



Foto: Shutterstock/FamVeld

Die Zukunft wird kein leichtes Spiel

Fehlender Nachwuchs, Aussteiger, bürokratische Hürden: Auch die Sportbranche in Österreich muss um ihre heimischen Skifahrer kämpfen. Eine Analyse



600.000
Österreicher

könnten sich nach den Analysen der Marktforscher von Manova vorstellen, (wieder) mit dem Skifahren zu beginnen. Allerdings sprachen über 80 % in diesem Zusammenhang von „vielleicht“.

Rein oberflächlich betrachtet hat Österreich als Skination und -destination überhaupt keine Probleme: Auch wenn man im Rennsport vielleicht nicht mehr in der Form dominiert wird wie noch vor Jahren, so können doch laufend Erfolge gefeiert werden. Jüngstes Beispiel: das Sensations-WM-Gold von Nici Schmidhofer im Super-G. Dazu ist Rot-Weiß-Rot und seine Skigebiete mit insgesamt konstanten 52,1 Millionen Skitagen (Saison 2015/16) weiterhin das unangefochtene Winter-Urlaubsland Nr. 1. Besonders bei den deutschen Gästen erfreut sich der Nachbar größter Beliebtheit: Mit 29,9 Millionen Übernachtungen hat dieser dort einen Marktanteil von stolzen 55 %. Weit abgeschlagen folgt die Schweiz auf Platz zwei (8,7 Millionen Übernachtungen, 17 % Marktanteil). Gelobt werden die Österreicher für ihre Gastfreundlichkeit, den tollen Service, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, aber natürlich auch für die gebotene Schneesicherheit in den Skigebieten. Dafür wird auch jeden Sommer eine ganze Menge Geld von den Seilbahnbetreibern in die Hand genommen: im

vergangenen Jahr allein 700 Mio. Euro, das Gros davon für die Bahnen und Lifte selbst sowie für die technische Beschneigung. Seit 2005 wurde die gewaltige Summe von über 11 Mrd. Euro investiert, um den Marktanteil gegenüber der Schweiz und Frankreich zu halten oder gar auszubauen. Für dieses beeindruckende Gesamtpaket in Richtung Skiurlauber rühmen sich die Österreicher gerne und oft, das aber auch zu Recht, und man kann Branchennetzerker Franz Schenner absolut folgen, wenn er fast gebetsmühlenartig erklärt, Österreich habe das „beste Preis-Lust-Verhältnis“.

Mehr in Software stecken

Doch derselbe Franz Schenner hat schon vor Jahren erkannt, dass in der Heimat selbst auch das eine oder andere im Argen liegt, und zwar was das Skifahrerpotenzial der Österreicher selbst betrifft. Der Tourismus ist schön und gut und (überlebens-)wichtig, aber wenn der Skination Nr. 1 die eigenen Leute im Winterbreitensport wegbrechen, dann muss man sich

sehr wohl darum Sorgen machen – und initiativ werden. So rief er 2008 die allseits bekannte „Allianz Zukunft Winter“ ins Leben, die sich seitdem zwei Ziele gesetzt hat: Kindern und Jugendlichen den Zugang zum Skisport wieder zu erleichtern (nach Abschaffung der verpflichtenden Wintersportwochen und Schulschikurse in den 80er-Jahren) sowie die aus welchen Gründen auch immer verloren gegangenen Skifahrer zurückzuholen.

„Aus meiner persönlichen Überzeugung wird es nicht ausreichen, immer mehr in die Hardware zu investieren und nichts für die Software, sprich das Marketing, auszugeben“, betont Schenner im Gespräch mit SAZsport. Der Stellenwert des Skifahrens als Freizeitsport sei in Österreich nach wie vor sehr hoch und es sei im Winter „sicher noch die attraktivste Sportart“. Doch was tun, wenn sich mittlerweile ein großer Teil der Einheimischen das „nicht ganz billige Vergnügen“, wie Schenner einräumt, nicht mehr leisten kann oder will? Durch die aufgerüstete Hardware (Lifte, Bahnen, technische Beschneigung) werden die Preise fürs Skifah-



ren sicher nicht fallen – ganz im Gegenteil. Laut einer Studie der Marktforscher von Manova (Wien) gibt jeder dritte Aussteiger aus dem Sport im Raum D/A/CH an, Skifahren sei insgesamt zu teuer. Eine schwierige Gemengelage. „Wir dürfen nicht immer den Preis als Barriere sehen, obwohl uns klar ist, dass Durchschnittsverdiener sich nicht mehr immer alles leisten können und da oder dort verzichten müssen, wenn sie gerne Skifahren gehen“, meint Schenner und erinnert daran, dass es nicht nur Premium-Skieregionen gebe, sondern „durchaus leistbare Destinationen für junge Familien, die nicht unbedingt jeden Tag 100 und mehr Kilometer abfahren wollen“.

Das größere und grundsätzlichere Problem für den Branchenkenner: Der Skisport stehe im Wettbewerb mit anderen Produkten und Angeboten, die in der Freizeit konsumiert oder von der Unterhaltungsindustrie „penetriert“ würden. „Wir – als Interessensvertreter in der Skination Nr. 1 – müssen uns im Klaren sein, dass unser Produkt, nämlich Skifahren, Must-have bleiben muss“, fordert Schenner, der mit seiner Allianz seit Jahren darum kämpft, die Rahmenbedingungen für Lehrer/innen zu verbessern, die Wintersportwochen organisieren und begleiten möchten. Größter Gegner: die Bürokratie, die z.B. diesen Winter einer Aktion der Skiindustrie (40 % Rabatt für Lehrkräfte bei der Ski-Ausrüstung für Wintersportwochen) den Riegel vorschob. Doch Schenner gibt sich zuversichtlich: Man werde diese Hürden „reparieren“, kündigt er an. Letztlich sind es aber dann die Kinder, die sich entscheiden müssen – zwischen den Wintersport- und den Sommersportwochen. Letztere sind übrigens, wie Schenner immer wieder betont, teurer – dies sei von Amts wegen bestätigt. Allerdings ist österreichweit die Zahl der Schüler, die auf Schulsikurse gefahren sind, in den letzten 25 Jahren um ein Drittel geschmolzen: auf etwa 120.000.

ÖSV gibt sich entspannt

Ein Fakt, den ÖSV-Breitensportreferent Tomas Woldrich bedauert, aber auch nicht als besonders dramatisch ansieht. „Nach wie vor“ würden so viele Kinder jährlich an Schulsikursen teilnehmen, und erfreulicherweise stiegen in vielen Bundesländern die Teilnehmerzahlen wieder an. Natürlich stünden alle, die den Kindern den Schneesport schmackhaft machen wollten, durch das geänderte Freizeitverhalten und ein wesentlich größeres Freizeitangebot vor neuen Herausforderungen. „Der positive Nebeneffekt ist aber, dass dadurch eine Reihe von Netzwerken, Initiativen und Aktionen entstanden sind, die sich dieses Themas konstruktiv und lösungsorientiert annehmen“, lobt Woldrich – und damit ein bisschen auch seinen ÖSV, der u.a. den „KinderSchneeTag“ organisiert. Daran nehmen jährlich rund

10.000 Kindergarten- und Volksschulkindern teil. „Hier bemühen wir uns um Nachhaltigkeit, indem wir unsere 1.200 Vereine motivieren und unterstützen, die Kinder auch nach diesen ‚Schnuppertagen‘ zu betreuen und sie zum aktiven Schneesport zu bewegen“, betont Woldrich.

Dazu verweist der ÖSV-Referent auf jüngste Erhebungen, die von 2,9 Millionen Skifahrern in Österreich ausgingen. „Wenn wir als Indikator für die Entwicklung die Zahl der Nächtigungen der Inländer während der Wintersaison heranziehen, zeigt sich ein recht positives Bild: Diese sind während der letzten zehn Jahre um rund 17 % gestiegen“, rechnet Woldrich vor. Ob er sich da nicht etwas schönrechnet bzw. sich zu sehr auf Studien verlässt? Auch die Marktforscher von Manova wollen österreichweit drei Millionen Skifahrer zwischen 14 und 70 Jahren ausgemacht haben (siehe Grafik). Damit würden den alpinen Wintersport (inkl. Snowboard) 59% der Bevölkerung in dieser Altersspanne betreiben. Eine Zahl, die weder Franz Schenner noch sein Allianz-Partner Franz Föttinger, Geschäftsführer von Fischer und zugleich Sprecher der österreichischen Skiindustrie, so wirklich glauben können. Dieselbe Studie hatte für Deutschland übrigens 13,7 Millionen Skifahrer errechnet ...

„Das stimmt mich positiv“

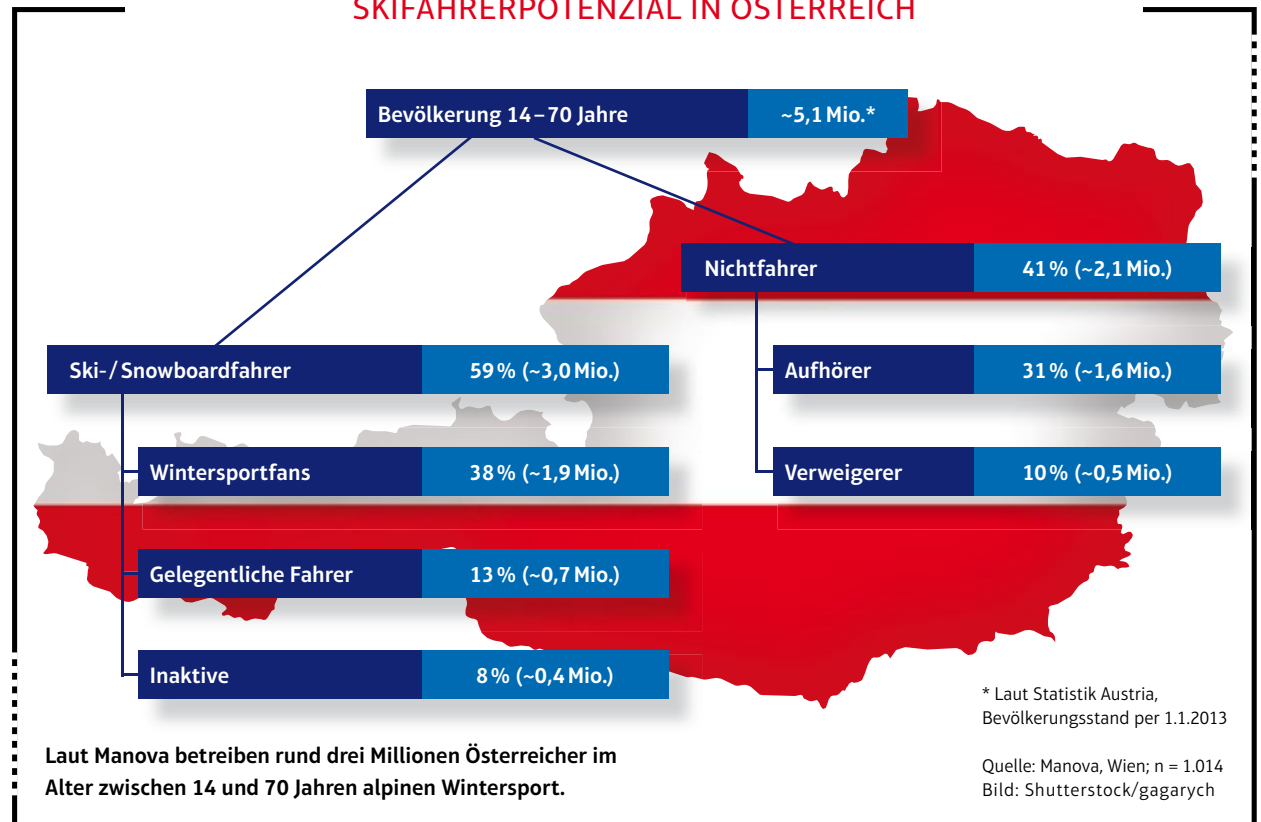
Es sei noch einmal folgende Frage in Erinnerung gerufen: Wie bekommt die Wintersportbranche mit all ihren Leistungsträgern (Tourismus, Seilbahnbetreiber, Skischule, Skiindustrie, Sporthandel) den Spagat hin, den ausländischen Urlaubsgast zufriedenzustellen, ohne den einhei-

mischen Sportler mit geringeren finanziellen Mitteln – seien es Jugendliche oder Familien – außen vor zu lassen? Wenn man die Gründe betrachtet, die ehemalige Skifahrer fürs Aufhören genannt haben, dann kann man zu dem Schluss kommen: Skifahren ist wieder zum Sport der Eliten geworden. Man müsse das beobachten, meint Föttinger darauf angesprochen. Auf der anderen Seite gäben die Skifahrtage und Zutritte den Seilbahnen recht, die in Qualität investiert hätten. Ob der Sessellift beheizt sein müsse, könne man diskutieren. Er sehe aber schon die Tendenz bei Liftgesellschaften, mittlerweile sehr günstige Angebote für Jugendliche zu schaffen. Und es entstehe eine Hotellerie, die ganz gezielt auf junge Familien zugehe. „Das ist etwas, was mich positiv stimmt“, blickt Föttinger hoffnungsvoll in die Zukunft. Schlusswort von Franz Schenner: „Um die Skifahrer von heute und morgen zu motivieren, diesen herrlichen Sport anzufangen, besser Skifahren zu lernen, auch im Alter nicht aufzuhören, sich zu bewegen und soziale Kontakte zu pflegen – das alles sind Herausforderungen, die in der heutigen Kommunikationsinflation unumgänglich sind. Ich frage meine Interessensvertreter immer und immer wieder: ‚Wer ist zuständig für den Wintergast von morgen?‘ Am Anfang haben sie nicht gewusst, was ich meine. Mittlerweile sind wir uns einig, dass der Erfolg der Vergangenheit nur eines bedeuten kann: Früher hat alles irgendwie ganz gut funktioniert. Die Zukunft wird durch die Fülle des Angebots kein leichtes Spiel.“

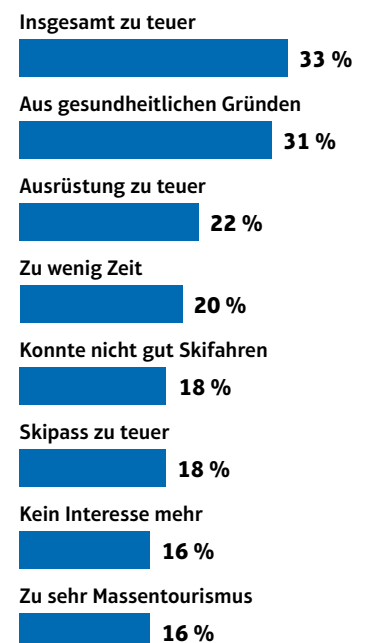


Florian Bergener
bergener@saz.de

SKIFAHRERPOTENZIAL IN ÖSTERREICH



DIE TOP-GRÜNDE, MIT DEM SKIFAHREN AUFZUHÖREN



Quelle: Manova, Wien n = 495 in DACH

Jeder dritte Skisport-Aussteiger aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nennt die hohen Kosten als Grund.