

Schnee(verhältnisse) als Determinante eines nachhaltigen Wintersporttourismus

im Rahmen von **proVISION**, gefördert vom
**Österreichischen Bundesministerium für
Wissenschaft & Forschung**



Die Studie ist Teil des interdisziplinären Projektes STRATEGIE, das zum Ziel hat, den Klimawandel und seine möglichen Folgen für Wintersportorte und -regionen zu untersuchen. Aufbauend auf den Ergebnissen einer zuvor durchgeführten Sekundäranalyse war die Zielsetzung der vorliegenden **Primäranalyse**, die tatsächlichen Auswirkungen einer abnehmenden Schneesicherheit auf das Verhalten von Wintersporturlaubern zu analysieren. Die Studie setzte dabei zwei Schwerpunkte:

1. Analyse des Einflusses von medialer Berichterstattung zum Klimawandel und der eigenen Einstellung zu diesem Thema auf die Winterurlaubs-Kaufentscheidung und die Urlaubspräferenzen von Wintersporturlaubern.
2. Analyse der Bedeutung von Schneeverhältnissen in der Winterurlaubs-Kaufentscheidung sowie Ableitung einer Verhaltensprognose und möglicher Kompensationsmodelle.

Als Methode für diese Untersuchung wurde eine **Online-Befragung von Wintersportlern aus Österreich und Deutschland** gewählt, welche in zwei Befragungswellen durchgeführt wurde. Insgesamt nahmen mehr als 3.800 Wintersportler an der Befragung teil.

Um unterschiedliche Schneeverhältnisse bzw. die Schneesicherheit in ihrer Bedeutung für den Konsumenten bestmöglich einschätzen zu können, wurde eine **Conjoint Analyse** – eine spezifische Methode für die Analyse von Kaufentscheidungen – in die Untersuchung integriert. Dabei wurden den Befragten Schiurlaubsangebote zur Bewertung vorgelegt. Um ein realistisches Entscheidungsszenario darzustellen, wurden sieben Kriterien ausgewählt, die in einer Wintersporturlaubsentscheidung enthalten sind: aktuelle Schneelage, Schneeprognose, Beschneigungskapazität, Größe sowie Höhe eines Schigebietes, Unterkunfts-kategorie und Zusatzangebot/Infrastruktur im Ort. Nachstehender Grafik kann ein Beispiel für die Umsetzung eines solchen Entscheidungsszenarios entnommen werden.

Welches der folgenden Angebote würden Sie für einen Urlaub in 2 Wochen auswählen?
Wenn keines der 3 Angebote für Ihren Urlaub in Frage kommt, wählen Sie bitte "keines" aus.

Skigebiet A	Skigebiet B	Skigebiet C																		
Höhenlage (Tal - Berg) 1650m - 2450m Pisten/ Lifte Gesamt: 45 Pisten-km Leicht: 17 km Mittel: 23 km Schwer: 5 km 	Höhenlage (Tal - Berg) 850m - 1650m Pisten/ Lifte Gesamt: 95 Pisten-km Leicht: 35 km Mittel: 49 km Schwer: 11 km 	Höhenlage (Tal - Berg) 1200m - 2000m Pisten/ Lifte Gesamt: 150 Pisten-km Leicht: 54 km Mittel: 29 km Schwer: 18 km 																		
Aktuelle Schneelage <table border="1"> <tr> <th>Tal</th> <th>Berg</th> <th>Beschneungskapazität</th> </tr> <tr> <td>20 cm</td> <td>60 cm</td> <td>60 %</td> </tr> </table> Prognose: In den nächsten Wochen ist mit viel Schneefall zu rechnen.	Tal	Berg	Beschneungskapazität	20 cm	60 cm	60 %	Aktuelle Schneelage <table border="1"> <tr> <th>Tal</th> <th>Berg</th> <th>Beschneungskapazität</th> </tr> <tr> <td>70 cm</td> <td>100 cm</td> <td>100 %</td> </tr> </table> Prognose: In den nächsten Wochen ist mit wenig Schneefall zu rechnen.	Tal	Berg	Beschneungskapazität	70 cm	100 cm	100 %	Aktuelle Schneelage <table border="1"> <tr> <th>Tal</th> <th>Berg</th> <th>Beschneungskapazität</th> </tr> <tr> <td>0 cm</td> <td>20 cm</td> <td>20 %</td> </tr> </table> Prognose: In den nächsten Wochen ist mit viel Schneefall zu rechnen.	Tal	Berg	Beschneungskapazität	0 cm	20 cm	20 %
Tal	Berg	Beschneungskapazität																		
20 cm	60 cm	60 %																		
Tal	Berg	Beschneungskapazität																		
70 cm	100 cm	100 %																		
Tal	Berg	Beschneungskapazität																		
0 cm	20 cm	20 %																		
Zusatzangebot/ Infrastruktur im Ort Eher schwache örtliche Infrastruktur Praktisch kein sportliches/ touristisches Zusatzangebot.	Zusatzangebot/ Infrastruktur im Ort Normale örtliche Infrastruktur Durchschnitt: sportliches/ touristisches Zusatzangebot.	Zusatzangebot/ Infrastruktur im Ort Gute örtliche Infrastruktur Vielfältiges sportliches/ touristisches Zusatzangebot.																		
Unterkunft Gasthof/ Pension oder 1-/2-Stern Hotel ohne Zusatzangebot*	Unterkunft Mittelklasse-Hotel: 3-Stern Hotel mit kleinem Zusatzangebot (z.B. Fitnessraum oder Sauna)**	Unterkunft Gehobenes Hotel: 4-/5-Stern Hotel mit umfangreichem Zusatzangebot (z.B. Wellnessbereich, Badelandschaft)*																		
* nach Maßstäben der Preis- <input type="radio"/> Angebot A	* nach Maßstäben der Preis- <input type="radio"/> Angebot B	* nach Maßstäben der Preis- <input type="radio"/> Angebot C																		
<input type="radio"/> keines																				

Mithilfe eines statistischen Modells wurden aus den Präferenzurteilen Wichtigkeiten der einzelnen Komponenten in der Kaufentscheidung „Wintersporturlaub“ berechnet. Insbesondere bei komplexen Kaufentscheidungen wie jener für einen Wintersporturlaub ist jedoch davon auszugehen, dass es unterschiedliche Kundengruppen gibt, deren Präferenzen und Bedürfnisse stark voneinander abweichen. Aus diesem Grund wurden mithilfe von finiten Mischmodellen aus den Präferenzurteilen aller Befragten vier „Benefit-Segmente“ (Kundensegmente mit unterschiedlichen Wichtigkeiten bzw. Nutzenwerten) gebildet

Im Rahmen dieser Untersuchung konnten einige sehr interessante **Ergebnisse** abgeleitet werden, aufgrund derer Handlungsempfehlungen abgegeben werden können, wie Regionen mit dem Thema abnehmende Schneesicherheit umgehen können. So konnte z.B. aufgezeigt werden, dass der Großteil der Wintersportler stark auf das Thema Klimawandel sensibilisiert ist – was hierbei positiv zu vermerken ist, ist, dass die Wintersportler keinesfalls hysterisch, sondern gut über das Thema informiert sind und die Folgen richtig einschätzen.

Klimawandel-Sensibilisierung führt bereits jetzt zu leichten Veränderungen in Urlaubspräferenz und Entscheidungsverhalten. Skiurlaub ist nach wie vor mit Abstand die Nr. 1 im Winter, ABER die Präferenz für „unwintertliche“ Urlaubsarten (Fernreisen, Reise in den Süden,...) steigt; Menschen wollen schneesichere und höher gelegene Schigebiete und fahren lieber in einem schneesicheren Monat auf Urlaub; die Tendenz, länger mit der Buchung zu warten nimmt zu.

Die aktuelle Schneelage ist – abgesehen vom verfügbaren Budget – das wichtigste Kriterium in der Kaufentscheidung. Die Wichtigkeit der einzelnen Kriterien hängt vom geplanten Zeitpunkt des Urlaubsantrittes ab. Dabei handelt es sich allerdings nur um einen Durchschnittswert – es gibt Segmente mit unterschiedlichen Bedürfnissen.

Schnee ist kaum kompensierbar. Nur in einem Segment („die anspruchsvollen Urlauber“ - 20% der Urlauber) kann wenig Schnee durch eine höherwertige Unterkunft kompensiert werden - ein 4/5*-Stern Hotel (mit umfangreichem Zusatzangebot) bringt in diesem Segment bei wenig Schnee mehr Nutzen als eine „einfachere“ Unterkunft bei viel Schnee.

Maßnahmen, mit denen Tourismusregionen dessen Folgen begegnen können wurden behandelt – und wir konnten unsere Kompetenz als innovative Marktforscher u.a. durch hochwertige Analysen und praxisnahe Handlungsempfehlungen erfolgreich unter Beweis stellen.

Dieses Projekt stellte eine sehr spannende Herausforderung dar: Das brandaktuelle Thema „Klimawandel“ und Maßnahmen, mit denen Tourismusregionen dessen Folgen begegnen können wurden behandelt – und wir konnten unsere Kompetenz als innovative Marktforscher u.a. durch hochwertige Analysen und praxisnahe Handlungsempfehlungen erfolgreich unter Beweis stellen.