

Eisgala Davos contra Art on Ice in Davos: Der Entscheid der Davoser Touristiker für Art on Ice brüskiert den Initianten der Eisgala Davos, Georg Gasser

In der Ausgabe vom letzten Freitag hat auch die «Gipfel Zeitung» den Entscheid der Destinationsorganisation Davos Klosters (DDO) publiziert. In dieser Mitteilung verkündete DDO, dass mit Art on Ice ein neuer Partner für die Durchführung einer Eislauf-Show gefunden werden konnte. Georg Gasser, Initiant der Eisgala Davos, war ob dieser Mitteilung völlig brüskiert. Im folgenden Gespräch will er die tatsächlichen Fakten auf den Tisch legen:

Herr Gasser, warum sind Sie von der DDO-Nachricht brüskiert?

Georg Gasser: Es geht nicht um mich, um uns von der Eisgala oder um eine andere Show. Es geht um die Region Davos Klosters und um Graubünden. Davos Tourismus hat nach unserer Meinung gegen die Interessen der Region und nicht gegen uns entschieden. Jeder, der selber sein Geld verdienen muss, weiss, was das heisst.

Warum stehen Sie so stark hinter der Eisgala Davos?

Die Eisgala Davos ist etabliert und eine eigenständige Marke für die Region. Dieser Event hat auch die Eissportkompetenz des Wintersportortes widerspiegelt. Und die Wertschöpfung des 2-tägigen Anlasses war eindrücklich und stark zunehmend: Die Angebote in Verbindung mit Essen in verschiedenen Hotels und Restaurants haben sich in-

Die Stellungnahme von DDO

Nach den Vorwürfen von Georg Gasser gegen DDO versuchten wir, von Fredi Pargäzti oder von Reto Branschi eine Stellungnahme zu erhalten. Sie verwiesen auf das folgende Communiqué.

«Weil unsere langjährigen Partner Viva AG und Carré AG im März signalisierten, dass sie ihre Zusammenarbeit beenden wollen, haben wir mit beiden Gespräche über die Zukunft geführt. Nach der offiziellen Trennung konnten beide eine Offerte für eine Eisshow in Davos präsentieren. Wir haben uns für Art on Ice entschieden, weil sie die weltbesten Eislaufstars wie Jewgeni Pluschenko und Publikumslieblinge wie Sarah Meier und Stéphane Lambiel nach Davos bringen und als Tournee-Show breit und langfristig finanziert sind.»

nert der letzten Jahre fast verdreifacht, Übernachtungen haben gemäss Hoteliers spürbar zugenommen, TV-Präsenz der Region in der ganzen Welt, immer mit Davos im Namen. Bei Art on Ice wird Davos keine relevante Rolle spielen. Art on Ice verbindet jeder mit Zürich oder Lausanne, nicht mit Davos.

Aber gemäss Stellungnahme von DDO konnten Sie doch eine Offerte einreichen.

Wir von der Eisgala haben bei DDO nie eine Offerte eingereicht. Ich kenne kein solches Dokument von uns, weil wir auch nie darum gebeten wurden.

Warum kam es denn zum Bruch mit dem künstlerischen Leiter der Eisgala?

Wir haben uns vom Veranstalter Art on Ice im Frieden getrennt; das ist schriftlich belegbar. Die zwei Inhaber von «Carré» sagten uns am Donnerstag vor der 2012-Show, dass Davos keinen Sinn mehr macht, dass sie nicht mehr wollen und gaben das entsprechend auch allen zu spüren. Wenn Reto Branschi in Bezug auf den nicht erfolgten Veranstalterwechsel von einem «Missverständnis» spricht, dann hat er nicht mal unser Papier gelesen, das wir in Absprache mit ihm erarbeitet und abgeliefert haben und in dem solche Fakten drinstehen. Anschliessend haben wir eine neue sehr kompetente und anerkannte künstlerische Leitung gesucht, gefunden und engagiert. Das bisherige sportliche und künstlerische Niveau der Show wäre ganz sicher erhalten geblieben.

War DDO über Ihre Schritte informiert?

Ich habe Fredi Pargäzti am 9. März 2012 über den ersten Wechsel seit 9 Jahren im OK informiert. Weder er noch DDO haben daraufhin opponiert. Davos Tourismus hatte demzufolge seit dem 9. März 2012 Kenntnis von dieser Änderung im Organisationskomitee. Und hat uns seither fest arbeiten lassen. **Sie haben uns immer im Glauben gelassen, dass wir die Jubiläumveranstaltung durchführen können.** Dazu wären wir auch nach dem Ausscheiden von Art on Ice bestens in der Lage gewesen. Unsere Jubiläumsshow und unsere Angebote fürs 2013 waren fast fertig. Musik und Gesang aus Graubünden wären in der Show im Fokus gestanden, z.B. mit Compagnia Rossini, Furbaz u.a. Als Moderator war Claudio Zuccolini bereits reserviert.

Was haben Sie denn ausserdem gegen den Entscheid von DDO für Art on Ice einzuwenden?

Die Ticketpreise von Art on Ice liegen

bis 36% über denjenigen der Eisgala Davos. Wenn man die bei uns integrierte ÖV-Leistung «RhB inklusive» dazu rechnet, macht der Preisaufschlag 50-60% aus. Weil Art on Ice bewusst den Stéphane Lambiel und die Sarah Meier blockiert haben, hätten wir auf diese beiden einmal verzichten müssen. Die Davoser Gäste und Einheimischen haben sie bis jetzt schon 7- bis 8mal gesehen. Dafür wären viele neue hochrangige internationale Künstler gekommen, die man in Davos noch nie gesehen hat.

Und was hat es mit Ihrem TV-Projekt auf sich?

Alein mit der Zusage zum neuen TV-Magazins haben 10 zusätzliche Hotelpartner ihr Interesse an der Eisgala Davos tatkräftig bewiesen. Diese Kontakte mit den Hotels haben wir in den letzten Monaten in Absprache mit Reto Branschi und Annemarie Meyer, sprich mit DDO, vorbereitet und durchgeführt. Während 4 Wochen wäre in 7 Sendern der Deutschschweiz täglich eine rund 15-minütige TV-Sendung aus Davos Klosters erschienen. Arbeitstitel: «Wintermärchen: Das Magazin aus Davos Klosters.» Das Magazin hätte insgesamt 1,5 bis 2 Mio. Zuschauer in der Deutschschweiz erreicht. DDO hat mitgemacht, prophezeite aber bei jeder Gelegenheit, dass der mitfinanzierende Kanton Graubünden wie üblich eh im letzten Moment aussteigen werde. Wir erfüllten die vom Kanton vorgegebenen Vorgaben und liessen uns nicht von Vorurteilen ablenken.

Wie weit waren eigentlich die Vorbereitungen für die Jubiläumsvorstellung fortgeschritten?

Nachdem wir am 5.5.12 DDO aus Sponsorgründen um einen 3-Jahresvertrag für die Halle gebeten hatten, statt wie bisher nur 1 Jahr, antwortete Fredi Pargäzti schriftlich: «Wir freuen uns, dir mitteilen zu können, dass wir grundsätzlich Möglichkeiten sehen, einen 3-Jahresvertrag abzuschliessen.» Er wies darauf hin, dass vorab aber noch Terminabklärungen wegen der internationaler Meisterschaftspause nötig seien. Nachdem wir nichts mehr gehört hatten, fasten wir am 11.6.12 wegen dem Hallenvertrag nach und bekamen gleichentags von DDO die folgende Antwort: «Von unserer Seite sind wir bereit und können nach «Alpenfieber» hinter den Vertrag gehen.» In den Vorjahren wurde uns der Hallenvertrag übrigens meistens erst im 2. Semester übergeben.

10 JAHRE EISGALA DAVOS

VIVA LA GRISCHA

JUBILÄUMSSHOW 8. & 9. FEBRUAR 2013, 20 UHR IN DAVOS

Hier stehen die Namen der Topstars
Lorem Ipsum & Dolores Ameterrare
 Humanum Aleacta & Morreturi Tesalutant
 Sanaperaquam Altaeladanum Travi, Bandoleum Erastis
 Plaudiste Ravos Erros, Claudae Renetum

Tickets: www.ticketcorner.ch, www.eisgaladavos.ch
 und bei der Destination Davos Klosters neben der Vaillant Arena

Sponsoren: RAIFFEISEN, ZÜRICH, McDonald's, SÜDOSTSCHWEIZ MEDIEN, Dienstleistungspartner: RHEINISCHE BAHN, DAVOS KLOSTERS

Der Plakat-Entwurf für die Jubiläumsvorstellung ist bereits. Das Motto sollte heissen:

Und nun, wie weiter?

Sicher macht Art on Ice eine sehr gute Show. Das ist aber gar nicht das Kriterium. Unsere Show konnte die Vaillant-Arena an zwei Abenden fast ganz füllen, was will man noch mehr. Art on Ice wird in Davos nur einmal stattfinden, wohlverstanden, nachdem die Show bereits in Zürich und Lausanne gezeigt worden war. Der grosse Unterschied bei der Eisgala Davos bestand darin, dass diese eigene Davoser Veranstaltung in der Region und für die Region viel mehr Wertschöpfung erzielt als eine Gastshow. In Davos findet jetzt im Februar 2013 die 9. Showaufführung von Art on Ice innerhalb von 8 Tagen in der Schweiz statt. Die Medien in der Schweiz und im Ausland wird der Davoser Auftritt nicht interessieren. Art on Ice ist international

Das wachsende Partner-Netzwerk der Eisgala Davos hätte der Region eine immer grössere Wertschöpfung gebracht

- Zwei Showabende mit diversen Side-Events haben jährlich gut 8500 Zuschauerinnen und Zuschauer begeistert. So wäre es auch an der Jubiläumsshow «10 Jahre Eisgala Davos» am 8. und 9. Februar 2013 sein sollen.
- Mit den neuen Partnern «Zürich» und «Raiffeisen» sowie weiteren Partnern wäre die Sponsorengruppe komplett und die Durchführung der Eisgala Davos 2013 gesichert gewesen. «Zürich» hätte die Eisgala als Plattform für eine Einladung von Top-Kunden aus der ganzen Schweiz nutzen können, inklusive Übernachtungen und begleitende Programme. Raiffeisen hätte den Angebotszugang zu den 3,4 Millionen Kunden sichergestellt und Eisgala-Tickets für 1,7 Millionen Genossenschafter subventioniert.
- Mit den bisherigen Partnern hätte die Zusammenarbeit fürs 2013 um ein Jahr verlängert werden können: VW (Amag, Vertrag bis 2016), McDonald's/Marmacona (Jahresvertrag fürs 2013 bestätigt), **Südostschweiz Mediengruppe**, (Medienpartnerschaft und Zusammenarbeit für Promotionen und Modeschau fürs 2013 verlängert).
- Das Side-Event-Angebot wurde vom heutigen Eisgala-Team massiv ausgebaut. Waren es im 2009 noch 590 Personenpakages, wären es heute rund 1400 (plus 236% innert 3 Jahren), vom Fondue-Plausch im HCD Time-Out bis zum VIP-Dinner im Hotel Steigenberger und Hotel Grischa.
- Mehrere Hotels haben gemeldet, dass die Buchungen für die Eisgala Davos in den letzten zwei Jahren spürbar zugenommen haben. Weitere Hotels haben ihr Interesse an der Durchführung von speziellen Eisgala-Packages angemeldet. Allein dank des neuen TV-Magazins haben 10 zusätzliche Hotelpartner ihr starkes Interesse tatkräftig bewiesen.
- Die Eisgala besitzt umfangreiche Dateien mit Hospitality-Kunden und Newsletter-Abonnenten. 98% der Hospitality-Angebote wurden bisher vom heutigen Eisgala-Team verkauft; Gleiches gilt für die Vermittlung von Übernachtungen, Restaurants und Freizeitangeboten.
- Das Potenzial für Kombinationsangebote in Verbindung mit dem Besuch der Eisgala Davos wäre noch lange nicht ausgeschöpft. Der seit drei Jahren forcierte Angebotsmix «Wintermärchen/Winterzauber» mit eigenständiger Eisshow plus Bergkulisse kommt besonders gut an. Siehe auch Zuwachs bei Side-Events. Die Package-Kunden erkundigen sich zunehmend für Übernachtungen, Shoppingmöglichkeiten sowie Ski- und anderen Freizeitangeboten.
- Die Eisgala Davos hätte in der Veranstaltungswoche ab 2014 die Durchführung einer Wirtschaftstagung für KMU geplant. Mögliche Partner: DDO, Verband SwissExport und BPW Davos Kosters resp. BPW Schweiz. Das separate OK für diese Tagung war im Entstehen.
- Mit 20 bis 30 Promotionen für den Ticketverkauf der Eisgala Davos wurden bisherige und neue Käufergruppen jedes Jahr zum Besuch der Veranstaltung animiert. Die Eisgala Davos konnte so ein treues Beziehungsnetz von Stammkundengruppen aufbauen.
- Die jährliche internationale TV-Präsenz der Eisgala Davos erreichte zugunsten der Region eindrückliche Zahlen. Im Jahr 2012 haben insgesamt 494 Sender in 63 Ländern (2011: 492 Sender in 60 Ländern) einen der angebotenen Beiträge ausgestrahlt. Die gesamte Ausstrahlungszeit betrug 725 Sendestunden (2011: 506 Sendestunden). Weltweit wurden in diesem Jahr **über 241 Millionen TV-Kontakte** erreicht (2011: 212 Millionen). Davon z.B. 6.7 Mio in Deutschland, 9,9 Mio. in Italien, 4 Mio. in Russland, 19,9 Mio. in der Ukraine, 5 Mio. in Japan und 58 Mio. in China. Die kostenlosen Sendeformate (3'12'/50'') mit Bildern der Show, des VIP-Umfeldes und der Landschaft wurden im 2012 in Deutsch, Englisch und Russisch produziert. Diese Plattform hätte z.B. auch für die Kandidatur Olympische Winterspiele St. Moritz/Davos genutzt werden können.
- Die Feriendestination Davos Klosters stand 2013 zudem im Fokus eines **innovativen TV-Projekts in der Deutschschweiz**. Die Davos Destinations-Organisation (DDO), das Amt für Wirtschaft und Tourismus (AWT) und der Veranstalter der Eisgala Davos wären Kooperationspartner dieses mehrjährigen zusätzlichen Vertriebskanals zugunsten der Region geworden. Während 4 Wochen wäre in 7 Sendern der Deutschschweiz täglich eine 12-15 minütige TV-Sendung aus Davos Klosters gesendet worden. Arbeitstitel: «Wintermärchen: Das Magazin aus Davos Klosters.» Das Magazin hätte insgesamt 1,5 bis 2 Millionen Zuschauer erreicht. Die vom Kanton formulierten Voraussetzungen für eine 50%ige Kostenübernahme wären erfüllt worden und der Antrag gegenüber dem AWT hätte eingereicht werden können.
- Intensive Online- und Social-Media-Massnahmen sowie eine aktive nationale Medienarbeit hätten die Inhalte und Angebote des neuen TV-Magazins unterstützt. Dies hätte in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zwischen DDO und dem Veranstalter erfolgen sollen. Entsprechende Absprachen waren noch pendent. Auch Partner wie Raiffeisen haben Unterstützung bei der Vernetzung der Veranstalter- und Hotelangebote in Aussicht gestellt.
- Die «Südostschweiz» als regionaler Medienpartner der Eisgala Davos hätte die Veranstaltung auch im 2013 während rund drei Monaten mit 50-70 Inserateneinschaltungen im Raume Oberer Zürichsee, Glarus, Schwyz, Rheintal, FL und Graubünden unterstützt. Zudem hätten verschiedene Unternehmen der Südostschweiz-Gruppe mit Aufträgen bedient und eingebunden (in den Bereichen Druck, Online, TV-Produktionen usw.) werden können. Auch das ist zugunsten der Region.
- Neben der Partnerschaft mit den wichtigsten Regional-TV-Sendern der Deutschschweiz liefen Kontakte mit einem zusätzlichen nationalen Printmedienpartner für die Eisgala Davos.

• Dank dem eigenen Brand «Eisgala Davos» bot sich der Region Davos Klosters die Möglichkeit, mit diesem Event oder Teilen davon an einem anderen Ort promotionell aufzutreten. Motto «Eisgala Davos on Tour». Ohne sich gezielt dafür zu bemühen, liegen der Eisgala Davos schon heute Anfragen aus Lugano, Bern und Deutschland vor.

Fazit:

Die Eisgala Davos und ihre Partner bringen der Region schon heute beachtliche Mehrwerte. Sie zeigen, dass Davos mit seiner eigenen Veranstaltung national und international bereits eine sehr respektable Marktposition erreicht hat. Diese Stellung hätte zugunsten der Wertschöpfung in der Region noch ausgebaut werden können. Die Eisgala Davos hätte dafür partnerschaftlich die Hand geboten.

Ihre Gipfel Zeitung, die farbigste!