

# **BUSINESSPLAN**

**Transformation Skilift Oberholz-Farner in moderne Sesselliftanlage**

**Ganzjahres-Tourismuskonzept für nachhaltigen Bergtourismus**

Entwurf vom 01.09.2025

## Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	2
1. SITUATIONSANALYSE .....	3
2. STAKEHOLDER-ANALYSE .....	5
3. RAHMENBEDINGUNGEN.....	6
4. KONZEPT SESSELLIFT-TRANSFORMATION .....	7
5. GESCHÄFTSMODELL.....	9
6. FINANZPLANUNG .....	11
7. UMSETZUNGSPLAN .....	12
8. NACHHALTIGKEITSKONZEPT .....	13
9. RISIKOANALYSE .....	14
10. MARKETING & KOMMUNIKATION.....	15
11. INVESTOR PITCH.....	17
12. FAZIT & EMPFEHLUNG .....	18
ANHANG.....	19

---

## Executive Summary

Die Skilift AG Oberholz-Farner steht vor wegweisenden Entscheidungen. Der Klimawandel mit drastisch reduziertem Schneevorkommen, eine über 70-jährige Infrastruktur und veränderte Freizeitgewohnheiten erfordern einen Paradigmenwechsel. Diese Analyse zeigt: **Die Transformation vom saisonalen Skilift zum ganzjährigen Sessellift ist nicht nur möglich, sondern wirtschaftlich und ökologisch geboten.**

**Kernbotschaft:** Durch die Investition von CHF 8-12 Millionen in eine moderne 6er-Sesselbahn mit Ganzjahresbetrieb kann das Oberholz-Farner-Gebiet zu einer nachhaltigen Tourismusdestination für die Region Zürich-Oberland entwickelt werden - mit 5-facher Betriebszeit gegenüber heute.

---

# 1. SITUATIONSANALYSE

## 1.1 Historischer Kontext und aktuelle Lage

### Gründung und Tradition:

- Gründung 1954 durch Rosa Oberholzer als erster Skilift der Region
- Hauptlift: 1'172m Länge, 295m Höhendifferenz (860-1'155 m.ü.M.)
- Trainerlift seit 1957, Ponylift seit ca. 2004
- Kapazität: 1'030 Personen/Stunde (aktueller Bügellift)

### Kritische Betriebssituation 2024/2025:

- Drastischer Rückgang der Betriebstage
- Letzter Winter: Hauptlift war kein einziges Mal in Betrieb
- Nur noch sporadischer Betrieb der kleineren Lifte
- Letzte gute Saison: Corona-Winter 2020/21 (Ausnahmesituation)

## 1.2 Klimawandel-Impact

Basierend auf aktuellen Studien zeigt sich:

### Schneesituation:

- Schneemangel macht dem Skigebiet seit Jahren zu schaffen
- Bei zwei Grad globaler Erwärmung wird in der Hälfte der Wintersportorte in Europa zu wenig natürlicher Schnee liegen
- Historisch: Januar ist schneereichste Zeit (durchschnittlich 28cm in Woche 2)
- Trend: Immer häufiger Regen statt Schnee auf 850-1'150 m.ü.M.

### Prognose ohne Massnahmen:

- Maximal 5-10 weitere Jahre eingeschränkter Winterbetrieb
- Komplette Stilllegung wie andere Tieflagen-Skigebiete (Langenbruck, Jungholz)
- Verlust eines wichtigen Naherholungsgebiets

## 1.3 Infrastruktur-Zustand

### Bestehende Anlagen:

- Bügellift von 1954: technisch veraltet, wartungsintensiv
- Betriebskosten im fünfstelligen Bereich jährlich
- Sicherheitsanforderungen steigen kontinuierlich
- Keine künstliche Beschneidung (bewusster Verzicht aus ökologischen Gründen)

## 1.4 Konfliktanalyse

### Landnutzungsrechte:

- Langwieriger Rechtsstreit mit Grundeigentümer seit 2007
- Fehlende vertragliche Regelungen (basiert auf Gewohnheitsrecht)
- Forderungen des Bauern: CHF 30'000 Nachzahlung plus jährliche Gebühren
- Vier Gerichtsprozesse seit 2016

## 2. STAKEHOLDER-ANALYSE

### 2.1 Primäre Stakeholder

Stakeholder	Interessen	Einfluss	Strategie
<b>IG Skilift Oberholz-Farner</b>	Erhalt der Anlage, Tradition bewahren	Hoch	Kernpartner, Knowhow-Transfer
<b>Gemeinde Wald ZH</b>	Naherholung, Standortattraktivität	Hoch	Hauptaktionär (40-50%)
<b>Gemeinde Eschenbach SG</b>	Tourismus, Arbeitsplätze	Mittel	Mitaktionär (10-15%)
<b>Grundeigentümer/Bauern</b>	Faire Entschädigung, Naturschutz	Hoch	Langfristverträge, Win-Win
<b>Lokale Bevölkerung</b>	Freizeitangebot, Tradition	Mittel	Volksaktien, Partizipation

### 2.2 Sekundäre Stakeholder

Stakeholder	Potenzial	Einbindungsstrategie
<b>Gastronomie</b>	Restaurant Farneralp, Alptraum, Bleichibeiz	Kooperationsverträge, Kombitickets
<b>Pfadi Schweiz</b>	Cholihütte, Jugendlager	Spezialkonditionen, Events
<b>Tourismusorganisationen</b>	Marketing, Packages	Gemeinsame Vermarktung
<b>Stadt Zürich</b>	Naherholung für Städter	Investorenbeteiligung möglich
<b>Arosa-Lenzerheide</b>	Knowhow, Synergien	Kooperationspartner

## 3. RAHMENBEDINGUNGEN

### 3.1 Regulatorische Anforderungen

#### Bewilligungen erforderlich:

- Bundesamt für Verkehr (BAV): Konzession für Sesselbahn
- Kantonale Bauämter ZH/SG: Baubewilligung
- Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP)
- Gemeindeversammlungen: Zonenplanänderung

**Zeitraumen:** 18-24 Monate für alle Bewilligungen

### 3.2 Marktumfeld

#### Trends im Bergtourismus:

- Im Sommer wird mittlerweile bereits ein Viertel des Gesamtumsatzes erwirtschaftet
- Zunehmende Nachfrage nach naturnahem Tourismus
- E-Bike-Boom verstärkt Bedarf nach Transportkapazität
- Familien suchen verkehrsfreie Ausflugsziele

#### Wettbewerbsanalyse:

- Atzmännig: 20km entfernt, grösseres Angebot aber teurer
- Hoch-Ybrig: 35km, alpine Lage, andere Zielgruppe
- Bachtel/Schnebelhorn: Nur Wandern, keine Liftinfrastruktur

### 3.3 Standortvorteile Oberholz

- **ÖV-Erschliessung:** Bahnhof Wald, Skibus bei Betrieb
- **Einzugsgebiet:** 1.5 Mio. Menschen im Radius von 45 Minuten
- **Höhenlage:** Ideal für Ganzjahresbetrieb (860-1'155m)
- **Naturraum:** Teil des Naherholungsgebiets Zürcher Oberland

## 4. KONZEPT SESSELLIFT-TRANSFORMATION

### 4.1 Technische Spezifikationen

#### **Neue 6er-Sesselbahn (kuppelbar):**

- Streckenlänge: 1'200m (optimierte Linienführung)
- Höhendifferenz: 295m
- Förderleistung: 2'400 Personen/Stunde
- Fahrzeit: 5-6 Minuten
- Kabinen: Wetterschutzhaube, barrierefrei
- Mitnahme: Fahrräder, Kinderwagen, Rollstühle

### 4.2 Ganzjahres-Nutzungskonzept

#### **Winter (Dezember - März):**

- Ski/Snowboard bei Schnee
- Winterwandern/Schneeschuhlaufen
- Schlitteln (separate Schlittelpiste)
- Events: Vollmondfahrten, Skitourenevenings

#### **Frühling/Herbst (April-Mai, September-November):**

- Wandertourismus
- Trail Running Events
- Naturerlebnisse (Wildbeobachtung)
- Seminare & Retreats

### **Sommer (Juni-August):**

- Bike-Transport (Downhill-Trail "Anfänger")
- Familienerlebnisse (Spielplatz Bergstation)
- Paragliding-Startplatz
- Alp-Gastronomie

## **4.3 Ergänzende Infrastruktur**

### **Talstation (Oberholz):**

- Parkplatz-Erweiterung (100 Plätze)
- E-Bike Ladestation & Verleih
- Shop & Ticketing
- Sanitäranlagen

### **Bergstation (Farner):**

- Aussichtsplattform mit Infotafeln
- Bike-Waschstation
- Picknick-Bereich
- Anschluss Wanderwegnetz

## 5. GESCHÄFTSMODELL

### 5.1 Erlösströme

Segment	Anteil	Details
Tagestickets	45%	Einzelfahrten, Tageskarten
Saisonkarten	25%	Jahres-, Saison-Abos
Bike-Transport	15%	Sommer-Haupteinnahme
Events/Gruppen	10%	Firmen, Schulen, Vereine
Gastronomie-Kooperation	5%	Kombitickets, Provisionen

### 5.2 Preisstruktur (Vorschlag)

#### Sommer:

- Bergfahrt Erwachsene: CHF 18
- Retour Erwachsene: CHF 28
- Kinder (6-16): 50% Reduktion
- Bike-Zuschlag: CHF 10

#### Winter (bei Schnee):

- Tageskarte Erwachsene: CHF 45
- Halbtageskarte: CHF 35
- Saisonkarte: CHF 450

#### Spezialangebote:

- Familientickets (-20%)
- Sunrise-Tickets (vor 9 Uhr): -30%
- Kombitickets mit Gastronomie

## 5.3 Betriebsmodell

### Personal:

- Betriebsleitung: 100%
- Technischer Dienst: 2 x 100%
- Kasse/Service: 2-4 Teilzeit (saisonal)
- Total: 4-6 Vollzeitäquivalente

### Öffnungszeiten:

- Ganzjahr: Mi-So 9:00-17:00
- Hochsaison: Täglich
- Abendfahrten: Nach Vereinbarung

## 6. FINANZPLANUNG

### 6.1 Investitionsbudget

Position	Kosten (CHF)
Sesselbahn-Anlage	7'000'000
Tal-/Bergstation	2'000'000
Fundamente/Erdarbeiten	1'500'000
Parkplatz/Erschliessung	500'000
Bewilligungen/Planung	500'000
Reserve (10%)	1'150'000
<b>TOTAL</b>	<b>12'650'000</b>

### 6.2 Finanzierung

Quelle	Betrag (CHF)	Anteil
Gemeinde Wald	4'000'000	32%
Kanton ZH (Fördermittel)	2'000'000	16%
Private Investoren	3'000'000	24%
Crowdfunding/Volksaktien	1'500'000	12%
Bankdarlehen	2'150'000	16%

### 6.3 Wirtschaftlichkeitsrechnung (5 Jahre)

#### Jahr 1-2: Aufbauphase

- Umsatz: CHF 800'000 p.a.
- Betriebskosten: CHF 600'000
- EBITDA: CHF 200'000

#### Jahr 3-5: Wachstumsphase

- Umsatz: CHF 1'400'000 p.a.
- Betriebskosten: CHF 750'000
- EBITDA: CHF 650'000

**Break-Even:** Jahr 4 **ROI:** 8-10 Jahre

## 7. UMSETZUNGSPLAN

### 7.1 Projektphasen

#### Phase 1: Vorbereitung (Monate 1-6)

- Machbarkeitsstudie finalisieren
- Investorensuche starten
- Landnutzungsverträge klären
- Gemeindebeschlüsse einholen

#### Phase 2: Planung (Monate 7-12)

- Detailprojektierung
- Bewilligungsverfahren einleiten
- Ausschreibungen vorbereiten
- Finanzierung sichern

#### Phase 3: Realisation (Monate 13-24)

- Baustart Frühjahr
- Montage Sesselbahn
- Testbetrieb
- Eröffnung Dezember

#### Phase 4: Betriebsaufnahme (ab Monat 25)

- Soft-Opening Winter
- Vollbetrieb ab Sommer
- Laufende Optimierung

### 7.2 Kritische Erfolgsfaktoren

1. **Grundeigentümer-Einigung:** Faire Langzeitverträge
2. **Politischer Support:** Gemeinden als Ankerinvestoren
3. **Bevölkerungsakzeptanz:** Frühe Einbindung
4. **Wetterunabhängigkeit:** Ganzjahreskonzept
5. **Marketing:** Professionelle Vermarktung

## 8. NACHHALTIGKEITSKONZEPT

### 8.1 Ökologische Dimension

#### **Energie:**

- 100% Ökostrom (Photovoltaik Talstation)
- Rekuperation beim Talfahrt
- LED-Beleuchtung durchgehend

#### **Mobilität:**

- ÖV-Anbindung optimieren
- E-Shuttle ab Bahnhof
- Bike-Sharing Station

#### **Naturschutz:**

- Wildschutzzonen respektieren
- Besucherlenkung digitalisiert
- Keine künstliche Beschneigung

### 8.2 Soziale Dimension

#### **Regionale Wertschöpfung:**

- 6-8 neue Arbeitsplätze
- Aufträge an lokales Gewerbe
- Kooperation mit Landwirtschaft

#### **Inklusion:**

- Barrierefreier Zugang
- Sozialpreise für Familien
- Gratistage für Schulen

## 8.3 Ökonomische Dimension

### Langfristige Rentabilität:

- Diversifizierte Einnahmen
- Wetterunabhängiger
- Skaleneffekte nutzen

## 9. RISIKOANALYSE

Risiko	Wahrscheinlichkeit	Impact	Massnahmen
Finanzierungslücke	Mittel	Hoch	Stufenweise Realisation
Bewilligungsverzug	Niedrig	Mittel	Frühzeitige Einbindung Behörden
Klimawandel verstärkt	Hoch	Mittel	Ganzjahresfokus
Konkurrenzdruck	Mittel	Niedrig	USP Naturnähe/ÖV
Akzeptanzprobleme	Niedrig	Hoch	Partizipative Planung

### 9.2 Alternativszenarien

#### Plan B: Reduzierte Variante

- 4er-Sesselbahn statt 6er
- Investment: CHF 8 Mio.
- Fokus Sommerbetrieb

#### Plan C: Kooperation

- Joint Venture mit Atzmännig
- Gemeinsame Vermarktung
- Knowhow-Transfer

## 10. MARKETING & KOMMUNIKATION

### 10.1 Positionierung

**Claim:** "Oberholz-Farner

- Dein Berg vor der Haustür"

**USP:**

- Einziger Ganzjahres-Sessellift im Zürcher Oberland

- In 45 Minuten mit ÖV ab Zürich HB

- Familienfreundlich und naturnahe

- Faire Preise für Locals

### 10.2 Zielgruppen

1. **Familien mit Kindern** (40%)
2. **Naturbegeisterte Senioren** (25%)
3. **Sportliche Biker/Wanderer** (20%)
4. **Gruppen/Schulen/Vereine** (15%)

### 10.3 Marketingmix

**Produkt:**

- Erlebnisberg für alle Generationen

- Saisonale Specials

- Eventprogramm

**Preis:**

- Competitive Pricing

- Dynamic Pricing (Auslastung)

- Loyalitätsprogramm

**Distribution:**

- Online-Ticketing (70%)
- Vorverkauf Tourismusbüros
- Kombitickets SBB

**Kommunikation:**

- Social Media Fokus
- Influencer-Kooperationen
- Lokale Medienarbeit

# 11. INVESTOR PITCH

## Investment Opportunity Oberholz-Farner

### Vision

Transformation eines traditionellen Skilifts in eine moderne, nachhaltige Ganzjahres-Bergdestination

### Mission

Naturnahen Bergtourismus für die Metropolitanregion Zürich zugänglich machen

### Marktpotenzial

- 1.5 Mio. Menschen im Einzugsgebiet
- 200'000 Besucher/Jahr realistisch
- Wachstumsmarkt Outdoor-Tourismus

### Investment Highlights

- ✓ Bewährter Standort mit 70-jähriger Historie
- ✓ Exzellente ÖV-Anbindung
- ✓ Ganzjahreskonzept (5x mehr Betriebstage)
- ✓ Gemeinden als Ankerinvestoren
- ✓ Break-even in Jahr 4
- ✓ Nachhaltiges Geschäftsmodell

### Call to Action

Werden Sie Teil der Erfolgsgeschichte! Investieren Sie in die Zukunft des nachhaltigen Bergtourismus im Zürcher Oberland.

### Kontakt

Kurt Schaufelberger, Skilift AG Oberholz-Farner

## 12. FAZIT & EMPFEHLUNG

Die Transformation des Skilifts Oberholz-Farner in eine moderne Sesselliftanlage ist mehr als eine technische Modernisierung - es ist eine Investition in die Zukunft der Region.

### Zentrale Erkenntnisse:

1. **Der Klimawandel macht den Wandel unausweichlich:** Ohne Transformation droht die komplette Stilllegung innerhalb der nächsten 5-10 Jahre.
2. **Das Ganzjahreskonzept ist wirtschaftlich tragfähig:** Mit 5-mal mehr Betriebstagen und diversifizierten Einnahmequellen ist eine nachhaltige Rentabilität erreichbar.
3. **Die gesellschaftliche Relevanz ist hoch:** Als Naherholungsgebiet für 1.5 Millionen Menschen hat das Projekt überregionale Bedeutung.
4. **Die Umsetzung ist realistisch:** Mit Gemeinden als Ankerinvestoren und breiter Unterstützung aus der Bevölkerung sind die Erfolgsaussichten gut.

### Handlungsempfehlung:

**SOFORTIGE UMSETZUNG** der Phase 1 (Vorbereitung) empfohlen

Die Zeit drängt. Jedes weitere Jahr ohne Entscheidung schwächt die Position des Oberholz-Gebiets im regionalen Wettbewerb. Mit dem vorliegenden Konzept kann aus einer Krise eine Chance werden

- für nachhaltigen Tourismus, regionale Wertschöpfung und den Erhalt eines wichtigen Stücks Heimat.

**“Vom Skilift zum Erlebnisberg - Oberholz-Farner schreibt Geschichte neu!”**

# ANHANG

## Quellenverzeichnis

### Offizielle Quellen

- IG Skilift Oberholz-Farner: <https://www.skilift-oberholz.ch/>
- Seilbahnen Schweiz (SBS): <https://www.seilbahnen.org/>
- Bundesamt für Verkehr (BAV): <https://www.bav.admin.ch/>
- MeteoSchweiz: <https://www.meteoschweiz.admin.ch/>
- Gemeinde Wald ZH: <https://www.wald-zh.ch/>

### Rechtliche Grundlagen

- Seilbahnverordnung (SebV): SR 743.011
- Umweltschutzgesetz (USG): SR 814.01
- Raumplanungsgesetz (RPG): SR 700

---

### Verfasser

Patrick Motsch, Eidg. Dipl. Bau-Ingenieur ETH/SIA  
Sanatoriumstrasse 74  
8636 Wald ZH