

## **P8-Studie zeigt: „Hohe Akzeptanz bei Ticketpreisen“ Bergbahnen dürfen optimistisch auf die Wintersaison 2024/25 blicken**

Innsbruck, 21.10.24: Die Vorfreude auf die kommende Wintersaison ist groß, und auch die Nachfrage nach Skierlebnissen bleibt trotz der aktuellen Konjunktur-Herausforderungen auf einem beeindruckend hohen Niveau. Eine aktuelle, repräsentative Marktanalyse von P8 Business Strategy belegt, dass 90 % der 900 befragten Skifahrer in Deutschland, Österreich und der Schweiz bereits jetzt ihre Skitage für den Winter 2024/25 fest eingeplant haben. Besonders bemerkenswert ist: Diese hohe Attraktivität des Produktes Schifahren bzw. Snowboarden ist über alle Alters- und Einkommensgruppen hinweg gegeben. Die Leidenschaft für den Wintersport ist ungebrochen, was den Bergbahnbetreibern eine positive Ausgangslage für die kommende Saison verschafft.

Markus Bischof, Geschäftsführer von P8 Marketing GmbH, kommentiert: *„Unsere Analyse belegt, dass Wintersport für viele Menschen in Österreich, Deutschland und der Schweiz fixer Bestandteil ihres Lebens ist. In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheiten ist es bemerkenswert, wie ungebrochen die Nachfrage nach Skifahren ist. Davon profitieren die Bergbahnen und somit die gesamte Tourismusbranche in herausfordernden Zeiten unmittelbar.“*

### **Großes Verständnis für Ticketpreise**

Während in der Öffentlichkeit – meist im Oktober – regelmäßig über die Preisgestaltung der Bergbahnen diskutiert wird, zeichnet die P8-Studie ein anderes Bild: Die meisten Skifahrer suchen nicht das günstigste Ticket, sondern eines, das dem Erlebnis gerecht wird.

Tagestickets zwischen 60 und 70 Euro werden von den Gästen als absolut fair bewertet.

Walter Schertler, Professor für strategisches Management und Beirat von P8 hierzu: *„Wir erleben jährlich eine breite mediale Diskussion darüber, inwieweit die „neuen“ Kartenpreise gerechtfertigt sind bzw. diese vom Kunden akzeptiert werden. Die P8 Studie zeigt uns, dass diese Diskussion „scheinbar“ ohne den „relevanten“ Kunden geführt wird. Das Verständnis wie auch die Akzeptanz für die aktuelle Preisgestaltung ist beim Kunden gegeben. Die Herausforderung besteht darin, den Gästen ein Erlebnis zu bieten, das den geforderten Preis rechtfertigt bzw. darüber hinaus ihre Erwartungen übertrifft.“*

Interessant ist aber, dass mit Blick auf die kommende Wintersaison eine Erhöhung des Ticketpreises über 75 Euro die Nachfrage deutlich sinken lässt, während Preise unter 50 Euro keine signifikante Nachfrage-Steigerung erzielen.

### **Skifahren ist ein gemeinschaftliches Erlebnis | Wetter und Naturerlebnis sind die Treiber**

Die Studie offenbart zudem den sozialen Aspekt des Skifahrens, welcher oft unterschätzt wird. Für viele Gäste ist der Tag auf der Piste nicht nur ein sportliches, sondern vor allem ein gemeinschaftliches Erlebnis. Ob mit der Familie, Freunden oder dem Partner – für die Mehrheit der Befragten steht das Zusammensein im Vordergrund. Nur 7 % der Befragten sagen, dass sie am Liebsten alleine Skifahren.

Zentraler Faktor für die Planung eines Skitages ist das Wetter. Für 27 % in Österreich und 37 % in der Schweiz entscheidet der blaue Himmel, ob sie Schifahren gehen oder nicht. Für ebenfalls gut ein Drittel steht das Naturerlebnis beim Schifahren im Mittelpunkt. Der

Adrenalinkick beim Schifahren stellt nur für 10 % der Schifahrer ein entscheidendes Auswahlkriterium dar. Den größten Unterschied zwischen den drei Ländern gibt es beim Thema Kilometersammeln – das liegt vor allem den Österreichern mit 18 % besonders am Herzen.

### **Schifahrer sind „semi-loyal“, nehmen aber viel für ihren Sport auf sich**

Nur 50 % der Tagesgäste sind ihrem Lieblingschigebiet „treu“ bzw. verbringen zumindest die Hälfte ihrer Schitage in einem Schigebiet zeigt. „Was im ersten Moment nach viel klingt, ist doch erstaunlich wenig. Denn das bedeutet, dass 50 % der Tagesgäste regelmäßig zwischen den einzelnen Angeboten wechseln und somit den Bergbahnen die Chancen eröffnen, Marktanteile zu erschließen. Wer es versteht, wechselwilligen Gäste mit kreativen und maßgeschneiderten Angeboten anzusprechen, wird langfristig profitieren und die Marktposition entscheidend stärken“, erläutert Markus Bischof.

Was Wintersportler im Besonderen auszeichnet, ist ihre Begeisterungsfähigkeit oder umgekehrt gesagt ihre „Leidensfähigkeit“ in Bezug auf die Anreise: 61 % der Tagesgäste reisen für einen Skitag bis zu 100 km pro Strecke, 24 % sogar wesentlich mehr.

Das gesamte Whitepaper zur Bergbahnstudie 2025 von P8 Business Strategy finden Sie unter [www.p8.eu](http://www.p8.eu).

### **Rückfragehinweis:**

Markus Bischof  
Geschäftsführer P8 Marketing  
[m.bischof@p8.eu](mailto:m.bischof@p8.eu)  
0665 | 5435084

### **Zusätzliche Informationen zur Studie**

Die Umfrage wurde Anfang September online durchgeführt. Insgesamt haben 900 Personen – 300 in Österreich | 300 in Bayern und Baden-Württemberg & 300 in der deutschsprachigen Schweiz teilgenommen.