

Jugend: Mehr Ski, weniger Party

Studie. Die unter 30-Jährigen fahren gern mit den Eltern auf Winterurlaub. Die Klimaproblematik tangiert jüngere Skisportler bei ihrem Hobby kaum.

VON CLAUDIA LAGLER

Kaprun. Der erste Schnee blitzt in den heimischen Wintersportgebieten verlockend von den Bergen. Trotzdem blicken Ski- und Seilbahnwirtschaft nicht ganz ohne Sorgen in die Zukunft. Da sind die steigenden Kosten, die so manchen Winterurlauber bei Ausrüstung, Liftkarten und Nächtigungen zögern lassen. Und da ist der Klimawandel.

Der hat das Skifahren auf beschneiten Pisten ganz generell gesellschaftlich problematisiert. Warum soll man Kindern und Jugendlichen angesichts dieser Rahmenbedingungen überhaupt noch das Skifahren schmackhaft machen? Diese Frage treibt auch das Netzwerk Winter um – eine Plattform, auf der Seilbahnen, Skiindustrie, Skilehrerverband und Touristiker sich inhaltlich austauschen und ihre Interessen vertreten.

Die gute Nachricht für die Veranstalter: Das Skifahren steht bei den jungen Österreichern nach wie vor hoch im Kurs. Jugendforscher Bernhard Heinzlmaier ist im Auftrag der Seilbahnen und des Netzwerks Winter der Frage nachgegangen, wie man die Jugend für den Wintersport gewinnen kann. Und konstatierte am Donnerstag bei der Präsentation der Ergebnisse in Kaprun: Die meisten muss man nicht erst gewinnen, weil Winterurlaub ohnehin sehr attraktiv für junge Menschen ist – besonders für jene der gehobenen Mittelschicht. „Für 25 Prozent der unter 30-Jährigen ist Winterurlaub hochgradig interessant“, sagte Heinzlmaier. Bei den höher Gebildeten sind es sogar 31 Prozent. „Damit spricht man eine sehr potente Zielgruppe an, die die Lust am Skilauf auch ihren Kindern weitergibt“, sagte Heinzlmaier.

Und: Winterurlaub ohne Wintersport ist für 99 Prozent der Befragten – 1000 Österreicher im Alter von 14 bis 29 Jahren – schlicht undenkbar. Sportlich dreht sich für die Hälfte der Befragten dabei alles ums Skifahren oder – eher als Après-Ski-Aktivität – ums Eislaufen. Interessant: Chillen und Wellness hat laut der Jugendstudie für die Generation Z – die heute 15- bis 29-Jährigen – einen viel höheren Stellenwert als die früher unverzichtbare Partytime.

Tschüss, Halligalli

„Die Zeiten von Halligalli sind vorbei, die jungen Leute wollen sich heute im Urlaub erholen“, konstatierte Heinzlmaier: „Das ist in Zeiten, in denen die eigene psychische Gesundheit zu den größten Sorgen der jungen Menschen gehört, nicht überraschend“, sagte der Jugendforscher. Natürlich gebe es aber auch weiterhin Gruppen, denen Après-Ski wichtig wäre. Diese gehörten aber meist nicht der jungen Zielgruppe aus der oberen Mittelschicht an.

Die Generation Z ist familienorientierter als die Generationen davor: „Fast 90 Prozent der 14- bis 18-Jährigen fahren mit den Eltern in den Winterurlaub und haben keine Probleme damit“, so der Forscher. Auch die Mehrheit der über 20-Jährigen ist mit den Eltern unterwegs. „Die Herkunftsfamilie schnell hinter sich lassen, um auf eigenen Beinen zu stehen, hat für die Mehrheit der jungen Österreicher und Österreicherinnen keine Priorität“, stellt Heinzlmaier fest. „Das ist der neue Konservatismus bei den österreichischen Jugendlichen.“ Die Skifahrer sind dabei eher mit der Familie unterwegs, die Snowboarder hingegen mit Freunden. „Die Snowboarder ticken anders, sie sind tendenziell die Familienflüchtlinge“, meinte Heinzlmaier.

Dass erfolgreiche Skisportler von den Jugendlichen automatisch als Identifikationsfiguren und Vorbilder wahrgenommen werden, funktioniert – vor allem im urbanen Bereich – nicht mehr so einfach. „Die meisten Skistars werden als zu angepasst und bieder empfunden“, sagt der Jugendforscher. „Wir haben eine angepasste Jugend, die durch Aufstieg durch Anpassung funktioniert. Sie wollen aber jemanden, der nicht so angepasst ist wie sie selbst.“

„Nicht zu äplerisch“

Am ehesten als Botschafter des Wintersports in der Jugendkultur sei Snowboarderin Anna Gasser geeignet. Sie wird als jemand wahrgenommen, der den Spagat zwischen ländlicher und urbaner Kultur schafft. „Popkulturell ausgerichtete Jugendliche verlangen nach Typen, die zumindest ästhetisch die bürgerliche Form der Selbstpräsentation herausfordern“, heißt es in der Studie. Deshalb rät der Jugendforscher den Touristikern zu mehr Mut in der Kommunikation, damit sie neue und jüngere Schichten für den Wintertourismus gewinnen. Werben sollte man vor allem mit positiven Bildern. „Ein bisschen urbaner Touch kann nicht schaden, die Jungen wollen es nicht allzu äplerisch.“

Die umweltfreundliche Anreise mit der Bahn – die in der Tourismuswerbung stark forciert wird – ist als Anreiz für die Jugendlichen irrelevant. Nur für zehn Prozent der Befragten ist die Bahn eine Option für die Anreise in den Winterurlaubsort. Die Jungen kommen weiterhin am liebsten mit dem Auto – weil es unkompliziert und komfortabel ist. Die Bahn könne bei den Jungen bisher nicht punkten, berichtete Heinzlmaier.

Die Bedeutung der Familie bei der Frage, ob Kinder und Jugendliche Skifahren oder Snowboarden lernen, unterstreicht auch eine Studie der Österreich Werbung. Sie beziffert in Deutschland – dem nach Österreich wichtigsten Herkunftsmarkt im Wintertouris-

mus – das Nachwuchspotenzial mit 3,2 Millionen Kindern und Jugendlichen, die das Skifahren oder Snowboarden lernen möchten. Die Hälfte lernt das Skifahren von den Eltern, etwa ein Drittel beim Schulsikurs.



Die Ö1 Club-Kre 1 Karte, viele V

Ö1 Club-Mitgliedschaft

Monatliche Programmzeitschrift

Kreditkartenfunktion

samt Vorteilspaket von Diners

Jetzt zum Aktionspreis von € 27,-

Aktion gültig bis 31.12.2023

Alle weiteren Vorteile und Informationen unter oe1.ORF.at/kreditkarte