



Warteschlangen im Skibetrieb sollen der Vergangenheit angehören.

BILD: SN/LEICA GALERIE SALZBURG/KACPER KOWALSKI

Das Warten hat ein Ende

Online statt Warteschlange: Die klassische Liftkassa wird zunehmend vom digitalen Ticketverkauf abgelöst. Und der wird immer einfacher, wie die neue Plattform „Starjack“ zeigt.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

GRÖDIG, RANKWEIL. Wenn mehrere an einem Strang ziehen, ist man zusammen nicht nur stärker. Es kommt auch oft etwas Gescheites heraus. In diese Kategorie passt „Starjack“ ziemlich gut. Denn alles, was Skifahren bequemer macht, hat das Zeug zum Hit, etwa: „Nie wieder zur Liftkassa gehen und sich dort anstellen“, wie „Starjack“-Geschäftsführer und Skidata-Österreich-Geschäftsführer Franz Holzer erklärt. Und genau das sei das Ziel.

„Starjack“ ist – konzentriert ausgedrückt – ein neues Online-Verkaufsportal für Skitickets. Das wäre noch keine große Sensation. Beachtlich aber ist, dass sich hier bis dato 70 Skigebiete aus ganz Österreich zusammengefunden haben, um auf digitalem Weg ihre Tickets anzubieten und zu verkaufen. Noch beachtlicher ist, dass der Kunde für den Ticketkauf – egal für welches Gebiet – lediglich eine einzige Keycard braucht. Die persönliche „Starjack“-Card, die einmalig 4,90 Euro kostet, ist Skiticket und Online-Konto für den Einkauf in einem. Jahresgebühren für die Nutzung der Ticketplattform gebe es keine, betont Franz Holzer.

Zwei Jahre lang hat man „Starjack“ in der Skiregion Kitzbühel getestet. Freigeschaltet ist die Plattform nun seit vergangener November, derzeit zähle man bereits 2500 Kunden, darunter nicht nur Österreicher, sondern auch Gäste aus Großbritannien, den Niederlanden und Deutschland. „Das ist faszinie-

rend und zeigt, dass die Urlauber gut vorbereitet in ihre Ferien starten wollen“, sagt Holzer. Denn Zielgruppe von „Starjack“ seien „alle, die sonst an der Liftkassa stehen“. Also außer Saisonkartenbesitzer so gut wie jeder. So können Tageskarten genauso über „Starjack“ gebucht werden wie Mehrtages- oder Wochenkarten oder besondere Zuckerl wie Juniorkarten oder für einen Men's Day, wie es ihn zum Beispiel in Kitzbühel gibt. Und Fragen, die man sonst an der Liftkassa stellt, werden über einen Helpdesk online beantwortet.

„Mit ‚Starjack‘ haben wir das Online-Ticketing österreichweit stan-

ZUKUNFT WINTER SN-Schwerpunkt in Kooperation mit dem Netzwerk Winter

dardisiert“, sagt Skidata-Geschäftsführer Franz Holzer. Es gebe bereits Anfragen aus Norwegen, Italien und Finnland, um auch dort ähnliche Projekte umzusetzen. „Es gibt in vielen Ländern den Wunsch, die einzelnen Bergbahnbetriebe so zu vereinen, dass sie gemeinsam auftreten können.“

Skidata als Spezialist für Zutrittsysteme, der weltweit Skigebiete und Bergbahnen ausrüstet, ist an „Starjack“ beteiligt und liefert die technischen Leistungen. Mehrheitlich Eigentümer der Gesellschaft aber ist „Pool Alpin“, eine Einkaufsgemeinschaft für Seilbahnen und Liftbetriebe mit Sitz in Rankweil in Vorarlberg. Die zählt aktuell 160

Mitglieder. Bis zur Wintersaison 2017/18 sollen möglichst viele von ihnen ins „Starjack“-Boot einsteigen. Österreichweit gibt es rund 250 Skigebiete.

Der kanalisierte Skikartenverkauf soll aber nicht die einzige Innovation bleiben. Denn Möglichkeiten, „Starjack“ als Serviceplattform auszubauen, gebe es noch viele, sagt Geschäftsführer Franz Holzer. Ein Erweiterungstool für Buchungen im Skiverleih und in der Skischule ist geplant und soll noch heuer kommen. In Zukunft, so Holzer, könnte man mit der „Starjack“-Card nicht nur Skikarte, Ski und Skilehrer buchen, sondern gleich mit auch den Hotelaufenthalt. Netzwerk-Winter-Sprecher Franz Schenner denkt noch weiter in Richtung One-Stop-Shop: „Als Ziel muss der Gast auch den Flug mit dem ‚Starjack‘ buchen können.“

Die Dienstleistungsplattform dient aber nicht nur den Skiurlaubern und Tagesgästen. „Starjack“ sei für die Bergbahnen auch ein Nutzen, was die Sicherheit im Skigebiet betrifft, betont Franz Holzer. „Bisher war man als Tagesgast anonym im Skigebiet unterwegs, mit der personalisierten Keycard ist man als Stammkunde bekannt.“ Bei möglichen Unfällen etwa seien die Personalien abrufbar.

Den Zugang zum Stammgast können die Anbieter freilich auch anders nutzen, etwa um gezielt Neuigkeiten und Informationen zu verbreiten, wie zum Beispiel: „Es ist ein halber Meter feinsten Pulverschnee gefallen.“

Salzburg Super Ski Card: Preiserhöhung ließ Verkäufe leicht sinken

Mit einer Saisonkarte alle Skigebiete im Bundesland befahren, das ist das Erfolgsrezept der Salzburg Super Ski Card (SSSC). Rund 25.000 Stück wurden im vergangenen Winter verkauft. Mit heuriger Saison hat man das Angebot in Richtung Tirol erweitert und sich mit den Kitzbüheler Alpen zu einer „wilden Ehe“ zusammengenommen. Die Tiroler konnten damit das Angebot ihrer All-StarCard verdreifachen, für die Salzburger erhöhte sich das Angebot auf 2750 Pistenkilometer (plus 250 km). Zudem wurde der Saisonstart auf Mitte Oktober vorverlegt. Was allerdings nicht alle Kunden freute, war die Preiserhöhung, die mit der Erweiterung einherging.

Mit 680 Euro im Vorverkauf kostete die Salzburg Super Ski Card heuer für Erwachsene um 70 Euro mehr als bisher. Wie die ersten Zahlen nun zeigen, hat das einige abgeschreckt. Bis Ende Dezember 2016 seien in beiden Partnerregionen um rund 1800 Saisonkarten weniger verkauft worden als im Jahr zuvor, sagt SSSC-Vorsitzender Ferdinand Eder. In Summe hätten die Salzburger Skigebiete aber keine Kunden verloren, sondern es habe eine kleine Verschiebung hin zu günstigeren, lokaleren Produkten wie die Ski Amadé Card oder Ski Alpin Card gegeben. Gut angekommen sei der frühere Saisonstart für die Super Ski Card. Ein Drittel mehr Kunden als bisher hatten ihre Saisonkarte bereits bis Anfang November gekauft.



25 Skiregionen, zu haben mit nur einer Karte.

BILD: SN/SSSC