



10. Dezember 2008

## **Argumentaire sur les recommandations tarifaires ASGM 2009**

**Chères et chers collègues,**

*Afin de faciliter la communication des nouvelles recommandations tarifaires aux clients, la commission marketing à développé, ci-dessous, un argumentaire pour le guide et ses clients.*

Un guide c'est « cher » ? L'effort qu'implique la planification et la réalisation d'une course en montagne est souvent hors de proportion par rapport au tarif encaissé par le guide. Outre le fait que le guide est un professionnel disposant d'un brevet fédéral, il exerce son activité dans un environnement à risque, souvent avec des horaires conséquents et de nuit. Se défier sur une longue distance pendant de nombreuses heures, se mesurer dans un espace présentant des dangers avec le doute de ne pas pouvoir atteindre le sommet, le guide doit jongler avec de grosses responsabilités.

En montagne, une mauvaise décision peut être sanctionnée lourdement. Le guide passe la plupart de son temps dans un milieu dont il maîtrise les dangers. Il se tient au courant de l'évolution des techniques. Engager un guide, c'est mettre à son service des compétences, résultat d'une passion, mais aussi de concessions et d'années d'expérience.

Ce métier ne peut s'exercer sans passion : c'est très difficile d'en vivre. Sur les 1500 guides en Suisse, une centaine seulement le sont à plein temps. Le revenu fluctue avec les aléas météorologiques et le métier est souvent pénalisant pour la vie familiale.

Seuls les vrais mordus ne font que ça, ils «

## **Begründung zur Tarifempfehlung des SBV 2009**

**Liebe Kolleginnen und Kollegen,**

*Um die Kommunikation der neuen Tarifempfehlung zu erleichtern, hat die Marketingkommission des SBV die unten stehende Publikation zuhanden der Bergführer und ihrer Kundinnen und Kunden verfasst.*

Ist ein Bergführer teuer? Die Vorbereitung und Realisierung einer Bergtour steht oft in keinem Verhältnis zum Bergführerhonorar. Der Bergführerberuf erfordert nicht nur einen eidgenössischen Fachausweis, sondern wird in einem risikoreichen Umfeld ausgeübt, verbunden mit unregelmässigen Arbeitszeiten, inklusive Nacharbeit. Die oft stundenlange Herausforderung über längere Distanzen, die konstante Evaluation der Umgebung mit ihrem Gefahrenpotenzial und die Ungewissheit, ob ein Gipfelziel erreichbar ist, sind Faktoren, die von einem Führer verlangen, dass er eine Menge Verantwortung tragen und damit umgehen kann.

Eine falsche Entscheidung kann in den Bergen schwerwiegende Folgen haben. Der Bergführer befindet sich die meiste Zeit in einer Umgebung, deren Gefahren er meistert, und er ist mit den neuesten technischen Entwicklungen vertraut. Wer einen Bergführer engagiert, nimmt seine Kompetenzen in Anspruch.

Für den Beruf des Bergführers braucht es Leidenschaft, die Bereitschaft, Konzessionen einzugehen und jahrelange Erfahrung. Davon zu leben ist schwierig. Von den 1500 Schweizer Bergführern sind nur etwa 100 hauptberuflich tätig. Das Einkommen schwankt wetterbedingt

s'arrachent » comme on dit. C'est plus un art de vivre qu'une passion.

Les guides qui exercent leur activité à plein temps se mettent à l'abri de la fortune, ils sont davantage « bronzés qu'argentés »! Toutefois, les guides évoquent les attraits de leur fabuleux métier avant ses difficultés.

Si le tarif des courses et des voyages est hors du budget du client, il est toujours possible de participer à des courses collectives afin de partager les frais. Les courses collectives sont souvent une bonne façon de prendre contact avec la montagne.

Aussi, il est possible d'engager un guide en-dehors de la haute saison où les tarifs sont plus élevés. Le guide pourra ainsi proposer des activités correspondant au budget de tous les types de clients.

Un guide... combien ça coûte ?

Pour fixer ses honoraires, le guide tient compte...

- du temps qu'il consacre à son client
- des difficultés de la course
- de l'importance de la course (engagement, conditions, temps, etc)
- du nombre de participants
- de son expérience professionnelle
- des moyens financiers de son client

L'Association Suisse des Guides de Montagne ASGM recommande les tarifs suivants :

Pour des engagements à la journée le tarif recommandé s'élève à CHF 645.00.

Ce forfait peut être adapté dans les deux sens en fonction du temps d'engagement, de la longueur de la course, de sa difficulté, des conditions, du nombre de participants et de l'exploitation saisonnière. Les frais sont toujours à la charge du client.

Ce tarif, indicatif et sans caractère contraignant, s'applique aux guides de montagne indépendants qui assument eux-mêmes l'acquisition et l'administration. Si ces tâches sont effectuées par

und die Berufsausübung geht häufig zulasten des Familienlebens.

Nur wer wirklich „angefressen“ ist, setzt ganz auf diese eine Karte. Genau genommen handelt es sich dabei mehr um eine Art Lebenskunst als um Leidenschaft.

Ein Bergführer, der seine Tätigkeit hauptberuflich ausübt, tut dies auf gut Glück und einkommensmässig mehr schlecht als recht! Die Vorzüge seines wunderbaren Berufes sind ihm aber mehr wert als die damit verbundenen Schwierigkeiten.

Wenn der Tarif für eine Bergtour oder eine Reise das Budget des Kunden übersteigt, können die Kosten als Gruppe geteilt werden. Gruppentouren sind oft eine gute Gelegenheit, um die Berge besser kennen zu lernen.

Zudem besteht die Möglichkeit, einen Führer ausserhalb der Hochsaison zu engagieren, wenn die Tarife tiefer sind. Der Bergführer kann Aktivitäten vorschlagen, die dem Budget der verschiedensten Zielgruppen entsprechen.

Ein Bergführer ... was kostet das?

Zur Festlegung des Honorars berücksichtigt der Führer ...

- wie viel Zeit der Kunde beansprucht
- den Schwierigkeitsgrad der Tour
- die Begleitumstände der Tour (Engagement, Bedingungen, Wetter, usw.)
- die Teilnehmendenzahl
- die berufliche Erfahrung
- die finanziellen Möglichkeiten des Kunden

Der Schweizer Bergführerverband SBV empfiehlt folgende Tarife:

Der empfohlene Tagesansatz beträgt CHF 645.00.

Diese Pauschale kann nach oben oder unten angepasst werden, je nach Dauer des Engagements, Länge der Tour, Schwierigkeitsgrad, den Begleitumständen, Teilnehmerzahl und saisonaler Auslastung.

un mandant, le tarif indicatif peut diminuer d'environ 25%.

Les frais directs d'un séjour sont pris en charge par le client, mais il subsiste un certain nombre de frais que le guide doit inclure dans ces honoraires. Le guide exerce son activité le plus souvent en tant qu'indépendant. Dans cette condition et comme toute profession, un certain nombre de frais sont liés à cette activité d'indépendant tels que : matériels techniques, amortissements, assurances diverses, frais d'acquisition et d'organisation, transports, etc. Suivant le type d'activité exercée le montant de ces frais représente entre 25 et 40% du montant d'honoraires encaissé. Si le guide exerce son activité dans le domaine du voyage et de l'expédition avec un petit flux de clients, le taux de frais représente environ 20% alors qu'une activité journalière ou hebdomadaire avec un grand flux de clients peut représenter jusqu'à 40% de frais indirects.

Les montants de base utilisés jusqu'à présent sur le marché du guide de montagne ne considéraient que très peu ou pas ces frais indirects. La nouvelle méthode de communication du prix moyen comble cette lacune.

Sämtliche Spesen gehen zulasten des Kunden.

Der Richtansatz ist nicht bindend und gilt für unabhängige Bergführer, die selbst anwerben und abrechnen. Wenn diese Aufgaben durch eine Vermittlungsstelle übernommen werden, kann der Ansatz bis zu 25% tiefer liegen.

Die direkten Spesen werden vom Kunden übernommen. Bestimmte Ausgaben muss der Bergführer aber im Honorar einkalkulieren. In den meisten Fällen ist der Bergführer selbständig erwerbend. In diesem Fall sind damit verschiedene Kosten verbunden:

Ausrüstungsmaterial, Amortisierung, verschiedene Versicherungsleistungen, Organisations- und Werbekosten, Transportkosten usw. Je nach Aktivität betragen diese Kosten zwischen 25 und 40% der Honorareinnahmen. Wenn der Bergführer seine Tätigkeit als Reise- und Expeditionsleiter mit einem kleinen Kundenstrom ausübt, betragen die Spesen etwa 20%. Bei einer Tages- oder Wochentätigkeit mit einem hohen Kundenstrom können die indirekten Kosten hingegen bis zu 40% ausmachen.

Bei den bisher empfohlenen Basisansätzen wurden die indirekten Kosten nur sehr wenig oder gar nicht berücksichtigt. Die Publikation des neuen, durchschnittlichen Tagesansatzes schliesst diese Lücke.

Les Posses-s-Bex, 10.12.08

Daniel Schliefssteiner,

Mitglied des Zentralvorstands und Präsident der Marketing-Kommission

Membre du CC et président de la commission marketing