



# Faktor Skitourismus

**Der Stellenwert des Skitourismus, die Bedeutung des Skifahrens für den heimischen Tourismus und die Perspektiven von Top-Skigebieten stehen im Mittelpunkt einer aktuellen Studie des Market-Instituts.**

Text: Oliver Pichler

89 Prozent der Österreicher stufen Skitourismus als wichtigen Faktor für den Tourismus in der Alpenrepublik ein. 41 Prozent sind sogar der Meinung, dass es ohne Skigebiete kaum Tourismus geben würde. Während die wirtschaftliche Bedeutung des Skifahrens für Österreich als sehr hoch eingeschätzt wird, ergibt die Analyse der individuellen Skifahr-Gewohnheiten ein gänzlich anderes Bild: **55 bis 60 Prozent der Österreicher verzichten laut Market-Analyse nahezu gänzlich aufs Skifahren.**

## Verzicht oder Kurzurlaub

Der völlige Verzicht auf das Skifahren dürfte zahllose Gründe haben. Relativ klar dem unsicheren Wetter (verbunden mit gefühltem Schneemangel) zuordenbar ist der Trend weg von der klassischen Skiurlaubswoche, hin zu Kurzurlauben und Ski-Tagesausflügen. „Die unsicheren Schneelagen der vergangenen Jahre werden diese Entwicklung auch in Zukunft eher noch verstärken“, weiß Studienleiter Stefan Anzinger.

## Bekanntheitsranking

In Sachen Bekanntheit der heimischen Skigebiete werden zu allererst Kitzbühel, gefolgt von Schladming sowie Saalbach und Obertauern genannt. Auch die Dachmarke „Skiwelt Amadé“ erreicht

sehr gute Bekanntheitswerte. Anders hingegen lauten die Antworten, wenn es um die Frage nach den Top-Skigebieten geht. Hier wird zuallererst der Arlberg genannt. Teil der Studie ist auch, die Slogans der einzelnen Skiregionen zu analysieren. Dabei zeigt sich, dass die Werbeaussage von Ski Amadé „Live dabei in Ski Amadé“ als einzige eine sehr gute Sloganpräsenz erreicht. Dem liegt die langjährige, konsequente Werbestrategie des Ski-Verbundes zugrunde.

## Preis-/Leistungsproblem

Einen weiteren auffälligen Aspekt liefert die Studie: „Kaum einem Skigebiet ordnet man ein wirklich gutes Preis-/Leistungsverhältnis zu. **Ein Zeichen dafür, dass die Wintersportler das jährliche Preistreiben nur bedingt nachvollziehen können**“, interpretiert der Market-Experte.

[www.market.at](http://www.market.at)

## UNVERSTANDEN, ABER BELIEBT

Auch wenn die meisten englischsprachigen Slogans für Kunden rätselhaft erscheinen, werden sie – obwohl meist unverstanden – positiv wahrgenommen. Englische Slogans, die im deutschsprachigen Raum für deutschsprachige Unternehmen werben, sind überaus beliebt. Auch wenn 64 Prozent aller Befragten angaben, dass sie die englischen Slogans nicht korrekt verstehen würden, entstehen dennoch positive Assoziationen. Selbst für deutschsprachige Slogans gilt: Um aufzufallen und positive Einschätzungen zu erzeugen, ist verstanden werden keine zentrale Voraussetzung. Quelle: Claimstudie 2016, Agentur Endmark & Marktforschungsinstitut YouGov. [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

## ABNEHMENDE REISEINTENSITÄT

Erstmals seit 2010 sinkt die Reiseintensität der Deutschen im Jahr 2016, prognostiziert die deutsche Stiftung für Zukunftsfragen in ihrer aktuellen Tourismusanalyse. Die allgemeine Unsicherheit habe, so die Forscher, die Tourismusbranche endgültig erreicht. Und das wirkt sich auf die Reiseintensität, also die Menge der Menschen, die zumindest fünf Tage Urlaub machen, negativ aus. Die zweite zentrale Einflussgröße für Urlaubsentscheidungen ist, bedingt durch Terror & Flüchtlingskrise, der Faktor Sicherheit. Es werde verreist, aber eben eher in sichere Destinationen. Positiv sieht es bei der durchschnittlichen Reisedauer des Haupturlaubs aus. Mit 12,6 Tagen steigt die Dauer erstmals seit fünf Jahren wieder an. [www.stiftungfuerzukunftsfragen.de](http://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de)

## PROWINTER BOZEN, 6. BIS 8. APRIL

Diese Fachmesse entwickelt sich immer mehr zu einer „All Season-Bergtourismus-Messe“ für alle Themen des Bergsports. Entsprechend interessant ist die Bergsportmesse als jährlicher Frühjahres-Fixpunkt für die Tourismusbranche. Neue Trends und Entwicklungen, spannende Produkt- & Ausstattungsinnovationen sind live zu erleben und 2016 gibt es einen umfassenden Mountainbike-Schwerpunkt. Zukunftsperspektiven des Sommer- & Winter-Bergtourismus stehen zusätzlich im Zentrum des „Forum Alpitec“ im Rahmen der Messe. [www.fierabolzano.it/prowinter](http://www.fierabolzano.it/prowinter)