbe: Die enge Zusammenarbeit der vier Seilbahnbetriebe im Alpstein soll gepflegt und die Tourismusregion gemeinsam gestärkt werden. Unter dem Label «Wir 4 Seilbahnen» haben sie eine Partnerschaft aufgebaut, die vom technischen Austausch über gemeinsame Marketingaktionen bis zur Koordination von Bauprojekten reicht.

Austausch auf verschiedenen Ebenen

Die Kooperation ist organisch gewachsen. «Der Austausch findet nicht nur auf Geschäftsleitungsebene statt, sondern auch bei Verwaltungsräten, Technikern und im Marketing», hält Marianne Pfändler fest. Das Ziel: Synergien nutzen, voneinander lernen und gemeinsam auftreten. Die Organisation erfolgt kollegial, das gemeinsame Budget ist gleichmässig verteilt, die Verantwortung für die Abrechnung rotiert.

Verbindende Unterschiede

Die Akteure der vier Bahnen verbindet nicht nur die geografische Nähe, sondern vor allem ein gemeinsames Verständnis für Service und Tourismus. «Wir wollen, dass unsere Gäste wiederkommen, weil sie das Gesamterlebnis Alpstein und Appenzellerland anzieht», betont Marianne Pfändler. Damit es den Gästen nicht langweilig wird, gibt es bei den vier Bergen unterschiedliche Angebote. Diese klaren



Felix Merz, Kronberg.



Jakob Güllünay, Säntis. (Bilder: zVg)

Positionierungen erachten die Geschäftsführenden als essenziellen Erfolgsgaranten. «Uns verbindet die Ausrichtung auf den Gast – unsere Vielfalt macht das Erlebnis im Alpstein umso reicher», sagt Mario Koller. Während der Säntis mit dem 6-Länder-Blick und als Wetterberg punktet, ist die Ebenalp ein Paradies für Gleitschirmflieger, Wanderfreunde und Skifahrer. Der Kronberg richtet sich stärker an Familien, während der Hohe Kasten mit dem Drehrestaurant eine einzigartige Perspektive auf den Alpstein bietet.

Gemeinsame Tickets und Sponsorings

Besonders erfolgreich ist das Gemeinschaftsprodukt «4 Berge – 1 Ticket». Für 99 Franken erhalten Gäste Zugang zu allen vier Seilbahnen. Es ist ein Angebot, das von Einheimischen und Touristen gleichermaßen geschätzt wird, aber jeweils auf 1000 Stück limitiert ist. Auch gemeinsame Aktionen wie die «Nebelkampagne» oder das Sponsoring-Engagement am Eidgenössischen Jubiläumsschwingfest in Appenzell zeigen, wie abgestimmt die Marketingarbeit ist. «Wir können jeweils innert weniger Stunden aus einer Idee ein marktfähiges Produkt kreieren. Das ist immer wieder eindrucklich», so Jakob Güllünay.

Ohne Konkurrenzdenken

Ein weiterer Vorteil für die Gäste ist der koordinierte Betrieb. Revisionszeiten

werden aufeinander abgestimmt, das Personal kennt sich untereinander gut, Empfehlungen funktionieren reibungslos. Dass dabei nicht Konkurrenz, sondern Kooperation im Vordergrund steht, ist ein weiteres Merkmal dieser Partnerschaft. «Wir sind Mitbewerber, keine Konkurrenten», bringt es Felix Merz auf den Punkt.

Es wird überall gebaut

Aktuell stehen bei allen vier Bahnen grössere Bauprojekte bevor. Am Säntis starten die Hauptbauarbeiten im Sommer 2026, bei den anderen laufen Planungen. «Wir koordinieren die Bauphasen, damit nie mehr als eine Bahn gleichzeitig geschlossen ist», sagt Mario Koller. Der Austausch hilft auch bei der Bauplanung und Finanzierung. «Wir teilen Unterlagen und Erfahrungen. Das spart Zeit und vermeidet Fehler», so Jakob Güllünay.

Mehrwert für die Region

Die Kooperation der Seilbahnen stärkt den Tourismus im Appenzellerland und in der Ostschweiz nachhaltig. «Neue Bahnen erhöhen Komfort und Sicherheit – das macht uns attraktiver und sichert Arbeitsplätze», so Marianne Pfändler. Felix Merz ergänzt: «Investitionen in unsere Infrastruktur sind immer auch Investitionen in den Standort.»

Grösste Herausforderung: Terminfindung

Die Zusammenarbeit der vier Seilbahnen läuft harmonisch, auch wenn sie viel Koordination erfordert. «Gerade bei Terminen braucht es Abstimmung», räumt Mario Koller ein. «Aber der Wille zur Zusammenarbeit ist gross.» Jakob Güllünay bringt es auf den Punkt: «Wir inspirieren uns gegenseitig – das ist unser grösster Gewinn.»

Zusammenarbeit intensivieren

Die vier Bahnbetreibenden wollen den Austausch in Bereichen wie Technik, Kommunikation und Strategie in den nächsten Jahren noch weiterentwickeln. «Der Gast ist für uns keine Zahl, sondern Teil unserer Bergwelt. Diese Haltung eint uns und macht unsere Kooperation so wertvoll», betont Mario Koller. Die vier Geschäftsführenden sind sich denn auch einig: Wenn es der Region gut geht, profitieren alle – Gäste, Bahnen und das Appenzellerland als Ganzes.



Mario Koller, Ebenalp.



Marianne Pfändler, Hoher Kasten.

Berufsstolz

«Es fordert und erfüllt»



Michael Koller ist seit diesem Jahr sein eigener Chef: Er übernahm von seinem Onkel die Zuglian Haushaltsgeräte AG. (Bild: zVg)

(rm) Elektrotechnik, Photovoltaik, Energiecontracting, Immobilienbewirtschaftung: Michael Koller kennt die Energie- und Immobilienbranche in ganz unterschiedlichen Facetten. Und: Er hat das Unternehmertum im Blut. Drei Firmen hat er mitgegründet. Am 1. Januar 2025 hat er das Traditionsunternehmen Zuglian Haushaltsgeräte AG von seinem Onkel übernommen. Ein Gespräch über Berufsstolz, Unternehmertum und den Mut, neue Wege zu gehen.

Michael Koller, Ihr Lebenslauf ist nicht gerade linear. War das geplant?

Eigentlich nicht. Ich lasse mich lieber von spannenden Chancen als von fixen Zielen leiten. Nach der Lehre als Elektriker bei Elektro Sonderer AG blieb ich einige Jahre im Beruf. Ab 2011 baute ich dort den Bereich Photovoltaik mit auf. Später wechselte ich zur St.Galler Pensionskasse – zuerst in die Immobilienbewirtschaftung, später als Leiter Nachhaltigkeit Immobilien.

Und parallel haben Sie Ihre erste Firma gegründet?

Ja. Mit meinem Freund Daniel Dobler gründete ich die Dobler & Koller Energiecontracting GmbH. Uns fiel auf, dass viele Dächer ungenutzt blieben, obwohl sie sich gut zur Energiegewinnung eigneten. Also begannen wir, Dächer zu mieten und eigene Solaranlagen zu installieren. Heute erzeugen unsere Anlagen Strom für rund 400 Haushalte. Später gründeten wir die Appenzeller Energiekonzept AG, die mittlerweile im Besitz von Jan Müller und Reto Fässler ist.

Aber das war nicht Ihre letzte Firmen-gründung ...

Bei der Installation von PV-Anlagen stiessen wir oft auf veraltete Elektroverteilungen. Gleichzeitig suchte Schaltanlagenbauer Raico Monaco eine neue Herausforderung. Gemeinsam mit ihm und Daniel Dobler gründete ich die Monaco Schaltanlagen AG. 2023 bot mir mein Onkel Peter an, die Zuglian Haushaltsgeräte AG zu übernehmen – ein Unternehmen, das vieles vereint, was mir wichtig ist. Seit dem 1. Januar 2025 leite ich den Betrieb.

War Ihnen schon immer klar, dass Sie Unternehmer sein möchten?

Verantwortung zu übernehmen, hat mir immer Freude bereitet. Trotzdem war ich lange unsicher, ob ich ein Unternehmen führen will. Ideen gab es viele, aber der Mut kam erst mit der Zeit. Unternehmertum bedeutet für mich Gestaltungsfreiheit. Ich kann Prioritäten setzen und Verantwortung übernehmen. Das fordert, aber es erfüllt auch.

Was raten Sie jungen Menschen mit Unternehmergeist?

Macht einen Businessplan. Sprecht mit Leuten, die Erfahrung haben. Und wenn ihr von einer Idee überzeugt seid: nicht zögern, sondern einfach loslegen.

In der neuen Serie «Berufsstolz» stellen wir Unternehmerinnen und Unternehmer aus Innerrhoden vor, die einen besonderen beruflichen Werdegang haben.