

2.11.2015

Presseaussendung

PK Allianz Zukunft Winter

4.11.2015 Kaprun

Forum Zukunft Winter: Branchenübergreifende Plattform für Skiurlaub und Wintersport
Seilbahnwirtschaft, Skiindustrie, Skischulen und Tourismussparte ziehen an einem Strang

Das Netzwerk Winter, die branchenübergreifende Plattform für Wintersport und Tourismus, veranstaltet bereits zum 5. Mal das Forum Zukunft Winter in Kaprun (Salzburg). Das gemeinsame Ziel ist es, Wintersport und Skiurlaub zukunftsfähig zu positionieren. „Österreich hat mit der weltweit besten Infrastruktur im Wintersport eine perfekte Basis, um wieder mehr Menschen auf die Pisten zu bringen und vom Skisport zu begeistern“, zeigte sich Franz Schenner, Sprecher der Allianz Zukunft Winter, anlässlich des Forum Winter vor hochkarätigen Branchenvertretern und Journalisten am Mittwochabend in Kaprun, überzeugt: „Der Skisport ist und bleibt der Motor für den Wintertourismus in den alpinen Regionen und damit der Garant für wirtschaftliche Erfolge und Beschäftigung“, so Schenner. Damit dies so bleibe, genüge es allerdings nicht, nur die Ergebnisse der Marktforschung zu diskutieren, es vielmehr müssten auch die richtigen Schlüsse gezogen und daraus abgeleitet Maßnahmen und Initiativen umgesetzt werden.

Petra Nocker-Schwarzenbacher: Skisport ist wirtschaftliches Zugpferd des Wintertourismus

„Wir müssen umdenken und uns an einer mehrdimensionalen Zielgruppenansprache orientieren, denn unsere Gäste haben unterschiedliche Ansprüche, auf diese gilt es in Zukunft noch individueller einzugehen,“ zeigt sich Petra Nocker-Schwarzenbacher, Obfrau der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) überzeugt, dass die Zeiten in denen es „ein Angebot für Alle“ gab, vorbei sind. Es kristallisierte sich heraus, dass neben den unterschiedlichen Altersgruppen auch unterschiedliche Erwartungshaltungen im Angebot zu berücksichtigen sind. Dennoch ist die Bedeutung des Wintersports auch für die Sprecherin der 90.000 österreichischen Betriebe in der Tourismuswirtschaft unbestritten: „Das wirtschaftliche Zugpferd des Wintertourismus ist und bleibt der Skisport!“
Trend- und andere Wintersportarten - wie etwa Schneeschuhwandern - können das Angebot bereichern und ergänzen, aber niemals ersetzen, so Nocker-Schwarzenbacher. Die Berge

und die Ausstattung der Wintersportgebiete sind für 62 Prozent der Gäste in der Wintersaison (Quelle: T- Mona Winter 2013/2014) das entscheidende Buchungskriterium. Ein wesentlicher Fokus liegt für die Bundesspartenobfrau in der engen Zusammenarbeit aller Leistungsträger und Interessensvertretungen. „Wenn wir weiterhin Skination Nr. 1 bleiben wollen, müssen wir die Fakten zur Kenntnis nehmen, daraus gemeinsame Schlüsse ziehen und die entsprechenden Strategien entwickeln.“, bringt Nocker-Schwarzenbacher auf den Punkt.

Richi Walter: Österreichische Skischulen ein Trumpf für Wintersport und Tourismus

Großen Anteil am Erfolg des Wintersports haben die Österreichischen Skischulen, die mit dem richtigen, maßgeschneidertem Angebot, modernsten Lehrmethoden und bestausgebildeten Mitarbeitern die Gäste noch vermehrt ansprechen und schnell und sicher zum Schneesport bringen wollen, erklärte Richi Walter, Präsident der österreichischen Berufsskilehrer, der in Kaprun den neuen österreichischen Schneesportlehrplan präsentierte. „Unser neues Programm ‚Vom Einstieg zur Perfektion in 4 Stufen‘ stellt sicher, dass multifunktional ausgebildete Schneesportlehrerinnen und -lehrer für eine marktgerechte Betreuung der Gäste in den verschiedensten Schneesportarten von Ski Alpin über Snowboard, vom Kinder- zum Jugendskillauf, im Bereich Freestyle und Freeriding, im Tourenskillauf und auch beim Behindertenskillauf zur Verfügung stehen“, erläuterte Walter. Neben der fachlich technischen Kompetenz der Schneesportlehrerinnen und -lehrer, die von den Gästen vorausgesetzt würde, seien immer mehr die „Softskills“ - wie z.B. soziale Kompetenz und Einfühlungsvermögen für individuelle Bedürfnisse entscheidend.

Franz Föttinger: Skiindustrie setzt auf neue Märkte und Zusammenarbeit der heimischen Player

Mit rund 3,2 Millionen verkauften Paar Alpinski und rund 3,5 Millionen Skischuhen pro Jahr sei der Weltmarkt für Alpinski relativ stabil, erklärte der Sprecher der Österreichischen Skiindustrie, Franz Föttinger. Die Verkaufszahlen bei Langlaufski und -schuhen bewegen sich bei knapp zwei Millionen Paar. Mit einem Exportanteil von über 80 Prozent und einem weltweit hohen Bekanntheitsgrad verglichen mit anderen Markenartikeln, sind die österreichischen Marken Atomic, Blizzard, Fischer, Head insgesamt Marktführer und Innovationstreiber. Während die traditionellen europäischen Märkte derzeit - nicht zuletzt aufgrund des letzten relativ kurzen Winters - etwas angespannt sind, ist Amerika, insbesondere die USA, ein Lichtblick am Skimarkt. Die heimische Skiindustrie setze aber, so Föttinger, auch auf neue Märkte und Potenziale. So sieht er etwa in China, auch durch den

Zuschlag für die olympischen Winterspiele 2020, enorme Wachstumschancen. Es gäbe auch bereits konkrete Pläne und Aufträge mit führenden heimischen, wintersportaffinen Unternehmen. „Auch die Türkei ist ein neuer Hoffungsmarkt für alle Wintersportbranchen sofern es gelingt, die Millioneninvestitionen in die Infrastruktur durch entsprechende Marketingaktivitäten wirtschaftlich nachhaltig abzusichern“, betonte Föttinger. Ein wesentliches Anliegen ist dem Sprecher der Skiindustrie der Einsatz für den Nachwuchs im Wintersport. Deshalb engagiert sich die Österreichische Ski- und Schuhindustrie-gemeinsam mit der Seilbahnenwirtschaft, der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft und den heimischen Skilehrern - seit Jahren für den wintersportlichen Nachwuchs, insbesondere für die Förderung von Wintersportwochen und unterstützt daher die vom Netzwerk Winter gestartete Überzeugungsarbeit in Richtung Politik und Gesetzgebung.

Ferdinand Eder: Trend zum Kurzurlaub durch verstärkte Zusammenarbeit nutzen

Für den Fachverband der Seilbahnenwirtschaft spricht der Stvtr. Obmann Ferdinand Eder und betont: „Winter ist und bleibt das touristische Zugpferd Österreichs und die Seilbahnen sind damit untrennbar verbunden!“

Insgesamt wurden für die aktuelle Saison 570 Mio Euro investiert, davon 230 Mio in Bahnen und Lifte, 154 Mio in die Beschneigung. Österreichs Seilbahnen sind damit in jeder Beziehung weltweit führend. Was das Preisniveau in punkto Preis-Leistungsverhältnis betrifft müssen wir den Vergleich zum Skifahren in Italien, Frankreich, der Schweiz nicht scheuen. Die Österreichischen Seilbahnen bieten ein unschlagbares Angebot. Die Ticketpreise, das sollte man in diesem Zusammenhang auch einmal erwähnen, spielen bei der Entscheidung für ein Urlaubsziel nur eine untergeordnete Rolle. Es wird auch sehr gerne von den Kritikern (Konsumentenschützer) verschwiegen, dass es auch günstigere Skigebiete und Angebote gibt und die Qual der Wahl bei den Gästen liegt. Aber nur für 5 % - noch einmal betont - spielt der Ticketpreis eine Rolle bei der Entscheidung für ein Skigebiet.

Nicht vergessen werden darf, dass aufgrund des hohen Anteils eigentümergeführter Unternehmen die Gewinne wieder reinvestiert werden und vor allem direkt in den Regionen Arbeitsplätze und Wertschöpfung erhalten bleiben. Als Fachgruppenobmann der Salzburger Seilbahnen legt Ferdinand Eder besonderen Wert auf die Feststellung, dass technischer Schnee nach eigenem Reinheitsgebot de facto Natur pur sei: „Nichts als Wasser sowie Energie aus heimischer, nachhaltiger Energiewirtschaft.“

„Immer wichtiger“ so Eder, „sind direkte Flugverbindungen von den Quellmärkten zum Salzburg Airport. Alleine aus Deutschland landen pro Tag 2200 „Flugsessel“ aus mehreren

deutschen Großstädten. Wie wir aus Marktforschungsstudien wissen, ist die bequeme Erreichbarkeit (keine Staus) vor allem für Wiedereinsteiger ein wichtiges Motiv, wieder mit dem Skifahren zu beginnen. Die Zusammenarbeit mit dem Salzburg Airport und der Trend zu Kurzurlaube sind kurz- und mittelfristig Erfolgsfaktoren.“