

Trends im Wintersport

Interessenvertreter und Branchensprecher der „Allianz Zukunft Winter“ trafen sich zum traditionellen gemeinsamen Forum.

KAPRUN. Das Tauern Spa Kaprun war kürzlich Treffpunkt für die Mitglieder des Netzwerks Winter, der branchenübergreifenden Plattform für Wintersport und Tourismus. Vertreter der Tourismusbranche, der Seilbahnwirtschaft, des Skischulverbands und der Skiindustrie diskutierten beim „8. Forum Zukunft Winter“ die aktuellen Entwicklungen in der Wintersportbranche. „Wintersport ist wieder trendy“, konstatierte der Sprecher der Österreichischen Skiindustrie und Atomic-CEO, Wolfgang Mayrhofer.

Material „Made in Austria“

So hat sich der weltweite Alpinskismarkt inzwischen bei einem Wert von 3,1 bis 3,2 Mio. Paar eingependelt, bei den Skischuhen sind es fast 3,4 Mio. Paar – und diese Entwicklung spüren auch die österreichischen Wintersport- und Ski-Marken wie Atomic, Blizzard, Fischer, Head in ihren Auftragsbüchern. Auch der Marktanteil im Verleihbereich nimmt zu, wobei die Kernmärkte hier Frankreich, Österreich, Schweiz und Italien sind.

Zu den „neuen Hoffungsmärkten“ zählt China: Die Olympischen Spiele in Peking im Jahr 2022 gelten als Impuls und Chance für den Wintersport. Dementsprechend hat die chinesische Regierung auch ehrgeizige Pläne: Der Skisport soll als *Breitensport* entwickelt werden. Nun gehe es darum, Österreich



© APX/Barbara Gindl

152 €

Spendier-Skihosen

Ein Wintergast gibt in Österreich 152 € pro Tag aus; Sommergäste sind sparsamer: 125 €.

als globalen Leader im Wintersport zu positionieren. Teil des ehrgeizigen Konzepts ist die Ausbildung von 1.000 chinesischen Skilehrern durch heimische Skilehrer. Die Vormachtstellung Österreichs im Skisport soll spür- und greifbar gemacht werden, u.a. durch Aktivitäten mit Influencern und mittels Digitalmarketing.

Wichtig sei auch der notwendige Fokus der Österreich-Werbung in Richtung Wintersport mit entsprechender Gewichtung der Budgets.

„Es gibt keinen Plan B“

Für die Obfrau der Bundessparte Tourismus in der WKÖ, Petra Nocker-Schwarzenbacher, gibt es keinen Plan B zum Wintersport: „Es geht uns nicht mehr nur um Nächtigungsrekorde“, sagt Nocker-Schwarzenbacher; „damit wir unsere Position als Weltmeister im Wintertourismus weiter ausbauen, muss

unser Fokus auf Qualität und Wertschöpfung liegen.“ Die Wintersaison weise zwar um drei Mio. Nächtigungen weniger auf, als die Sommersaison (75 Mio.); die täglichen Ausgaben eines Wintergasts lägen allerdings mit 152 € höher als beim Sommergast (125. €): „Betrachtet man das gesamte Netzwerk Wintersport, so hängen österreichweit rund 150.000 Vollzeit-äquivalente – das sind ca. 190.000 Beschäftigte – direkt oder indirekt vom Wintersport ab.“

Die Messbarkeit von Erfolg, Wertschöpfung sowie die Sichtbarmachung von Handlungsbedarf im Tourismus seien wesentliche Punkte der neuen Tourismusstrategie, die unter Federführung des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus erarbeitet werden. Nocker-Schwarzenbacher: „Damit soll gewährleistet werden, dass sich die hervorragende Leistung unserer Betriebe auch wirtschaftlich wieder rechnet.“

Hauptsach' zufrieden

Für den Präsidenten der Österreichischen „Schneesport“-Lehrer, Richi Walter, und seinen Stellvertreter Gerhard Sint steht die Gästezufriedenheit im Mittelpunkt. Die Angebotsentwicklung „Genussskifahren“ gemeinsam mit allen Leistungsträgern und in Zukunft auch die einfache Buchbarkeit („Book2Ski“) seien das Versprechen für die Zukunft.

Seilbahnen-Sprecher Hannes Parth ist überzeugt, dass Investitionen der Seilbahnen viele nachhaltige Effekte auslösen. Dabei fließen 261 Mio. € in die Sicherheit, den Komfort und die Qualität der Anlagen, 124 Mio. in den Neubau und die Modernisierung der technischen Beschneidung und 225 Mio. € für die weitere Attraktivierung des Gesamterlebnisses alpiner Wintersport.

Facts

Allianz Zukunft Winter

Die nationale Allianz Zukunft Winter als branchenübergreifende Plattform der Interessenvertreter aus Tourismus, Seilbahnwirtschaft, Berufsskilehrerverband und Skiindustrie hat sich u.a. zum Ziel gesetzt, die immense Bedeutung des Wintersports in seiner volkswirtschaftlichen Dimension für die Wertschöpfung klarer darzustellen. Tourismus, Seilbahnwirtschaft, Skischulen und natürlich die Skiindustrie bieten Arbeitsplätze für rund 280.000 Mitarbeiter.