

# Die Lehrer werden umworben

**Zuckerl.** Die Lehrer dürfen sich auf den nächsten Winter freuen. Für sie gibt es ein Motivationspaket, damit Schüler wieder Ski fahren.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

ST. ANTON (SN). Der Winter ist vorbei, der nächste kommt bestimmt. Und dann, so hoffen Touristiker und Wintersportunternehmen wie die Seilbahnwirtschaft oder die Skiindustrie, tummeln sich auch wieder mehr Kinder und Jugendliche auf den Pisten. Dass Österreichs Schülerinnen und Schüler auch Ski fahren, soll nicht mehr dem Zufall überlassen werden.

Wir wollen 300.000 Schüler auf die Piste bringen.

F. Schenner, Allianz Zukunft Winter

Die „Allianz Zukunft Winter“ hat noch vor Saisonende in St. Anton am Arlberg ein Maßnahmenpaket geschnürt, das die Lust am Skifahren anheizen soll. Dabei ziehen die österreichische Skiindustrie (mit den Marken Atomic, Blizzard, Fischer, Head und Kneissl), die Skischulen, die Seilbahner, die Interessenvertretung der Zulieferbetriebe sowie die Bundessparte für Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer an einem Strang. „Alle Kinder sollen in den Schnee“, erklärte der Sprecher der Skiindustrie und Atomic-Geschäftsführer, Wolf-

gang Mayrhofer. Dabei mithelfen sollen künftig die Lehrer. Deren Rolle bei der Ausübung von Schneesport sei bisher unterschätzt worden, betonte der Sprecher der Allianz, Franz Schenner. „Die Lehrer entscheiden mit, ob sie mit den Kindern eine Wintersportwoche machen oder nicht.“ In den vergangenen Jahren war offensichtlich nicht nur die Zahl der Geburten rückläufig. Während 1995 noch zirka 250.000 Kinder und Jugendliche eine Schulskiwoche absolvierten, waren es im vergangenen Winter nur noch rund 140.000 Schüler.

Mit einem Motivationspaket will die Allianz Zukunft Winter deshalb das Lehrpersonal ab kommenden Winter „gebührend“ umwerben. Alle Lehrerinnen und Lehrer, die Wintersportwochen organisieren oder begleiten, sollen mit persönlichen KeyCards Skigebiete kennenlernen und erhalten dafür zwei Gratistageskarten von der Seilbahnwirtschaft. Von der Skiindustrie wird es für die Lehrer verbilligte Ausrüstung über den Sportfachhandel geben. Die Skischulen haben sich bereit erklärt, Hilfestellung bei Fortbildungskursen zur Verbesserung der Skitechnik und beim Erlernen neuer Trends zu geben. „Das Paket ist keine Bestechung, sondern ein Dankeschön an die Lehrer für die Organisation von Schulskiwochen“, betonte Schenner. Vergangenen Winter hätten in einem Salzburger Pilotprojekt bereits



1400 Lehrer eine personalisierte KeyCard erhalten. Schenner: „Das Echo war sensationell.“

Ein leichtes Aufatmen ist in der Skiindustrie zu spüren. Die Lagerbestände bei den Händlern seien gesunken, das Geschäft sei besser als im Vorjahr gelaufen, sagt Skiindustrie-Sprecher Wolfgang Mayrhofer. „Es könnte heuer ein kleines Plus herauskommen.“ Sport im Schnee sei bei den Jungen wieder cool und angesagt. Über zehn Prozent der Brettl auf dem Skimarkt seien bereits Freeski.

„Und die trendigen Twin-Tip-Ski gibt es jetzt auch für die Kinder, das stärkt den Coolness-Faktor bei den Jüngsten.“ Klassische Alpinski würden für Kinder immer weniger nachgefragt. Für die Schulskiwochen soll es jeweils vor Ort einen günstigen Verleih der neuesten Ski und Snowboards geben.

Indirekt von der Freude am Skifahren abhängig sind auch die Austrian Seilbahnpartner. In der

Interessenvertretung sind die österreichweit 60 wichtigsten Zulieferbetriebe für die Seilbahnindustrie zusammengeschlossen. Die hauptsächlich Klein- und Mittelbetriebe beschäftigen rund 2000 Mitarbeiter. „Wir spüren, dass sehr viele sehr kleine Skigebiete Investitionen machen müssen, sonst stehen sie vor dem Zusperrern“, sagt IG-Sprecher Roderich Urschler.

Die Allianz Zukunft Winter tritt in ihrer partnerschaftlichen Vereinbarung deshalb auch für den Erhalt kleiner Skigebiete in der Nähe von Ballungszentren ein. Auch, damit der Turnunterricht im Winter zum Teil auf der Piste stattfinden kann. Ziel sind dabei Gratisfahrten für die Kinder.

Die mageren Zeiten des Schneesports an den Schulen sollen jedenfalls bald der Vergangenheit angehören. „Wir wollen wieder 300.000 Schüler pro Saison auf die Piste bringen“, sagt Allianz-Sprecher Franz Schenner.

## TOURISMUS KOMPAKT

### Naturcamps für Kinder in den Sommerferien

WIEN (SN). Der World Wide Fund for Nature (WWF) bringt den Kindern in den Schulferien die heimische Natur näher. Mit WWF-Ökopaedagogen und Nationalpark-Rangern geht es bei insgesamt sieben Camps im Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel, am Inn, im Nationalpark Hohe Tauern, im Karwendel, an der Traun sowie der March auf Entdeckungsreisen der besonderen Art.

[www.wwf.at/kids/camps](http://www.wwf.at/kids/camps)

### Onlinemarkt in Österreich wächst

WIEN (SN). Die börsennotierte international ausgerichtete Travel24.com AG platziert sich in Österreich. Auf der Reisebuchungsplattform [www.travel24.com](http://www.travel24.com) können fortan auch wichtige österreichische Veranstalter gebucht werden. Travel24 will sich zudem als ein führender Fluganbieter auf dem österreichischen Markt etablieren. Vor wenigen Wochen war das zur deutschen Unister Holding GmbH gehörende Travel24 in der Schweiz gestartet. Jan Valentin, Vorstand der Travel24.com AG, erwartet in Österreich ein rasches profitables Wachstum.

### EU setzt verstärkt auf den Tourismus

WIEN (SN). Die EU will im Kampf gegen die aktuelle Wirtschaftskrise verstärkt auf die Tourismusbranche setzen. Darauf haben sich die europäischen Tourismusminister sowie Antonio Tajani, EU-Kommissar für Industrie und Tourismus, geeinigt. „Der Tourismussektor ist fundamental, um aus der Krise zu gelangen“, erklärte Tajani. Neben der finanziellen Förderung von Kleinunternehmen sollen vor allem Programme ins Leben gerufen werden, die europäische wie nicht europäische Touristen dazu animieren, während des ganzen Jahres Urlaub in europäischen Ländern zu machen.



## „Planet Planai“ sorgt für neue Dimensionen im Tourismus

Wie von einem anderen Stern wirkt die künftige Talstation in Schladming, die nicht von ungefähr „Planet Planai“ heißen wird. 12,5 Mill. Euro beträgt das Investitionsvolumen für das neue touristische Zentrum, für das vor wenigen Tagen die Spatenstichfeier stattgefunden hat. Schon Ende November soll der „Planet Planai“, in dem drei Gebäudekomplexe miteinander verbunden sind, bezugsfertig sein. 1000 Quadratmeter sind allein für Serviceeinrichtungen für den Gast reserviert. Geplant ist ein sogenannter „One-Stop-Shop“, in dem der Gast alles an einem zentralen Ort finden soll, was zu einem Urlaub gehört: von der Skischule und dem Sportshop mit Skiverleih über das Skiticket im Winter oder den Rafting- und Wanderguide im Sommer. Auch Zimmerreservierungen sollen möglich sein. Für die Skiweltmeisterschaft, die 2013 in Schladming stattfinden wird, sind im neuen Gebäude Räumlichkeiten für ein gläsernes WM-Studio berücksichtigt. Mit dem „Planet Planai“ sind die weltmeisterlichen Bautätigkeiten noch nicht abgeschlossen. Im Sommer 2011 folgt der Spatenstich für das neue Planai-Stadion mit unterirdischem Servicedeck, 2012 beginnt der Bau für das „Tor der Sieger“ am Zielhang. In alle drei Bauprojekte fließen insgesamt 24,4 Mill. Euro.

Bild: SN/PLANAI

## Hotel: Empfehlung von Freunden wichtig

WIEN (SN). Für neun von zehn Städtereisenden sind ein sauberes Zimmer und freundliches Personal die obersten Kriterien für einen perfekten Hotelaufenthalt. Das hat eine von der Arcotel Hotels und Resorts GmbH gemeinsam mit der GfK Austria durchgeführte Umfrage ergeben. Kaum zu vermuten, aber herausgekommen ist auch: Vor allem Teenager und Personen bis 29 Jahre fordern Reinlichkeit und höfliche Umgangsformen. Die ältere Generation legt bei der Buchung großen Wert auf persönliche Beratung. Für die Umfrage wurden 1000 Österreicher ab 15 Jahren befragt.

Als wichtigste Quelle für die Hotelauswahl bei Städtereisen wurde das Internet genannt. Über zwei Drittel der Befragten recherchieren Unterkünfte online. An zweiter Stelle rangieren persönliche Kontakte zu Freunden, Bekannten oder Arbeitskollegen. Fast jeder zweite der Befragten gab an, den Freundeskreis als wichtige Informationsquelle heranzuziehen.

Alexander Zeh von der GfK sieht einen klaren Trend. „Städtereisen werden immer überlegter geplant und gebucht“, sagt er. Für Reisende, die häufig nur wenige Tage an einer Destination verweilen, ist eine zentrale Hotellage für die rasche Besichtigung der Sehenswürdigkeiten wichtig. Für die unter 30-Jährigen sind auch Preis und Design wichtige Kriterien bei der Auswahl.

Frauen sind laut Umfrage kostenbewusster als Männer: Acht von zehn Frauen aller Altersgruppen gaben an, nach dem Preis zu entscheiden, aber nur sieben von zehn Männern finden den Kostenfaktor entscheidend. Regional betrachtet sind es die Oberösterreicher und die Salzburger, die am stärksten auf den Preis achten (83 Prozent), am wenigsten wichtig ist die Frage nach den Kosten für die Tiroler (65 Prozent). Als Genießer zeigen sich die Kärntner. Gut zwei Drittel der befragten Reisenden aus dem südlichsten Bundesland gaben an, Hotels mit außergewöhnlicher Küche zu bevorzugen.