

Winter. Die Skiresorts in Amerika Seite 8; Der österreichische Winter 2010/11 Seite 9; Das Klima und die kleinen Orte Seite 10; Die Bergbahnen und ihre Investitionen Seite 11



Spuren im Schnee: Winterwanderer geniessen die Ruhe auf der Hohfluh-Riederalp.

Bilder Swiss-Image

Die Schweiz ist der Winter-Star

Beim Wintertourismus hat die Schweiz die Nase vorn. Das zeigt eine deutsch-österreichische Studie, die 18 000 Wintersportler befragte.

GUDRUN SCHLENCZEK

Kaum fallen die ersten Schneeflocken, schneit eine aktuelle Studie auf den Markt, die den Schweizer Skiornten kein besseres Zeugnis ausstellen könnte: Eine Befragung von 18 000 Wintersportlern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien mass Bekanntheit und Anziehungskraft der 40 grössten deutschsprachigen Wintersportdestinationen.

Am bekanntesten sind St. Moritz, Davos und Zermatt

Von den neun in der Studie als «Star-Destinationen» Bezeichneten – das sind jene, die bei den Befragten sowohl überdurchschnittlich bekannt als auch begehrt sind – stammen allein acht aus der Schweiz: Adelboden, Arosa, Davos, Grindelwald, Laax, Lenzerheide, Zermatt, St. Moritz. Dabei ist der bekannteste Brand St. Moritz, gefolgt von Davos und Zermatt. Die «In-Marke» (begehrt, aber noch wenig bekannt) mit der grössten Anziehungskraft ist die Aletsch-Arena, an zweiter Stelle steht Corvara in Südtirol, an dritter Haslital im Berner Oberland. Die grösste Anziehungskraft von allen strahlt das österreichische Lech aus.

Der Co-Autor der Studie, Klaus-Dieter Koch von Brand Trust in Nürnberg, wundert sich nicht, dass die Schweiz beim Wintersport so gut abschneidet: «Der Tourismus in der Schweiz hat traditionell einen hohen Qualitätsanspruch. Man hatte schon immer elitär geprägte

Ski-Orte.» Dem kleinen Land sei Dank, meint Koch, so sei auch die Grösse der Ski-Destinationen im Rahmen geblieben. Authentizität und Einklang mit der Natur würden in der Schweiz gross geschrieben. Anders in Österreich: Hier spricht Koch, zum Beispiel im Zillertal, bereits von Massen-Skitourismus. Deshalb fällt auch ein Ort wie Mayrhofen im Zillertal in der Erhebung unter die Klasse «keine Marke».

Die Schweiz punktet mit Klasse statt Masse

Dass die Autoren der Studie aus Österreich und Deutschland stammen, macht die Ergebnisse für die Schweiz doppelt wertvoll. Für die Zukunft des Wintertourismus bedeutend seien die Ergebnisse aber besonders aufgrund der gewählten Kriterien, betont Koch. Bewusst habe man

den Erfolg einer Destination nicht an der Anzahl Logiernächte gemessen, sondern daran, wie viel «Begehrlichkeit» sie beim Gast erzeugt: Die Wintersportler wurden gefragt, ob sie den Ort weiterempfehlen, wie oft sie schon da waren und ob sie wiederkommen wollen. Denn der Fokus auf Logiernächtezahlen als Erfolgsparameter führe zwangsläufig zu Preisreduktionen, warnt Koch. Erste negative Auswüchse stelle er in St. Moritz fest, wo im Sommer Touristen-Busse den Nobel-Ort überschwemmten. Die Ori-

entierung auf qualitative Messfaktoren implizierten dagegen eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit und eine höhere Wertschöpfung pro Gast, ist Koch überzeugt.

Mitautor Michael Partel aus Österreich, der mit seinem Unternehmen Mountain Management Consulting die Befragungen durchführ-



Bergrestaurant Arvengarten ob dem prominenten Grindelwald.

te, sieht aber auch im Massen-Skitourismus ein durchaus tragfähiges Konzept. Beispiel Sölden: Weder bei der Begehrlichkeit, der Loyalität noch bei der Zufriedenheit sei dieser österreichische Ort top, dafür bei den Kennzahlen. «Sölden generiert immer genug Neukunden», erklärt Michael Partel. In seinen eigenen periodisch erscheinenden Best-Skiresort-Reports setzt Partel statt auf Begehrlichkeit lieber auf das Kriterium Zufriedenheit, wobei man auch Neukunden berücksichtigen könne. Im letzten Winter schaffte es punkto Gesamtzufriedenheit das österreichische Schladming auf den ersten Platz, gefolgt von Lech-Zürs, Aletsch-Arena, Zermatt. Den fünften Platz teilten sich Serfaus und Arosa.

Je nach Alpenland sind die Wünsche der Wintersportler anders

Welches sind die wichtigsten Kriterien für die Wahl des Wintersportorts? Das kann je nach Land ganz unterschiedlich sein, zeigt die Umfrage von Mountain Management (siehe Haupttext). Italien war früh mit Beschneigungsanlagen bestückt, weshalb dort nur 53% der Wintersportler Schneesicherheit als wichtigstes Kriterium angeben (AU: 67%; CH: 63%). Von

Bedeutung dagegen das Naturerlebnis (31%). In Österreich nennen das nur 15% als Top-Kriterium, in der Schweiz 25%. Relevanz hat in Österreich dafür Après-Ski (26%; CH: 20%). Auch der Gästemix bedingt die Unterschiede: In Italien sind die Hälfte der Wintersportler Italiener, 40% Deutsche, in Österreich sind 50% Deutsche, nur 20% Österreicher, und in der Schweiz über 50% Schweizer. gsg

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.

HOTELA
WWW.HOTELA.CH