

9.11.2016
Presseaussendung

10 Jahre Netzwerk Winter:

Ideenwerkstatt für die Ski-Zukunft

Mit der Gründung des branchenübergreifenden Netzwerk Winter hat in der Skination Nr. 1 eine neue Ära begonnen. Das Tourismusressort des Landes Salzburg unter Führung von Landeshauptmann Dr. Wilfried Haslauer, die größte Regionalbank mit lokaler Verantwortung, der Fachverband der Seilbahnen, die Österreichische Skiindustrie, die Österreichischen Skischulen, Hotellerie und Gastronomie, der Salzburger Energieversorger, der stärkste Versicherer, der Marktführer bei den Zutrittssystemen, der Salzburg Airport als bedeutender „Zubringer“ der alpinen Regionen, die Jugendgästehäuser, der führende Seilbahnbauer sowie der Pistenpräparierer mit Sitz in Salzburg haben konkrete Maßnahmen beschlossen und finanziert. Vorausgegangen sind qualitative Studien und Marktforschungserkenntnisse, die gezeigt haben, dass Handlungsbedarf bestand.

Damit Wintersport und Wintertourismus erfolgreich weiterentwickelt werden kann, die großen Herausforderungen auf einen Blick:

Die Zielgruppe der Nichtskifahrer, Millionen Aussteiger, sinkende Teilnahme bei Wintersportwochen, Imagedefizite wie Skifahren sei zu teuer und zerstöre die Umwelt, zu gefährlich wegen hohem Verletzungsrisiko, die jungen Alten – Generation 60+, Skifahren alleine sei zu wenig...

Eine Fülle an Themen und Schwerpunkten, die von einer Branche alleine nicht bewältigt hätte werden können. Marketing für den Skisport war dringend erforderlich!! Die vorgeschlagenen und zum Großteil bereits umgesetzten Maßnahmen sind einfach und logisch verständlich:

- Skifahren lernen in 3 Tagen – mittlerweile Standard im Angebot der führenden Skischulen
- Willkommen zurück: Wiedereinsteiger-Pakete und ganz neu - ein USP im SalzburgerLand: „Besser Skifahren in 3 Tagen...“
- Die Initiative „Pro Wintersportwochen“ und gezielte Aktionen, um Lehrer, Eltern und Schüler zu motivieren
- Image-Kampagnen und professionelle Überzeugungsarbeit in Sachen Unfallrisiko, technische Beschneidung, Preisgestaltung...
- wissenschaftliche Studie „Skifahren im Alter“ mit dem Ergebnis, dass medizinisch wissenschaftlich getestet Skifahrer/innen länger jung bleiben
- 9 von 10 Wintergästen kommen zum Skifahren – alternative Angebote sind kein Ersatz, sondern all inclusive...

Zusammenfassend können alle, die an diesen Projekten aktiv mitgearbeitet, gefördert und finanziert haben, mit dem bisher Erreichten zufrieden sein.

Die vom Netzwerk Winter entwickelten Kampagnen werden mittlerweile von der nationalen Allianz Zukunft Winter auch in einem eigenen Positionspapier zur Nachahmung und internen Sprachregelung empfohlen. Es wird in Zukunft nicht ausreichen, zig Millionen in die Hardware und Qualitätsverbesserung zu investieren! Das Marketing für den Skisport muss dem Zeitgeist entsprechend verstärkt und emotionalisiert werden.

Ski heil
Franz Schenner
www.netzwerk-winter.at
www.allianz-zukunft-winter.at