

Europa hat Wintersport-Potenzial

Obwohl die Nachfrage stagniert, steigt grundsätzlich das Interesse am Schifahren

Chance für heimische Schigebiete: Die Zahl der Schifahrer in Europa wird unterschätzt.

Zahlreiche Marktuntersuchungen geben den Kärntner Seilbahn- und Liftbetreibern Hoffnung: Das Schifahren hat in Europa Potenzial, denn die Zahl der Schifahrer wurde bis dato

unterschätzt. Das geht aus der Manova-Studie über das Schifahrerpotenzial 2011 hervor. In den untersuchten Märkten gebe es 55 Millionen alpine Wintersportler, rund 33 Millionen fahren jedes Jahr Ski. Sowohl unter den Aufhörern als auch unter den Nicht-Schifahrern gibt es viele, die sich vorstellen könnten, mit dem Schifahren anzufangen.

Die Schi-Aufhörer

- ▶ In den von Manova untersuchten europäischen Märkten gab es rund 32 Millionen Schi-Aufhörer.
- ▶ Das Alter, in dem man mit dem Schifahren aufhört, verteilt sich in vielen Ländern auf alle Lebensabschnitte. Die meisten hören zwischen 20 und 30 Jahren auf.
- ▶ Die Aufhörer könnten durch spezielle Wiedereinsteiger-Angebote zum Schifahren motiviert werden.
- ▶ Langfristig empfiehlt Manova am Image zu arbeiten: Das Schifahren muss emotional aufgeladen, der Komfort beim Schifahren stärker kommuniziert werden.

Attraktiver werden

Das Interesse am Schifahren steigt, aber jetzt gehe es für die Schigebiete darum, die informierten Gäste auch für sich zu gewinnen. Zwar ist Österreich als Schi-Destination top, vor allem bei den deutschen und niederländischen Gästen, aber die Konkurrenz ist groß. So bevorzugen die italienischen und slowenischen Wintersportler das eigene Land.

Aufgrund der geografischen Nähe sind Kärntens Nachbarländer jedoch interessant für Tagesausflüge. Für sie zählen drei Faktoren: Schnee, Größe, Angebot und Erreichbarkeit. Zwei Drittel der Schifahrer akzeptieren Anfahrtszeiten von einer Stunde und mehr. Tagesausflüge werden sehr kurzfristig



Sonniges Schneevergnügen: Mit attraktiven Packages können die Schigebiete in Zukunft bei Gästen punkten.

Foto: Gerlitz

geplant und im Schnitt machen Schifahrer pro Saison zehn Tagesausflüge.

Wachstumsmöglichkeiten

Der Tourismus dürfe sich nicht darauf verlassen, dass die Deutschen sowieso kommen. Heimische Betriebe müssen in Zukunft viel stärker auf die deutschen Bedürfnisse eingehen und sie erfüllen. Für sie zählen neben den Schigebiets-

Basics wie große Schigebiete, moderne Liftanlagen oder Schneesicherheit, die Wohlfühlatmosphäre vor Ort. Ihnen muss ein hochwertiges Produkt geboten werden. Generell gilt: Um eine Schi-Destination zu präferieren, brauchen die Wintersportler eine spektakuläre Bergwelt, Schneesicherheit sowie gutes Essen und Trinken. Laut Manova liegen die größten Wachstumschancen in Russland, Polen und Tschechien.

„Schifahren muss wieder geil werden!“

Franz Schenner spricht über die Zukunft des Wintersports in Österreich



Der Salzburger Franz Schenner vom „Netzwerk Winter“ hat in 40 Jahren Schigeschäft viele Höhen und Tiefen miterlebt.

Foto: KK

Franz Schenner hat als Vordenker bereits einige nachhaltige Winterinitiativen ins Leben gerufen.

„Kärntner Wirtschaft“: Woher kommen die Schifahrer von morgen?

Franz Schenner: Millionen Deutsche haben mit dem Schifahren aufgehört. Dieses Gästepotenzial muss man zurück auf die Piste locken. Wir können auch den Trend zu kürzeren Urlauben nutzen, aber wir müssen den Leuten wieder Lust auf den Winter und Comeback-Angebote machen.

Wer ist für die Angebote zuständig?

Schenner: Ich habe mit Tourismusverbänden leider schlechte Erfahrungen gemacht. Aber eines ist klar: Mit dem kleinsten gemeinsamen Nenner werden wir unsere Marktchancen nicht nutzen können. Es müssen alle an einem Strang ziehen.

Wird nicht genug Werbung für unsere Schi-Nation gemacht?

Schenner: Wir dürfen nicht länger das Märchen glauben, dass Schirennsport und unsere rot-weiß-roten Sieger die beste Werbung für den Wintersport

sind. Diese Zeiten sind längst vorbei. Wir brauchen dringend Werbung für den Schisport und müssen mit Genuss-Bildern in die Offensive gehen und den Gästen zeigen, wie schön Schifahren ist.

Was halten Sie von verpflichtenden Wintersportwochen?

Schenner: Ich bin dagegen. Wir müssen uns um die jungen Lehrer kümmern, sie müssen die Schigebiete kennenlernen und ihre Begeisterung weitergeben. Wintersportwochen sind nicht teuer, aber Lehrer und Kinder müssen wollen. Dazu muss Schifahren geil werden.