

Plädoyer für die Einfachheit

Wintersport. Das Netzwerk Winter traf sich zum Gedankenaustausch in Kaprun. Dabei warfen Branchenfremde einen Blick von außen auf den Wintertourismus.

ERWIN SIMONITSCH

KAPRUN. Jürgen Weber ist Aufsichtsratsvorsitzender der Lufthansa-Gruppe – und begeisterter Skifahrer. „Als Skilehrer habe ich mir das Studium verdient“, verriet der 71-jährige Deutsche vorige Woche den Besuchern des „Forums Netzwerk Winter“ im Tauern Spa Kaprun.

Der Winter habe Zukunft, meinte der Manager – „und das nicht nur in meteorologischer Hinsicht, denn die Winter werden immer kälter“. Auch wenn es gut laufe, man sollte sich ständig Gedanken über Verbesserungen machen, meinte Weber: „Etwa: Wie bringe ich Schwung in die Entwicklung? Wie schärfen wir im Wettbewerb unser Profil?“ Und ganz Airliner: „Wie können uns die Airlines dabei helfen?“

Harter Wettbewerb

Weber sieht den Wintertourismus im Spannungsfeld von drei Faktoren: Dem zunehmenden Wettbewerb von Standorten und konkurrierender Aktivitäten. Dem veränderten Buchungsverhalten durch gesellschaftliche Trends. Und den Auswirkungen durch das Auf und Ab der Konjunktur.

Wintersport solle Spaß bereiten und Menschen wieder zu spielenden Kindern im Schnee machen. „Wir leben in einer urbanisierten, hoch effizienten, leistungsgetriebenen Welt. Dazu suchen die Menschen eine Gegenwelt. Der Wintersport kann sie liefern, wenn er befreit, dass die Menschen in



Franz Schenner: „Ohne Wintersport wären wir tote Hose.“

den Bergen nicht eine Fortsetzung von Manhattan, London oder München wünschen.“ Es sei erschreckend, welche Hotels in manchen Regionen in die Landschaft gesetzt würden. „Und wenn dann noch ein Treiben wie in Monte Carlo produziert wird.“ Die meisten Men-

„Die Leute wollen die Berge, nicht London oder Manhattan.“

Jürgen Weber, Lufthansa

schen wollten keine Hip-Design-Hotels, sagte Weber: „Sie freuen sich auf das Einfache, das Ursprüngliche.“ Im Mittelpunkt touristischer Werbung dürfe nicht der Massenbetrieb auf den Pisten sein. „Ständig auf Raser und Snowboardweltmeister achten zu müssen, verdirbt jedem den Spaß.“

In Österreich sei noch Ursprüngliches zu finden, meinte Weber und fügte an: „Die Einfachheit der Zirbenstube, die Menschlichkeit der Ansprache, viele suchen heute Entschleunigung. Diese kann nur eintreten, wenn ich mich rundum wohlfühle.“ Aus seiner Sicht sei „Genuss“ die Zukunft des Winters: „Hier müssen Sie Impulse setzen.“



Jürgen Weber: „Die Zukunft des Winters heißt Genuss.“ Bilder: SW/SIMO

Weber regte weiters an, über die Preisgestaltung nachzudenken: „Skilauf beginnt zu teuer zu werden.“ Gerade die finanzielle Belastbarkeit von Familien sei begrenzt.

Zunehmend schnürten die Leute ihr eigenes Urlaubspaket. Sie könnten aus einer Fülle von Preisen wählen. So sei Hin- und Rückflug Hamburg – Salzburg im Jänner 2013 um 196 Euro zu haben. „Da würde ich das Auto zu Hause lassen.“ Die Mobilität könne aber auch immobil machen, wenn die Reise mehr Frust als Lust erzeuge. „Wenn es Staus gibt, wenn sich der Transfer zum Flughafen, zur Bahn, mit dem Taxi zum Spießrutenlauf entwickelt.“

Nicht vergessen dürfe man die wachsende Anzahl an Rentnern. „Sie schipern wintertags durch die Karibik oder das Mittelmeer, dosieren ihre Bewegung und freuen sich auf das festliche Dinner mit dem Kapitän.“ Die Schlussfolgerung Webers lautet: „Es zählt sich aus, die Berge in den Alpen zu lassen. Österreich hat einen Schatz in seiner Natur, seinen Menschen, in der Lebensart. Das sind Assets, die viele Deutsche hoch bewerten.“

Hoch zu bewerten sei der Wintertourismus auch in gesamtwirtschaftlicher Hinsicht, rechnete Anna Kleissner, stellvertretende Leiterin des Insti-



Anna Kleissner: „Die Berge sind ein wirtschaftlicher Segen.“

tuts für Sportökonomie, Sport Econ Austria (SpEA), vor: „Die jährliche Bruttowertschöpfung in Österreich beträgt 6,3 Milliarden Euro.“ Das sind 2,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts. Das klinge nach gar nicht so viel, sei aber beachtlich: „Es ist doppelt so viel wie in der

„Wirtschaftlich gibt es keine Alternative zum Wintersport.“

Anna Kleissner, Ökonomin

Landwirtschaft oder in der Automobilindustrie in Österreich.“ Rund 185.000 Menschen würden durch den Wintertourismus beschäftigt.

Ein Selbstläufer ist der Wintersport aber nicht mehr. Im Winter in die Berge, im Sommer ans Meer – das war einmal. Das Netzwerk Winter, eine Allianz aus Seilbahnwirtschaft, Skiindustrie und Tourismus, will deshalb permanent Impulse setzen. „Wir beschäftigen uns laufend mit der Zukunft“, sagte Netzwerk-Sprecher Franz Schenner. Etwas zu kurz kam bei der Tagung die Diskussion. Vor allem zu Webers Argumenten gab es viele informelle und divergierende Anmerkungen von „Winter-Experten“.