

Marketingkonzept Chelenalphütte

Ausgangslage:

Die Chelenalphütte wird seit 2023 von einem neuen Hüttenwartsteam betrieben. Zugleich sind Pläne für einen Umbau in Entstehung auf der Basis eines GV-Beschlusses aus dem Jahr 2022, Unterhaltsarbeiten bei der Wasserversorgung und Energieversorgung sind im Gang, eine Lawinenverbauung wird angestrebt, die Sektion erarbeitet ein Nachhaltigkeitskonzept sowie ein Kommunikationskonzept.

In diesem Marketingkonzept werden in Absprache mit den Akteuren der oben genannten Vorhaben die Zielgruppen und Erfolgsziele der Hütte definiert und Kriterien für den Betrieb sowie die Kommunikation mit den Zielgruppen festgelegt.

Hüttenstrategie gemäss GV-Beschluss 2022:

Die Hüttenstrategie des SAC Aarau bildet den verbindlichen Rahmen für Bau, Unterhalt und Betrieb der Hütten des SAC Aarau. Sie umfasst die folgenden Ziele:

Primäre Ziele:

- Der heutige Charakter und die Bausubstanz der Chelenalphütte als traditionelle, einfache Gebirgsunterkunft in der Form des Baus von 1926 sollen erhalten bleiben.
- Die Sicherheit für die Gäste und das Hüttenpersonal ist jederzeit zu gewährleisten, insbesondere der Brand- und Lawinenschutz. Zwingende behördliche Auflagen sind einzuhalten.
- Die Finanzierung der Hütten ist nachhaltig. Dies heisst, dass ein substanzielles Clubvermögen erhalten bleiben muss und dass weder Bauprojekte noch der Betrieb (ganz oder teilweise) mit Fremdkapital finanziert werden dürfen.

Weitere Ziele:

- Wir fördern einen sanften, ökologisch vertretbaren Tourismus im Einklang mit der sensitiven Landschaft des Chelenalptals.
 - Die Chelenalphütte bildet einen Stützpunkt für anspruchsvolle Wanderungen in der Region.
- Diese Strategie wurde mit 34 Ja- und 7 Neinstimmen angenommen. 10 Mitglieder haben sich ihrer Stimme enthalten.

Bestandesaufnahme Chelenalphütte

Hierzu wird verwiesen auf das Dok: Chelenalp_Bestandesaufnahme_20190724.pdf



Chelenalp_Bestandesaufnahme_20190724.pdf

Diese Dokumente haben (unter anderen) dem Architekten Helligmann als Basis für die Variantenstudien gedient.

Situationsanalyse 2023 Hütte:

Die Chelenalphütte ist eine Berghütte vom Typ 2 (vgl.: Definiton_von_Hüttentypen.pdf (sac-cas.ch) mit Nuancen zum Typ3.

Heutiges Angebot Verpflegung: Einfaches Menu, 3 Gang, oft Vegi, inkl. Tourentee 1l, Bier im Offenausschank, gesprudelter Wasser von Hand gefiltert (ab Sommer 2024 mit eingebautem Wasserfilter). Diverse Sirup-Aromen im Angebot. Ziel ist möglichst wenig Pet- und Aluabfall zu produzieren.

Übernachtungszahlen 2023 total: 2264 (2022: 2648), Eröffnung Sommersaison: 16.06.2023, Saisonende: 16.10.2023, Öffnungstage Winter (Feb-Apr) 27, Total Öffnungstage 141. An 16 Tagen waren 30 und mehr Gäste in der Hütte.

Auslastung Wochenenden: Samstag ist der umsatzstärkste Tag, gefolgt von Freitag und Sonntag. Auslastung Wochentage: Bei den anderen Wochentagen hätte es Wachstumspotential. Bei den Monaten ist Juli mit Abstand der stärkste, gefolgt von August und September und einem schwächeren Juni.

Aktuelle Situation der Schlafmöglichkeiten:

Plätze Sommer: Angebot aktuell 42 (30 wegen fehlendem Brandschutz Dachstock) von Total 56 (vgl. unten).

Plätze Winter bewartet: aktuell 30

Plätze Winter unbewartet: aktuell 14

Aufteilung der Schlafplätze:

Hüttenwartszimmer; 20 Plätze unter dem Dach mit 60er Matratzen, 2x6er Zimmer mit 80er Matratzen im OG, 10er Zimmer mit 60er Matratzen im OG, Winterraum 14 Plätze mit 60er Matratzen. Total 56, wird aber nicht angestrebt, sondern eine max. Belegung von 42 Gästen. Probleme: Sicherheit im Dachstock ist kritisch aufgrund des unsicheren Fluchtweges und die Geruchimmissionen im Winterraum sind zum Teil nicht zumutbar.

Preise 2024:

Übernachtungstaxe Mitglieder inkl. Kurtaxe Fr. 75.00

Übernachtungstaxe nicht Mitglieder inkl. Kurtaxe Fr. 89.00

Umsatz 2023: 214'070.- /

Umsatz pro Übernachtungsgast: 94.55

Die Jahresrechnung 2023 für die Hütte ergab bei CHF 73'900.-- Einnahmen und CHF 73'752.-- Ausgaben ein leichtes Plus von CHF 148.--. Wie bereits im 2022 wurden bereits für das Umbauprojekt Vorfinanzierungen geleistet. Die Aufgewendeten Ressourcen für Frondienst der Sektion lagen leicht über dem Durchschnitt der Vorjahre aufgrund des Ersatzes von Batterien und Instandstellung der Wasserversorgung.

Gätestruktur 2023:

- Winterraum unbewartet wurde kaum benützt
- Die Hütte liegt an der «Urner haute route» und bietet sich im Winter / Frühjahr für Skitouren an, wobei die Lawinensituation im ganzen Tal der entscheidende Faktor ist, von den vielen haute route-AlpinistInnen kommen rund die Hälfte aus andern Ländern. Darunter waren viele Alpenschulen und Bergführer mit Gästen.

- Im Sommer kommen die Übernachtungsgäste mehrheitlich aus der Schweiz, ca. 1/3 AlpinistInnen. Wenig Familien mit Kindern, obwohl ein Familienangebot besteht. Ca 1/10 Alpenschulen. 1 SAC Kurs, JO Aarau Kletterlager und Routenpflege. Kletterer sind auch darunter, wobei das Gebiet durchaus als anspruchsvoll zu bezeichnen ist. Einige Gäste besteigen mit und ohne Bergführer das Sustenhorn, seltener das Gwächtenhorn oder das Chelentalphorn. Generell ist nur mit wenigen Tagesgästen zu rechnen, Tagesgäste mit Kindern sind Ausnahmen und je nach Wetter und Ferienzeit. Die Gäste kommen im Sommer wegen Wanderungen und Bergerlebnissen, insbesondere der Panoramaweg und die Rundwanderwege werden als beliebte Wanderrouten erlebt.

Art der Vermarktung:

- Werbung auf der Webseite Chelentalphütte
- SAC Hütten-Portal
- Andermatt-Tourismus
- Urner Hüttenwanderweg
- 5 Hüttentour
- Bergwelten
- Wasserwelten
- Tourismus Göschenalp
- Instagram

Kooperationen:

5 Hüttentour, Urner Alpenkranz (vgl. www.alpenkranz.ch)

Art der Hüttenversorgung:

- Heli: Baumaterial und Brennstoff durch Militär, meist ein Versorgungstag, wenn Baumaterial dann mehrere
- Heli: 4 Versorgungsflüge (ganzes Jahr). Eine Koordination mit anderen Hütten findet, wenn immer möglich statt.
- Hüttentrage (Gäste tragen Verpflegung von der Göschenalp zur Hütte), Frischgemüse, und Früchte bis zu einer Tonne
- Salat aus dem Hüttengarten

Verbesserungen im 2023:

- WC Gestank eingedämmt
- Winterraum als Vorratsraum genutzt
- Winterraum Geruchsemissionen verbessert
- Laufendes Wasser (Brunnen) im Winter, ab Mitte März Wasser im Parterre
- Dachkanel geflickt und Westseite neue Rinne montiert, mit Abfluss ins Handbrünneli beim Eingang Süd: Keine Rutschgefahr mehr. Evtl. Wassereinbruch innen eingedämmt
- Notausstieg Dachstock via Aluleiter, nur für sehr schlanke und mutige und gelenkige Personen
- Waschmaschine geflickt
- Abwaschmaschine geflickt
- Ersatzbatterien (Solar) für den Winterbetrieb organisiert
- Neue Terrassentische
- Garten mit Kompost
- Wasserfassung Projekt 1. Phase
- Neue Feuermelder
- Wasseraufbereitung mit Filter, ein Wasserhahn in der Küche bietet Trinkwasser
- Wasserfassung nach oben verlängert

Aussagen zur Nachhaltigkeit:

Die Anreise der Gäste verursacht bei weitem den grössten CO₂ -Ausstoss der Hütte, rund 2/3. Vom restlichen Drittel sind Hüttenversorgung und Verpflegung für rund 3/4 verantwortlich. Die Hütte (ohne Anreise der Gäste) verantwortet rund 16 % der Emissionen der Sektion Aarau. Emissionen 2021 der Sektion und der Hütte: rund **48 000 tCO₂eq**, (Sektion: 40 207; Hütte: ca. 7 800 (ohne Anreise der Gäste)).

Vgl. Abb. 5 aus der Klimastrategie Hütte SAC Aarau.

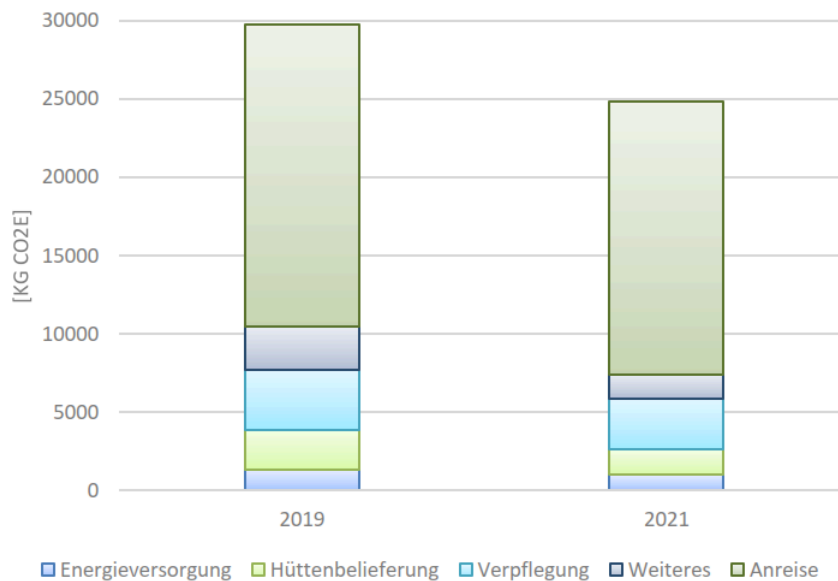


Abbildung 5: Gesamtübersicht für die Bilanzierungsjahre 2019 und 2021 inklusive Anreise der Gäste

Aussagen zur Wasser- und Energieversorgung:

Ein Gast benötigt rund 15 lt Wasser pro Tag, ohne Kochen, Abwaschen usw. Wenn dies und auch das Trinkwasser gezählt werden, sind es rund 20 lt. Bei einer durchschnittlichen Belegung von rund 16 Gästen pro Tag (2264 Gäste / 141 Tage) werden 320 lt Wasser benötigt. Plus Hüttencrew und Waschen usw. 500 lt. Es sollte immer ein Wasservorrat von 10 Tagen vorrätig sein. Der Gletscher wird sich in den nächsten Jahren nochmals massiv zurückziehen, es ist absehbar, dass in 10-15 Jahren kein Gletscherwasser mehr zur Verfügung steht. Deshalb sind im Einzugsgebiet unseres Hüttenbachs Massnahmen zur Wasserspeicherung unumgänglich (vgl. Dok: Strukturanpassungen Chelrenalpütte SAC Beurteilung Abwasserentsorgung und Trinkwasserversorgung, von CSD Ingenieure 2021).

Die Hauptenergieversorgung der Hütte erfolgt durch eine Turbine angetrieben durch Bachwasser. Wenn das Wasser ausbleibt, ist auch die Energieversorgung nicht mehr gesichert.

SWOT-Analyse Chelrenalpütte:

- **Stärken (auf Hütte bezogen):** klares Angebot und klare Preise, gutes Team, Klettergärten, liegt an der Urner haute route, Alpenschulen als regelmässige Gäste, Charme der Hütte, klare Angaben zur Hüttengrösse: Maximale Belegung 42.
- **Schwächen (auf Hütte Bezogen):** veraltete Infrastruktur und Sicherheit, grosse Investitionen stehen an: Wasser dringt ein, Komplette Sanierung der Geruchsimmissionen aus Wintertoilette, Wasserversorgung auf Dauer nicht sicher gestellt, wenig Fotovoltaik, Heli Landeplatz zu klein, Flachdach undicht, Übergang Anbau- Altbau auch bei Lagerraum undicht, Rückwand Lagerraum und Winterraum undicht, Abwasserentsorgung muss saniert werden, Kühlung Vorratsraum auf max. 4 Grad C sicherstellen, Trocknungsmöglichkeit für Kleider sowie Schuhe und Felle sicherstellen. Raum schaffen für Seile, Skiraum Sommer wie Winter, Aufbewahrung Rucksäcke nie im Schlafbereich, nur unten bei Eingang, Platz für 42 Rucksäcke, Pickelhalterungen, Holzofen in Gaststube anbieten, variable Nutzung des Bergführerstüblis prüfen (Essen, Vorbereitung, Getränke, Lager, JO-Stübli usw.), abgetrennte Schlafplätze (2) für Hüttengehilfen schaffen.
- **Chancen (auf Umwelt bezogen):** Naturparadies, Ruhe, Tier- und Pflanzenwelt, Klettergebiet, Bergführer/Alpenschulen stärken, JO stärken, Nachhaltigkeit, Einfachheit, Urner haute route stärken, Juni und August/September verstärken, Wochentage verstärken, Rundweg, Partnerhütten, Kooperation und Tourismusverein Göschenen

- **Gefahren (auf Umwelt bezogen):** Umweltgefahren wie Lawinen, Erdbeben, Muren usw., Veränderung im Umfeld (Team Hütte, Hüko usw.), Wassersituation langfristig und damit Energieversorgung, Rückgang Gletscherwelt, anspruchsvolle Wege, im Winter grosse Abhängigkeit von Wetter- und Schneesituation

(Hinweis: Die in der Rubrik «Schwächen» aufgeführten Themen sind bei der Planung des aktuellen Umbaus eingeflossen.)

Marketingstrategie

- **Charakter der Hütte:** Der bestehende Charakter der einfachen, traditionellen Bergehütte wird auch nach dem Umbau beibehalten. Besonders das Ambiente des Gastraums mit dem Bergführerstübli strahlen Wärme und Behaglichkeit aus. Die Gäste sollen sich in einer anderen Zeit wägen. Das Bergführerstübli kann durchaus disponibel nutzbar sein, mal als Essstube, mal als Vorbereitungsraum für das Hüttenwartsteam oder sogar als Notschlafplatz (Optimierungspotenzial). Die Gäste werden von den Hüttenwarten, allenfalls verstärkt von Hüttengehilfen mit einem einfachen aber guten Angebot verwöhnt.
- **Nachhaltigkeit auf das Klima bezogen:** CO₂ Kompensation bei Swissheli ab 2024 erfolgt durch die Hüttenwarte. Die Wasserversorgung ist langfristig sichergestellt, ebenso die Energieversorgung. Es wird angestrebt, dass Gäste vermehrt länger als eine Nacht bleiben, dies verringert die CO₂ Emissionen. Ernährung ist biologisch und regional angebaut und fast ausschliesslich vegetarisch. Die Versorgung der Hütte erfolgt mit wenigen Helikopterflügen, die Hüttentrage wird ausgebaut.
Ideen aus der Klimastrategie:
 - Koordination der Flüge mit anderen Hütten optimieren
 - Lagerraum (Hüttenumbau) und zusätzlicher Tiefkühler → weitere Reduktion der Flüge durch Optimierung und mehr Hüttentrage
 - Hüttentrage als Event organisieren am Anfang der Saison (in Kombination mit dem Abschönen oder Hüttenwegsanierung)
 - Attraktives Kombiangebot bei der Anreise mit dem ÖV, z.B. Rabatt oder Abo mit Gutschein
 - Gruppen- und Mehrtagesangebote stärken
- **Kunden:** Die Gästeanzahl ist insgesamt moderat an den Wochentagen zu steigern, bei den Monaten ist Juni stark, August und September leicht zu steigern. Der Winter ist stark abhängig von der Schnee- und Wittersituation. Im Sommer insgesamt ist anzustreben, dass Gäste vermehrt unter der Woche in die Hütte kommen, Potential besteht auch bei der Umsatzsteigerung pro Gast.
- **Zielgruppen (Winter und Sommer):** Besonders Gäste aus und mit Alpenschulen, Bergführern und in Kursen sind anzustreben mit dem Ziel unter der Woche die Auslastung zu steigern. Die eigene Sektion mit der JO soll vermehrt die Hütte aufsuchen. Work and Climb Lager.
- **Angebot und Erlebnis:** Das Angebot in der Hütte soll einfach aber gut sein, es wird keine Luxus-Berghütte angestrebt. Saisonale und lokale Produkte, aus biologischem Anbau. Gemütlichkeit sowie das Bergerlebnis mit Naturerfahrungen stehen im Vordergrund. Nahrungsangebot: 3 Komponenten, Suppe immer, Salat oder Dessert, meist vegetarisches Proteinmenu, a la Carte: Fleischplättli, Rösti, Älplermagronen usw. Alle Produkte kommen aus regionaler Produktion, sind frisch und saisonal, biologisch und meist aus Altdorf. Backwaren und Snacks ergänzen das Angebot. Es wird so gekocht, dass alle genug erhalten. Getränke: Tees und hausgemachte Sirups, ebenfalls biologisch, sehr wenige Süssgetränke, dafür eigenes Trinkwasser (gefiltert) still und laut, Wein offen und wenige Flaschen, und Bier offen. Möglichkeiten für Bergsport: die Klettergärten rund um die Hütte, sowie zum Beispiel die Hochtouren auf Susten- oder Gwächtenhorn, im Winter die Urner haute route.
- **Partner:** Zusammenarbeit mit anderen Hütten und Organisationen: Absprache bei Preisgestaltung, Routenbewerbung, Materialverleih.

Marketinginstrumente

Gemäss den Megatrends wird v. a. in Digitalisierung investiert. Es erfolgen keine weiteren allgemeinen

Marketing-Kommunikations-Massnahmen. Die Menschen, die sich in den Bergen bewegen, werden nicht weniger. **Es erfolgen nur gezielte Anstrengungen hinsichtlich der Zielgruppen Bergführer und Alpenschulen.**

Produkte: Winter: haute route, Sommer: Wanderungen, Hochtouren und Klettern

- Placement: Die bestehende Art der Vermarktung wird beibehalten (Werbung auf der Webseite Chelentalphütte, SAC Hütten-Portal, Andermatt-Tourismus, Urner Hüttenwanderweg, 5 Hüttentour, Urner Alpenkranz, Bergwelten, Wasserwelten, Tourismus Göschenalp, Instagram) zusätzliche werden die präferierten Zielgruppen direkt beworben. Dazu kommen die SAC-App und das Buchungsportal.
- Price: Basis Einfache Qualitätshütte und Nischenplayer, klare Preise Mit-/Nichtmitglieder, Rabatte können die Hüttenwarte bei längeren Aufenthalten von Gruppen (z. B. Schulen) bei Mehrfachübernachtungen gewähren. Preise bewegen sich im Band, das vom ZV vorgegeben wird.
- Budget: Die Aufteilung der Kosten für die Werbung erfolgt gemäss dem Pachtvertrag zwischen Sektion und Hüttenwart.

Freigegeben durch die HÜKO SAC-Aarau: 19.08.2024

Verdankt vom Vorstand SAC-Aarau: 20.08.2024