

# Skiurlaub soll attraktiver werden

**Die Tourismusbranche setzt auf Kampagnen wie „In drei Tagen Skifahren lernen“ und den Trend zum „Rocker“-Ski.**

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.

## Schulskikurse forcieren

Beim „Forum Zukunft Winter“, das kürzlich in Kaprun stattfand, legte Bundesspartenobmann Hans Schenner teils ernüchternde Zahlen auf den Tisch. Anfang der 1990er Jahre nahmen noch rund 210.000 Schüler an Schulskikursen teil. Heute sind es um 30% weniger – die Teilnahme an den Skikursen ist nicht mehr verpflichtend. An Österreichs Schulen wurden 2010/11 schon mehr Sommersport- als Wintersport-

wochen abgehalten. Für die Allianz steht fest: Der Weg zu Schulskikursen führt über die Lehrer. Interessierte Lehrer 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 Winter-sportwoche, 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, Hoffnung. „Wir haben eine Stabilisierung erreicht.“

## Spaß und Wohlfühlen

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 „dringende 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 auf-



WKS-Vizepräsidentin Andrea Stifter (Mitte) mit dem Lufthansa-Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Jürgen Weber (links) und Flughafen-Direktor Ing. Roland Hermann (rechts).

Foto: Neumayr

gehört 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 Mittelpunkt 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 bei-

spielsweise das Salzburger Land in Kooperation mit dem Netzwerk Winter, den Skischulen und Terra Reisen günstige Packages.

Einen Denkanstoß 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. ■



## Brennpunkt eTourism

Am 19. November, 9 Uhr, startet an der FH Salzburg in Puch-Urstein der 8. Brennpunkt eTourism. Die Themenschwerpunkte sind Online-Vertrieb, Bewertungs- und Buchungsplattformen, Online-Gutschein-Plattformen, Buchungstechnologien von morgen, Suchmaschinen und Direktbuchungen sowie mobiles Marketing. Nähere Info und Anmeldung: [www.brennpunkt2012.com](http://www.brennpunkt2012.com)