



medianet

MARKETAGENT.COM Digitale Markt- und Meinungsforschung
 info@marketagent.com | tel.: +43 (0) 2252 - 909009

Wir haben mehr als 550.000 Konsumenten, die darauf warten, Ihre Fragen zu beantworten



INHALT

prime news

> Coca-Cola: Sport-Sponsoring 2014 und Coca-Cola-Cup 3



> Feature: Alibaba und der „Single's Day“ 4/5

marketing & media



> Jugend Trend Monitor 2014: Körperkult, Sex & Drogen 8
> TV: DMAX erobert die heimischen Männer 9

retail

> Wer will mich? Drei öö. Hypermärkte zu vergeben 16



> „Mega“: Lidl's neuer Abverkaufsshop in Wien 17

business weekend



> Autorückrufe kosten pro Jahr 32 Milliarden Euro 60
> Im Portrait: Peter Skalicky, Retsch-Verpackungen 72

P.b.b.
022030468 T
„medianet“ Verlag AG, Brehmstraße 10/4, 1110 Wien
Retouren an Postfach 100, 1350 Wien

Wintertourismus Die Wintersportbranche traf sich in Kaprun – zum Start in die kommende Saison

Der Fokus liegt auf Kids und „Wiedereinsteigern“



Was Gretelchen nicht lernt Über 80% der touristischen Winter-Wertschöpfung werden in den Alpenregionen erwirtschaftet – auf Skiern. Damit das auch so bleibt, braucht es gezielte Wiedereinsteiger-Programme und die Aktivierung der Schulsikikurse, sind sich die Branchenvertreter einig.

Seite 2

Connected Life: Digitales Verhalten verstehen

Die globale Studie beleuchtet digitale Nutzungsgewohnheiten: Wie digital sind Kaufentscheidungsprozesse für einzelne Branchen? Wie interagieren Konsumenten mit Marken? Welche mobilen Kanäle werden wann und wie genutzt? Welche Rolle spielt TV? Wenn Sie Ihre Marke im digitalen Umfeld sicher bewegen wollen, ist **Connected Life 2014** Ihr Werkzeug.



Connected Life 2014 - mehr wissen, mehr verkaufen.

TNS Info Research Austria Tel.: 01-526 55 84
office@tns-austria.com
www.tns-austria.com/ConnectedLife

Almhüttenfeeling im Alten AKH

Erstmals 2014 im Weihnachtsdorf Altes AKH: Die Josefinenalm bietet 110 Sitzplätze für außergewöhnliche Weihnachtsfeiern oder unvergessliche Stunden im Bekanntenkreis.

Spezialitäten von Fleisch- und Käsefondue bis hin zum Tatarenhut werden auf Vorbestellung für Sie zubereitet.

Reservierungen werden gerne von Montag bis Freitag unter 01 407 31 30 - 23 entgegen genommen.



★ www.weihnachtsdorf.at ★



Allianz Zukunft Winter-Treffen in Kaprun: Fischer-Chef und Skiindustriesprecher Franz Föttinger, Berufsski- und Snowboardlehrerverband-Präsident Richie Walter, Petra Nocker-Schwarzenbacher, Obfrau der WKO-Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, Seilbahnen-Obmann-Stv. Ferdinand Eder und Franz Schenner, „Erfinder“ und Sprecher der Allianz.

Allianz Zukunft Winter Zum Start der Wintersaison bündeln die Skisportbranchenvertreter Ideen und Kräfte

Saisonstart 2014/15: mit viel Gespür für Schnee

Ferdinand Eder, Fachverband Seilbahnen: „Beschneigung kann lokale Wirtschaftskrisen verhindern.“

Wien/Kaprun. Es hagelt Openings – die Wintersaison im heimischen Tourismus läuft, den lauen Temperaturen zum Trotz, jetzt an. Österreich erwirtschaftet rund die Hälfte seiner gesamten touristischen Wertschöpfung im Schnee, dennoch – darin sind sich die Experten einig – sind die Selbstläufer-Jahre, in denen die touristische Nachfrage quasi von selbst gegeben war, vorbei.

Nächtigungsminus 2013/14

Die Fakten: In der Wintersaison 2013/14 haben zwar mehr Menschen einen Urlaub in Österreich gebucht, sind aber weniger lang geblieben. So stieg zwar laut Daten der Statistik Austria die Zahl der Gäste (November–April) um 0,8% auf 16,87 Mio., die Zahl der Nächtigungen fiel aber um gut eine Mio. (1,7%) auf 64,46 Mio. Allerdings holt im langjährigen Trend der Wintertourismus im Vergleich zum Sommerurlaub auf. Seit der Saison 1993/94 haben die Winternächtigungen um rund 11,5 Mio. auf heuer 64,5 Mio. zugelegt, die Sommernächtigungen fielen hingegen von 1993 bis 2013 um 7,12 Mio. auf 66,46 Mio.

Optimismus versprühten die Interessenvertreter der Wintersportbranchen bei einer gemeinsamen Pressekonferenz der „Allianz Zukunft Winter“ im Salzburger Kaprun. Petra Nocker-Schwarzenbacher, WKO-Spartenobfrau Tourismus und Freizeitwirtschaft, betonte die „gemeinsamen Bemühungen um die Gäste von morgen“ – wie etwa die Aktionen im Rahmen von „Pro Wintersportwochen“ (www.netzwerk-winter.at), die sich dem Bemühen um den heimischen Skifahrernachwuchs verschrie-

ben hat, oder die von Marco Cerny gemanagte „Servicestelle Wintersportwochen“ (www.wispowo.at).

Mit von einzelnen Bundesländern durchgeführten Schulaktionen und Wintersportangeboten werden pro Jahr rund 120.000 Kinder auf die Pisten gebracht. Außerdem gibt es Kooperationen mit dem Sporthandel, mit Seilbahnbetreibern, Quartiergebern, Skiverleihern und Skischulen. Dies, hob die Spartenobfrau hervor, dürfe „nicht durch eine strenge Auslegung des Antikorruptionsgesetzes infrage gestellt werden“. Zuletzt hatten Marketingaktionen mit Seilbahnfreikarten für Lehrer zu Diskussionen geführt, auch die Justiz ermittelt. „Bessere Rahmenbedingungen für engagierte Lehrer wären vorteilhaft im Sinne unserer volkswirtschaftlichen Verantwortung“, plädierte Franz Föttinger, Sprecher der Österreichischen Skiindustrie, für schulunterstützende Maßnahmen.

Rot-weiß-rote Export-Ski

Der weltweite Markt für österreichische Alpinski liegt seit einigen Jahren stabil bei 3,2 Mio. Paar Ski. 70% davon werden in Europa verkauft, 22% in Nordamerika, der Rest vor allem in Asien in Ländern wie Japan, Korea und China. Um dieses Kuchenstück am Weltmarkt halten zu können, setzten die Komplettanbieter verstärkt auf Innovationen, erzählte Föttinger. Die österreichischen Markenhersteller haben einen Exportanteil von 80%, wobei, so der Skiindustriesprecher, der Wettbewerb um Marktanteile permanente Überlegungen zur Kostenstruktur erfordert.

Die Rolle der österreichischen Skischulen als Gastgeber und Gäs-

tebringer betonte der Präsident des Österreichischen Berufsski- und Snowboardlehrerverbands, Richie Walter: „Die Zusammenarbeit aller Leistungsträger, Seilbahnen, Hotellerie und Skischulen, wird durch maßgeschneiderte Angebote optimiert.“ Für Ferdinand Eder, stv. Obmann des Fachverbands der Seilbahnen Österreichs, stehen „saubere Beschneigungstechnik und erhöhte Pistenqualität“ im Mittel-

„Die Initiative ‚Pro Wintersportwochen‘ sollte nicht durch strenge Auslegung des Antikorruptionsgesetzes infrage gestellt werden.“

WKO-TOURISMUS-OBFAU PETRA NOCKER-SCHWARZENBACHER

punkt: „Dank der Millioneninvestitionen der Seilbahnwirtschaft in die technische Beschneigung und Qualität des Angebots ist der Wirtschaftsmotor in Wintersportorten und unmittelbar verbundenen Branchen gesichert“, so Eder. Besonders bei schneearmen Saisonstarts sei die technische Beschneigung ein wesentlicher Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg gesamter Regionen; manch „lokale Wirtschaftskrise“ könne dadurch verhindert werden.

WINTERSAISON 2013/14

Bundesland	Nächtigungen in Mio.	% Veränderung zum Vorjahr
Wien	5,6	+6,3
Burgenland	0,9	+2,8
Steiermark	5,1	+1,0
Niederösterreich	2,6	-0,1
Kärnten	3,4	-0,2
Oberösterreich	2,6	-2,3
Salzburg	14,1	-2,5
Tirol	25,3	-3,4
Vorarlberg	4,8	-4,2

Quelle: APA/Statistik Austria

ternationaler Skiwettbewerbe auf.“ Auch die Wiedereinsteiger-Kampagne in Kooperation mit der Österreich Werbung (www.austria.info/wiederskifahren) und den Tourismusorganisationen von Salzburg, Tirol, Kärnten und Vorarlberg verbuchte Nocker-Schwarzenbacher als Erfolg der Allianz. Die Kampagne umfasste im vergangenen Winter Printanzeigen, Radiospots und Wirtschaftsoperationen u.a. mit Germanwings und Julius Meinl (www.austria.info/wiederskifahren) und wird heuer fortgesetzt. (sb)

SKI GUIDE AUSTRIA 2015

Wintersport-„Weißbuch“ Im Anschluss an das Pressegespräch der Allianz Zukunft Winter in Kaprun wurde auch die inzwischen sechste Ausgabe des österreichischen Skigebietsführers Ski Guide Austria vorgestellt, das einzige „Weißbuch“ für Österreichs Wintersportler und -urlauber. Der Ski Guide Austria 2015 bietet auf 432 Seiten einen Komplettüberblick über den Wintersport in Österreich; immerhin gibt es in Österreich über 300 Orte mit Liftan-

lagen, 360 Orte und Regionen sind im Guide verzeichnet. Im Sonderteil „Tiefschnee“ sind neben Reportagen und Tourenhighlights über lebenswichtige Tipps zum Off-Pisten-Verhalten und die neuesten Materialentwicklungen für Powder-Fans dargestellt. Ein weiterer Schwerpunkt zeigt Wiedereinsteigern in den alpinen Skilauf, wo sie idealerweise ihr „Comeback on Snow“ starten können. Dazu gibt es wie gewohnt viel Lesestoff – von Nostalgie- und Jedermannrennen bis hin zur Reportage über die Ausbildung zum Tiroler Skilehrer. Beschrieben werden die urigsten Hütten und die besten Restaurants oder Alternativen zum reinen Pistenvergnügen wie Schneeschuhwandern, Rodeln oder Hundeschlittentouren, Tipps für Snowboarder und Langläufer, einen eigenen Hütten-Guide und einen Informationsteil über schulische Wintersportwochen. Das Ski Guide-Team zeichnet auch dieses Jahr wieder besonders innovative und kreative Anbieter mit speziellen Awards aus.

Der Ski Guide Austria, 432 Seiten, Günter Fritz/Fred Fettner (Hrsg.), „medianet“ Verlag AG (2014), ISBN 978-3-902843-51-7 ist seit dem 11. November 2014 um 14,90 € im gut sortierten Buchhandel und Online erhältlich. Bestell-Hotline: <http://cms.medianet.at/shop> <http://www.derskiguide.at>

