

Und wann wird Greta Thunberg in Salzburg Ski fahren?

Zuversicht. Optimismus. Ängsten keinen Raum geben. Das wurde bei der Tagung des Netzwerks Winter in Kaprun wie ein Mantra wiederholt. Aber da war mehr als das Pfeifen eines Liedes allein im dunklen Wald.

ZUKUNFT WINTER
SN-Schwerpunkt in Kooperation
mit dem Netzwerk Winter

HEINZ BAYER

KAPRUN. Früher ging es um Höher, Schneller und Weiter. Im konkreten Fall um diese Jahreszeit darum, dass vor allem Seilbahner, aber auch Touristiker stolz über Millioneninvestitionen erzählten. Über neue Liftverbindungen. Neue, noch leistungsstärkere Anlagen zur Beschneigung. Über Erweiterungen von Skigebieten. Die Zahlenspiele waren oft schwindelerregend.

Jetzt sind andere Töne zu vernehmen. Zum Beispiel war da bei der Tagung des Netzwerks Winter zu hören, dass die Seilbahnbranche durch innovative neue Technik in den vergangenen zehn Jahren 20 Prozent des Energieverbrauchs eingespart hat. Und die weiteren Planungen und Vorhaben sind ehrgeizig. So gibt es konkrete Überlegungen, das System der Beschneiungsanlagen in Kombination mit den Speicherteichen auch als Kleinkraftwerke zur Erzeugung von Energie zu verwenden. Südseitig gelegene Lawinalgalerien mit Photovoltaikanlagen zur Energiegewinnung ohne weiteren Verbrauch von Grund und Boden aufzurüsten.

Noch viel stärker als bisher durch Rückwandlung von Abwärme der eigenen Betriebsanlagen die Sparsamkeit und eine steigende autonome Energieversorgung voranzutreiben. Und vielleicht sogar in einer Art Netzwerk sich untereinander und verlässlich mit überschüssiger Energie zu versorgen.

Vor diesem Hintergrund des Bemühens um mehr grüne Technologien stellte Kornel Grundner, Chef der Leoganger Bergbahnen und Sprecher der „Besten Österreichischen Sommerbahnen“, eine konkrete Überlegung an: „Wie machen wir die Generation von Greta Thunberg, also die jungen Menschen von Fridays for Future, zu unseren Gästen und zu unseren Fans?“

Vor allem gegen die Seilbahner ha-

be es zuletzt in Zeiten der Pandemie „ein Kesseltreiben“ gegeben, stellte Landeshauptmann Wilfried Haslauer fest. Haslauer ist auch Tourismusreferent des Landes Salzburg. Er betonte: „Ohne Infrastruktur kein Tourismus“, und er merkte an, dass die Buchungsanfragen und der vergangene Sommer – touristisch der beste aller Zeiten – Anlass dazu geben würden, der kommenden Wintersaison „sehr, sehr positiv entgegenzusehen“. Und nicht nur in Zeiten der



„Aus dieser Generation Fans machen.“

Kornel Grundner,
Seilbahnchef Leogang

Pandemie sei vor allem ein Konzept wichtig, „das der Unaufgeregtheit“.

Bei aller Freude über den sehr gut verlaufenen Sommer sei allerdings klar – und das hielten alle anwesenden Experten fest: Den Löwenanteil im Bereich der Wertschöpfung mache nach wie vor der Winter aus. Achtzig Prozent entfallen auf die relativ knappe Zeitspanne von Dezember bis Mitte April.

Um das auch in der Zukunft absichern zu können, müsse alles daran gesetzt werden, aus Gästen „Fans“ zu machen. Regionen, die das bereits zuwege gebracht hätten, seien in diesen schwierigen und ungewissen Zeiten im Vorteil. Das war die klare Botschaft von Markus Webhofer vom Institut für Brand Logic. Starke Destinationsmarken seien von Krisen kaum betroffen. Sogenannte Mainstreammarken, die für alles und nichts stehen „und mit ihrem Leistungsversprechen nicht klar positioniert sind, werden stark unter Druck kommen“.

Mit dem Ski- und Wintertourismus im alpinen Raum sei eine wahre Meisterleistung gelungen. Der Ski-

bzw. Snowboardsport rangiere auf der Glücksskala im Vergleich zu allen anderen Sportarten auf Nummer eins. „In diesem Segment spielen unsere alpinen Destinationen in der Champions League. Diese Entwicklung hat den Regionen enorme Wohlstandsgewinne beschert. Dennoch: Die Frage nach der Zukunftsfähigkeit von Winterdestinationen stellt sich direkter als jemals zuvor. Die explodierenden Kosten, der Arbeitskräftemangel, der drohende Buchungsrückgang setzen die Geschäftsmodelle von alpinen Destinationen unter Druck.“ Umso mehr gelte ein Zitat von Niccolò Machiavelli: „Wer möchte, dass alles so bleibt, wie es ist, muss bereit sein, alles zu verändern.“

Präsentiert wurde auch eine aktuelle Studie der Österreich Werbung (ÖW). Darin heißt es: „Winterurlauber haben im Vergleich zu allen Befragten deutlich konkretere Urlaubspläne. Sie haben mehr Geld, Zeit und Lust für den Winterurlaub zur Verfügung und schätzen ihre persönliche ökonomische Situation besser ein.“ Rund 17 Millionen potenzielle Skifahrerinnen und Skifahrer gebe es in den Kernmärkten.

Die aktuelle ÖW-Winterkampagne mit dem Slogan „Winterliebe – Jetzt in echt erleben“ läuft seit September in Deutschland, der Schweiz, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Rumänien und Polen.

Ein Winterurlaub im Schnee werde mit Österreich verbunden. Die Gäste würden sich nach Erlebnissen im Schnee sehnen.

Robert Seeber, Bundesspartenobmann der Wirtschaftskammer Österreich für Tourismus und Freizeitwirtschaft, berichtete: „Trotz aller Herausforderungen sehnen sich die Menschen nach Winterurlaub. Die Urlaubslaune ist in den meisten Märkten im Vergleich zur letzten Wintersaison gestiegen.“



Den Winter und die Freiheit erleben. Dieser Wunsch ist groß. BILD: SN/HEINZ BAYER

Der große Trend nach draußen

Dass Junge die Lust am Wintersport verloren haben, scheint zweifelhaft.

HEINZ BAYER

KAPRUN. Der weltweite „Outdoor-Sport bzw. Mountain-Sport“ und damit auch der weltweite Skisport befänden sich auf Wachstumskurs. Es zeige sich auch mittelfristig ein positiver Trend, schilderte der Sprecher der österreichischen Skiindustrie, Wolfgang Mayrhofer (Atomic), bei der Tagung in Kaprun.

Es gebe weltweit etwa 60 Millionen Skiläuferinnen und Skiläufer. Der Markt wachse wieder – „es gibt eine steigende Anzahl von Menschen, die wieder zum Skifahren und zum Wintersport zurückkehren“. Dass sich die junge Generation

abwende und verloren gehe, entspreche seiner Wahrnehmung nicht. Aber er wünsche sich, „dass wir diesen Spirit, der die jungen Wintersportler in den Skigebieten der USA beflügelt, auch bei uns spürbar machen können“. Dazu brauche es eine Anstrengung aller, die mit dem Wintersport zu tun haben. Und einen griffigen, zündenden Slogan dafür.

Dass eine Skimüdigkeit spürbar wäre, nimmt auch der Sprecher des Salzburger Berufsskilehrer- und Snowboardlehrer-Verbands, Gerhard Sint, nicht wahr: „Die 700 österreichischen Ski- und Snowboardschulen mit ihren rund 18.000

Schneesportlehrern setzen ihre Erfolgsgeschichte in der Ausbildung der Vorpandemiejahre fort. Den Landesverbänden gelang es auch in den Krisenjahren, viele neue Schneesportlehrer auszubilden. Die Nachfrage nach diesen Ausbildungen ist in der Tendenz wieder steigend, nicht zuletzt wegen der hohen Attraktivität der Skischulen als Dienstgeber. Für die kommende Saison werden rund 12.000 Kandidaten aus- und fortgebildet.“ Tatsache sei aber, dass es in der Altersgruppe 10 bis 15 Jahre viele Aussteiger gebe. Entsprechende Initiativen, sie zurückzuholen, gebe es. Unter anderem auch in Wien.



„Auffi und außi muaß i!“ Wolfgang Mayrhofer, Sprecher der Skiindustrie in Österreich, sieht den „Outdoor-Sport bzw. Mountain-Sport“ und damit auch den weltweiten Skisport auf Wachstumskurs.

BILD: SN/HEINZ BAYER