Zürich, 30. April 2018

**Winteranalyse zeigt: Die Wintersportzukunft hängt von den Eltern ab.**

**Wie lässt sich der Wintertourismus in den nächsten Jahren erfolgreich vermarkten? Angesichts der strukturellen Veränderungen im Wintertourismus wollte es Schweiz Tourismus (ST) genau wissen und hat gemeinsam mit den Seilbahnen Schweiz, Avenir Suisse und der Universität St. Gallen eine Winteranalyse durchgeführt. Zehn Chancen lassen sich aus der Analyse ableiten, die es jetzt von der Branche anzupacken gilt.**

Städtetrips, Strandferien, Kreuzfahrten etc.: Die Konkurrenz zu den klassischen Winterferien ist gross. Hinzu kommen veränderte Gästebedürfnisse und ein allgemeiner gesellschaftlicher Wandel. Das führt zumindest in der westlichen Gesellschaft zu einem schrumpfenden Wintersportmarkt.

Die Bedürfnisse und der gesellschaftliche Wandel bergen aber auch Chancen für die hiesigen Wintertouristiker. Diese Chancen sowie daraus abgeleiteten Lösungsansätze und Empfehlungen finden sich in der neu publizierten Winteranalyse auf [winteranalyse.myswitzerland.com](https://winteranalyse.myswitzerland.com/). Drei von insgesamt zehn wichtigen Erkenntnissen aus der Studie sind:

* Ob ein Kind Skifahren oder Snowboarden lernt und die Sportart Teil seines Lebens wird, hängt primär von den Eltern ab.
* Gemeinschaftserlebnisse sind eine wichtige Motivation für Winterferien. Sei es mit der Familie über mehrere Generationen oder mit Freunden – Winterzeit verbringt man gerne in Gesellschaft.
* Wer Ferien macht, will sich möglichst wenig um die Organisation kümmern. Anbieter von Städtereisen und Kreuzfahrten zeigen bereits erfolgreich, dass man mit Convenience in jeder Situation punkten kann – sei es bei der Informationssuche, der Buchung oder beim Aufenthalt selbst.

**Chancen in reale Produkte und Angebote umsetzen**

«Die Kernerkenntnisse und Chancen verstehen wir als eine direkte Handlungsempfehlung für die ganze Schweizer Tourismusbranche», so ST-Direktor Martin Nydegger. «Schweiz Tourismus kann Initiativen zwar anstossen, aber die eigentliche Umsetzung muss über die touristischen Leistungsträger erfolgen.» Davon ist auch Maurice Rapin, Leiter Bereich Tourismus & Mitgliederservice bei den Seilbahnen Schweiz überzeugt: «Mit der Winteranalyse konnten Chancen und Herausforderungen aufgezeigt werden. Aber nur die Bergbahnen und die touristischen Leistungsträger selbst können diese in Angebote für den Gast umsetzen. Jede Bahn muss für sich genau anschauen, was sinnvoll ist und was in das Destinationskonzept passt. Und dann gilt es: Umsetzen!»

**Winteranalyse basiert auf zwei Studien und der Reflexion durch Tourismusvertreter**

Die Winteranalyse basiert zu einem Teil auf einer [Nachfrageanalyse von der Universität St. Gallen](https://winteranalyse.myswitzerland.com/studie-uni-st-gallen/). Sie hat unter anderem die Bedeutung von Winterferien und Wintersport in der Gesellschaft untersucht und warum sich Gäste für oder gegen Winterferien entscheiden. «Eine unserer Thesen zu den entscheidenden Faktoren für Winterferien ist, dass man mit einem überzeugenden Angebot aufwarten muss, um Gäste für den Wintertourismus zu gewinnen. Reine Kommunikationsmassnahmen zeigen wenig Wirkung», erläutert Studienverfasser Prof. Dr. Pietro Beritelli von der Universität St. Gallen.

Den zweiten Teil steuerte Avenir Suisse, ausgehend von Megatrends, mit [fünf Zukunftsszenarien](https://winteranalyse.myswitzerland.com/studie-avenir-suisse/) für den alpinen Wintertourismus bei. Ob eher die positiven oder negativen Zukunftsszenarien Wirklichkeit werden, hängt stark davon ab, wie gross die Bereitschaft der Branche ist, die Zukunft des Wintertourismus aktiv mitzugestalten und zu beeinflussen.

Ergänzend zu den beiden Studien erarbeiteten ST und die Seilbahnen Schweiz basierend auf vorhandenen Zahlen, Fakten und Studien die Grundlagen für die Analyse. Die Nachfrageanalyse, die Zukunftsszenarien und Grundlagen wurden schliesslich im Rahmen eines Workshops mit Vertretern aus der Tourismusbranche reflektiert.

Die ganze Winteranalyse findet sich unter [winteranalyse.myswitzerland.com](https://winteranalyse.myswitzerland.com/).

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Schweiz Tourismus

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 (0)44 288 12 70, E-Mail: markus.berger@switzerland.com

Medienmitteilung und weitere Informationen unter: [MySwitzerland.com/medien](http://www.myswitzerland.com/medien)