

Allianz Zukunft Winter motiviert mit gebündelten Kräften Wiedereinsteiger



BILD - Netzwerk Winter in Kaprun im Tauern Spa, im Bild v.l.: Richard Walter Präsident Österreichische Skischulen; Franz Hörl Obmann Österreichische Seilbahnen; Petra Stolba Geschäftsführerin Österreich Werbung; Hans Schenner Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und Franz Föttinger Sprecher Österreichische Ski-, Schuh- und Bindungsindustrie

Credit: Franz Neumayr/SB
Fotograf: Franz Neumayr/SB

Utl.: Kampagne: "Wieder Ski fahren. Willkommen zurück." in Deutschland - maßgeschneiderte Angebote machen es leicht, das Skifahren wieder zu entdecken =

Kaprun (TP/OTS/PWK771) - Die nationale Plattform "Allianz Zukunft Winter", die die wichtigsten Player rund um den Skisport in Österreich vereint, setzt mit gebündelten Kräften wieder ein starkes Zeichen für den alpinen Wintersport in Österreich. Der Fokus der Aktivitäten, die gestern, Mittwoch, im Rahmen des bereits dritten "Forum Zukunft Winter" vorgestellt wurden, liegt auf den Wiedereinsteigern.

Zwtl.: Schenner: Zielgruppe Wiedereinsteiger neuer gemeinsamer Schwerpunkt

"Wir lieben Wiedereinsteiger! Genau mit diesem Grundsatz konzentrieren wir uns als Allianz Zukunft Winter nach dem Schwerpunkt 'Skinachwuchs und Schulschikurse' auf die nächste wichtige Zielgruppe für das Wintersport-Nummer-1-Land Österreich: Die Wiedereinsteiger", betonte Hans Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in der WKÖ, am Mittwoch bei der gemeinsamen Pressekonferenz der Allianz Zukunft Winter.

Der Fokus der Allianz liegt auf jener Gruppe, die vor 10, 15 oder gar 20 Jahren aufgehört hat, Ski zu fahren. Dieser Zielgruppe müsse man nicht mehr das Skifahren beibringen, sondern sie ganz gezielt und konkret über die aktuellen Entwicklungen der Technik und "Convenience" informieren und damit motivieren, wieder Ski zu fahren,

so Schenner: "Das passiert mittels maßgeschneiderten Angeboten und zielgruppengerechter Kommunikation. Ein Winterurlaub in Österreich ist nicht nur ein Angebot für Hochleistungssportler, sondern ein Erholungssport für jedermann in jedem Alter. Und genau das wollen wir kommunizieren."

Zwtl.: ÖW-Stolba: Gezielte Kampagne: "Wieder Ski fahren. Willkommen zurück."

Um in Zukunft das Potenzial im Wintergeschäft optimal ausschöpfen zu können, müssen neue Zielgruppen für den Skisport gewonnen werden. Die Gruppe der Wiedereinsteiger verdient hier besonderes Augenmerk, erklärte Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW): "In einer bislang einzigartigen Kooperation hat sich die Branche den Herausforderungen der Produktentwicklung für diese spezifische Zielgruppe angenommen. Wir haben ein neues Geschäftsfeld entwickelt, uns auf ein Angebot geeinigt und eine gemeinsame Kampagne finanziert." Initiiert von der Bundessparte Tourismus der WKO und begleitet von der Österreich Werbung, die ihr Wissen um Gäste und Märkte zur Verfügung gestellt hat, haben die Landestourismusorganisationen von Kärnten, Salzburg und Tirol, das Netzwerk Winter mit Vertretern von Ausstattern, Verleihern und der Skiindustrie, der österreichische Skischulverband und die Österreichischen Seilbahnen gemeinsam entsprechende Produkte entwickelt. Diese Angebote werden nun unter der Botschaft "Wieder Ski fahren. Willkommen zurück." von der ÖW am wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland platziert. "Auch hier gibt es ein Novum: Erstmals haben sich mit Tirol, Salzburger Land und Kärnten drei führende Winter-Bundesländer im Winter für drei Jahre für eine gemeinsame Kampagne mit eigens entwickelten Produkten für eine bestimmte Zielgruppe verpflichtet", freute sich Stolba.

Die Kampagne "Wieder Ski fahren. Willkommen zurück." startet im November und läuft bis in den März hinein. Sie umfasst Printanzeigen, Radiospots, Wirtschaftskooperationen (unter anderem mit Germanwings und Julius Meinl), eine eigene Kampagnenwebsite www.austria.info/wiederskifahren mit allen Infos und Angeboten sowie umfangreiche Pressearbeit. Oberstes Ziel ist, Österreich als die perfekte Urlaubsdestination für Ski-Wiedereinsteiger in Deutschland zu positionieren.

Zwtl.: Hörl: Potenzial von 9,3 Millionen Nicht-Skifahrern in Deutschland gezielt ansprechen

Die Seilbahnen haben schon vor Jahren einen Fokus auf die Wiedereinsteiger gelegt, wie Franz Hörl, Obmann des Fachverbandes der Seilbahnen Österreichs in der WKÖ, erläuterte: "Schon die im Jahr 2011 von uns durchgeführte Skipotenzialanalyse in Europa zeigte uns wichtige Erkenntnisse über die bedeutende Zielgruppe der Wiedereinsteiger. Umso erfreulicher ist es, dass wir es diesen Winter schaffen, das wichtige Potenzial von 9,3 Millionen Nicht-Skifahrern in Deutschland mit einer eigenen Kampagne auf unsere Pisten zu locken. Unsere Studienergebnisse haben somit nicht nur wichtige und verlässliche Zahlen geliefert und den ersten Anstoß gegeben, sondern eine neue Kampagne von Anfang bis zur Durchführung begleitet."

Die Seilbahnen seien Kerndienstleister im alpinen Wintertourismus und haben Kundenorientierung groß geschrieben: "Seit 10 Jahren führen wir regelmäßige Gästebefragungen durch - und das Ergebnis von insgesamt mehr als 320.000 Befragten gibt uns Recht: Wir sind mit unseren Innovationen und Bemühungen am richtigen Weg. Die Betrachtungen zeigen deutlich: Skifahren ist jung, 'in' und gut," betonte Hörl. Auch die Kombination aus Preis und Angebot wird von den Gästen gut benotet. Die Befragungen beweisen, dass die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis über die Jahre hinweg konstant gut geblieben ist und sich 2013 sogar noch weiter verbessert hat.

Zwtl.: Walter: Skilehrer motivieren mit modernen Lehrmethoden

Richard Walter, Präsident der Österreichischen Skischulen, unterstrich die wichtige Rolle der Skilehrer für den alpinen Wintersport: "Das Skischulwesen hat sich den geänderten Rahmenbedingungen - wie etwa neue Entwicklungen im Schneesport und ein anderes Gästeverhalten - gestellt und diese Herausforderungen gemeistert. Durch moderne Lehrmethoden bringen unsere Skilehrer die Gäste schnell und sicher ans Ziel ihrer 'Skiträume'. Das motiviert und macht auch Wiedereinsteiger rasch wieder zu Ski-Fans".

Wie kaum eine andere Gruppe prägten die Österreichischen Skischulen mit ihren ausgezeichneten Mitarbeitern das Image des Winterurlaubs in den österreichischen Bergen. Knapp 600 Skischulen im ganzen Land betreuen pro Saison 1,7 Millionen Gäste, "die alle zufrieden nach Hause fahren und ganz sicher wiederkommen", so Walter.

Zwtl.: Föttinger: Heimische Skiindustrie ist Komplettausstatter

Einer der wichtigsten Player im Wintersportgeschäft ist auch die

österreichische Skiindustrie. Es gebe wenige Markenprodukte aus Österreich mit einem derartigen Bekanntheitsgrad - auch die Exportquote von über 80% werde von wenigen Branchen in Österreich erreicht, betonte Franz Föttinger, Sprecher der österreichischen Skiindustrie.

Die österreichische Skiindustrie sei schon lange keine Monoindustrie mehr, sondern zum Komplettausstatter mit Schuhen, Bindungen und teilweise sogar Bekleidung geworden: "Unsere Ski-, Schuh- und Bindungsindustrie hat mit ihren innovativen Produkten alle Voraussetzungen geschaffen, damit Skifahrer nur aus den besten Produkten wählen können. Für die Zielgruppe der Wiedereinsteiger sind auch die Angebote des Skiverleihs maßgeschneidert. Mit der Möglichkeit, zuerst die besten Produkte auszuleihen und zu testen, um mit neuem Schwung wieder Gefallen am Skisport zu finden, wird das umfangreiche Angebot der österreichischen Skiindustrie für alle Bedürfnisse abgerundet.", so Föttinger. (PM)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Netzwerk Winter
Schenner&Partner GmbH
Franz Schenner
Tel.: +43 (0)6562/20720
Mobil: 0664/ 30 79 102
office@schenner-salzburg.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/6617/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0004 2013-11-07/09:33

070933 Nov 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20131107_TPT0004