

Wirtschaftskennzahlen: Wirklich Schnee von gestern?



Der Jahresabschluss ist gemacht und ab in die Schublade damit, um den Blick nach vorne zu werfen? Oder kann man daraus doch etwas lernen?

Mag. KLAUS GRABLER
Geschäftsführer der MANOVA GmbH

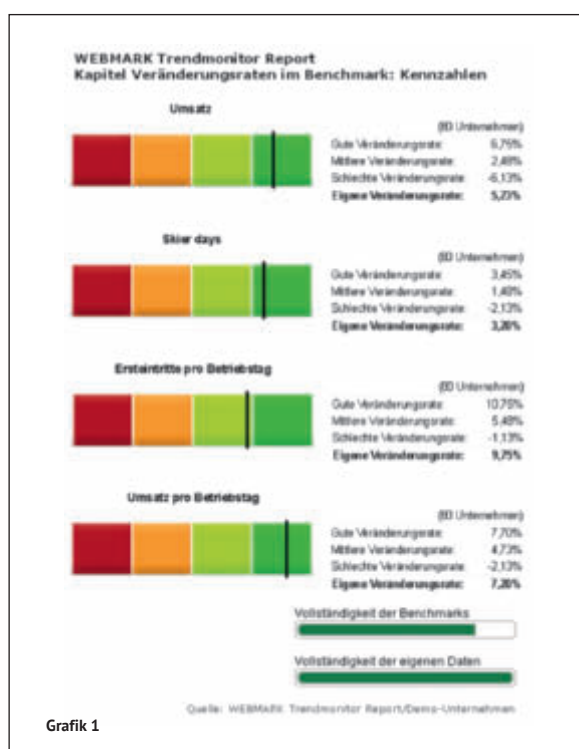
Unlängst habe ich auf einem Bahnhof 15 Minuten vor Abfahrt eine Fahrkarte gekauft. Fragt der ausnehmend freundliche Herr am Schalter, wann ich denn fahren wolle. „Mit dem nächsten Zug“ – worauf der Herr bedauernd bemerkte, dass dies natürlich ziemlich teuer komme. Wo das passiert ist? Sie erinnern sich vielleicht noch an meine Ankündigung in ISR 2/2012, dass ich in Kanada bei der ostkanadischen Tagung referiere. Und genau dort ist das geschehen, da ist nämlich Yield Management überall eine völlige Selbstverständlichkeit. Gleiche Preise je nach Buchungszeitpunkt, Geltungsraum und anderen Konditionen sind dort bei der Bahn sowie bei Seilbahnen gar nicht vorstellbar. Dafür gab es dann im Zug auch eine Vorführung von richtigem Verhalten bei Unfällen – aber das ist eine andere Geschichte. Neben dieser Überraschung gab es dann noch während der Konfe-

renz eine sehr große für mich: Jedes Skigebiet – und sei es noch so klein – mache in Kanada Profit! Und dabei kam ich an Hügeln vorbei, die unsereins eher mit Weinhängen in Verbindung bringen würde. Warum ich Ihnen das hier erzähle? Weil es in Übersee offensichtlich weniger bedeutend ist, die neueste (und teuerste) Bahn zu haben, sondern deutlich wichtiger ein Geschäftsmodell, das Profit garantiert. Darüber hatte ich beim letzten Mal ja schon geschrieben: einerseits die Frage der vertikalen Integration (und da wurde besonders der Verleih als Cash Cow genannt) und andererseits eben ausreichend niedrige Kosten. Womit ich auch schon beim eigentlichen Thema wäre: Kennzahlen und Wirtschaftsdaten als Grundlage für effizientes Wirtschaften.

ERFOLGREICH IST BESSER ALS ERWARTET UND BESSER ALS DER MITBEWERB

Um die zukünftige Richtung zu definieren, sollte man stets zuvor einen Blick zurückwerfen, hinterfragen und reflektieren. Vielleicht auch nicht nur die Ergebnisse vom letzten Jahr näher unter die Lupe nehmen, sondern auch die eigene Unternehmensperformance in der längerfristigen Entwicklung betrachten. Hatte mein Unternehmen vielleicht nur ein schlechtes Jahr oder betrifft es die gesamte Branche, sind eventuell kurzfristige oder langjährige Trends erkennbar? Wie ist meine Performance im Vergleich zur Branche und meinen Mitbewerbern zu bewerten?

Antworten auf diese Fragen erhalten Unternehmen durch kontinuierliche Datenerfassungen und -auswertungen. Zentraler Punkt ist wie erwähnt nicht nur ein Blick in die eigenen Zahlen. Und die österreichischen Seilbahnen haben dabei die ziemlich einzigartige Möglichkeit, ihre Daten mit der Branche zu vergleichen. WEBMARK Seilbahnen war auch in Kanada von hohem Interesse, und die Daten und das Wissen um die Branche aus den Daten erzeugte dort schon etwas Neid. Sowohl der US-Verband als auch der kanadische Verband bezeichneten „research as heart of our work“. Die (erfolgreichen) Branchenstrategien werden daraus abgeleitet und immer wieder auf ihre Wirkung überprüft. Das geht dann besonders gut und aussagekräftig, wenn möglichst viele Daten vorhanden sind. Liefert jeder einen kleinen Beitrag, werden alle viel intelligenter.

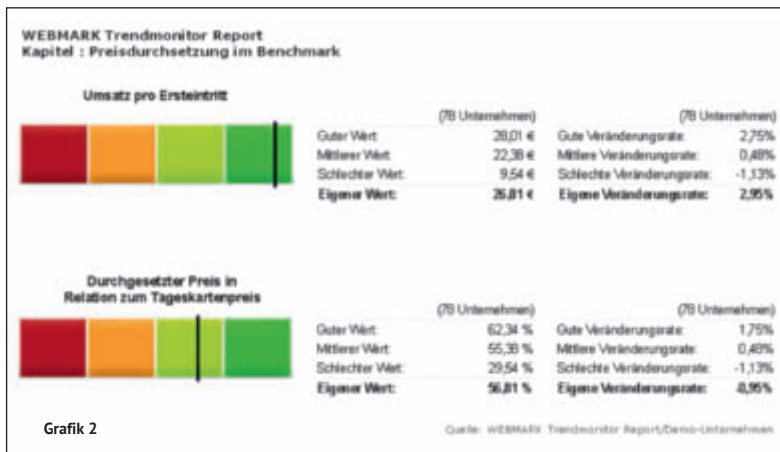


WEBMARK NEU

Ein Blick in WEBMARK bietet die eben genannte Möglichkeit zum Branchen- bzw. Benchmarkvergleich und darüber hinaus Zeitreihenanalysen für jedes Unternehmen! Die eigene Veränderungsrate hat ja dann besondere Aussagekraft, wenn man den Vergleich mit der Branche oder dem Mitbewerber ziehen kann. So zeigt sich, dass die Bewertung von Erfolg oder Misserfolg des eigenen Unternehmens maßgeblich davon abhängt, ob Werte der Branche und Mitbewerber für eigene Analysen darüber oder darunter liegen. Ein Plus von 3 % kann ziemlich schlecht sein, wenn der Mitbewerb +10 % macht, umgekehrt ein Minus von 3 % eine sehr gute Leistung bei einem schrumpfenden Markt. Der Trendmonitor zeigt die Entwicklung unmittelbar nach Eingabe der eigenen Daten an (siehe Grafik 1, WEBMARK Trendmonitor Report, Kapitel Veränderungsrate im Benchmark).

LERNEN UND AM BALL BLEIBEN

Klar hängt das Ergebnis vom Wetter und den Betriebstagen ab, aber deshalb gibt es ja auch Kennzahlen, die das Ergebnis pro Tag oder Ersteintritt messen. Kennen Sie Ihre Ersteintritte pro Betriebstag in den letzten Jahren – und wie die Entwicklung im Vergleich zur Branche liegt? Und wie steht es eigentlich um Ihren



durchgesetzten Preis im Vergleich zum Mitbewerb. Auch das ist leicht gemacht, wie in der Grafik 2, WEBMARK Trendmonitor Report, Kapitel Preisdurchsetzung im Benchmark ersichtlich ist.

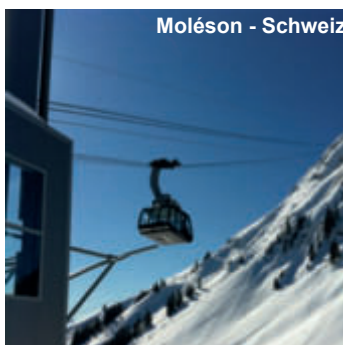
Nur mit diesen Benchmarks kann man verlässlich beurteilen, ob der eigene Weg erfolgreich ist oder nicht. Und Lernen hat schließlich noch keinem geschadet. Denn selbst lang erfolgreiche Wege und Strategien können veralten, denn auch das Gästeverhalten ändert sich. Bleiben Sie am Puls der Zeit!

Klaus Grabler



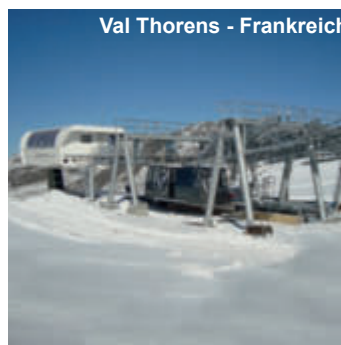
Crans Montana - Schweiz

Pendelbahnen
Kuppelbare Systeme
(Sesselbahnen, Gondelbahnen)



Moléson - Schweiz

Gruppenbahnen
Skilifte
Schrägaufzüge



Val Thorens - Frankreich

Spezialbahnen
Fixe Systeme
(Sesselbahnen, Gondelbahnen)



Serre Chevalier - Frankreich

50 Jahre BMF Seilbahnen:
Bartholet Maschinenbau AG,
Seilbahnen Flums, plant, realisiert, installiert und wartet Seil- und Spezialbahnen aller Art, und dies weltweit.

Setzen auch Sie auf unsere 50 Jahre Schweizer Know-how, CE-Konformität und Zuverlässigkeit!



Les Arcs - Frankreich

Bartholet Maschinenbau AG
Lochriet
CH-8890 Flums
Schweiz

tel +41-81 720 10 60
fax +41-81 720 10 61
admin@bmf-ag.ch
www.bmf-ag.ch

Zertifiziert nach ISO 9001