

Tourismus/Österreich

Skurlaub soll attraktiver werden - Buhlen um Schüler und Gäste

Utl.: Plattform "Allianz Zukunft Winter" forciert Anstrengungen -
Tourismusbranche setzt auf Kampagnen wie "in drei Tagen
Skifahren lernen" und Spaßfaktor - Trend zum "Rocker"-Ski=

Wien/Kaprun (APA) - Österreich hat weltweit die beste Infrastruktur im Wintersport, doch immer weniger Österreicher lernen Skifahren. Mit vereinten Kräften kämpft die nationale Plattform "Allianz Zukunft Winter" seit ihrer Gründung im Jahr 2006 branchenübergreifend dagegen an. Touristiker, Seilbahnunternehmen, Skiindustrie und Skischulen wollen mit kreativem Marketing wie der Kampagne "in drei Tagen Skifahren lernen", mit drehfreudigen "Rocker"-Skiern und mit "Wohlfühlbildern" auch ausländischen Gästen mehr Lust aufs Skifahren machen. Damit das auch für Familien leistbar ist, werden günstige Angebote geschnürt.

Beim "Forum Zukunft Winter" am Montagabend in Kaprun (Pinzgau) legte Hans Schenner, Spartenobmann für Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), teils ernüchternde Zahlen auf den Tisch. Anfang der 1990er Jahre nahmen noch rund 210.000 Schüler an Schulsikikursen teil. Heute sind es um 30 Prozent weniger - die Teilnahme an den Sikikursen ist nicht mehr verpflichtend. An Österreichs Schulen wurden 2010/11 schon mehr Sommersport- als Wintersportwochen abgehalten.

Für die Allianz steht fest: Der Weg zu Schulsikikursen führt über die Lehrer. Interessierte erhalten vom Netzwerk Winter zwei Tageskarten pro Person. "Wir haben mit 900 Lehrern begonnen, jetzt sind es 3.500, die Salzburger Skigebiete testen", verweist Netzwerk-Sprecher Franz Schenner auf das steigende Interesse. Im Schuljahr 2005/06 fuhren von 1,47 Millionen österreichischen Schülern 150.000 auf Wintersportwoche, 2010/11 waren es 134.000. Bei einer Gesamtschülerzahl von 990.000 sei das ein marginaler Rückgang, schöpfte Erik Wolf, Geschäftsführer der Bundessparte Transport und Verkehr in der WKÖ, Hoffnung. "Wir haben eine Stabilisierung erreicht." Aber jeder müsse in seinem eigenen Ort anfangen und schon Kindergärten die Möglichkeit zum Skifahren bieten, meinte Richard Walter, Obmann der österreichischen Skischulen.

Das Ziel der Allianz, in Zukunft mehr Menschen auf die Pisten zu bringen, ist offenbar nicht leicht zu erreichen. Jugendliche fänden Handys attraktiver als Wintersport, den kleinen Skilift um die Ecke gebe es nicht mehr. "Gemeinden unterstützen Freibäder und Tennisplätze, wir sind aber weltweit für das Skifahren bekannt", gab Hans Schenner zu bedenken. Er forderte "dringend Anstrengungen, um die Jüngsten vermehrt auf die Pisten zu bekommen. Auch auf dem europäischen Markt müssen wir uns neu aufstellen. Hunderttausende Europäer haben vor einigen Jahren aufgehört Ski zu fahren. Holen wir sie wieder auf die Piste. Winterurlaub in Österreich ist kein Angebot für Hochleistungssportler, sondern ein Event für die ganze Familie, der einfach Spaß macht." Das Potenzial ist groß: In zwölf untersuchten Urlaubsmärkten der EU können 55 Millionen Menschen Skifahren, elf Millionen der 40 Millionen Nicht-Skifahrer zeigen Interesse daran.

Spaß und Wohlfühlen zu einem erschwinglichen Preis stehen im Focus der Kampagnen "besser Skifahren in drei Tagen" und "Skifahren lernen in drei Tagen". Zielgruppen sind vor allem Touristen, die auf Kurzurlaube "fliegen" und all inclusive buchen. Für das "Ski-Comeback" bietet beispielsweise das Salzburger Land in Kooperation mit dem Netzwerk Winter, den Skischulen und Terra Reisen günstige Packages. Drei Übernachtungen inklusive Skipass, Skiverleih, Skilehrer kosten ab 449 Euro in den Wintersportregionen Zell am See, Kaprun und Saalbach-Hinterglemm-Leogang. Die Kitzbühler Bergbahnen ließen sich ein besonders Zuckerl einfallen, "um den Familienskilauf gezielt zu fördern", wie Vorstand Josef Burger im APA-Gespräch erklärte. Für die Benutzung von drei (der insgesamt 52) Liften, mit denen man von Hollersbach im Pinzgau auf die Pass-Thurn-Höhe gelangt, kostet die Tageskarte für Erwachsene 25 Euro, für Kinder zehn Euro. "Mit diesem Angebot ist es nicht mehr der Preis, der einen vom Skifahren abhält", betonte Burger.

Auf den Spaßfaktor baut auch die Skiindustrie. "Der Trend zum Rocker-Ski setzt sich immer mehr durch", sagte Franz Föttinger, Sprecher der Österreichischen Skiindustrie und Geschäftsführer von Fischer Sports. Dieser weiterentwickelte Carver-Ski ist vorne und hinten aufgebogen, er lässt sich dadurch leichter beherrschen und drehen - "ein optimaler Ski für Anfänger und Wiedereinsteiger".

Weltweit würden 3,1 Millionen Paar Alpinski verkauft. Der Weltmarkt habe sich in den vergangenen fünf Jahren stabilisiert. Vor zehn Jahren seien noch rund sechs Millionen Paar verkauft worden, erklärte Föttinger.

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Wintersports in Österreich werde unterschätzt, sagte Anna Kleissner von SportsEconAustria (SpEA/Institut für Sportökonomie) anlässlich der Präsentation ihrer Studie "die wirtschaftliche Bedeutung von Wintersport für unsere Skination" am Montagabend in Kaprun. Die totale Bruttowertschöpfung betrage 6,3 Milliarden Euro (2,3 Prozent des BIP). 185.000 Menschen seien im Wintersport beschäftigt, "das ist ein Beitrag zur Beschäftigung in der Höhe von rund 4,5 Prozent", erläuterte Kleissner. "Der Wintersport ist ein wichtiger Impulsgeber und Motor. Er schafft und erhält Arbeitsplätze vor Ort. Es gibt keine wirtschaftliche Alternative in Österreich zum Wintersport."

Einen Gedankenanstoß gab "Mister Lufthansa" Jürgen Weber der Allianz Zukunft Winter in seinem Vortrag mit auf den Weg: Die vom Leistungsdruck geplagten Menschen suchten im Urlaub Entschleunigung. "Die Zukunft des Winters heißt aus meiner Sicht Genuss. Sie müssen der Individualität den Vorrang geben, dass sich jeder pudelwohl fühlt." Die Gäste suchten das Ortstypische, die Einfachheit der Zirbenstube, die Menschlichkeit der Ansprache, sagte der scheidende Lufthansa-Vorstandsvorsitzende und begeisterte Skifahrer.

(Schluss) vr/bn/kan/km

APA0285 2012-11-06/12:30

061230 Nov 12