

Österreich Werbung: Studie zu Skinachwuchs zeigt großes Potenzial am Kernmarkt Deutschland

Wie groß ist das Potenzial für Skinachwuchs in Österreichs größtem Herkunftsmarkt Deutschland? Was brauchen Kinder und Jugendliche in Deutschland, damit sie mit dem Skifahren beginnen? Was ist ihnen bzw. den Eltern wichtig und an welchen Stellschrauben sollte die Branche drehen, damit sich auch Menschen für Skifahren begeistern, die bisher noch wenige Berührungspunkte aufweisen? Diesen Fragen ist die Österreich Werbung im Rahmen einer gestern veröffentlichten Studie nachgegangen. Fazit: Skifahren genießt trotz schwieriger Rahmenbedingungen einen hervorragenden Ruf und das Neupotenzial für die Zukunft ist hoch.

Skinachwuchs-Neupotenzial: 23 Prozent aller Kinder und Jugendlichen in Deutschland

Die Studie besteht aus einem quantitativen und einem qualitativen Befragungsteil. Im Rahmen des quantitativen Teils wurden 1.500 Personen in Deutschland zum Thema Skifahren bzw. Skiurlaub befragt. Aus den Daten geht hervor, dass 23 Prozent aller Kinder und Jugendlichen in Deutschland (3,2 Millionen Menschen) Interesse an Skifahren haben bzw. künftig Ski fahren wollen. „Das durchaus hohe Neupotenzial unter Kindern und Jugendlichen lässt einen optimistischen Blick auf die zukünftige Entwicklung des Skisports in unserem wichtigsten Herkunftsmarkt zu. Wir sind aufgerufen, hier die richtigen Schritte zu setzen, um auch jene Menschen für Skifahren zu begeistern, die momentan noch keine Berührungspunkte zu diesem wunderbaren Sport haben“, sagt ÖW-Geschäftsführerin Astrid Steharnig-Staudinger.

„Österreich zählt seit Jahren bei Jung und Alt zu den beliebten und erfolgreichen Wintersportdestinationen im Alpenraum. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, gilt es heute schon unsere Angebotsvielfalt rund um Sport im Schnee entsprechend weiter zu entwickeln, sowie unsere Stammgäste und Familienurlauber weiterhin von unserem guten Preis-Leistungsverhältnis zu überzeugen. Mit innovativen Winterkonzepten müssen wir darüber hinaus verstärkt auch neue Gäste für Österreich als Wintersportdestination ansprechen. Neben dem Potenzial unter Kindern und Jugendlichen gilt es deshalb das Neupotenzial bei den erwachsenen Deutschen mit 4,1 Millionen zu nutzen und so die nachhaltig positive Entwicklung des schneegebundenen Sports weiter voranzutreiben“, so Tourismus-Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler.

Motivatoren für das Skifahren: Eltern, Schulsikurse und Verwandte

Erwartungsgemäß kommt den Eltern eine Schlüsselrolle beim Erlernen der Sportart zu: Laut der Befragung lernt die Hälfte des Skinachwuchses das Skifahren von den Eltern, die in den meisten Fällen auch den Anstoß geben, überhaupt mit dem Skifahren zu beginnen. Bei rund 30 Prozent der Kinder und Jugendlichen ist es die Schule bzw. der Schulsikurs. „Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, Großeltern und weitere Verwandte legen in den häufigsten Fällen den Grundstein für die Skifahr-Begeisterung. Für die Branche macht es daher Sinn, diese Menschen zu adressieren“, sagt Steharnig-Staudinger weiter.

Ableitungen für die Branche: Unerfahrene bei der Hand nehmen

„Im Rahmen des qualitativen Studienteils konnten wir nochmals tiefer auf die Bedürfnisse und Gedanken der Befragten eingehen – auch jener Menschen, die bisher keine Touchpoints zum Skisport hatten. Um das durchaus große Potenzial zu aktivieren, sind in Richtung der Unerfahrenen Aktivitäten notwendig, die ganz grundsätzliche Fragen klären. Dazu gehören beispielsweise Informationen zur benötigten Ausrüstung, zur Kleidung, Anreise oder die Organisation von Skikursen. Eltern brauchen im Vorfeld sehr viele Informationen, um eine

Planungssicherheit zu erhalten. Für die Branche gilt deshalb, dieses Informationsbedürfnis zu stillen“, so Steharnig-Staudinger weiter.

Aus der Studie geht hervor, dass vor allem der Unterkunft eine besondere Rolle zukommt. Die Unterkunft soll als Ausgangspunkt für die Aktivitäten im Schnee dienen, aber gleichzeitig ein wärmendes Refugium sein; ein One-Stop-Shop, der die notwendigen Informationen zur Verfügung stellt, über den Skiausrüstung, Skitickets und Skikurse organisiert werden können. „Für die Branche bedeutet dies, dass genau diesem Bedürfnis der reibungslosen Organisation Rechnung getragen werden soll“, sagt Steharnig-Staudinger abschließend.

Über die Studie

Die Österreich Werbung hat 2023 zum Thema Skinachwuchs sowohl quantitative Forschung (Umfrage unter 1.500 Personen) als auch qualitative Forschung (Gruppendiskussionen mit Eltern, Kindern und Jugendlichen) in Deutschland zum Thema Skifahren bzw. Skiurlaub durchgeführt.

Die Österreich Werbung als Auftraggeber stellt dem heimischen Tourismus die Studie kostenlos zur Verfügung. Österreichische Touristikerinnen und Touristiker können die „[Skinachwuchs-Studie](#)“ hier anfordern.

Rückfragehinweis

Österreich Werbung

Thomas Kreidl, MA MSc

Stv. Unternehmenssprecher

Tel.: +43 1 588 66-277

thomas.kreidl@austria.info

www.austriatourism.com/presse

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Andrea Gesierich, MA

Pressesprecherin der Staatssekretärin für Tourismus

Tel.: +43 1 71100 6000-43

andrea.gesierich@bmaw.gv.at

<https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus>