

03.11.2008 – 08:51 Uhr

Die Zahl der Skitage steigt weltweit - Tourismus bleibt Tirols standorttreue Exportwirtschaft mit Zukunft

Innsbruck (ots) -

Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Finanz- und Wirtschaftsentwicklungen wird die Bedeutung des Tourismus als standortgebundener und international ausgerichteter Wirtschaftszweig deutlich. Der Wohlstandsmotor Tourismus ist mehr gefordert denn je. Auf dem starken Fundament hoher Angebotsqualität sind eine verstärkte Internationalisierung, die Bündelung der Marketingkräfte sowie Maßnahmen für die Förderung des Ski-Nachwuchses ein Gebot der Stunde. Zum Erlebnis Schnee gibt es keine Alternative.

Nach erfolgreichem Weltcup Auftakt in Sölden beginnt mit 1. November die Wintersaison 2008/09 in ganz Tirol. Ein Blick auf die letzte Rekordsaison zeigt ein erfreuliches Bild für die heimische Tourismuswirtschaft. Mit 25,6 Mio. Nächtigungen steht Tirol mit Abstand an der Spitze. Über 40% aller österreichischen Nächtigungen und knapp ein Drittel aller Ankünfte wurden in Tirol generiert. Beim wichtigsten Faktor der Wertschöpfung erwirtschaftet Tirol knapp die Hälfte der bundesweiten Erträge. Ein Beispiel: Allein durch Übernachtungen mit Frühstück wurden im letzten Winter 1,34 Mrd. Euro in Tirol umgesetzt.

"Erfolge in der Vergangenheit beflügeln zu weiteren Spitzenleistungen und Investitionen. In schwierigeren Zeiten sind außergewöhnliche Angebotsqualitäten sowie professionelle Marketing- und Vertriebsarbeit besonders wichtig. In der Krise gewinnen die Profilierten und Starke", gibt sich Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung, zuversichtlich.

87% der Ankünfte erfolgen nach wie vor aus klassischen Märkten wie Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland, Belgien, Italien, Frankreich und Großbritannien. "Umso wichtiger ist daher die Internationalisierung und eine Risikostreuung des Tiroler Tourismus. Wir haben bereits frühzeitig damit begonnen, gemeinsam mit den Top-Regionen und Incomingunternehmen die "neuen Märkte" in Ost- und Zentraleuropa für Tirol zu begeistern und Hoffnungsmärkte aufzubauen", so Margreiter weiter.

Mit Nächtigungszuwächsen in der vergangenen Wintersaison aus der tschechischen Republik (+ 19,3%), Russland (+ 31,0%), Polen (+ 34,4%) und Rumänien (+ 75,1%) werden die neuen Gästesichten bereits erfolgreich angesprochen. Alle vier Länder zusammen halten laut European Travel Monitor aktuell bei rund 1,1 Mio. Alpen-Urlaubsreisen im Winter. Tirols Anteil an den Gesamtübernachtungen dieser vier Märkte in Österreich lag in der Wintersaison 2007/08 zwischen Russland (54%) und Rumänien (28%) bei insgesamt 40,4%.

Der Wintertourismus hat sich als Wertschöpfungsmotor des Tourismus in den Alpen entwickelt. Skifahren ist bei 80% der Gäste der Motivationsfaktor Nr. 1 für einen Winterurlaub. Das Nachfragepotential bei Skifahrern in Europa und weltweit gilt allerdings als eine relativ ungenau bestimmbare Größe.

Nach veröffentlichten Statistiken gibt es über 80 Mio. Skifahrer weltweit und rund 33 Mio. in Europa. Laut Stefan Schwarz, Geschäftsführer von Salomon Österreich, nahmen die Skifahrtage auf der ganzen Welt im Jahr 2007 sogar um 6% auf 330 Millionen zu. Den größten Zuwachs weltweit verzeichnet Österreich mit 17,7%. "Das Geschäft von Wintersportartikeln verlagert sich dabei zunehmend weg aus den Ballungszentren in die Regionen und sorgt für eine Belebung des Handels in den Skiorten. Es werden dabei immer weniger Ski gekauft, sondern zunehmend vor Ort geliehen", so Schwarz. Die Umsätze

bei der für den Wintersport bekannten Marke verteilen sich mittlerweile zwischen Sommer und Winter zu je 50%. "Die Herausforderung bestand darin, sich zu einer Ganzjahresmarke zu entwickeln", erzählt Schwarz, der mit Salomon eine konsequente Internationalisierungsstrategie verfolgt.

Einen großen Handlungsbedarf sieht er in der Erschließung von neuen Märkten und in der Stabilisierung der Heimatnachfrage. In den vergangenen zehn Jahren wurden die Skiwochen um mehr als ein Drittel reduziert. Schulsikurse scheitern derzeit vor allem am Mangel geeigneter und preisgünstiger Unterkünfte, an Haftungsfragen und attraktiven Rahmenbedingungen für die Lehrerschaft.

"Hier muss der Hebel angesetzt und gegengesteuert werden. Wir benötigen attraktive Komplettangebote von der Sportartikelindustrie, der Hotellerie bis zu den Bergbahnen, die den Familien und ihren Kindern den Zugang zum Wintersport erleichtern", fasst Schwarz zusammen. "Wer der Skifahrer von morgen wird, entscheidet sich großteils zwischen 5 und 15 Jahren. Wir müssen den Jugendlichen, den Skisport wieder näher bringen und vom Schneeerlebnis überzeugen, damit sie sich für das Skifahren, Carven und Boarden und die gesamte Atmosphäre in der Bergnatur begeistern können", verstärkt Hannes Winkler, Geschäftsführer der Travel Partner GmbH sowie Aufsichtsratsvorsitzender der Bergbahnen Ellmau-Going. Daher sind Initiativen mit Gratis-Schulsikursen wie von den Bergbahnen in Serfaus-Fiss-Ladis bzw. die Saisonkarte um 20 Euro für alle schulpflichtigen Kinder und Jugendliche in Neustift oder der Preisstopp bei Kindertarifen aller Zillertaler Bergbahnen ein wichtiges Signal an die gesamte Branche.

Mehr Informationen unter <http://www.presse.tirol.at>

Bildmaterial unter:

<http://www.tourismuspresse.at/redirect.php?tirol31>

Rückfragehinweis:

Tirol Werbung GmbH

MMag. Jürgen Steinberger

Pressesprecher

Tel.: +43 (0)512 5230-317

Mobil: +43 (0)644 80532 317

Fax: +43 (0)512 5320-92317

mailto:Juergen.Steinberger@tirolwerbung.at

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000449/100572511> abgerufen werden.