



Marktanalyse alpine Wintersportler

Wipplingerstraße 23/23
1010 Wien
Austria
T +43 1 710 75 35 - 1 | F - 20
office@manova.at
www.manova.at

Schweiz 2016

ALLGEMEINES ZUR STICHPROBE

Auftraggeber	Fachverband der Seilbahnen Österreichs Seilbahnen Schweiz VDS – Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e. V.
Titel	Marktanalyse alpine Wintersportler
Art der Untersuchung	Online-Panel
Erhebungszeitraum	15.4.-29.4.2016
Stichprobengrösse	1.004

Begriffsabgrenzung

Skifahrer

- **Wintersportfans:** sind Skifahrer, die 1-2 Mal oder öfters pro Jahr Ski fahren.
- **Gelegentliche Fahrer:** sind Skifahrer, die alle paar Jahre Ski fahren
- **Inaktive:** sind Skifahrer, die gerade eine Pause machen, aber danach sicher wieder Ski fahren werden

Nicht-Fahrer

- **Aufhörer:** sind früher einmal Ski gefahren, haben aber damit aufgehört.
- **Verweigerer:** sind noch nie Ski gefahren.
- **Interessierte Aufhörer oder Verweigerer:** sind Personen, die sich vorstellen könnten (wieder) mit dem Skifahren zu beginnen.

Hinweise

- ▶ Mit der Bezeichnung Skifahrer sind im Weiteren (falls nicht explizit anders angegeben) alle alpinen Wintersportler gemeint (also auch Snowboarder, Mono-Ski-Fahrer, Tourengeher, ...)
- ▶ Prozentwerte werden gerundet angegeben. Aufgrund von Rundungsungenauigkeiten kann es dazu kommen, dass Summen nicht exakt 100% ergeben. Aufgrund der Gewichtung der Stichprobe kann es ebenfalls zu Rundungsungenauigkeiten kommen.
- ▶ Bei Fragen, bei denen Mehrfachantworten zulässig waren, kann die Summe der relativen Häufigkeiten der einzelnen Items 100% übersteigen.
- ▶ Für sämtliche berechnete Signifikanztests wurde das Signifikanzniveau $\alpha = ,05$ festgelegt. Das bedeutet, dass die Irrtumswahrscheinlichkeit für als signifikant ausgewiesenen Unterschiede maximal 5% beträgt. Signifikante Effekte sind durch * gekennzeichnet, beinahe signifikante Effekte durch (*).
- ▶ Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird in diesem Bericht die geschlechtsspezifische Differenzierung nicht berücksichtigt. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung selbstverständlich für beide Geschlechter.

Stichprobe & Population

Stichprobe

Gewichtet nach Alter, Geschlecht, Kanton und Bildung.

Altersbereich: 14-70 Jahre

Bevölkerung ohne Migrationshintergrund bzw. Gleichzustellende*.

Population

Schweizer von 14 bis 70 Jahren ohne Tessin und ohne Migrationshintergrund (4.200.000 Personen)*.

Quelle: Bundesamt für Statistik Schweiz, Bevölkerungsstand 2014

* Eine bevölkerungsrepräsentative Berücksichtigung von Personen mit Migrationshintergrund wurde angestrebt, konnte jedoch einerseits aufgrund der geringen Anzahl von Personen mit Migrationshintergrund im Sample (auch mit Gewichtung) nicht umgesetzt werden; andererseits sind Personen mit Migrationshintergrund in Stichproben nur solche, die der autochthonen Bevölkerung ähnlich sind. In Folge bezieht sich Begriff „Schweizer“ immer auf diese Definition.

1. Marktüberblick



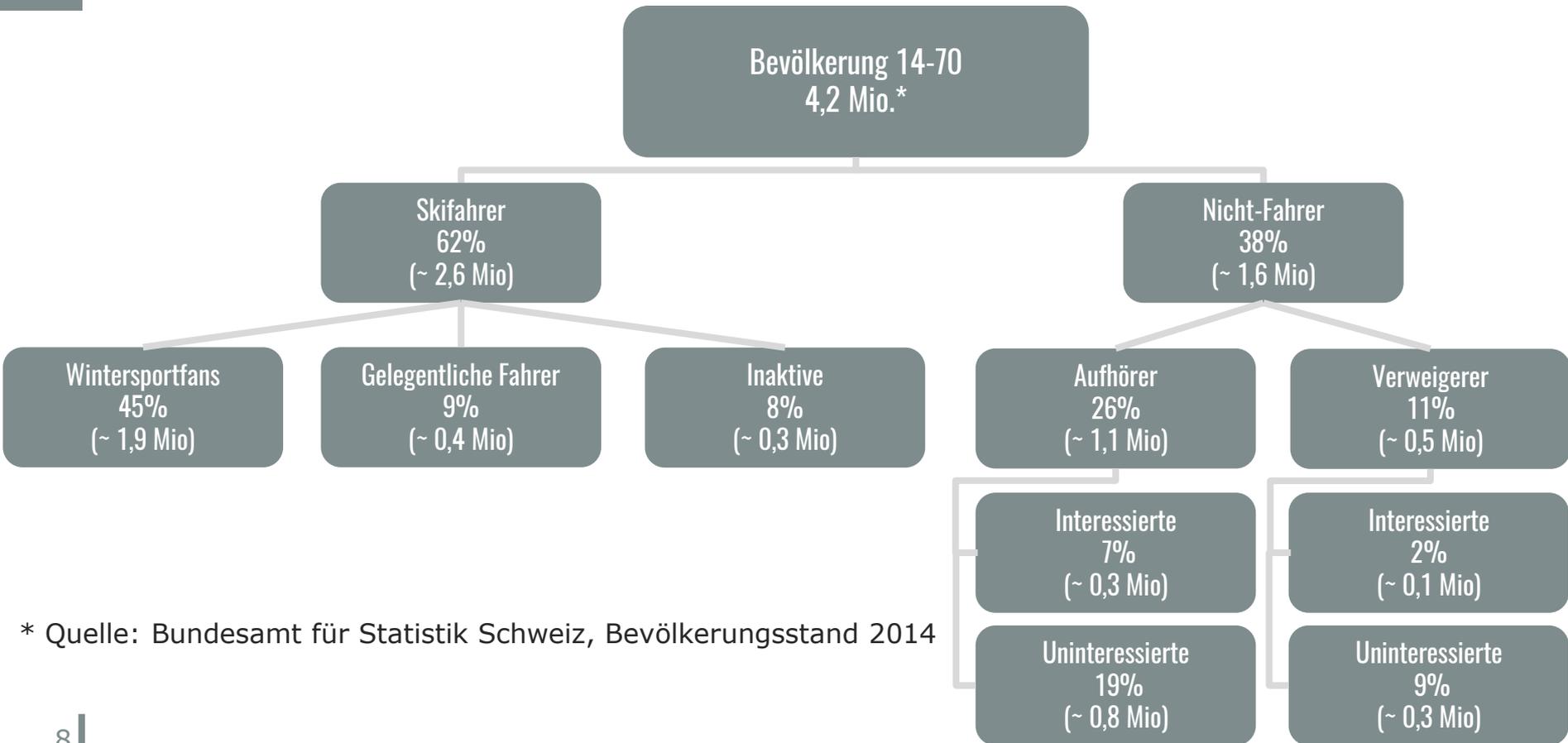
Skifahrervolumen, vorhandene Potentiale und Charakteristik typischer Skifahrer und Nicht-Fahrer

1.1. Skifahrervolumen und - potential in der Schweiz



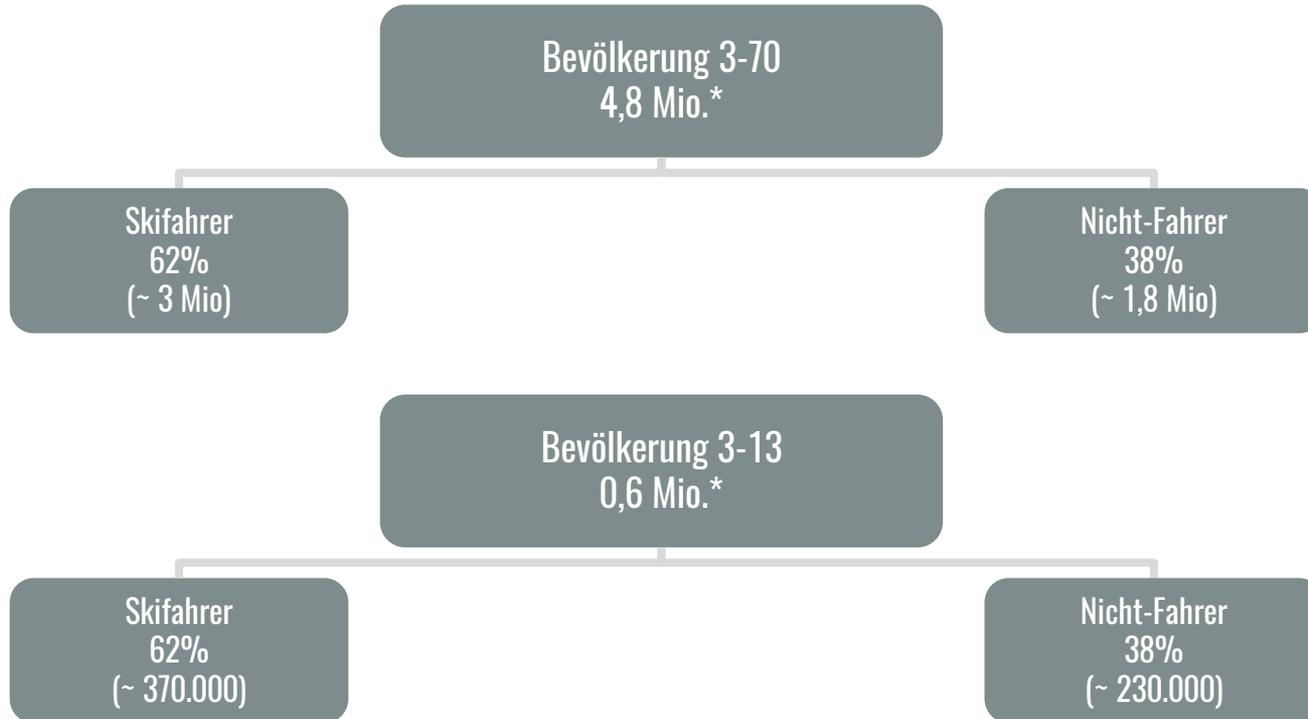
Kernzahlen zum alpinen Wintersportmarkt Schweiz

62% der Schweizer zwischen 14 und 70 fahren regelmässig Ski.



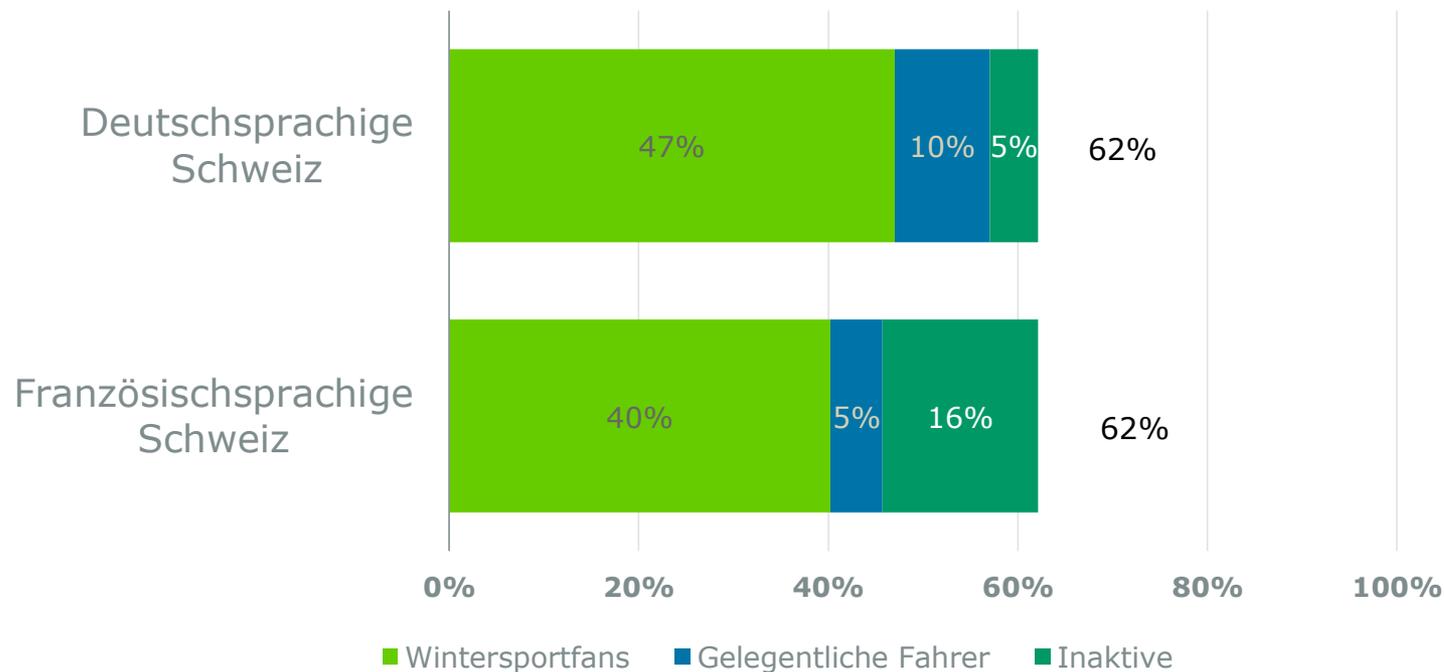
* Quelle: Bundesamt für Statistik Schweiz, Bevölkerungsstand 2014

Bei Kindern exakt gleicher Anteil Skifahrer.



* Quelle: Bundesamt für Statistik Schweiz, Bevölkerungsstand 2014

Der Anteil an Wintersportfans ist in beiden Regionen der Schweiz in etwa gleich.



Französischsprachige Schweiz (n = 256): Genf, Jura, Neuenburg, Freiburg Waadt, Unterwallis

Deutschsprachige Schweiz (n = 748): übrige Kantone (ohne Tessin)

Schweiz als Herkunftsmarkt

Übernachtungsmarktvolumen

Das Marktvolumen umfasst alle Übernachtungen im In- und Ausland, die durch die alpinen Wintersportler und Urlauber im Schnee innerhalb eines Jahres generiert werden.

Alpiner Wintersport: 8,9 Mio. Übernachtungen
Urlaube im Schnee: 1,7 Mio. Übernachtungen

Netto-Wintersportreiseintensität

Anteil der Bevölkerung, der in einem Jahr zumindest einen Wintersporturlaub/Urlaub im Schnee unternimmt.

Alpiner Wintersport: 30% der Bevölkerung (50% der Skifahrer)
Urlaube im Schnee: 6% (mit SB: 36%)

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

Gibt die durchschnittliche Anzahl an Übernachtungen an, die ein Wintersportler/Urlauber im Schnee im Rahmen eines Urlaubs generiert.

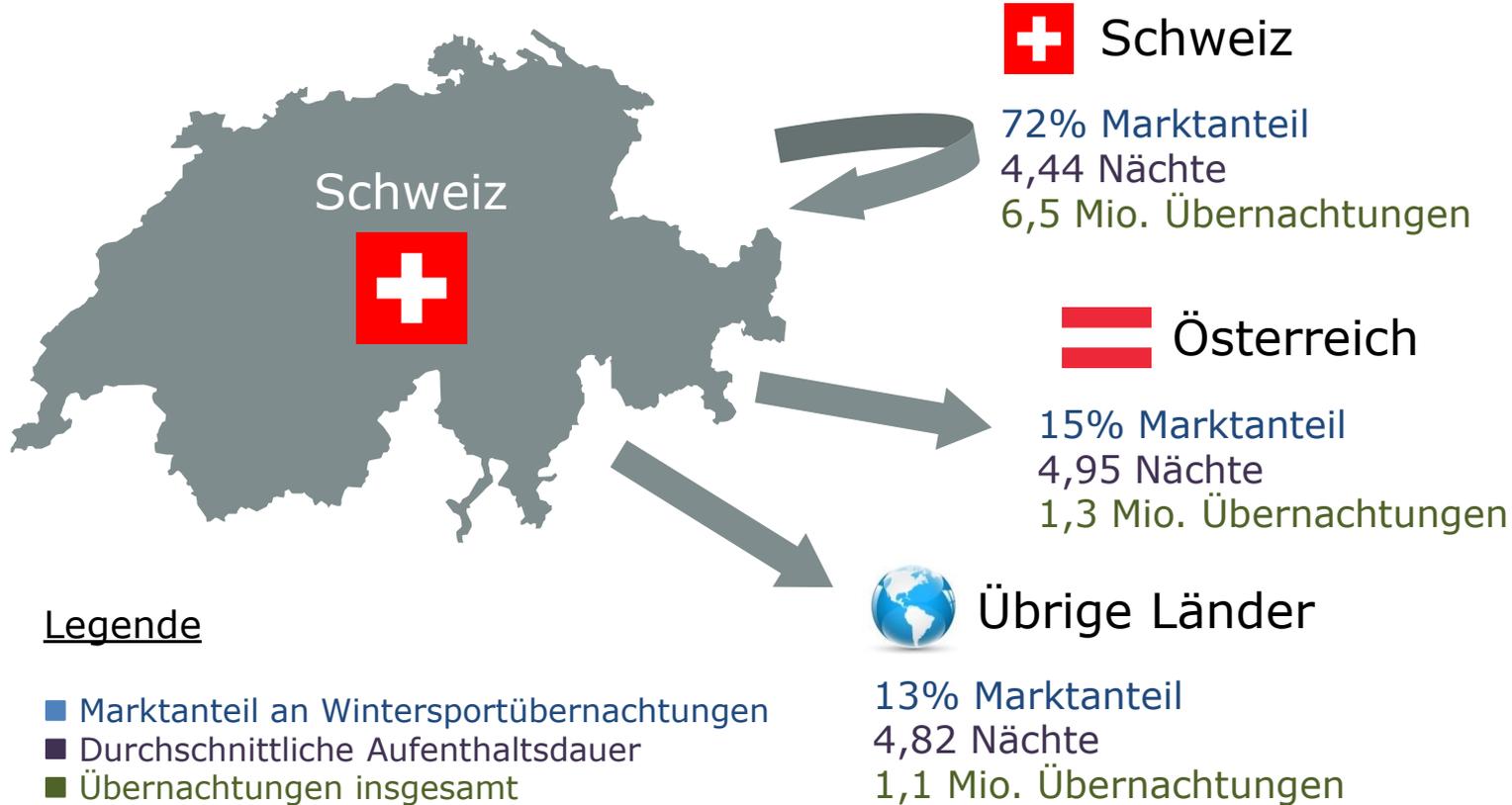
Alpiner Wintersport: 4,5 Nächte
Urlaube im Schnee: 4,4 Nächte

Skitagesausflüge pro Jahr

Gibt die Anzahl der Tagesausflüge an, welche die skifahrende Bevölkerung in einem Jahr zum Skifahren bzw. Snowboarden unternimmt.

5,1 Mio. Tagesausflüge
Ausflugsintensität: 26% der Bevölkerung (42% der Skifahrer)
MW Anzahl Tagesausflüge (Basis Tagesausflügler): 4,66

Die meisten Skiurlaube verbringen Schweizer im eigenen Land.



1.2. Skifahrer und Nichtfahrer im Vergleich

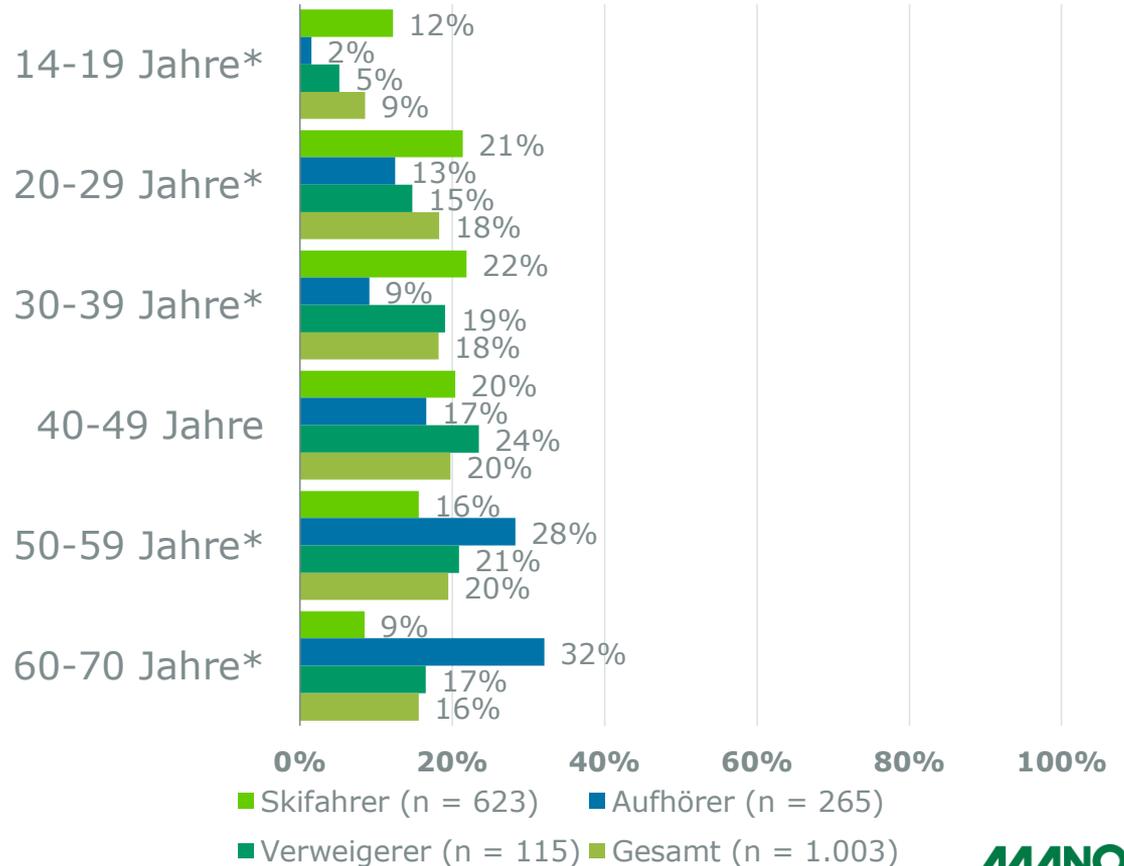


Wie ist der „typische“ Skifahrer, wie der „typische“ Nicht-Fahrer?

Skifahrer sind deutlich jünger als Nicht-Fahrer.

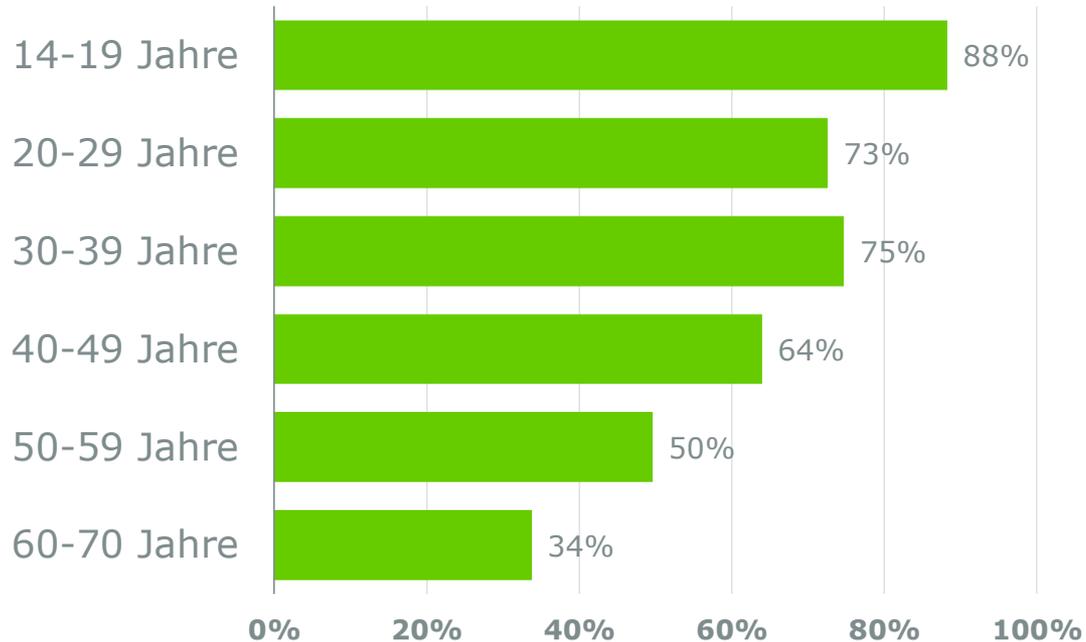
Altersdurchschnitt*

- ▷ Skifahrer: 37,7 Jahre
- ▷ Aufhörer: 50,4 Jahre
- ▷ Verweigerer: 43,3 Jahre
- ▷ Gesamt: 41,7 Jahre

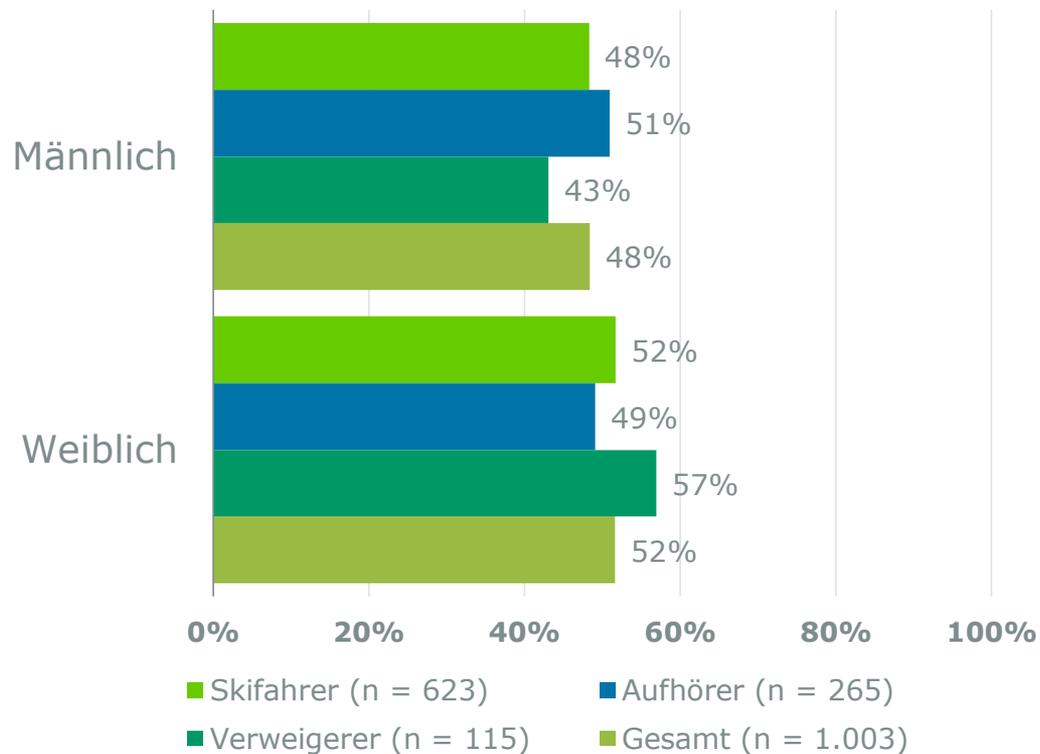


Top Skipartizipation bei Jungen, bei Älteren sinkt die Rate deutlich.

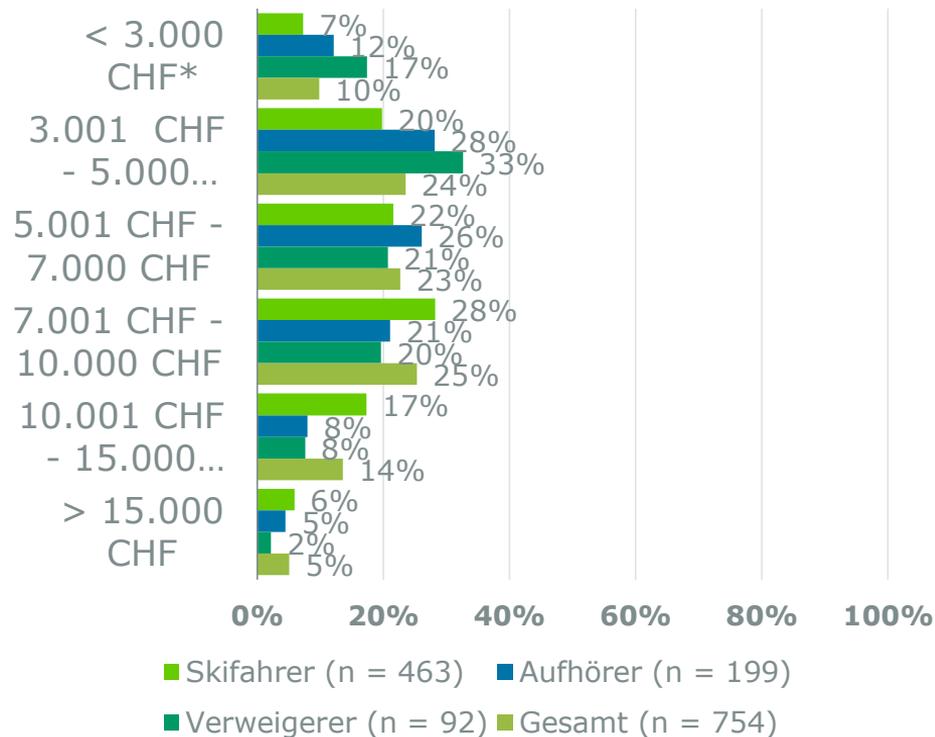
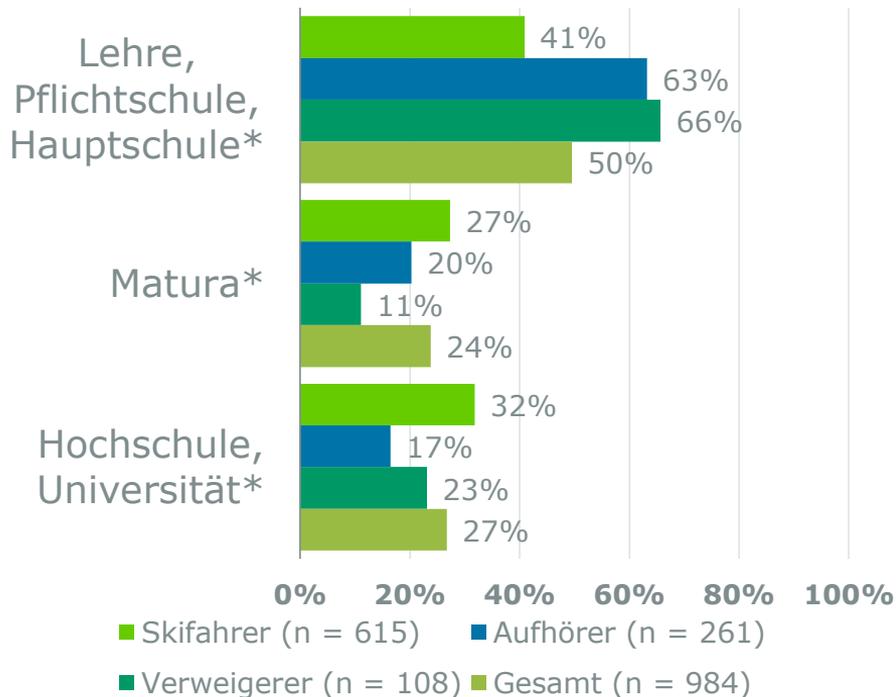
Anteil der Skifahrer nach Altersgruppen



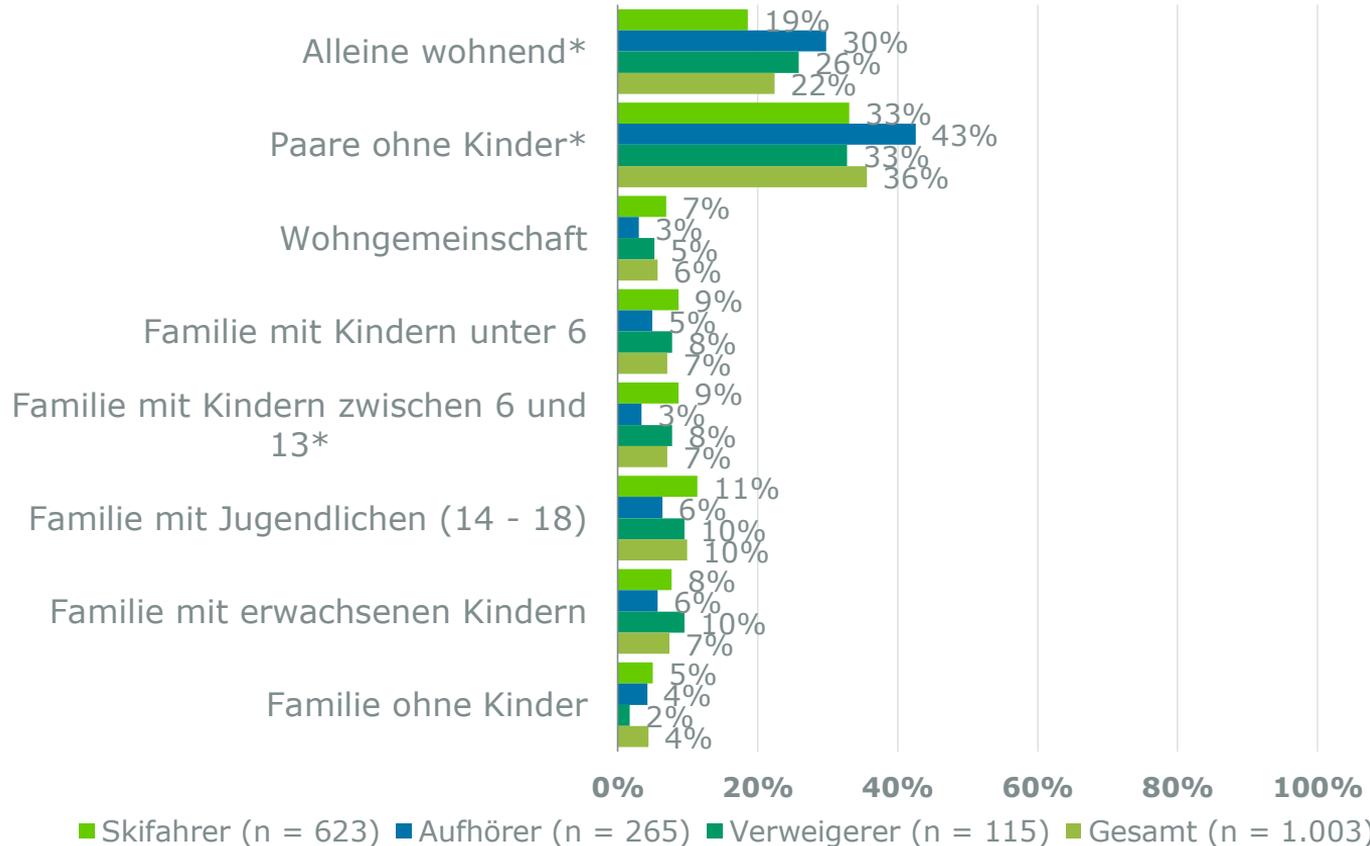
Geschlechteranteil relativ ausgewogen, bei Verweigerern höherer Frauenanteil.



Sowohl Bildungsniveau als auch Haushaltseinkommen sind unter den Skifahrern höher als unter den Nicht-Fahrern.

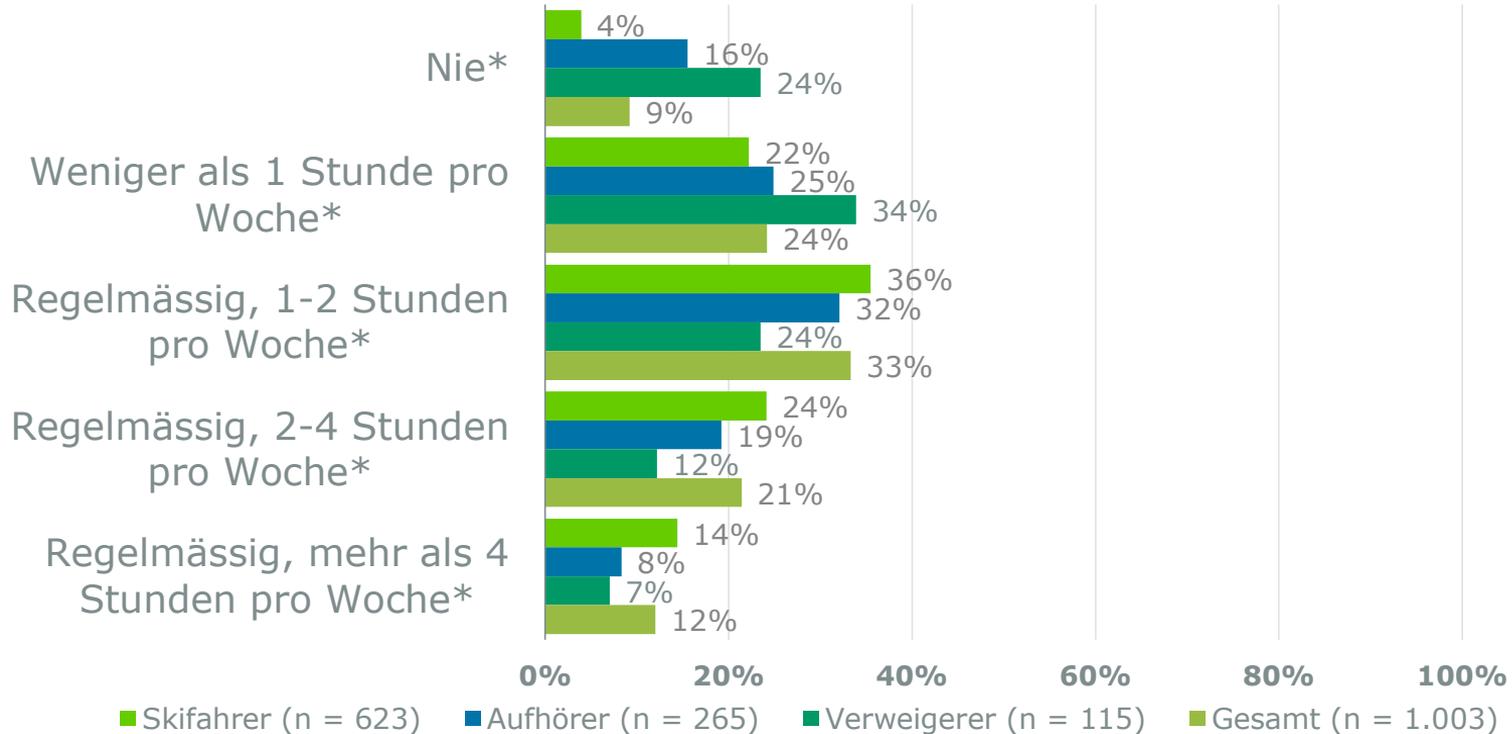


Aufhörer in Haushalten mit Kindern viel seltener.



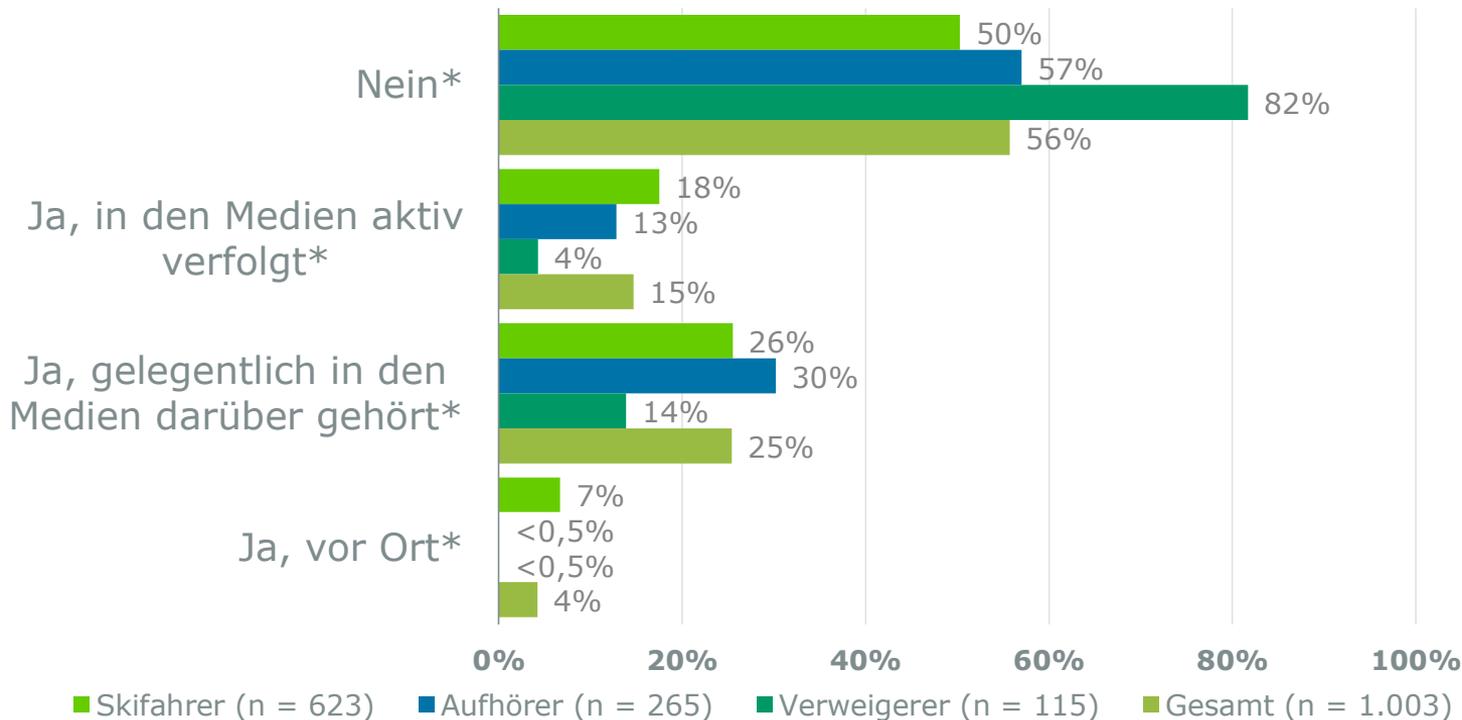
Alpine Wintersportler sind grundsätzlich sportaffiner als Nicht-Fahrer.

Wie oft treiben Sie Sport?



Rund die Hälfte der Schweizer Skifahrer verfolgt Ski- und Snowboardrennen. Im Vergleich zu den Verweigerern interessieren sie sich deutlich mehr für Skirennen.

Haben Sie Ski- und Snowboardrennen verfolgt?



Persönlichkeitsprofil im Vergleich

	Skifahrer (n = 623)	Aufhörer (n = 265)	Verweigerer (n = 115)	Gesamt (n = 1.003)
Freundschaft	72%	72%	71%	72%
Gesundheit	64%	70%	66%	66%
Freiheit	64%	62%	65%	64%
Spaß	63%	57%	56%	61%
Natur	59%	57%	57%	58%
Genuss	58%	56%	60%	58%
Verlässlichkeit	53%	60%	54%	55%
Gerechtigkeit	54%	58%	51%	55%
Toleranz*	50%	61%	48%	53%
Herzlichkeit	51%	56%	50%	52%
Offenheit	50%	54%	52%	51%
Geselligkeit	48%	49%	46%	48%
Geborgenheit(†)	44%	48%	55%	46%
Heimat	44%	40%	41%	42%
Spontaneität	40%	38%	31%	39%

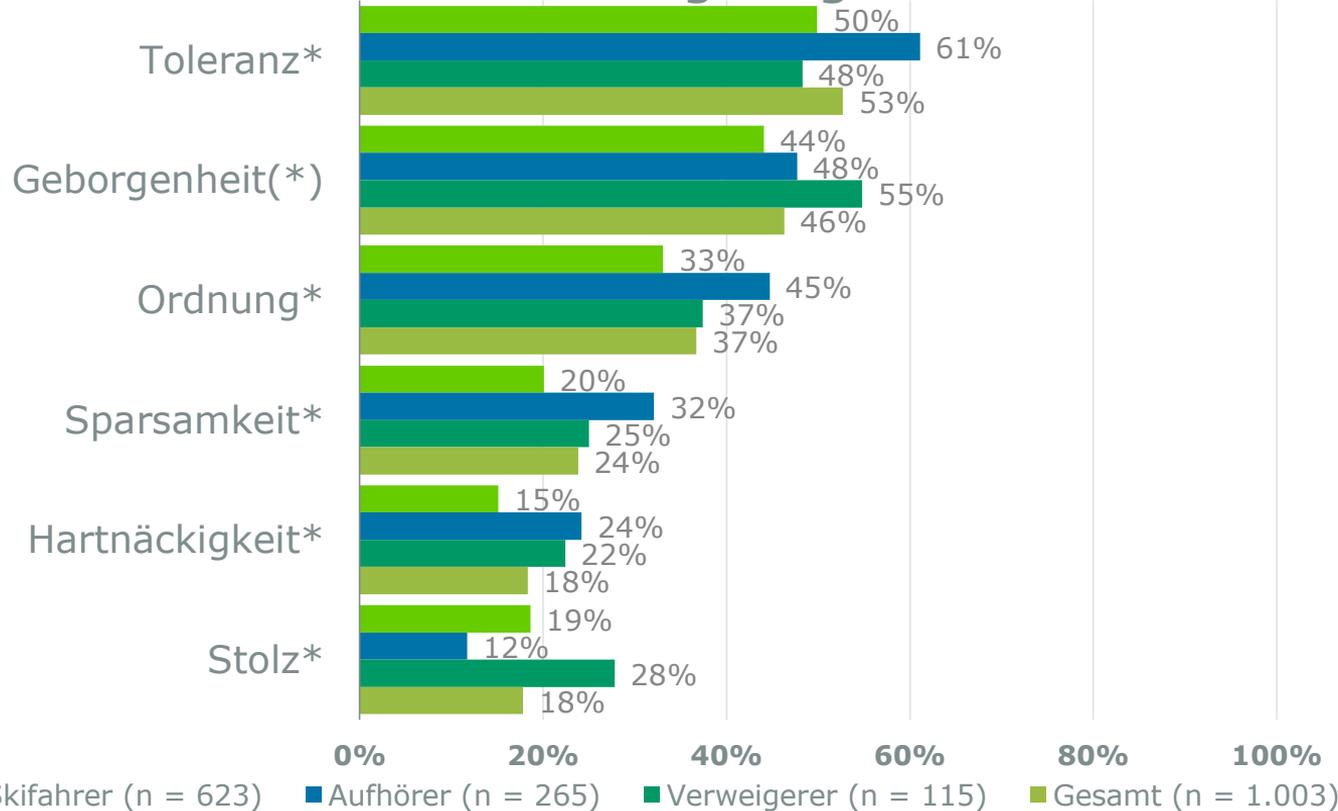
Persönlichkeitsprofil im Vergleich

	Skifahrer (n = 623)	Aufhörer (n = 265)	Verweigerer (n = 115)	Gesamt (n = 1.003)
Ordnung*	33%	45%	37%	37%
Kreativität	36%	37%	31%	36%
Abwechslung	36%	36%	33%	35%
Fantasie	28%	31%	32%	29%
Logik	28%	30%	30%	29%
Disziplin	27%	32%	29%	29%
Tradition	23%	27%	28%	25%
Ehrgeiz	25%	21%	24%	24%
Sparsamkeit*	20%	32%	25%	24%
Leistung	23%	20%	24%	22%
Pflicht	18%	23%	22%	20%
Hartnäckigkeit[†]	15%	24%	22%	18%
Stolz*	19%	12%	28%	18%
Karriere	16%	12%	13%	15%
Risikofreude	13%	8%	10%	11%
Status	6%	5%	9%	6%

Fett gedruckte Eigenschaften unterscheiden sich signifikant in den 3 Gruppen

Skifahrer unterscheiden sich nur in wenigen Werten von der restlichen Bevölkerung.

Persönlich wichtige Begriffe



Der „typische“ Skifahrer...

- ▷ ist im Schnitt 38 Jahre alt
- ▷ verfügt über ein höheres formales Bildungsniveau
- ▷ ist einkommensstärker
- ▷ ist seltener alleinstehend, überproportional mit Kindern
- ▷ ist allgemein bewegungsfreudiger
- ▷ interessiert sich häufiger für Skisportübertragungen

Der „typische“ Nicht-Fahrer...

- ▷ im Schnitt 48 Jahre alt
- ▷ verfügt über ein geringeres formales Bildungsniveau
- ▷ ist einkommensschwächer
- ▷ lebt häufiger alleine oder als Paar ohne Kinder
- ▷ ist weniger bewegungsfreudig
- ▷ interessiert sich seltener für Skisportübertragungen
- ▷ schätzt besonders Geborgenheit, Ordnung, Sparsamkeit und Hartnäckigkeit

2. Das Image von „Skifahren“, Seilbahnen und Wintersport- Urlaubsländern



Welches Stimmungsbild liegt in der Schweiz bezüglich alpinem Wintersport und Seilbahnen allgemein vor und was denkt man über Österreich, Deutschland und die Schweiz?

Unter Wintersportlern genießt Skifahren/Snowboarden natürlich ein deutlich besseres Image. Aber auch Nicht-Fahrer finden Skisport zumindest relativ gesund und angesehen. Aufhörer und Verweigerer unterscheiden sich nicht signifikant.

Anteil der Personen, der den Aussagen zustimmt

Skifahren/Snowboarden ist ein Sport, den ich liebe/lieben würde*

Ich fühle mich besser/würde mich besser fühlen, wenn ich Skifahre/Snowboarder*

Skifahren/Snowboarden ist einfach grossartig*

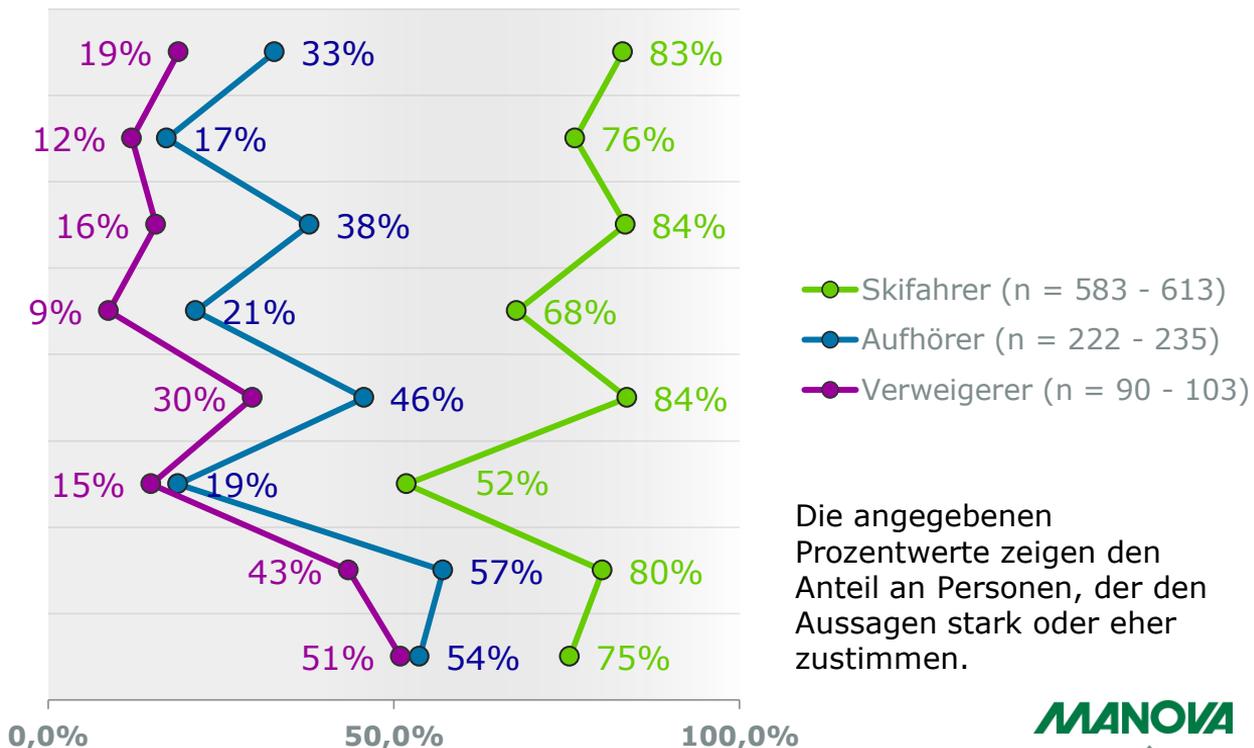
Skifahren/Snowboarden ist grundsätzlich für jemanden wie mich*

Skifahren/Snowboarden ist cool*

Skifahren/Snowboarden ist wert was es kostet*

Skifahren/Snowboarden ist gesund*

Skifahren/Snowboarden genießt hohes Ansehen*



Schweizer Skifahrer sehen die Entwicklung in den Alpen etwas optimistischer, wenngleich auch kritisch.

Anteil der Personen, der den Aussagen zustimmt

Die Alpen werden auch in Zukunft schneesicher sein.*

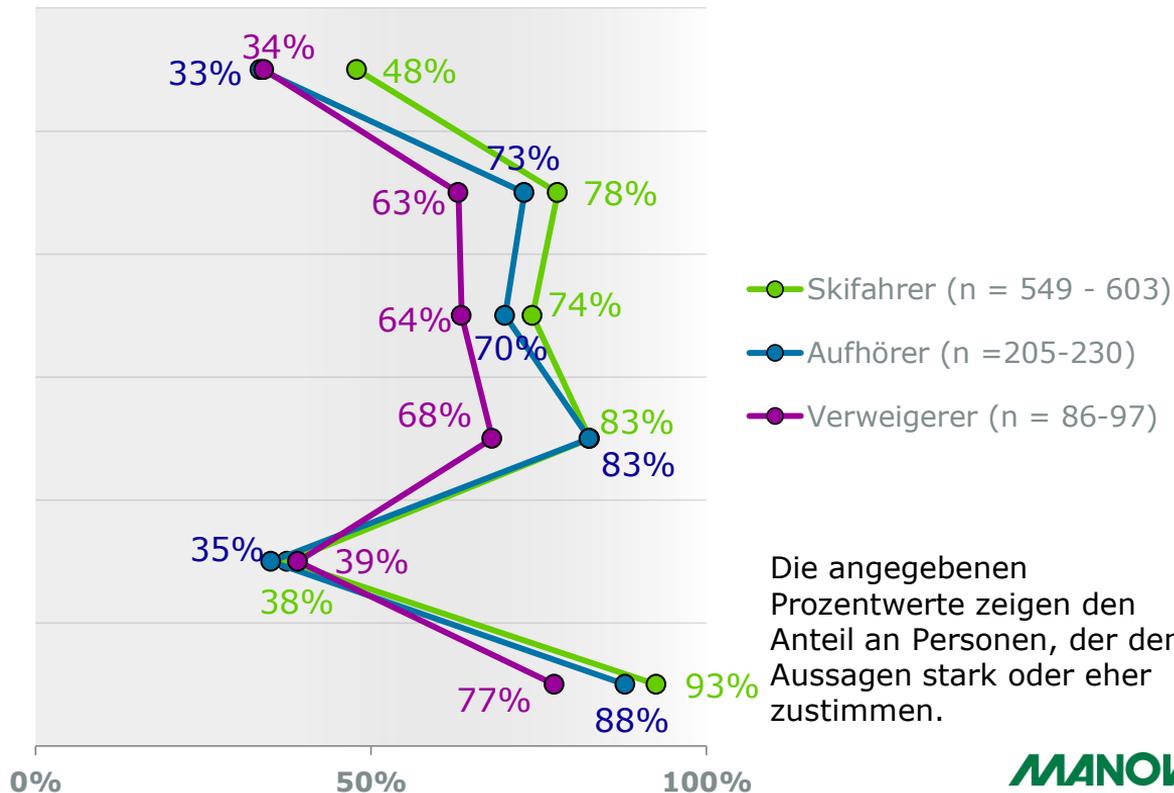
Skifahren/Snowboarden wird auch in Zukunft möglich sein.*

Bald schon wird man nur noch in hochgelegenen Gebieten oder auf Gletschern Skifahren/Snowboarden können.

Skifahren/Snowboarden gehört zu Österreich.*

Skifahren/Snowboarden gehört zu Deutschland.

Skifahren/Snowboarden gehört zur Schweiz.*



Die angegebenen Prozentwerte zeigen den Anteil an Personen, der den Aussagen stark oder eher zustimmen.

Das Bild der Seilbahnen unterscheidet sich zwischen Skifahrern und Nicht-Skifahrern kaum in der Schweiz.

Anteil der Personen, der den Aussagen zustimmt

Ein Skigebiet mit Fokus auf erneuerbarer Energie würde ich besuchen.*

Seilbahnen fördern Wohl der Wirtschaft.

Skigebiete gefährden die Umwelt.

Skigebiete erhalten Lebensräume.

Seilbahnen verunstalten Landschaftsbild.

Seilbahnbetreiber tragen zur Landschaftspflege bei.

Seilbahnen verbrauchen zu viel Energie.

Seilbahnen erhöhen den Spass-Faktor.*

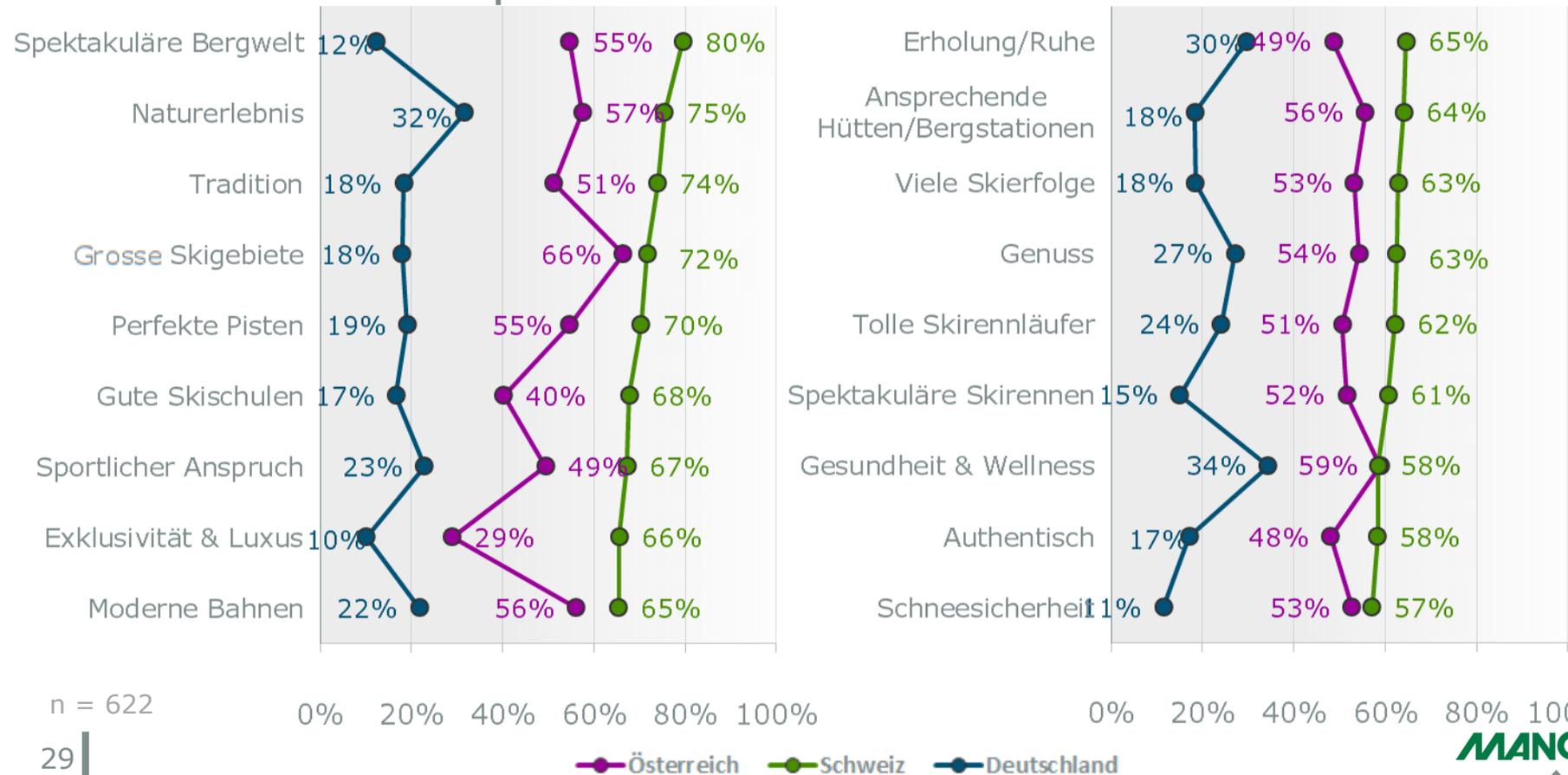
Ohne Seilbahn kein Bergerlebnis.



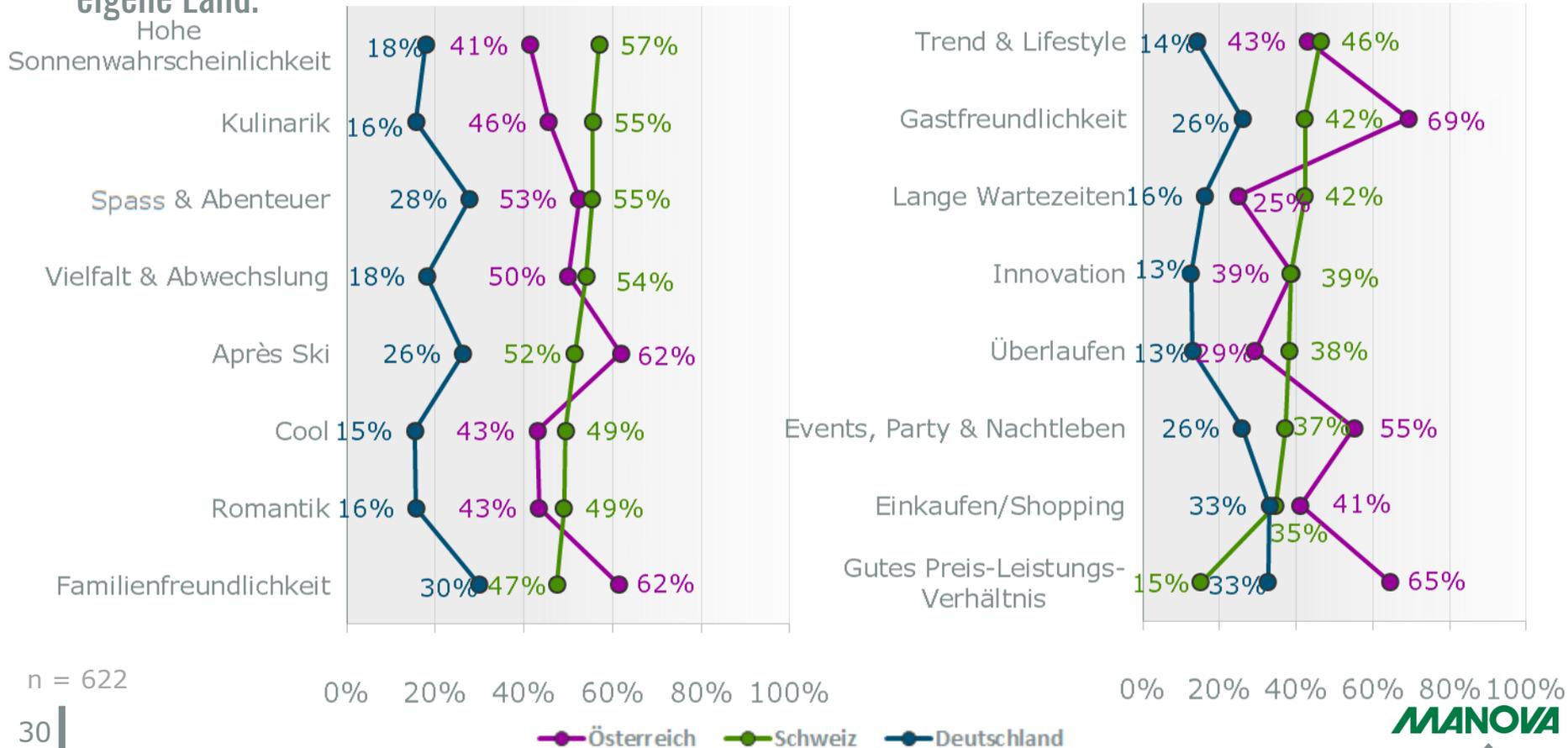
- Skifahrer (n = 547 - 604)
- Aufhörer (n = 201-235)
- Verweigerer (n = 82-99)

Die angegebenen Prozentwerte zeigen den Anteil an Personen, der den Aussagen stark oder eher zustimmen.

Die Schweiz kann bei den Skifahrern im eigenen Land mit der spektakulären Bergwelt und dem Naturerlebnis punkten.



In den Punkten Gastfreundlichkeit, Familienfreundlichkeit, Après Ski, Events/Party und Preis-Leistungs-Verhältnis wird Österreich von den Schweizern Skifahrern besser beurteilt als das eigene Land.



Was denken Schweizer Skifahrer über Österreich, Deutschland und die Schweiz als Wintersport-Urlaubsland?



n = 622

3. Skifahrer im Profil

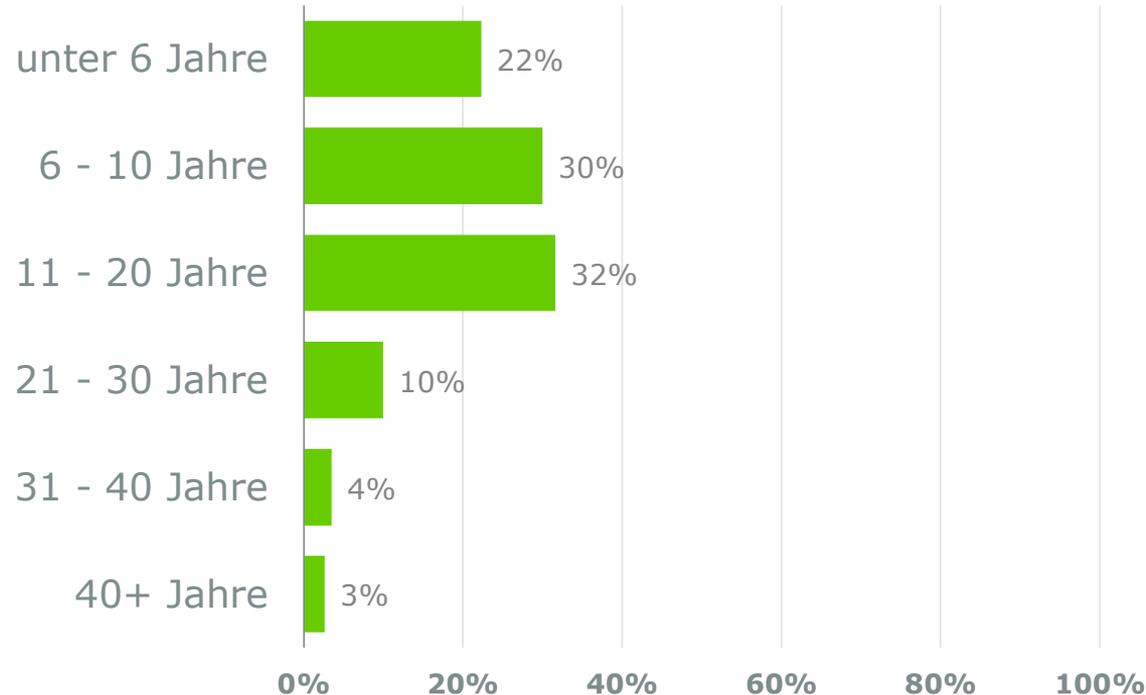


Beginn, Ausrüstung, Urlaubsverhalten des Schweizer Skimarktes

Der durchschnittliche Schweizer Skifahrer ist etwa 38 Jahre alt und hat mit 12,8 Jahren zu Skifahren begonnen.

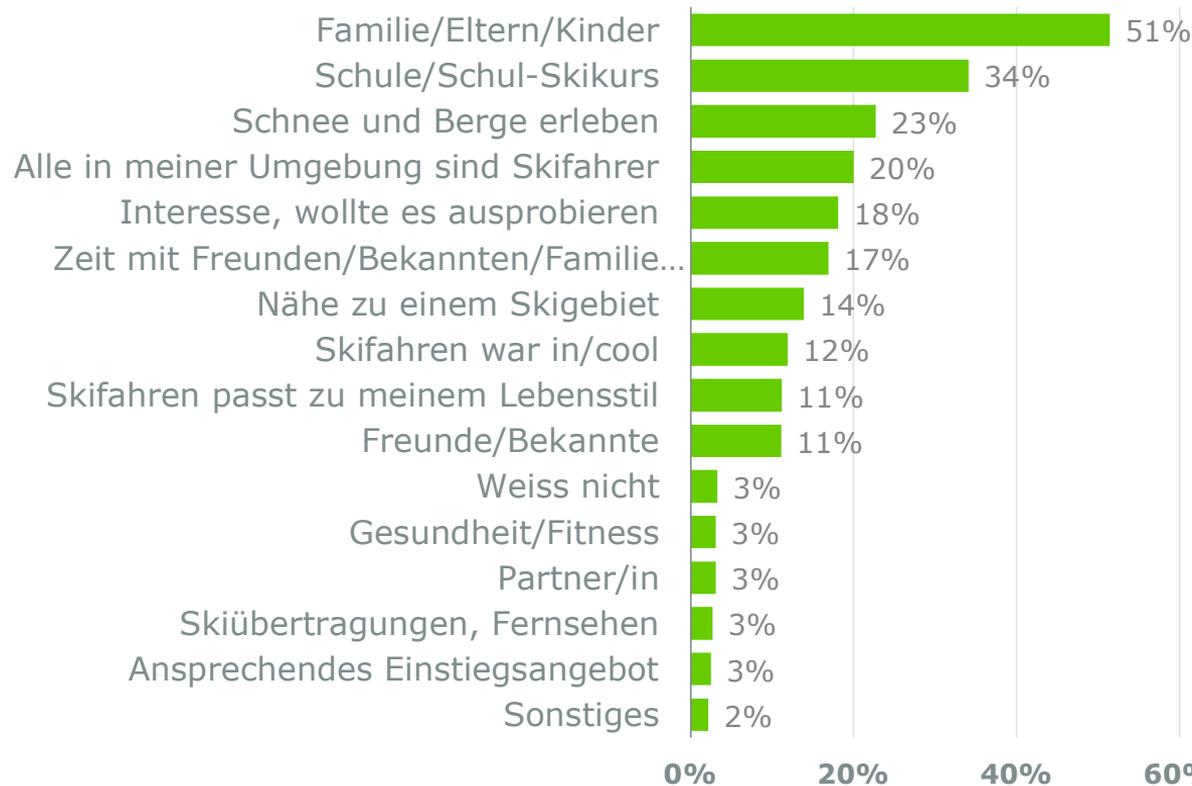
- ▷ Die Hälfte der Schweizer Skifahrer beginnt bereits mit unter 10 Jahren mit dem Skisport.
- ▷ Nur 7% der Skifahrer gaben an erst mit über 30 mit dem Skifahren begonnen zu haben
- ▷ Kein signifikanter Unterschied zwischen Regionen

Skisport Einstiegsalter (n = 883)



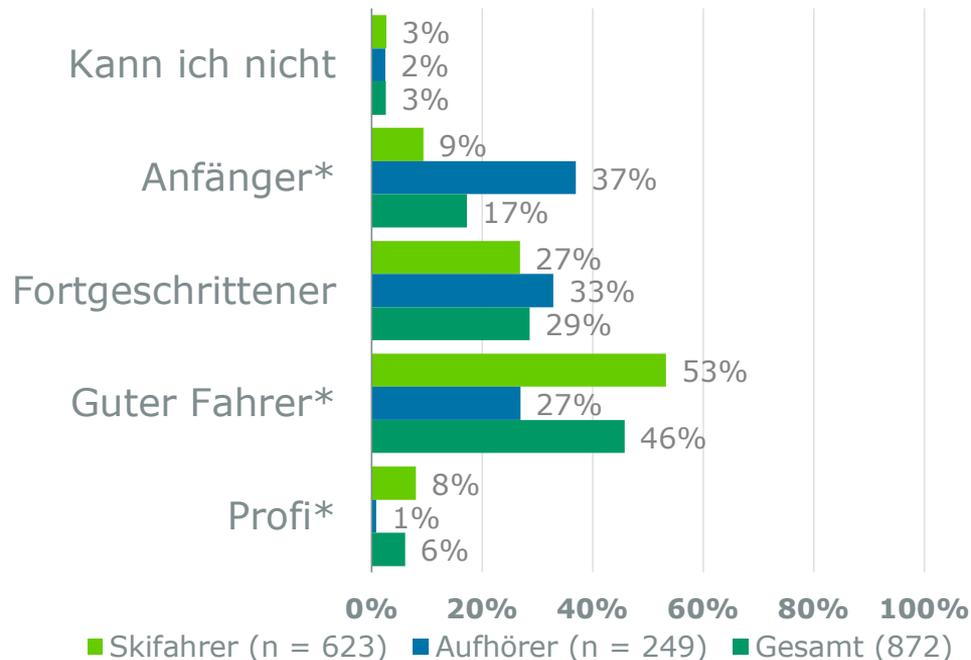
Die meisten Schweizer Skifahrer haben durch ihre Familie und/oder einen Schul-Skikurs mit dem Skifahren begonnen.

Einstiegsgründe (n = 883)

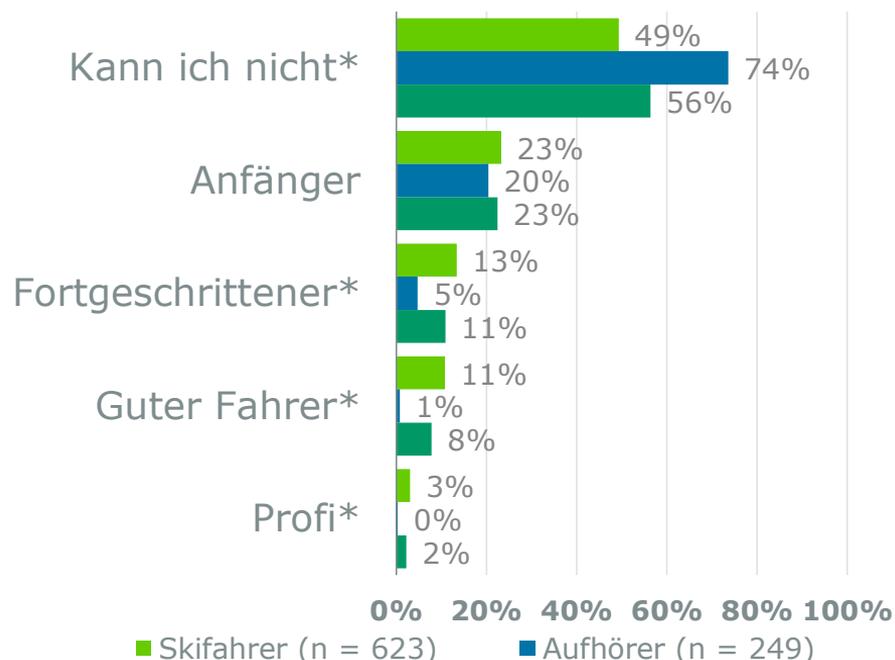


Die meisten Skifahrer in der Schweiz bezeichnen sich als gute Skifahrer. Snowboarden können 44% der Wintersportler in der Schweiz.

Wie gut können Sie Skifahren?

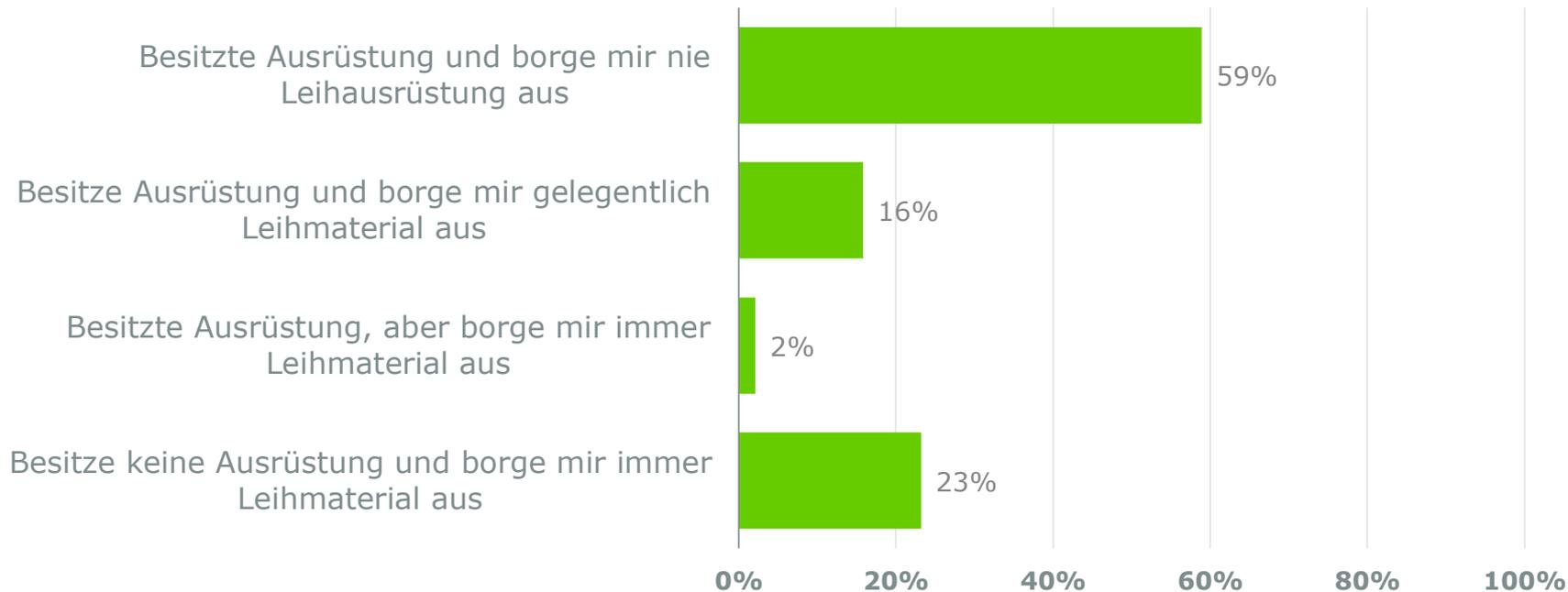


Wie gut können Sie Snowboarden?



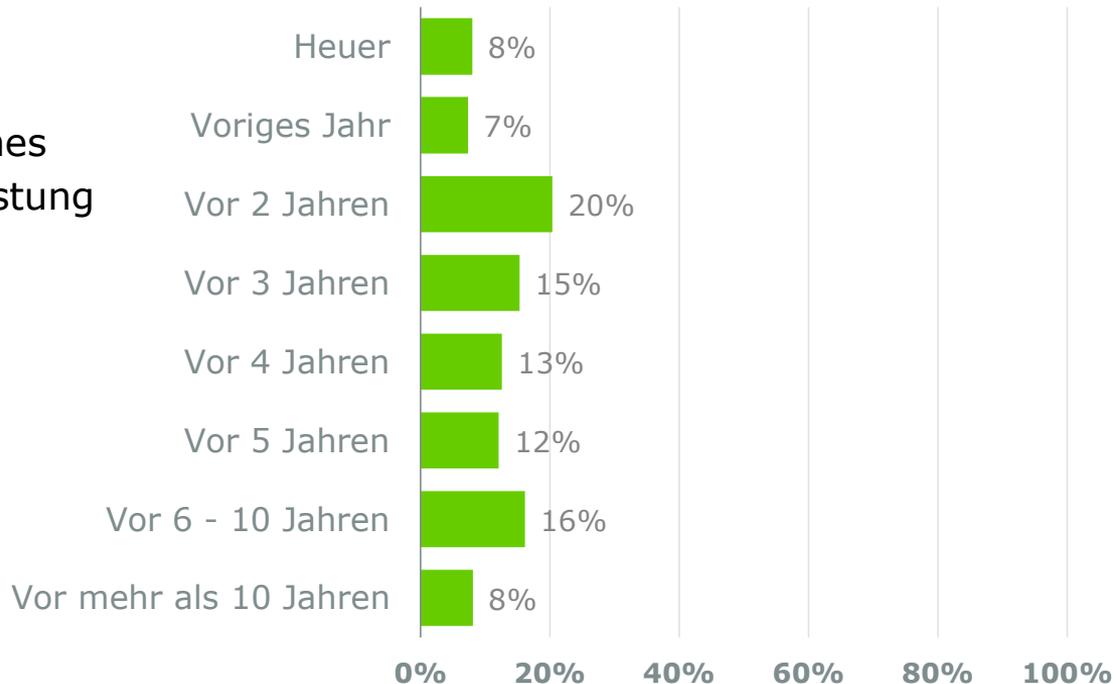
Die Schweizer vertrauen in der Mehrheit auf ihre eigenen Ski – rund ein Viertel leiht immer.

Ausrüstung (n = 622)



Drei Viertel der Schweizer kaufen sich innerhalb von 5 Jahren eine neue Ausrüstung.

Ausrüstungskauf (n = 478)

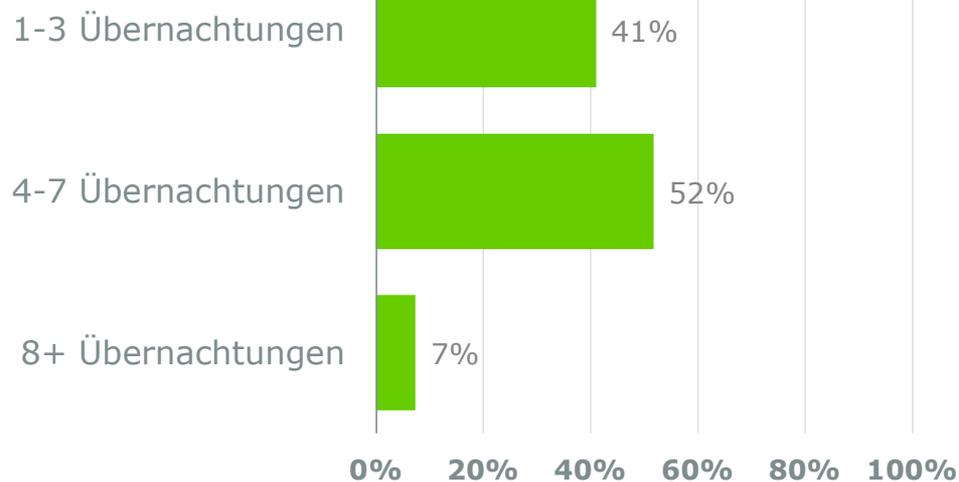


Durchschnittliches
Alter der Ausrüstung

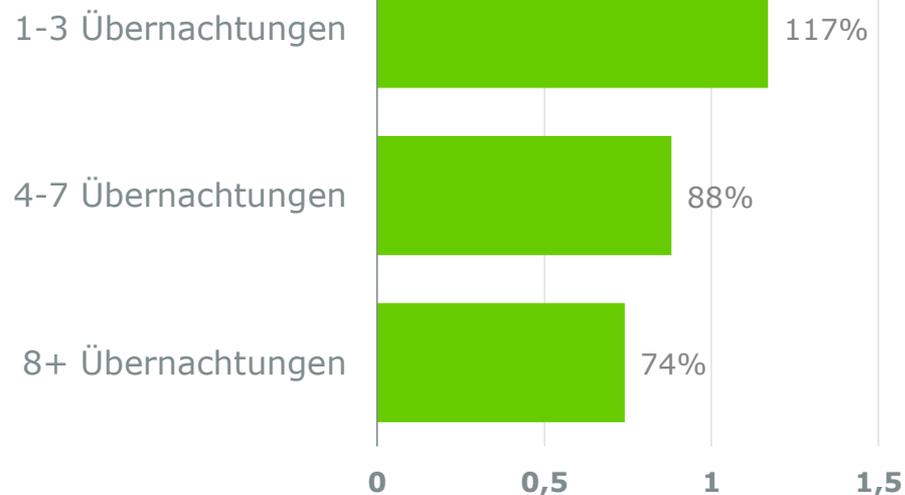
▷ 4,6 Jahre.

Der durchschnittliche Schweizer Wintersportler unternimmt etwa 1,8 Urlaube pro Winter und bleibt dabei für gewöhnlich für 4,5 Nächte.

Urlaubsdauer (n = 410)

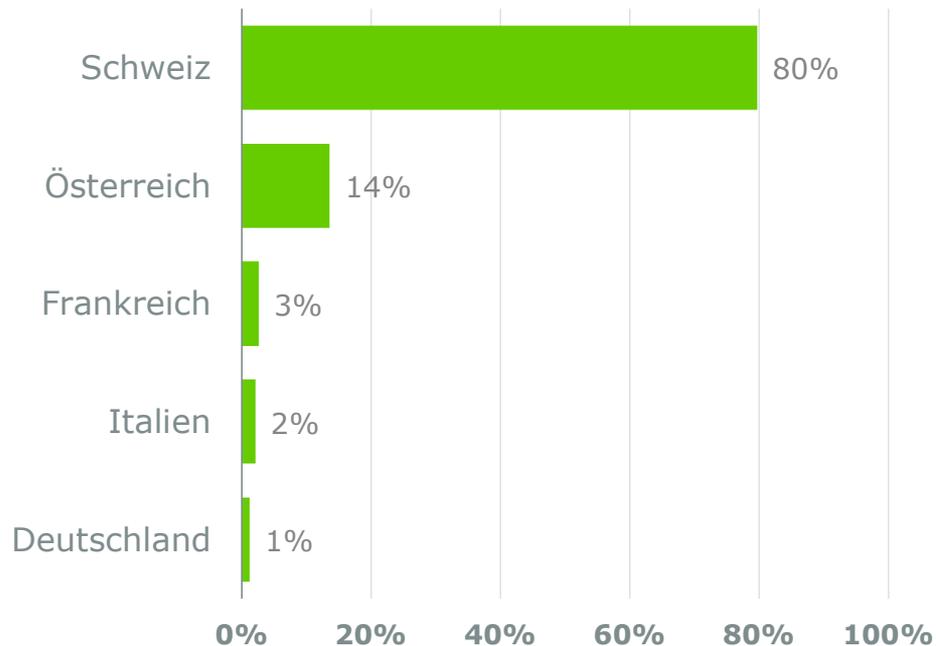


Skitage zu Übernachtungen (n = 410)



80% der letzten Urlaube gingen dabei in die Schweiz, Österreich wurde aber immerhin auch von 14% der Urlauber besucht.

Urlaubsländer 2015/16 (n = 410)

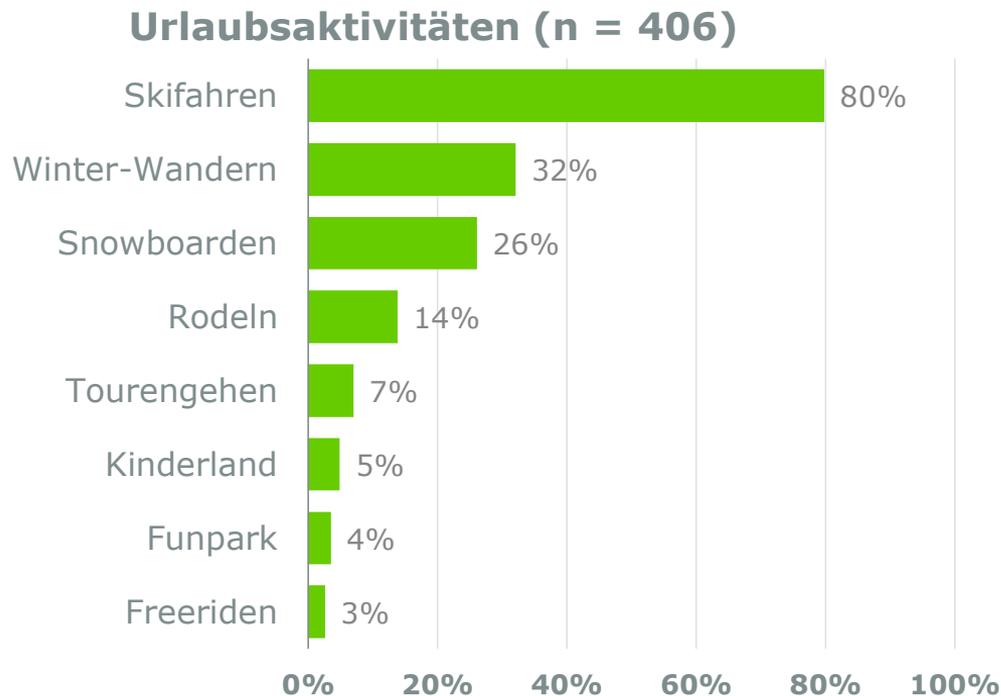


Die hier angegebenen Marktanteile decken sich nicht exakt mit den auf Seite 12 angegebenen.

Dafür gibt es 2 Ursachen:

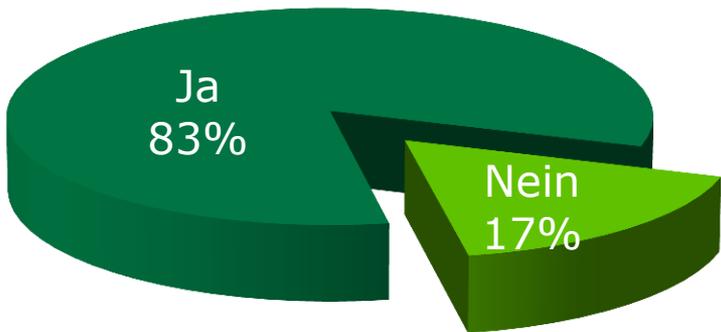
- 1) Auf Seite 12 wurden sämtliche in der Wintersaison 15/16 gemachten Urlaube berücksichtigt, an dieser Stelle nur die letzten 3 Urlaube. Da besonders jene Personen, die viele Urlaube machen auch eine Reise ins Ausland unternehmen, sinkt der Marktanteil der Schweiz etwas, wenn sämtliche Reisen berücksichtigt werden.
- 2) Auf Seite 12 wurde der Marktanteil an Übernachtungen angegeben, hier der Marktanteil an Reisen. Skiurlaube ins Ausland sind im Schnitt etwas länger, was ebenfalls dazu beiträgt, dass der hier angegebene Marktanteil der Schweiz höher ist.

Zusätzlich zum Skifahren macht ein Drittel der Schweizer noch eine Winter-Wanderung im Urlaub.



In 83% aller Skiurlaube sind Schweizer an jedem Tag auf der Piste. Falls sie sich doch mal einen Tag Pause gönnen, wird dieser am ehesten zur Erholung oder für erholsame Winteraktivitäten genutzt.

Waren Sie jeden Tag Skifahren? (n = 410)

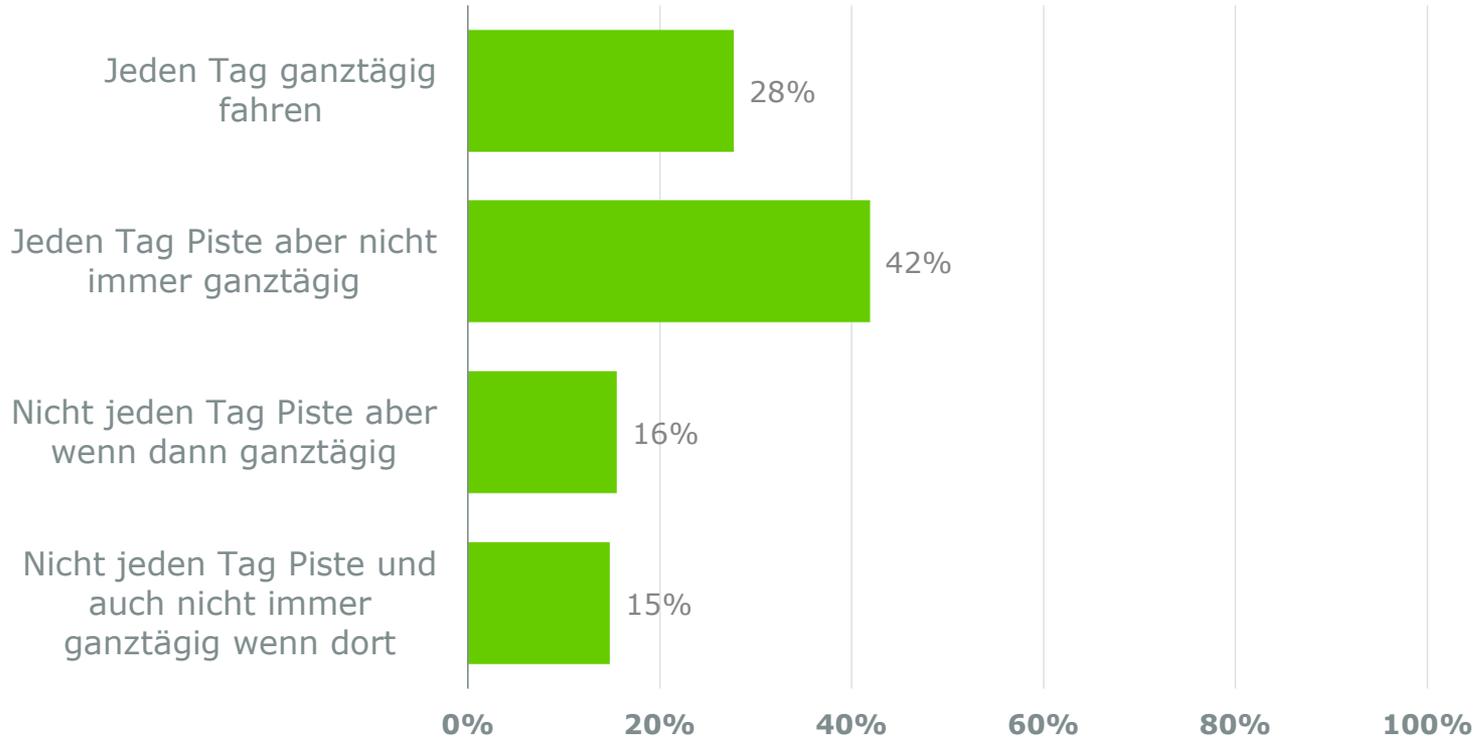


Aktivitäten an Pausentagen (n = 69)



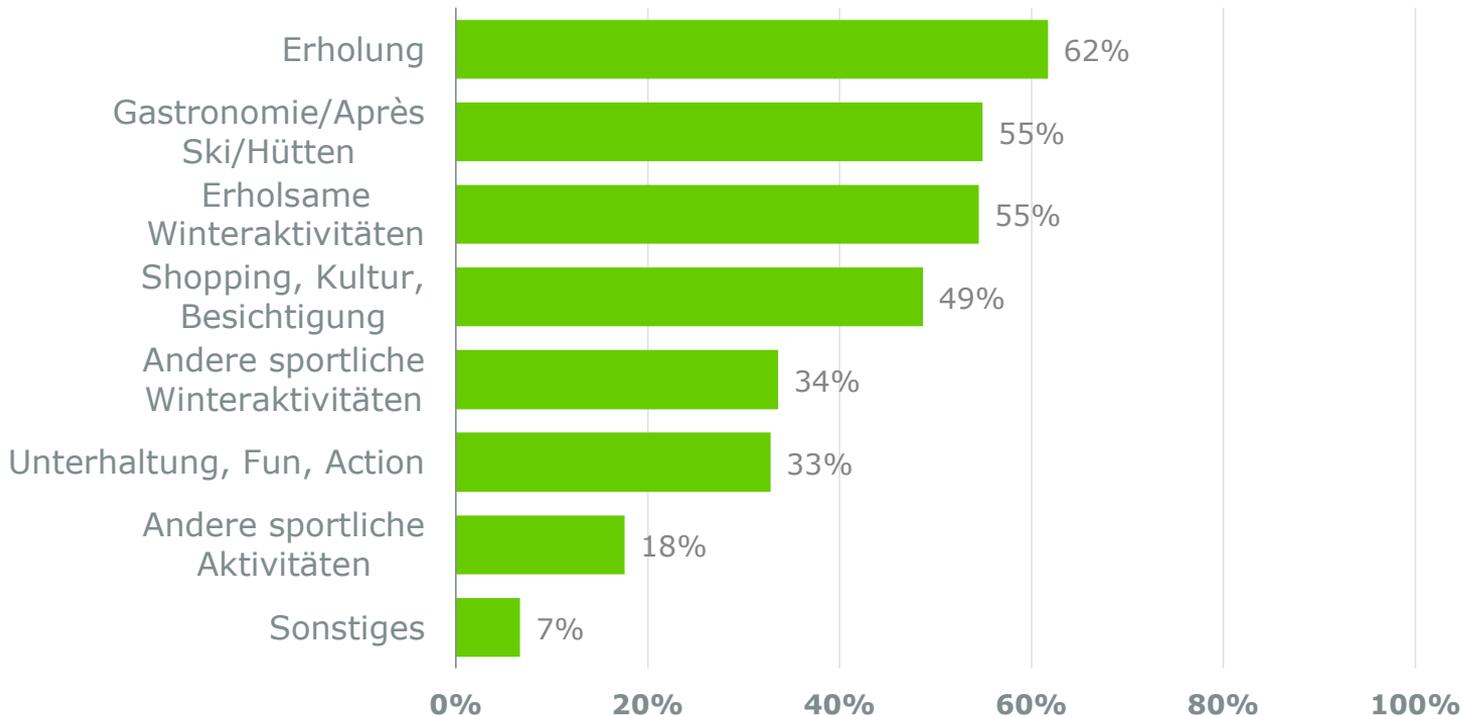
Auch ca. 80% wollen jeden Tag Skifahren, wenn auch nicht den gesamten Tag

Wie häufig wollen Sie im idealen Urlaub Skifahren? (n = 409)



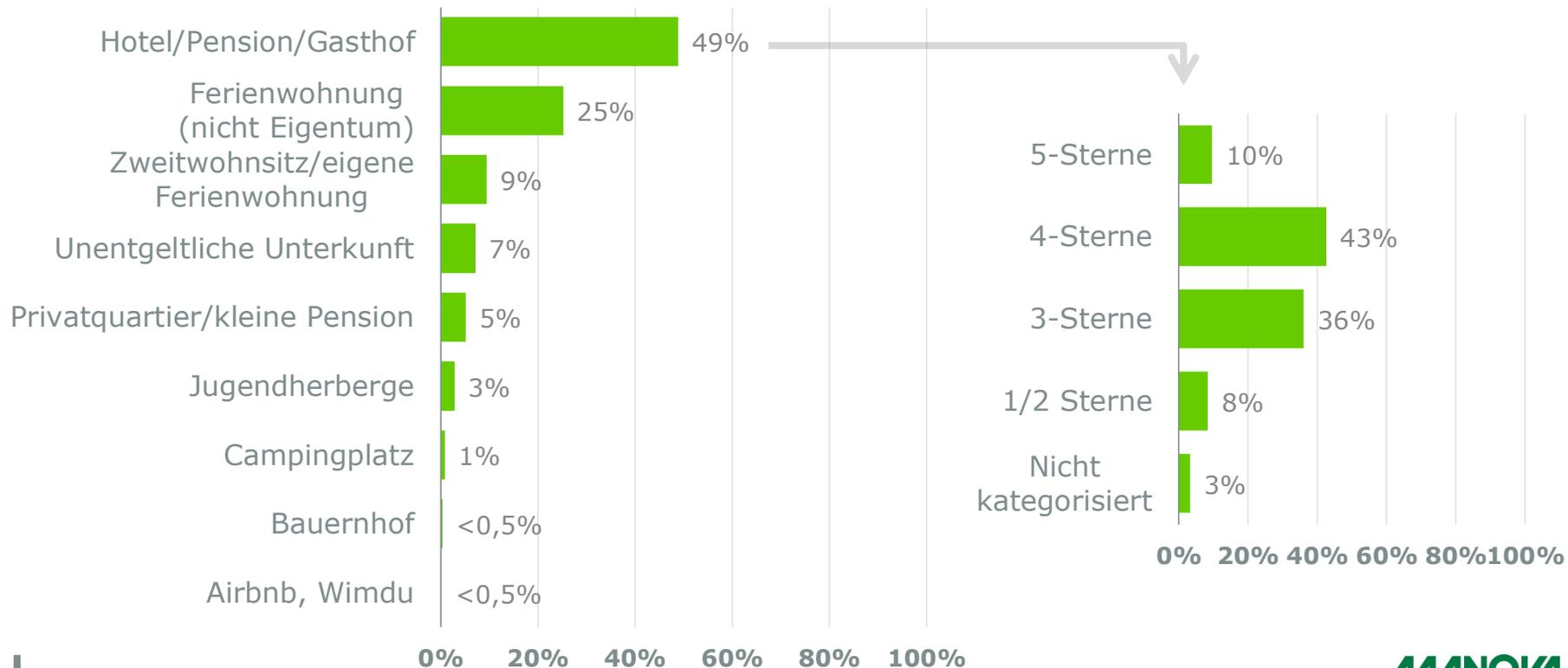
Erholung (Winter-)Aktivitäten werden von vielen Urlaubern besonders geschätzt, aber auch Gastronomie und Après Ski wären beliebte Aktivitäten.

Wie wollen Sie die Zeit verbringen, die Sie nicht Skifahren? (n = 296)

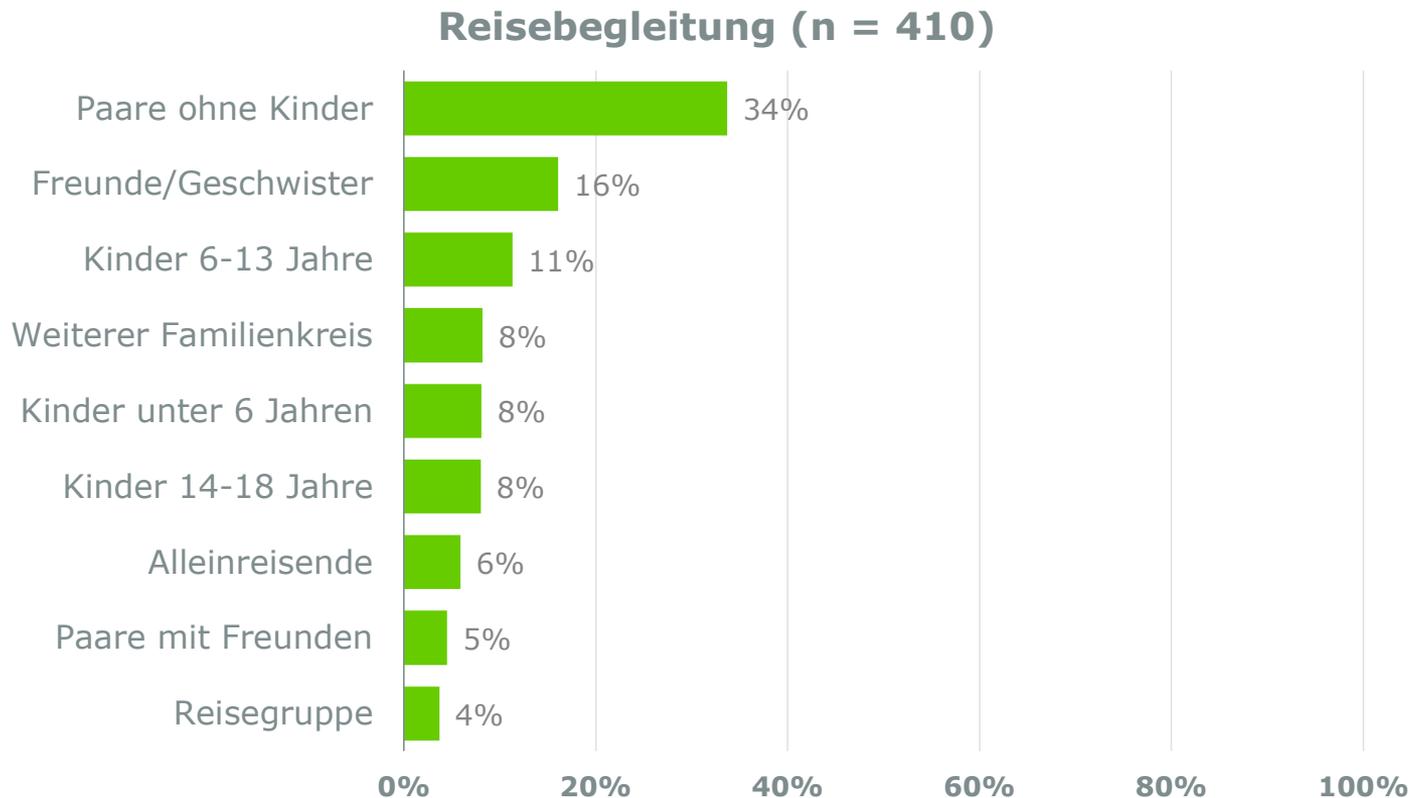


Die Hälfte aller Wintersporturlauber nächtigt in einem Hotel bzw. Gasthof. Ferienwohnungen sind aber auch recht beliebt.

Unterkünfte (n = 452)

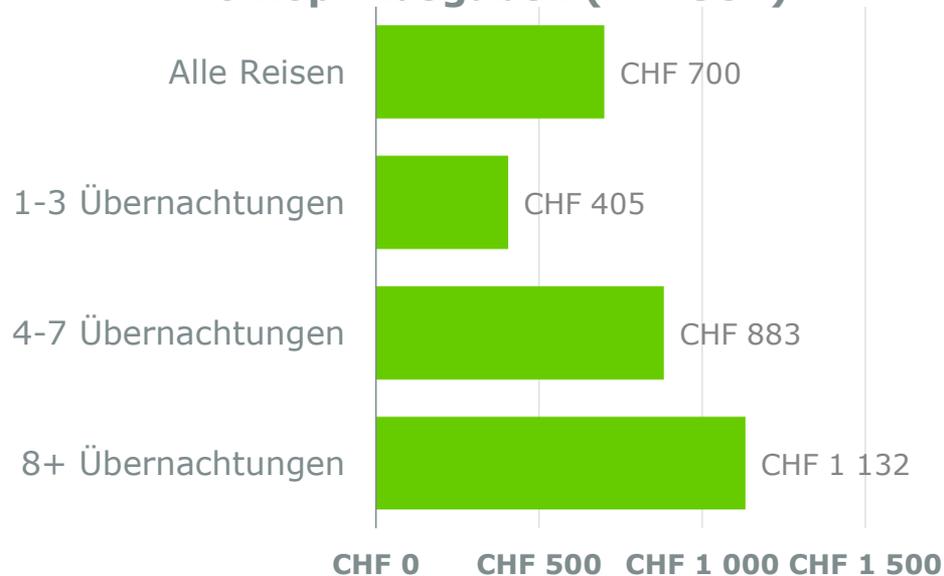


Am häufigsten verreisen die Schweizer Wintersportler mit dem Partner ohne Kind, immerhin 27% der Urlauber sind mit Kindern bis 18 Jahren unterwegs.

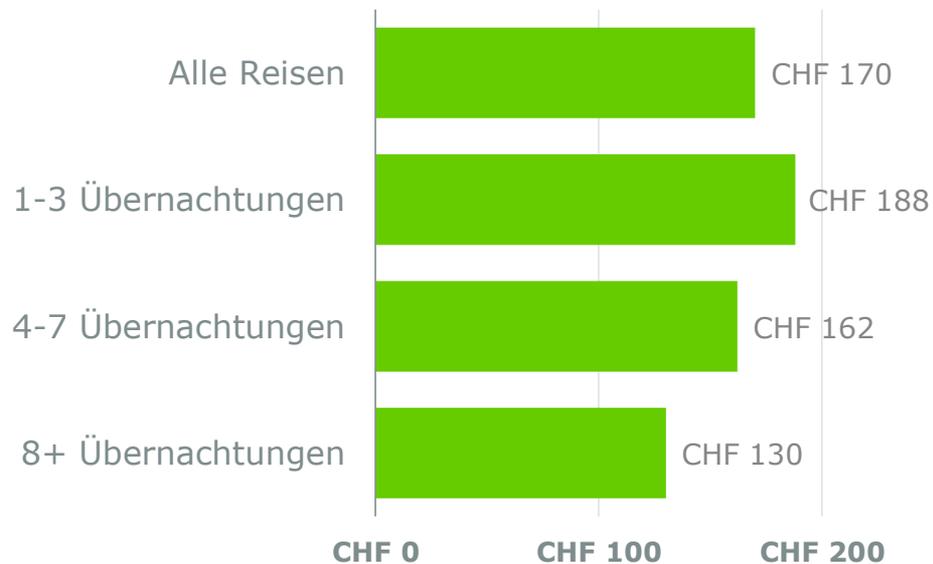


Im Schnitt geben die Schweizer im Skiurlaub etwa 700 € pro Person aus, das entspricht 170 € am Tag.

Pro Kopf Ausgaben (n = 387)

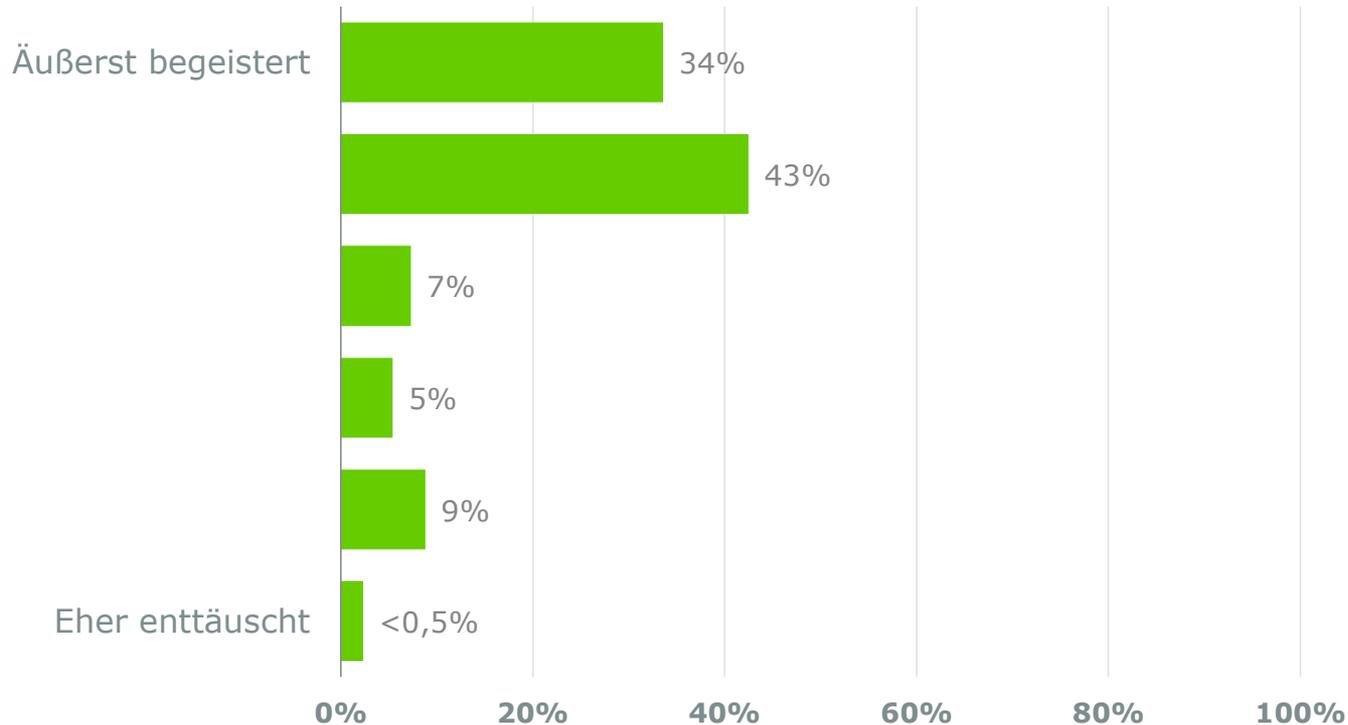


Pro Kopf Tages-Ausgaben (n = 389)



Drei Viertel der Schweizer Skiurlauber sind mit ihren Reisen zufrieden.

Zufriedenheit mit dem Urlaub (n = 327)

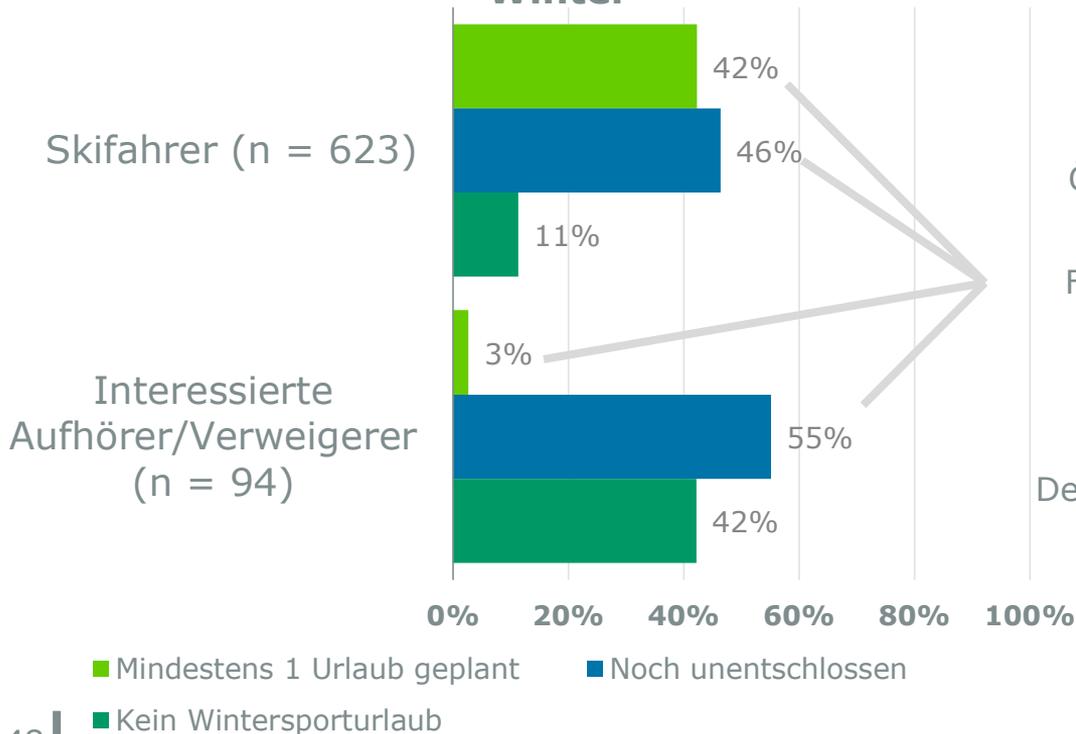


Durchschnittliche
Zufriedenheit

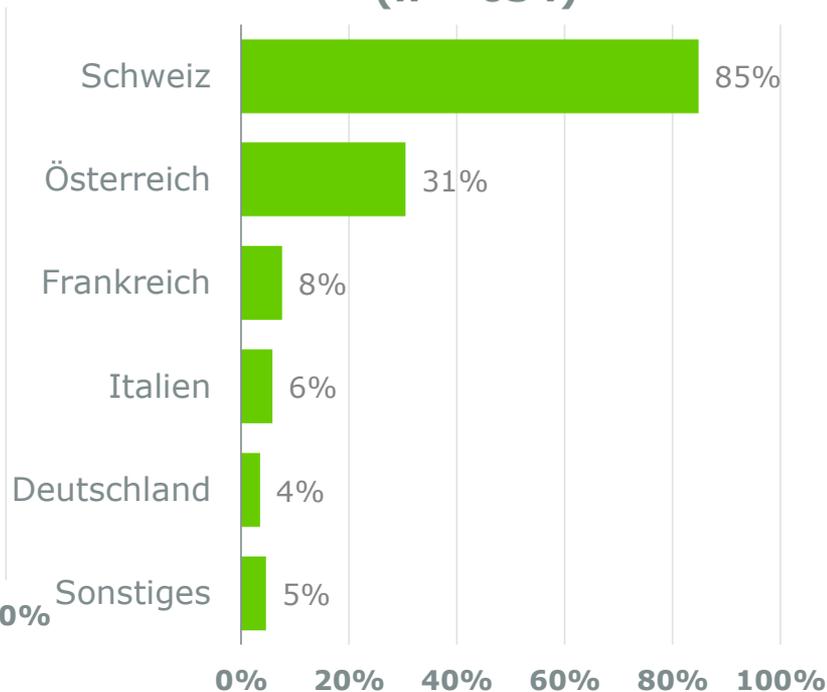
▷ 2,2

Knapp die Hälfte der Skifahrer weiss noch nicht, ob sie einen Wintersporturlaub 2016/17 machen werden, 39% haben mindestens einen Urlaub geplant.

Geplante Urlaube für kommenden Winter

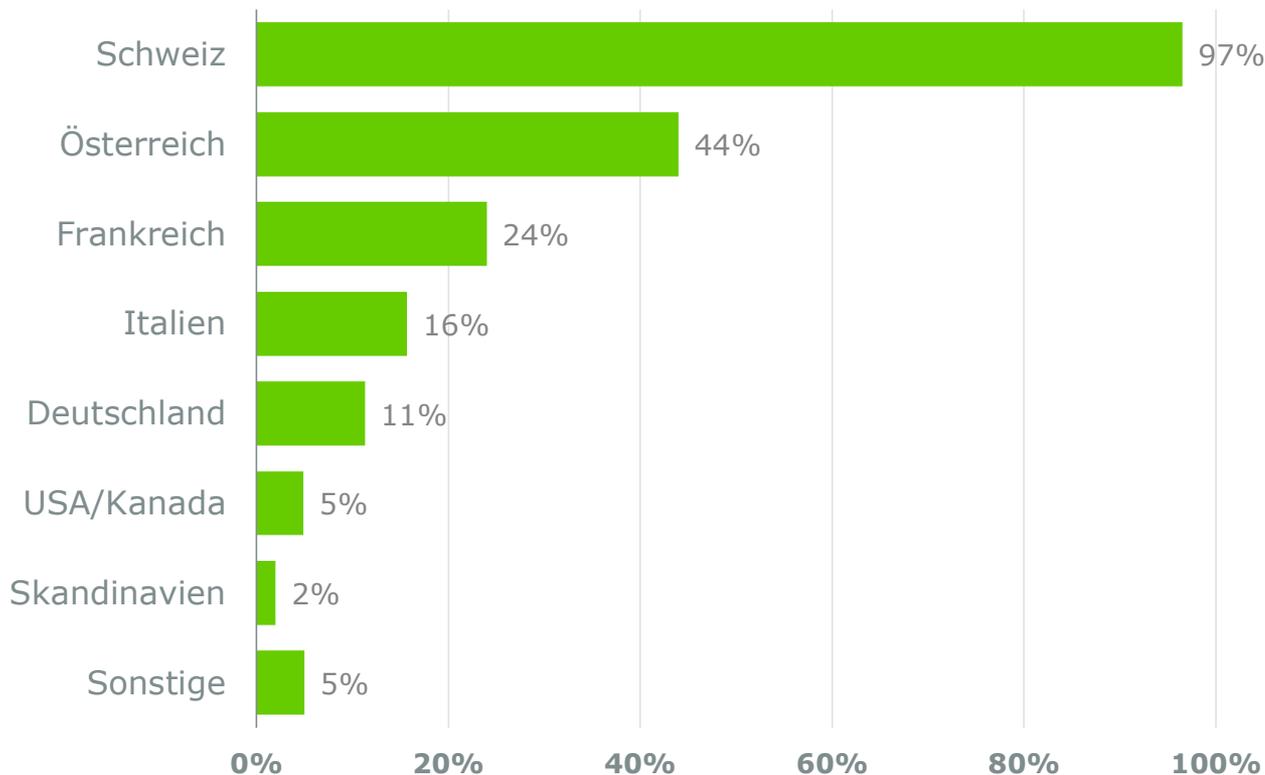


Geplante Urlaubsländer (n = 634)



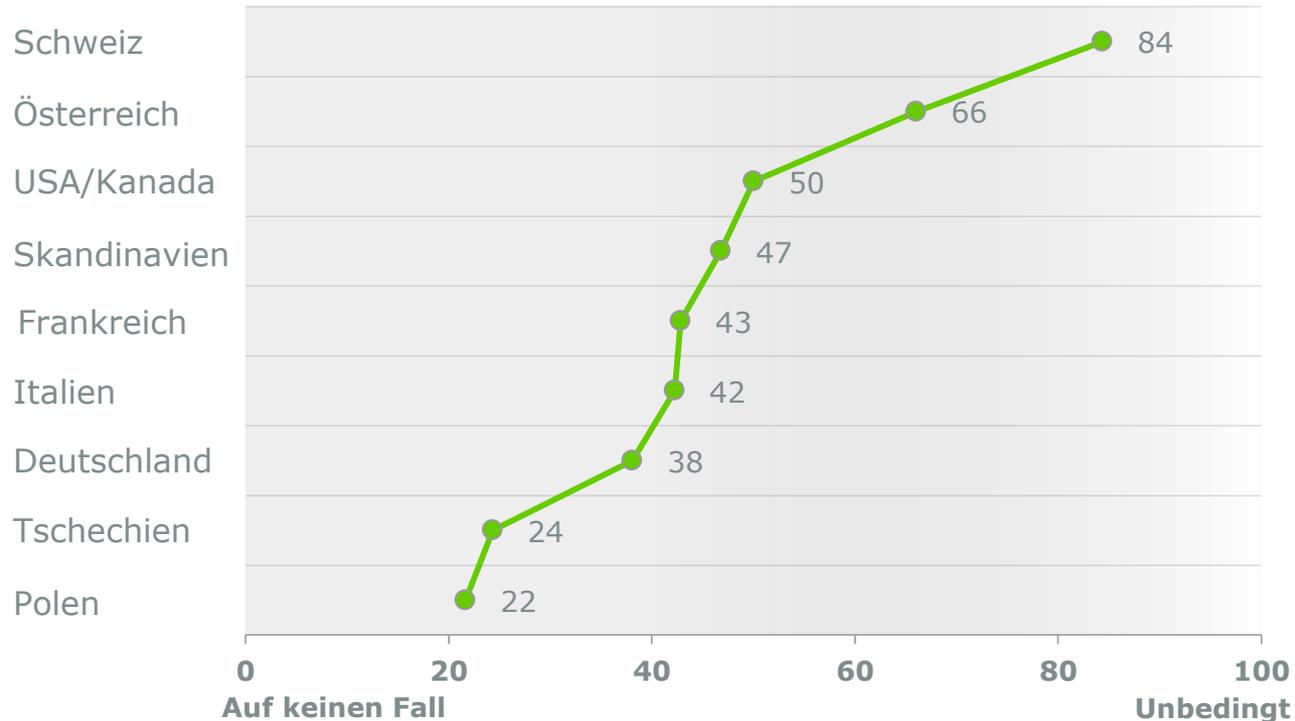
Fast alle Schweizer waren schon in ihrem Land Skifahren, aber auch Österreich haben schon fast die Hälfte der Schweizer Skifahrer besucht.

Jemals besuchte Skidestinationen (n = 881)



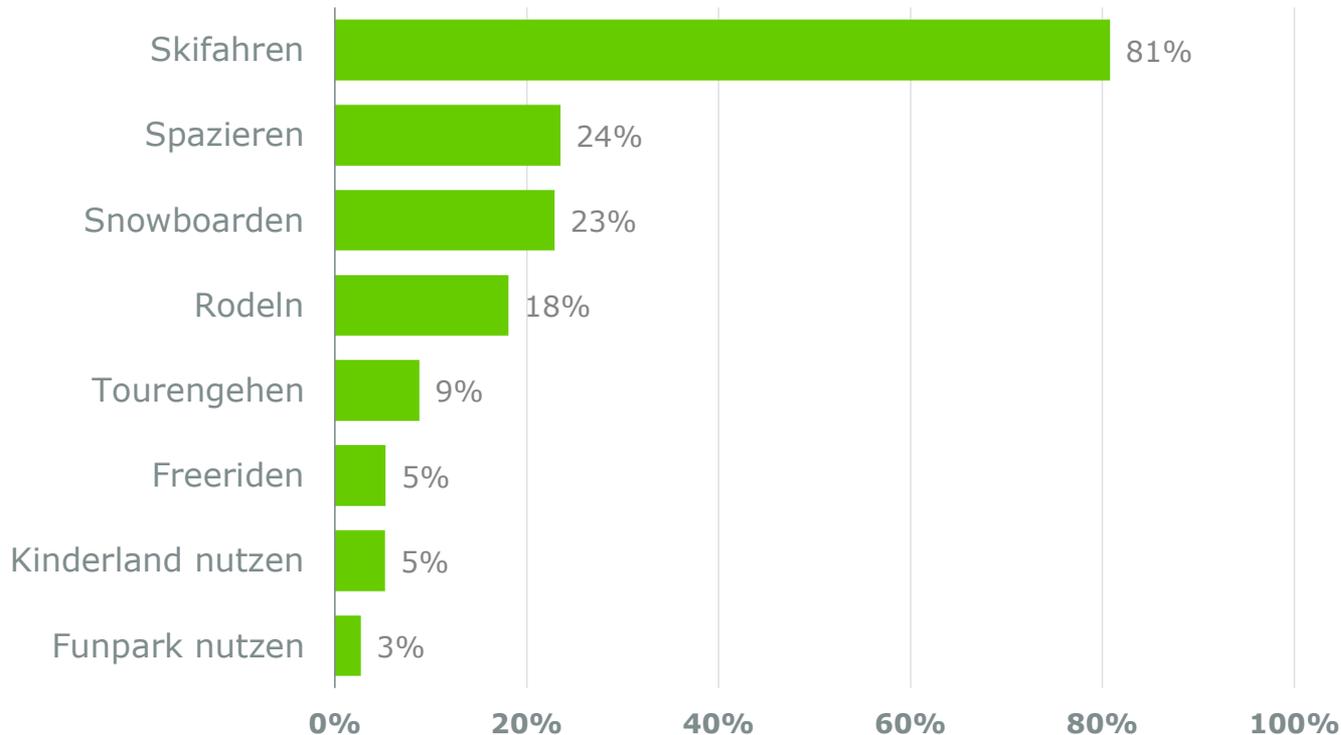
Die Schweiz dominiert vor Österreich die Länderpräferenz, aber auch andere Länder nicht uninteressant für den Schweizer Skifahrer.

Wie gerne würden Sie in diesen Ländern Skifahren? (n = 718)



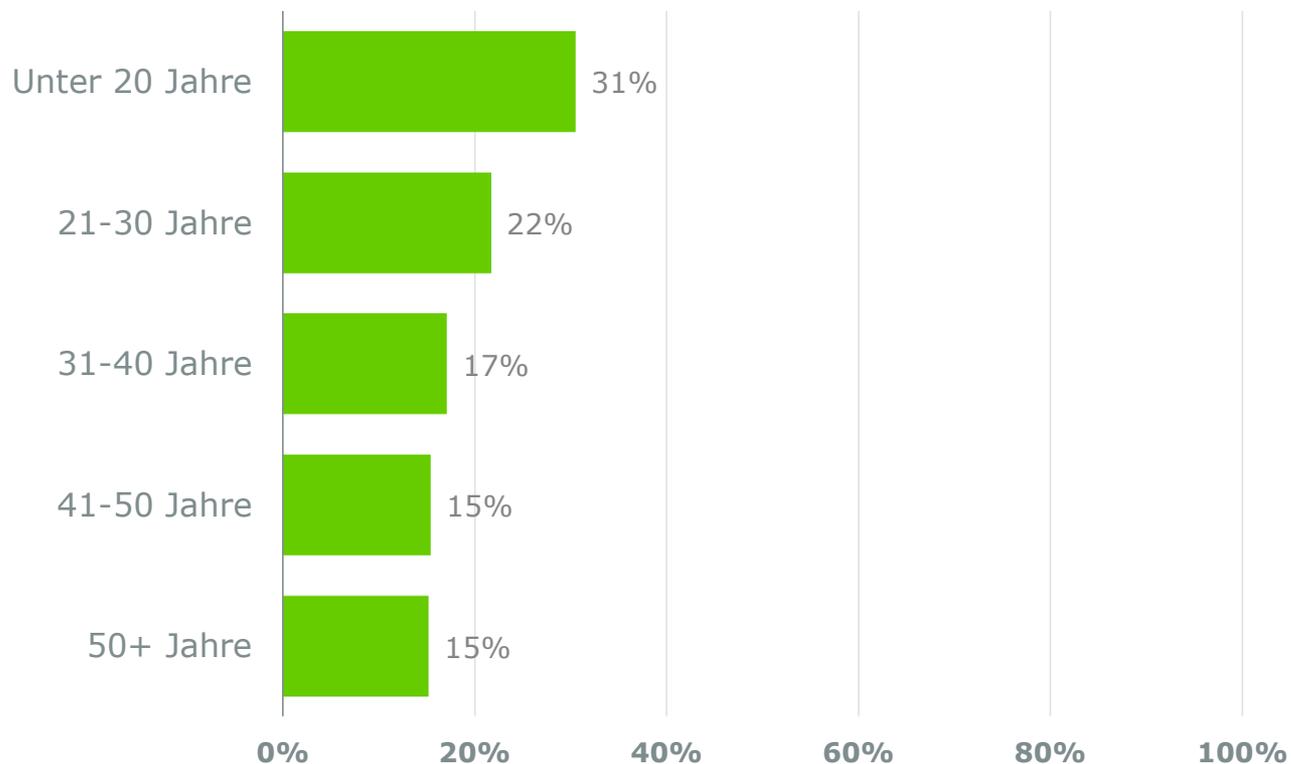
Neben Skifahren/Snowboarden gehen die Schweizer bei ihren Tagesausflügen manchmal auch Spazieren oder Rodeln.

Aktivitäten bei Tagesausflügen (n = 256)



Rund die Hälfte der Skifahrer beendet die Skifahrerkarriere unter 30.

Alter bei Karriereende (n = 309)



Besonders junge Schweizer werden von den Kosten abgeschreckt.

	Unter 21 Aufgehört (n = 80)	Zwischen 21 und 40 Aufgehört (n = 101)	Über 40 aufgehört (n = 80)	Gesamt (n = 261)
Insgesamt zu teuer.	51,3%	34,4%	32,0%	38,9%
Aus gesundheitlichen Gründen	19,7%	38,5%	46,7%	35,2%
Skipass zu teuer	28,0%	26,0%	25,3%	26,4%
Ausrüstung zu teuer	39,5%	19,8%	17,1%	25,0%
Kein Interesse mehr	29,9%	18,8%	17,1%	21,7%
Zu sehr Massentourismus	22,7%	17,7%	21,3%	20,3%
Zu gefährlich	14,5%	20,8%	20,0%	18,6%
Konnte nicht gut Skifahren	25,0%	17,7%	5,3%	16,2%
Zu mühsam/zu viel Aufwand	22,7%	9,4%	13,3%	14,6%
Unterkünfte zu teuer.	17,3%	13,5%	13,3%	14,6%
Zu wenig Zeit	17,1%	16,7%	9,3%	14,6%
Zu lange Anreise	15,8%	9,4%	14,7%	13,0%
Zu kalt/zu nass	21,1%	9,4%	9,3%	13,0%
Niemand der mit mit Skifahren geht	11,8%	7,2%	18,7%	12,1%
Bevorzuge andere Wintersportarten	13%	10%	11%	11%

Fett Gedruckte Gründe unterscheiden sich zwischen den Altersgruppen.

Z.B. nannten Personen, die mit unter 21 aufgehört haben, signifikant häufiger „Insgesamt zu teuer“ als Personen, die mit über 40 Jahren aufgehört haben.

Ansprechpartner



Klaus Grabler
Geschäftsführer

T +43 1 710 75 35 - 11
E klaus.grabler@manova.at



Iris Zehrer
Geschäftsleitung Marktforschung &
Business Intelligence

T +43 1 710 75 35 - 19
E iris.zehrer@manova.at



Heike Molnar
Marktforschung &
Analysen

T +43 1 710 75 35 - 18
E heike.molnar@manova.at



Manuel Koller
Projektteam Seilbahnen

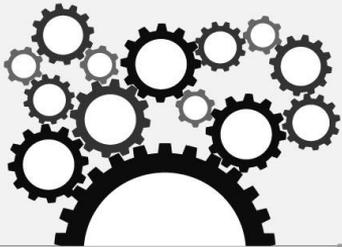
T +43 1 710 75 35 - 22
E manuel.koller@manova.at

Daten **I**eben lernen | Learn to **I**ove data

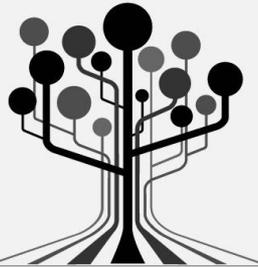


Wipplingerstraße 23/23
1010 Wien
Austria

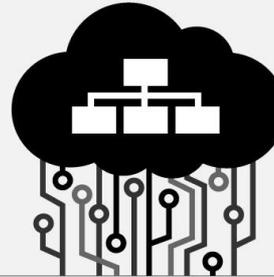
T +43 1 710 75 35 - 1 | F - 20
office@manova.at
www.manova.at



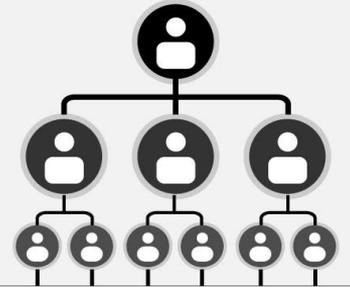
FACHKOMPETENZ



BRANCHENKOMPETENZ



IT KOMPETENZ



WISSENSVERMITTLUNG

www. **MANOVA** .at

Sämtliche Inhalte, insbesondere Texte, Modelle, Daten, Auswertungen und Grafiken, sind als geistiges Eigentum urheberrechtlich geschützt (Copyright). Eine weitere Verwendung auch in Teilen (sofern gestattet) darf jedenfalls nur unter ausdrücklicher Quellenangabe erfolgen.

The logo for MANOVA, consisting of the word "MANOVA" in white, bold, sans-serif capital letters inside a dark green circle.

MARKTANALYSE ALPINE WINTERSPORTLER D-A-CH

Management Summary



Projektdaten

Auftraggeber	VDS – Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e. V Fachverband der Seilbahnen Österreich Seilbahnen Schweiz
Titel	Marktanalyse alpine Wintersportler D-A-CH
Art der Untersuchung	Bevölkerungsrepräsentative Online- Befragung 14-70 Jahre in Deutschland, Österreich und der Schweiz
Erhebungszeitraum	15.4-29.4.2016
Stichprobengröße	n = 4.391

Rund 19,4 Millionen alpine Wintersportler im D-A-CH Raum

Etwa jeder dritte Bewohner aus dem D-A-CH-Raum im Alter zwischen 14 und 70 Jahren ist alpiner Wintersportler, das sind ca. 19,4 Millionen Menschen. Rund 3 Millionen davon pausieren gerade, wollen aber sicher wieder anfangen und werden damit auch in Übereinstimmung mit wissenschaftlichen Publikationen als Skifahrer definiert. Zu den regelmäßigen Skifahrern, die jedes Jahr auf der Piste sind, zählen etwas mehr als 10 Millionen Bewohner. Den größten Markt bilden naturgemäß die Deutschen mit rund 14% bzw. 6,6 Millionen Wintersportfans, die regelmäßig fahren. In Deutschland liegt der Anteil an skifahrenden Kindern (3-13 Jahre) unter dem Anteil der erwachsenen Bevölkerung; in der Schweiz liegt der Anteil Kinder und Erwachsene in etwa gleichauf, in Österreich ist der Anteil der Wintersportler unter den Kindern sogar höher. In beiden Ländern liegt der Anteil alpiner Wintersportler bei rund 60%, wobei die Schweiz den höchsten Anteil an Wintersportfans aufweist. Absolut, kommt man in Österreich auf rund 3 Millionen und in der Schweiz auf 2,6 Millionen alpine Wintersportler. Der größte Teil davon sind Skifahrer, deutlich vor Snowboardern.

Weiteres Interesse am Skifahren bei ca. 11,6 Millionen

Zwei von drei Bewohnern zählen aktuell nicht zu den alpinen Wintersportlern, doch zeigen stolze 11,6 Millionen Personen (rund 20% der Bevölkerung) Interesse am Skisport und können sich vorstellen, mit dem Skifahren zu beginnen. Der Großteil davon – rund 8,5 Millionen – stand noch nie auf Skiern, etwa drei Millionen können sich vorstellen, wieder zu beginnen, nachdem früher Ski gefahren wurde. Der überwiegende Teil stammt dabei aus Deutschland, in der Schweiz und Österreich ist das Potential an Interessierten eher ‚abgeschöpft‘.

Wachstumsstrategien gefragt

Die Nachfrage nach alpinem Wintersport ist seit Jahren etwa konstant, wie die Ersteintritte in den Skigebieten zeigen. Für ein angestrebtes Wachstum an Skitagen gilt es daher, das Interesse am Skifahren oder Snowboarden zu steigern und die Interessenten dann tatsächlich zu Beginnern zu machen.

Schulskikurse, Familien und Einstiegsangebote

(Schul-)Skikurse und die Familie sind die wichtigsten Gründe, um mit dem Skisport zu beginnen. Hier ist also primär der Hebel anzusetzen. Erfreulich, dass gerade in Familien mit Kindern das Interesse am Wintersport ausgeprägt ist. Positiv ist, dass der Anteil an Personen, die durch gute Einstiegsangebote akquiriert wurden, deutlich gestiegen ist. Dies macht deutlich, dass neben den bereits „klassischen“ Strategien über Schule und Familie auch neue Wege - speziell beim erwachsenen Einsteiger - erfolgreich sind. Hier scheint noch weiterer Bedarf, da die Interessenten für den Skisport in allen Altersschichten vorhanden sind. Den tatsächlichen Einstieg schaffen aber eher die Jüngeren und stärker die Männer –

beide sind dann im Vergleich zum Interesse überproportional bei den Einsteigern vertreten.

Distanz und Kosten als Barriere

Die Distanz des Wohnortes zu Skigebieten ist ein entscheidender Faktor, das Interesse in tatsächlichen Beginn zu konvertieren. Lebt man weiter entfernt, wird der Aufwand größer eingeschätzt und so bleibt es oftmals beim Interesse. Dies gilt besonders für Personen ab 30 Jahren, auch wenn sie grundsätzlich an Berg- und Schneeerlebnis interessiert wären. Hier ist die Branche gefragt, die Faszination Berge und Schnee näher in die Städte zu bringen und attraktive Einstiegspakete, etwa über zusätzliche Schneeerlebnisangebote neben dem Skifahren zu entwickeln. Die Einsteigerraten bei den besser Verdienenden sind aufgrund der Kosten für den alpinen Wintersport höher.

Können und damit Skilehrer wichtig

Ein weiterer wichtiger Wachstumshebel liegt für die Branche in einer noch besseren Vermittlung des Skikönnens. Ein besseres skifahrerisches Können schlägt sich zweifach nieder. Einerseits ist es immens wichtig, beim Einstieg Fortschritte zu haben, denn viele Aufhörer geben als Grund mangelnden Fortschritt und Können an und beenden damit wieder frühzeitig ihre Skikarriere. Andererseits ist das Können dann auch dafür verantwortlich, dass mehr Skitage absolviert werden. Kann man besser Skifahren, macht es mehr Spaß und die Skifahrer sind öfters auf den Pisten. Beides unterstreicht die Bedeutung der Skischulen und Skilehrer. Und natürlich das kundenorientierte Angebot der Seilbahnen welches die Anzahl der Skitage am stärksten beeinflusst.

Aufhörerraten senken, gesundheitliche Aspekte

Angesichts der demografischen Entwicklung in Richtung älterer Gesellschaft wird es immer wichtiger darüber nachzudenken, wie die Aufhörerraten gesenkt werden können. Als Gründe für das Aufhören werden häufig zu hohe Kosten genannt. Die Einschätzung, ob etwas zu teuer ist, liegt aber immer auch im wahrgenommenen Wert der Leistung. So zeigt sich, dass genau jene, die aus ihrer Sicht zu wenig Fortschritt machen, die Kosten kritisieren. Daher sollten die Möglichkeiten der Produkt- und Preispolitik genutzt werden, damit die Kosten als fair und angemessen erscheinen. Neben den Kosten spielen auch gesundheitliche Aspekte eine Rolle, deutlich vermehrt bei Personen schon ab 30 oder 40 Jahren. Hier gilt es anzusetzen, um die vorhandenen gesundheitlich positiven Aspekte in den Vordergrund zu stellen. Gerade ältere Skifahrer suchen stärker die Erholung – eventuell benötigt es hier auch Anpassungen in der Produktgestaltung.

Mehr Spaß und Erholung, weniger Stress und Adrenalin

Produktentwicklungen wie (einfache) „fun slopes“ dürften in die richtige Richtung gehen, vermittelt man so auch Spaß und Bestätigung, Herausforderungen bewältigen zu können. Zwei weitere Faktoren werden insbesondere bei den Jüngeren wirksam: das ist einmal der „convenience“-Faktor, denn der Aufwand wird auch relativ häufig als Grund für das Aufhören genannt. Zusätzlich nennen Jüngere oft als Grund, „niemanden zu haben der mit ihnen Ski fahren geht“. Generell gilt es damit, die gesellschaftlichen Möglichkeiten und gemeinsamen Erlebnisse stärker in den Vordergrund zu heben. Das gilt auch wieder ganz besonders für jüngere Frauen, die genau über soziale Aspekte motiviert werden – und aktuell noch nicht ausreichend abgeholt werden. Die Interessenten haben allgemein viel stärkeres Interesse an Erholung und Spaß, der sportliche Aspekt des Skifahrens vermittelt teilweise noch Gefährlichkeit und hält einige davon ab. Eine stärkere Ausrichtung in Richtung Genuss könnte somit weitere Zielgruppen erschließen. Generell sollte eine stärkere Ausdifferenzierung der Angebote hilfreich für eine Vergrößerung des Marktes sein.

Zielpräferenzen

Die Studie widmete sich auch dem Image der Skinationen Deutschland, Österreich und Schweiz und gibt Hinweise auf die jeweiligen Chancen. Dabei schneidet Österreich in allen drei Ländern sehr gut ab, wenngleich alle Skifahrer auch eine ausgeprägte Neigung zum jeweiligen Inlandsmarkt haben. Interessant dabei vor allem, dass gerade die Skischulen im jeweiligen Land als positiv beurteilt werden. Chancen zeigen sich für alle drei Länder bei den Interessierten, die noch wenig Länderpräferenzen ausgebildet haben. Damit haben alle (fast gleiche) Chancen bei Einsteigern. Die grundsätzlichen Chancen der einzelnen Länder stellen sich wie folgt dar.

Deutschland

Das stärkste Argument, das für Deutschland spricht, ist das Preis-Leistungs-Verhältnis. Zusätzlich punktet man mit kurzen Anfahrtswegen sowie Gast- und Familienfreundlichkeit. Trotz der überschaubaren Größe der Skigebiete, kann Deutschland somit über diese Vorteile als Alternative zu Österreich und der Schweiz dienen. Deutschland ist besonders bei Familien, bei Anfängern und weniger geübten Personen und bei preissensiblen Personengruppen beliebt.

Österreich

Österreich hebt sich über die Länder hinweg noch stärker mit Gastfreundschaft ab. Außerdem werden Österreich große und moderne Skigebiete zugeschrieben und man differenziert sich gegenüber den anderen Ländern auch mit dem Après-Ski- und Partyangebot. Insgesamt liegt damit der Spaß und die Unterhaltung im Ländervergleich vorne. Zusätzlich wird das Preis-Leistungs-Verhältnis in Öster-

reich als passend bewertet. Damit wird Österreich als bevorzugte Destination beim drei Länder-Vergleich von etwa der Hälfte aller Befragten gesehen.

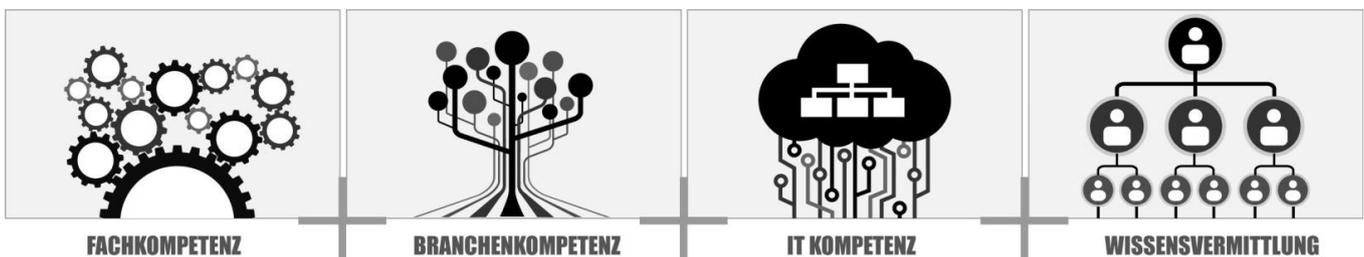
Schweiz

Die Schweiz wird als gut aber teuer gesehen. Spektakuläre Bergwelt und besondere Naturerlebnisse sowie perfekte Pisten überzeugen die Fans. Damit zeigt sich das auch stärker auf Natur ausgerichtete Ski-Image in der Schweiz. Kritik gibt es am Preis-Leistungs-Verhältnis und an der Familien-/Gastfreundschaft, die auch von Schweizern deutlich stärker Österreich zugeschrieben wird. Après Ski und Party scheint für die Schweiz-Fans ein weniger wichtiger Faktor zu sein.



Wann und warum Sie auch Wissen benötigen – MANOVA steht für umfassende Business-Intelligence-Lösungen und somit für IT-Know-how, Marktforschung, strategische Fragen und Wissensmanagement. Im Prinzip beschaffen und verwalten wir also Wissen und machen es einfach und unkompliziert zugänglich. Außerdem holen wir als Marketing Analytics Experten mit profundem Marketingverständnis und Expertise in Analysemethoden oft viel mehr aus Daten heraus als Sie denken. Sehr gerne setzen wir auch unser selbst entwickeltes Business-Intelligence-Tool WEBMARK für Online-Erhebungen, Reporting, Monitoring und Benchmarking ein. So erarbeiten wir Lösungen individuell für und mit unseren Kunden und stellen sicher, dass Sie die Informationen erhalten, die Sie tatsächlich benötigen.

Egal ob im Kopf oder am Tablet – MANOVA macht Wissen in Workshops, Online-Reports und Studien erlebbar, nachvollziehbar und verständlich. Wir lieben komplexe Aufgaben ebenso wie Zahlen – fordern Sie uns heraus!



Daten | eben lernen | Learn to | ove data

MANOVA GmbH

Wipplingerstraße 23/23
1010 Wien | Austria
T +43 1 710 75 35 - 0 | F - 20
office@manova.at | www.manova.at