

# Pistenskitourengesher – eine neue touristische Zielgruppe?



Befragung in zwei österreichischen Skigebieten und im Internet

Univ.-Prof. Dipl.-Ing. DDR. Ulrike PRÖBSTL  
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholung und Naturschutzplanung der Universität für Bodenkultur, Wien



Univ.-Ass. Dipl.-Ing. Dr. Alexandra JIRICKA

Die Anzahl der Pistenskitourengesher hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen – ein Anlass, diese Gruppe von Wintersportlern näher zu untersuchen. Lenkungsmaßnahmen, touristisches Potential oder die Entwicklung neuer Angebote können nur dann erfolgreich angegangen werden, wenn die Zielgruppe gut bekannt ist.

Zunächst wurde in zwei österreichischen Skigebieten – Wurzeralm und Stuhleck – im Rahmen einer Diplomarbeit (Dipl.-Ing. Elisabeth Haberfellner) Pistenskitourengesher befragt (n = 508). Überwiegend stammten die TeilnehmerInnen aus Österreich und zu jeweils nur einem Prozent aus Nachbarländern. Zum Vergleich wurde eine gebietsunabhängige Befragung online durchgeführt (unter Mitwirkung von Dipl.-Ing. Rainer Lampl). Der Fragebogen wurde durch Verteilung des Links in entsprechenden Foren (z. B. auf der Homepage des Alpenvereins und der Naturfreunde) bekannt gemacht. Bei diesem zweiten Schritt beteiligten sich 520 Personen überwiegend aus Österreich

(n = 342) und Deutschland (n = 178).

Bei beiden Stichproben waren rund zwei Drittel der Befragten männlich. Die Mehrzahl der aktiven Tourenesher (rund 65 %) entstammt der Altersgruppe 36 bis 55 Jahre. Immerhin 17 % der befragten SportlerInnen üben die Aktivität im Alter von 56 bis 65 Jahren aus und auch in der Altersgruppe über 65 Jahre sind noch rund 5 % der Befragten vertreten.

Der Großteil bei den erfahrenen Sportlern verdient deutlich über 2.000 Euro Nettohaushaltseinkommen. In der Vor-Ort-Befragung zeigten sich allerdings signifikante gebietsspezifische Unterschiede, vor allem bei den Besserverdienenden. Am Stuhleck gaben 23 % an, über mehr als 3.000 Euro monatliches Nettohaushaltseinkommen zu verfügen, auf der Wurzeralm nur 11 %. Hier spiegelt sich das Einzugsgebiet Wien (50 % der Befragten am Stuhleck) bzw. Oberösterreich (76 % der Befragten auf der Wurzeralm) wider.

Sowohl Anfänger als auch Fortgeschrittene bevorzugen die Ausübung mit einem Partner (47 % bei erfah-

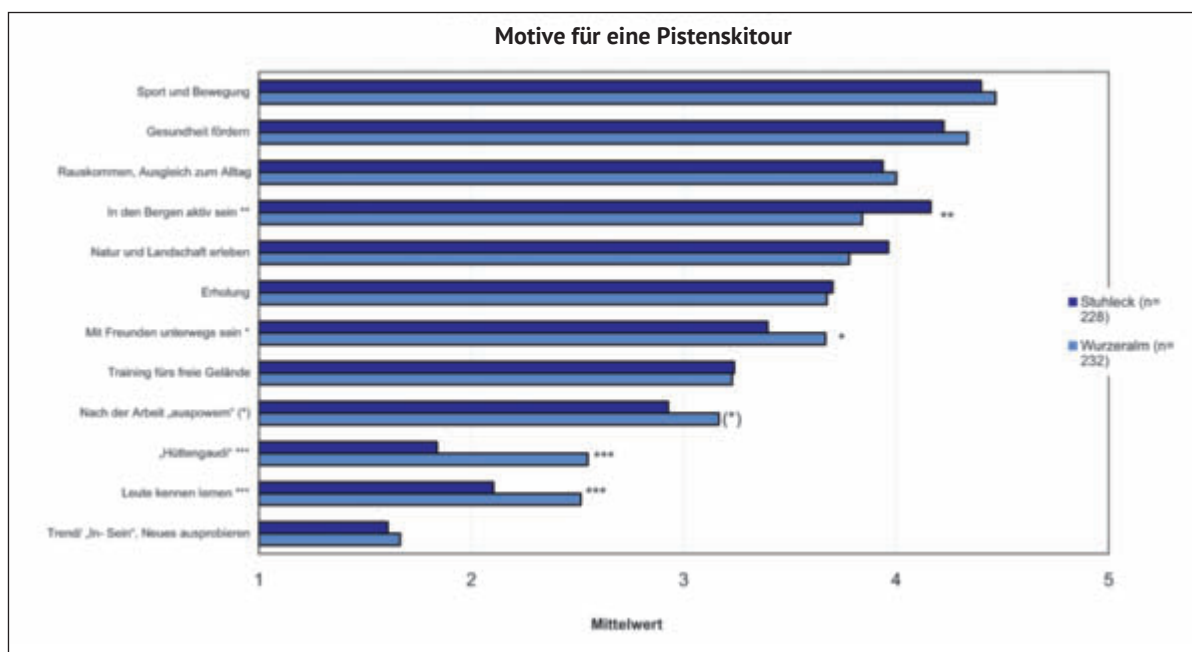


Abb. 1: Motive für eine Pistenskitour (1 = unwichtig, 5 = sehr wichtig)  
T-Test  
\*\*\*p < 0,001,  
\*\*p < 0,01,  
\*p < 0,05,  
(\*)p < 0,1, n = 454

renen Sportlern, 55 % bei den Anfängern). Größere Gruppen werden mehr von den Erfahrenen bevorzugt. Die Durchführung der Pistenskitour alleine wird immerhin von 28 % der Anfänger angestrebt. Es zeigte sich, dass vor allem Männer auch alleine unterwegs sind, während dies bei insgesamt nur 10 % der Frauen der Fall war.

Der Bildungsstand ist insgesamt überdurchschnittlich und liegt bei der Personengruppe, die das Pistenskitourengehen beginnt und ausbauen möchte, noch etwas höher; mehr als 70 % haben mindestens Hochschulreife (Matura). In Bezug auf die Skigebiete, in denen vor Ort befragt wurde, zeigte sich abermals der Unterschied im Einzugsgebiet – am Stuhleck hatten mehr als die Hälfte der Befragten einen Hochschulabschluss. Bei der Online-Befragung zeigte sich im Hinblick auf die Herkunft, dass in Österreich mehr Personen am Neubeginn des Pistenskitourengehens interessiert sind als in Deutschland. Mehr als die Hälfte der Befragten haben erst innerhalb der letzten fünf Jahre begonnen Pistenskitouren zu gehen.

**MOTIVE FÜR EINE PISTENSKITOUR**

Generell zeigt sich, dass wenige der Befragten nur Pistenskitouren gehen. Betrachtet man die Motive für eine Pistenskitour, dann zeigt sich, dass die Motive Sport und Bewegung, Gesundheitsförderung, Erholung und nach der Arbeit auspowern dominieren (vgl. Abb. 1). Es geht um einen bewegungsorientierten Gegenpol zum Arbeiten. Ein weiteres, wenn auch nicht ganz so wichtiges Motiv bildet das Natur- und Bergerlebnis.

Soziale Motive (Hüttengaudi, Leute kennen lernen, mit Freunden unterwegs sein) sind demgegenüber deutlich nachrangig. Bei der Vor-Ort-Befragung zeigten sich nur drei signifikante Unterschiede zwischen den Skigebieten (vgl. Abb. 2): Während am Stuhleck das in den Bergen aktiv sein signifikant wichtiger war als auf der Wurzeralm, wurden dort Hüttengaudi und Leute kennen lernen signifikant als bedeutsamer bewertet. Die Motive Trends und Neues ausprobieren werden generell wenig genannt. Bei den Anfängern spielt das Landschaftserlebnis eine größere, das Training eine erwartungsgemäß geringere Rolle.

Die wichtigsten Gründe für die Pistentour gegenüber der Skitour im alpinen Gelände sind vor allem „praktischer Natur“:

- Der Sport lässt sich auch bei wenig Freizeit durchführen,
- es wird weniger Vorbereitungszeit benötigt,
- Sportler finden garantiert geeignete Verhältnisse vor,
- man braucht keine Partner,
- die Anreise ist kürzer und
- Abend- und Nachttouren sind möglich.

Relativ unwichtige Argumente sind dagegen

- die Kosten,
- die Hüttenangebote,
- der Vorbereitungsaufwand (Auswahl geeigneter Touren, Lawinenlage) oder
- fehlende Ausrüstung.

Mäßig wichtige Aspekte sind Umweltthemen wie die reduzierte Störung von Wildtieren oder die Tatsache, dass der Pistenskilauf keine Kenntnisse im Hinblick auf die Lawinenlage erfordert (vgl. Abb. 3).

In allen Punkten ergaben sich keine signifikanten Unterschiede bei der Online-Befragung zwischen den Teilnehmenden aus Österreich und Deutschland.

**SICHERHEIT ALS WICHTIGSTER GRUND FÜR ANFÄNGER**

Deutliche Unterschiede zeigten sich bei den Anfängern. Für sie sind im Gegensatz zu den erfahrenen Sportlern fehlende Kenntnisse im alpinen Gelände, wenig Wissen über geeignete Touren, Ausrüstung und Lawineninformationen die wichtigsten Argumente für die Pistenskitour. Mehr als die Hälfte der Befragten aus der Gesamtstichprobe in den beiden österreichischen Skigebieten (56 %) hat keine alpine Ausbildung. Als Risiko wird die Verknüpfung der Häufigkeit des Auftretens eines Schadens mit der Schwere des Schadens verstanden. Diese beiden Aspekte werden getrennt abgefragt.

Dabei zeigt sich, dass das höchste Verletzungsrisiko durch alkoholisierte Sportler und eine Kollision mit dem Seilwindenseil (Pistenpräparierung) bei der Abfahrt gesehen wird. Im Hinblick auf Häufigkeit und

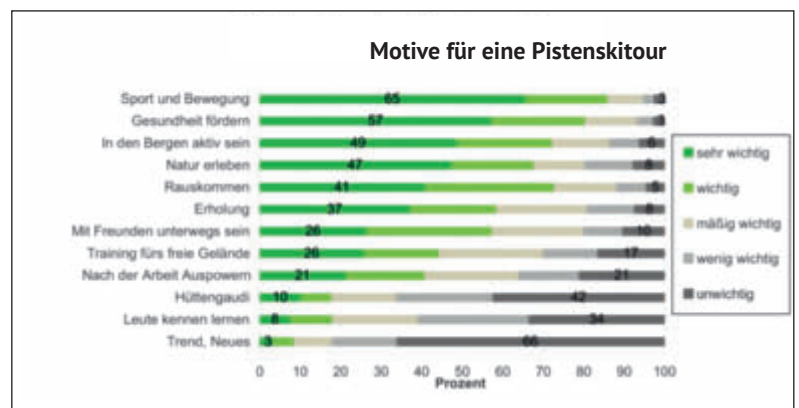


Abb. 2: Unterschiede zwischen den Gebieten: Motive für Pistenskitour (1 = unwichtig, 5 = sehr wichtig) T-Test \*\*\*p < 0,001, \*\*p < 0,01, \*p < 0,05, (\*)p < 0,1, n = 460

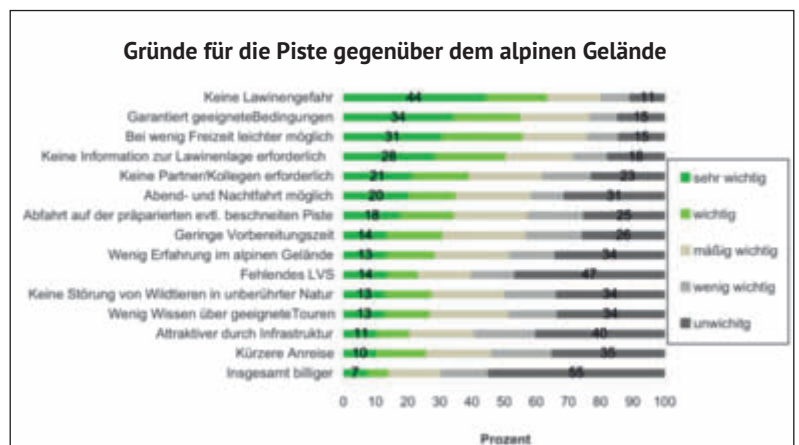


Abb. 3: Gründe für die Piste gegenüber dem alpinen Gelände, T-Test \*\*\*p < 0,001, \*\*p < 0,01, \*p < 0,05, (\*)p < 0,1, n = 449

Schwere sind auch die Verletzung durch andere Sportler, schlechte Sicht und eine präparierende Pistenraupe bei der Abfahrt eingestuft. Ein geringes Risiko besteht nach Ansicht der Befragten beim Sturz ohne Fremdeinwirkung und bei versehentlichem Abkommen von der Piste. Signifikante Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen (z. B. Nationalität, Anfänger) konnten nicht gefunden werden.

### BEWERTUNG DES ANGEBOTS

Auf die Frage nach möglichen neuen Einrichtungen für Pistengeher werden vor allem die Angebote besonders hoch bewertet, die eine eigene Infrastruktur darstellen, wie eine eigene Aufstiegsspur, speziell markierte Routen für Tourengerher (leicht bis schwer) und eine eigene ausgewiesene Piste für Tourengerher, die abends geöffnet ist. Auch eine eigene beschneite Aufstiegsspur wird positiv bewertet.

Als besonders wichtig bewertet wird darüber hinaus auch das Angebot an Infotafeln (FIS-Regeln, 10 Empfehlungen für Pistentouren) sowie Kurse zum Skitourengehen im ungesicherten alpinen Gelände. Deutlich weniger nachgefragt werden dagegen eine ermäßigte Kombikarte für Skifahren und Pistenskitour und eine abends geöffnete Hütte am Berg.

Eine geringere Bedeutung haben Pistenskitourenführer, Kinderbetreuung, Skitourenparks, Events und der Verleih von Tourenski.

### ZUSAMMENFASSUNG

Ähnlich wie beim Hallenklettern zeigt sich, dass Tourenskifahren auf der Piste für Anfänger und Profis einen wichtigen Stellenwert im Hinblick auf die nachfolgende Kür „Skitourengehen im ungesicherten alpinen Gelände“ besitzt. Dies zeigt die hohe Nachfrage nach Kursen zum Skitourengehen und die Auflistungen der Gründe, die deutlich machen, dass es um Zeit-

gewinn, Aktivitäten bei geringem Freizeitbudget und bei garantierten Bedingungen geht. Die wichtigsten Motive betreffen daher Sport und Bewegung in der freien Natur („rauskommen“).

Trotz dieser Tatsache zeichnet sich auch die mögliche Entwicklung eines neuen Produktes ab, das den sportbegeisterten, aktiven Wintersportler anspricht. Nachdem es nicht die Kosten sind, die das Pistenskitourengehen fördern, sondern die begrenzte Zeit, die kurze Anreise, fehlende Partner und in positiver Hinsicht die garantierten Bedingungen, könnten Skigebiete dieses Angebot künftig gezielt herstellen und bewerben. Dies zeigen die sehr hohen Bewertungen zugunsten einer eigenen Aufstiegsspur oder einer abends geöffneten speziellen Piste. Das Pistenskitourengehen ist demnach keine neue Trendsportart, sondern spiegelt Entwicklungen wider, die auch aus anderen Sportarten bekannt sind, wie kleine Gruppengröße, hohe Flexibilität, garantiert geeignete Bedingungen usw.

Vor diesem Hintergrund macht es in Gebieten, die aus den Ballungszentren rasch erreichbar sind, durchaus Sinn, spezielle Angebote für Skitourengeher zu entwickeln. Anzustreben wäre auch eine entsprechende Rahmenplanung, um Anlagen zu bündeln und für die ausreichende Verteilung von Ruhezeiten für Wildtiere zu sorgen.

Grundsätzlich – so legen es die Ergebnisse nahe – hätten es die Pistenskitourengeher gerne ordentlich und gelenkt. Die hohe Einkommensklasse legt eine Bereitschaft zu monetärer Wertschätzung von verbesserten Bedingungen nahe. Die befragte Zahlungsbereitschaft liegt hier bei rund 55 % der Befragten im Bereich zwischen einem und fünf Euro. Knapp 7 % würden mehr als fünf Euro ausgeben. Für den Versicherungsschutz sind allerdings nur ein Viertel der Befragten bereit zu zahlen.

**Alexandra Jiricka, Ulrike Pröbstl**

---

## OFFENLEGUNG

Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz

Medieninhaber: Bohmann Druck und Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG.

Sitz: 1110 Wien, Leberstraße 122

Unternehmensgegenstand: Die Herstellung, der Verlag und Vertrieb von Druckschriften aller Art, insbesondere Fachzeitschriften. Buch-, Zeitschriften-, Kunst- und Musikalienhandel. Handel mit Waren aller Art. Organisation von Veranstaltungen.

Geschäftsführer: MMag. Dr. Gabriele Ambros, Gerhard Milletich,

Beteiligungsverhältnisse: Dietrich Medien Holding Gesellschaft m.b.H. 90,91 %, Bohmann Druck und Verlag Gesellschaft m.b.H. 9,09 %.

Geschäftsführender Gesellschafter: Bohmann Druck und Verlag Gesellschaft m.b.H.

Die Bohmann Druck und Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG. ist im Sinne des § 25 Mediengesetz beteiligt an:

D & R Verlagsgesellschaft m.b.H. Nfg. KG mit dem Sitz in Wien

Unternehmensgegenstand: Die Herstellung, der Verlag und Vertrieb von Druckschriften aller Art, insbesondere Fach- und Servicezeitschriften.

Norbert Jakob Schmid Verlagsgesellschaft m.b.H. mit dem Sitz in Wien

Unternehmensgegenstand: Buch- und Zeitschriftenverlag

V & R Verlagsgesellschaft m.b.H. mit dem Sitz in Wien

Unternehmensgegenstand: Redaktion

Repro-Media Druckgesellschaft m.b.H. Nfg.KG mit dem Sitz in Wien

Unternehmensgegenstand: Atelier für Werbegrafik, Erzeugung und der Handel mit Vorstufenprodukten.

Schau Media Wien Ges.m.b.H.

Sitz: 1110 Wien, Leberstraße 122

Unternehmensgegenstand: Beteiligung an Medien

Geschäftsführender Gesellschafter: Gerhard Milletich

Beteiligungsverhältnisse: 50 % Gabriele Ambros, 50 % Gerhard Milletich