

Was Frauen wirklich wollen



Bilderwelt. Sind Bilder von Skirennen eine optimale Werbung für den Winterurlaub? „Nein, sie schrecken ab“, sagt Helene Karmasin.

HEINZ BAYER

SALZBURG (SN). Österreichs bekannteste Meinungsforscherin, Helene Karmasin, nahm Österreichs bekannteste Freizeitprodukte unter die Lupe: das Skifahren und damit verbunden den Winterurlaub.

Karmasin untersuchte im Auftrag von „Netzwerk Winter“ die Bilderwelten, also all jene optischen Botschaften, die in der touristischen Werbung eingesetzt werden.

Der Standpunkt „Warum sollen wir was ändern, der Laden läuft ja ohnehin gut!“, sei falsch. Auch wenn Salzburg mit 24 Mill. Gästenächtingungen (14 Mill. davon im Winter) prächtig dastehe.

Karmasin: „Da wäre noch Beträchtliches drin.“ Sowohl in Bezug auf die Werbebotschaften als auch in Bezug auf die Steigerung der Gästezahlen. Die Industrie könne als Vorbild dienen: „Die Tourismusbranche muss wie die Industrie echte Botschaften kommunizieren und Werte inszenieren, die den Menschen derzeit wichtig sind.“

Als Beispiel nennt Karmasin die Werbung für das Katzenfutter „Sheba“: „Da wird das Liebesmahl inszeniert, die Beziehung zwischen Mensch und Tier und es wird nicht bloß eine Katze gefüttert.“

Gleiches gelte ebenfalls für die Gösse-Werbung. „Da werden Sehnsuchtsorte gezeigt und in Verbin-

dung mit Freuden gebracht.“

Drittes Beispiel: Werbung für die Hornbach-Baumärkte: „Eine normale Tätigkeit, nämlich die des Heimwerkens, wird völlig überhöht und der Heimwerker zum Helden stilisiert. Die Konsumenten sind durch diese Formen der Werbung bereits ein beträchtliches ästhetisches Niveau gewöhnt.“

Diesem Niveau werde von der Winterwerbung kaum entsprochen, der sinnliche Reiz des Winters würde viel zu wenig dargestellt.

Bei ihrer Untersuchung stellte Karmasin fest: „80 Prozent der Urlaubsentscheidungen treffen Frauen. Beim Abfragen von Wintermotiven hat sich der überwiegende Teil der Frauen vom Bild der verträumten und verschneiten Hütte angesprochen gefühlt. Die be-



Bild: SN/HEINZ BAYER

mit Bildern zu transportieren, wie „wunderbar es sich auf perfekten Pisten Ski fahren lässt, wie elegant und rasant das ist“.

Simple Fotos von Kabinenbahnen hätten nicht die Kraft zu vermitteln, dass mit



der perfekten Technik der modernen Aufstiegshilfen wirklich jeder und jede ohne Mühe auf die Berge fahren könne.

Dies und ein Mix mit Bildern, die auch andere Wintersportarten als nur Skifahren zeigen, könnten das Signal senden: „Es stimmt eigentlich, dass man viel mehr

„Frauen entscheiden, wo es im Urlaub hingehen soll.“

Helene Karmasin, Meinungsforscherin

machen kann als nur Ski fahren. Ein Winterurlaub hat eine sportliche Note und ist dennoch für normale Leute geeignet. Und: Es schaut so aus, als ob man auch ohne Skifahren Spaß im Winter haben kann.“

Fotos von Wintersportlern, die sich mit ihrem Board oder mit ihren Skiern

gewagt über Felsen und Rinnen in die Tiefe stürzten, lösten beim Großteil der Betrachter eher Beklommenheit aus. Nach dem Motto: „Was, im Urlaub soll ich so gefährliche Dinge tun?“ Viele verwendete Bilder stünden nicht für Österreich, sie seien austauschbar.

Bilder, die Urlaubsgäste kaltließen, seien nicht nur solche aus dem Bereich Skirennlauf, sondern vor allem auch Darstellungen völlig überlaufener Skihütten.

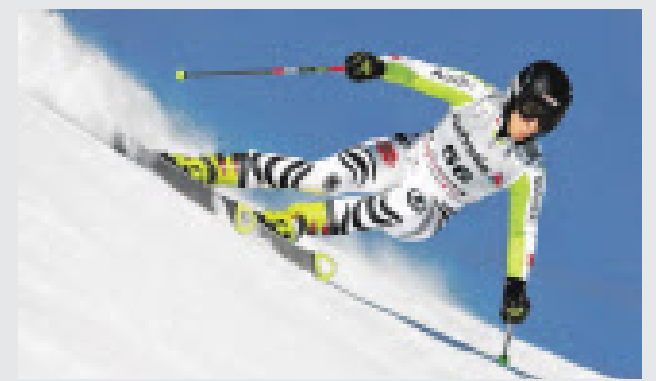
Karmasin: „Rennläufer auf einem Foto beeinflussen möglicherweise die Wahl der Skimarke beim Einkaufen im Sportgeschäft, aber Lust auf's Skifahren machen sie nicht.“

Die vom Schnee verzauberte Landschaft, der besondere Ort, romantische alte Orte, die erhalten geblieben sind, „das möchte ich sehen. Da möchte ich sein. Das ist etwas Besonderes“, erläutert Karmasin. Wesentlich sei auch, „Fröhlichkeit zu zeigen. Menschen, die Spaß haben, normale Menschen, die keine Wahnsinnsleitungen bringen, aber einfach fröhlich sind im Schnee.“

Helene Karmasin: „Wenn man aus Fleischabfällen ‚Sheba‘ und damit ein sehr gutes Geschäft machen kann, was könnte man dann aus diesen herrlichen Bergen in Salzburg noch alles machen.“

Alle Artikel zu dieser SN-Serie finden Sie im Internet unter: salzburg.com/zukunftwinter

Daten & Fakten



Bilder, die kaltlassen

Klischees aus dem Skirennsport oder Fotos die Extremleistungen zeigten, seien als Botschaften für den Winterurlaub kontraproduktiv, sagt Helene Karmasin. „Sie machen Angst.“ Simple Fotos von Skiliften hätten nicht die Kraft zu vermitteln, dass durch moderne Aufstiegshilfen jeder mühelos auf die Berge fahren könne. Problematisch seien auch Fotos von Menschenmas-

Bilder: SN/BAYER (3), GEPA, TVB SAALBACH-HINTERGLEMM



„Die vom Wintertourismus ausgehenden Impulse stärken die regionale Wirtschaft und stabilisieren den Arbeitsmarkt. Raiffeisen ist ein aktiver und verlässlicher Partner der Salzburger Tourismusbetriebe.“

Dr. Günther Reibersdorfer, Generaldirektor Raiffeisenverband Salzburg

Raiffeisen
Meine Salzburger Bank



www.netzwerk-winter.at