

Erschließung des Marktes für Wintersport-Einsteiger

Das Geschäft mit dem Wintersport hat verschiedene Aufgaben zu lösen. Das wichtigste Thema ist dabei, wie man die Menschen zunehmend für den Wintersport interessieren kann? Bei jeder Sportart gibt es bestimmte Tendenzen. Man fängt mit einem Sport an, begeistert sich dafür, verbessert seine Technik, hat dann aber später genug davon und hört irgendwann einfach auf. Nicht viele Menschen betreiben dieselbe Sportart ihr ganzes Leben lang. Wenn mehr Menschen einen Sport beginnen als aufhören, nimmt die Anzahl der Teilnehmer zu und wenn mehr Leute den Sport aufhören als beginnen oder ihn fortsetzen, nimmt die Anzahl ab.

Laut einer jährlich durchgeführten Untersuchung von Nihon Cable über die Skipistenbesucher wurde im letzten Jahr festgestellt, dass der Anteil der Snowboard-Einsteiger bei 15% und jener der Skiläufer bei 3% liegt. Wenn Snowboarder den Sport durchschnittlich 6,7 Jahre und die Skiläufer durchschnittlich 33 Jahren betreiben, bleibt die Anzahl der Wintersportler unverändert. Die Snowboarder betrieben ihren Sport bereits durchschnittlich 4,3 Jahren und wir hoffen, dass sie ihn noch mindestens 2,4 Jahren weiter betreiben werden, was durchaus möglich erscheint.

Es erscheint aber fraglich, ob die Skiläufer wirklich noch weitere 18 Jahre skilaufen, wenn sie diesen Sport schon durchschnittlich 15,5 Jahre betrieben haben. Wenn so wenig Menschen mit dem Skilaufen neu beginnen, ist zu erwarten, dass die Anzahl der Skiläufer abnehmen wird. Wir müssen daher dringend Maßnahme treffen, diese Wintersportarten beliebter zu machen, damit eine Abnahme der Anzahl der Skiläufer verhindert wird.

Eine bekannte Theorie in der Werbebranche lautet, dass die Menschen mit dem "AIDMA-Prozess" zum Einkaufen angeleitet werden. „A“ bedeutet Attention – also Aufmerksamkeit. „I“ bedeutet Interest - Interesse. „D“ Desire – Wunsch. „M“ Motivation und das letzte „A“ bedeutet Action - Handeln. Die Aufmerksamkeit wird durch die Werbung geweckt. Der Käufer hat Interesse und möchte das betreffende Objekt besitzen. Eine konkrete Motivation und ein Anlass werden geweckt, welchem schließlich die Kaufhandlung des Käufers folgt.

Diese Theorie kann auch uns dabei helfen, unsere Aufgabe zu lösen. Was muss gemacht werden, um den Wintersport als "Ware" besser zu verkaufen? Was fehlt uns noch im Wintersportbereich in Bezug auf die AIDMA-Theorie?

Attention: In der Vergangenheit gab es nicht sehr viele Arten der Freizeitbeschäftigung im Winter. Für die meisten Menschen assoziierte sich Freizeitbeschäftigung im Winter von selbst mit Skilaufen. Sobald der Winter beginnt dachte man ganz automatisch an Skilaufen. Skilaufen stand im Mittelpunkt der Freizeitbeschäftigung im Winter.

Heute dagegen ist die Freizeitbeschäftigung sehr viel vielfältiger geworden und viele Leute gehen auch im Winter ans Meer. Der Winter als Saison wird nicht mehr direkt und automatisch mit dem klassischen Wintersport verbunden. Wir müssen daher mehr Informationen zum Wintersport anbieten, um die Aufmerksamkeit der Leute zu wecken. In der jetzigen Situation ist eine intensivere Information der Öffentlichkeit unentbehrlich.

Interest: Laut Weißbuch über die Freizeitbeschäftigung ist der Anteil der Teens und

Twens, die Wintersport „betreiben wollen“, nicht klein. Das Interesse aller Generationen am Wintersport ist jedoch nicht so stark, dass man von einem "Boom" sprechen könnte. Aber das potenzielle Interesse gerade der jüngeren Leute ist deutlich vorhanden. Fraglich ist jedoch, ob diese Gruppe zum nächsten Schritt „Desire“ weitergeführt werden kann. Es werden nicht genügend Anstrengungen unternommen, die „Freude“, den „Spaß“ und das „Coole Image“ des Wintersportes effektiv zu präsentieren und die Interessenten dazu zu veranlassen, selbst diesen Sport zu betreiben. Diese potenziellen Sportler finden zwar den Wintersport „interessant“, aber werden nicht dazu veranlasst, ihn „selbst betreiben zu wollen“. Verschiedene Informationen und Medien können diese potenziellen Sportler ansprechen. Es ist unbedingt erforderlich, ihnen Informationen über den Wintersport durch die Werbung, Veranstaltungen, Ausbildung der Sportler, Angebot von Gesprächsthemen sowie Ausarbeitung attraktiver Themen anzubieten.

Motivation: Es ist ein konkreter Anlass erforderlich, um mit dem Wintersport zu beginnen. Wintersport lässt sich nur in den Bergen und mit Schnee erleben. Deswegen ist es nicht leicht, unerfahrene Leute zum Ort des Geschehens zu bringen. Auch wenn jemand „Wintersport im Allgemeinen“ ausprobieren möchte, geht er nicht allein oder zusammen mit anderen Unerfahrenen auf eine Skipiste. Man kann nur erwarten, dass erfahrene Wintersportler diese Neulinge zum Wintersport mitnehmen. Auch der Wintersportunterricht kann ein starker Auslöser werden.

Wenn Anfänger mitkommen, muss man gewisse Überlegung anstellen: Sind Ort und Skigelände auf die Anfänger vorbereitet? Die Bereitschaft der Betreiber von Skigeländen, sich mehr auf Anfänger einzustellen, ist nicht genug vorhanden. Es gibt nicht viele Skigelände, die für Anfänger völlig unproblematisch sind. Die Eigenschaft der Hänge, der Lifttyp, die Rücksicht bei der Liftfahrt, Verleih von Ausrüstung, Bereitstellung von Erholungsraum, Schulen und das Unterrichtssystem werden dabei in Frage gestellt.

Wie oben beschrieben ist, gibt es zahlreiche Schwierigkeiten zu überwinden, um Unerfahrene zum Ziel zu leiten, d.h. dazu zu veranlassen, Wintersport zu betreiben. Wir haben dabei zwei Aufgaben, damit Anfänger diese Schwierigkeiten überwinden. Eine ist „die Zunahme des Informationsangebots“ und die zweite ist „die Bereitschaft, sich auf unerfahrene Anfänger einzustellen“.

Wir sehen aber auch einen anderen wichtigen Punkt. Wenn ein genereller Käufer einen Gegenstand gekauft hat, wird das Verkaufsziel erreicht. Wenn jedoch ein Anfänger auf dem Skigelände steht, befindet er sich gerade an der "Startlinie". Er muss also das Skilaufen und Snowboarden mit so viel Spaß erleben können, dass er daran Freude hat und somit sein Interesse erhalten bleibt. Es ist also äußerst wichtig, ihn zum „Fan“ des Skilaufens und Snowboardens zu entwickeln.

Anfänger müssen auf der Skipiste ohne Angst üben und passende Ausrüstung ausleihen können. Der Lift muss für sie geeignet und sicher sein und Einrichtungen zur Erholung müssen vorhanden sein.

Ein anderes Thema ist das Unterrichtssystem für Skiläufer und Snowboarder. Das Unterrichtssystem auf den japanischen Skipisten ist leider für Anfänger nicht optimal, weil die aufgezeigten erforderlichen Faktoren für Anfänger nicht genügend berücksichtigt werden, so z.B. der schrittweise schwieriger werdender Unterricht, mit

Spaß an der Sache und in angenehmer Atmosphäre. Aus diesem Grund ist die Anzahl der Skischüler rückläufig.

Man kann sich die typische Geschichte eines Anfängers vorstellen. Der Anfänger lernt den Wintersport von Freunden, aber kann keine technischen Fortschritte erzielen und hört dann bald auf, ohne den wirklichen Spaß am Wintersport zu erleben.

Freizeitbeschäftigungen und Wintersport sind jetzt sehr vielfältig. Der Wintersport hat deutlich mehr Konkurrenz als früher. Wir müssen unsere Bemühungen verstärken, um Einsteiger für den Wintersport zu gewinnen, damit wir die Konkurrenz von anderen Sportarten und der damit verbundenen Industrie überleben.

Früher konnte man einfach darauf warten, dass „jemand das Skilaufen anfängt“. Heute müssen wir Interesse wecken und die Leute veranlassen, sich mit Snowboarding zu beschäftigen. Es ist daher ein grundlegendes Umdenken von uns gefordert. Wir müssen uns mit aller Kraft darum bemühen, die Menschen für den Wintersport zu motivieren, damit sie überhaupt erst damit anfangen.

Wintersport

Analyse der Anfängergruppe

Verschiedene Daten und die Versuchsergebnisse werden analysiert. Dabei werden zwei Punkte berücksichtigt. Wie hat sich die Zusammensetzung der Anfängergruppe des Wintersportes in den vergangenen Jahren geändert und welche Punkte werden als Probleme angesehen, die sich am Anfang beim Wintersport ergeben?

Analyse der Teilnehmer am Wintersport

Das Weißbuch für Freizeitbeschäftigung (Stiftung, Institut der sozialwirtschaftlichen Produktivität) ist eine wichtige Grundlage, um den gegenwärtigen Zustand der Freizeitbeschäftigung der Japaner sowie die Veränderung über einen längeren Zeitraum zu erforschen. Wie Sie hinsichtlich der Änderung der Anzahl der Teilnehmer am Sport von 1993 bis 2002 in Abb. 1 entnehmen können, sinkt der Anteil der aktiven Sportler für Tennis und Skilaufen. Seit 1997 wird auch der Anteil Snowboarder untersucht und der Anteil der Aktiven im gesamten Wintersport (d.h. Ski und Snowboard kombiniert) nimmt nicht ab.

Seit 1998 ist die durchschnittliche Anzahl von Skireisen pro Jahr konstant geblieben, während die Häufigkeit bei den Snowboardern drastisch gesunken ist. Die Anzahl der Snowboarder bleibt unverändert, aber ein Sportler fährt nicht mehr so häufig in die Skigebiete, und die Gesamtzahl der Snowboard-Aktivitäten (Sportlerzahl x Häufigkeit) nimmt daher nicht zu. (Abb. 2)

Als nächsten Punkt sehen wir die Änderung der Teilnehmerrate am Wintersport nach Alter (Abb. 3).

Bei der zwanzigjährigen Jugend nimmt die Teilnahme der Männer zu, während die Teilnahmerate von Frauen abnimmt. In den letzten Jahren gehen die jungen Frauen nicht mehr so häufig zum Wintersport. Bei den Dreißigjährigen bleibt die Rate der Männer unverändert, während die der Frauen abnimmt. Bei den Vierzigjährigen steigt die Rate von Männern und Frauen gleichermaßen.

Änderung der Teilnahme am Sport und Auslandsreisen bei den Zwanzigjährigen.

Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass immer weniger Jugendliche auf die Skipisten gehen. In der Abb. 4 ist die Teilnahmerate an anderen Sportarten und an Auslandsreisen bei den Zwanzigjährigen dargestellt. Bei Männern und Frauen sinkt die Rate von Skiläufern, Tennis- und Golfspielern in der letzten Hälfte der neunziger Jahre. Ganz generell betreibt die Jugend immer weniger Sport. Seit 2001 nimmt die Rate der Snowboarder unter den Männern und die Rate der Tennisspieler bei den Frauen zu. Die Rate der Auslandsreisen hat im Jahr 1996 ihren Höhepunkt erreicht. Danach blieb die Rate gleich. Man kann deswegen nicht sagen, dass die Wintersportler sich vermehrt Auslandsreisen zuwenden. Aber es ist zu beachten, dass bei Frauen die Rate der Auslandsreisen höher ist als diejenige Snowboarder.

Änderung der Anfangszeit von Skilaufen und Snowboard

Nihon Cable untersucht jedes Jahr die Daten der Skipistenbesucher in ganz Japan. Durch Datenanalyse ergibt sich, wie sich der Zeitpunkt verändert, zu welchem Skiläufer und Snowboarder beginnen. (Abb.5) Die Daten von 1995 bis 2003 zeigen, dass die Anzahl der „Grundschüler oder Vorschulkinder“ steigt, und die Anzahl der „Erwachsenen“ sinkt. D.h. je früher man mit dem Wintersport anfängt, desto länger bleibt man dabei. Ein offenkundiger Problempunkt ist die Tatsache, dass die Rate der Gymnasiasten langsam abnimmt.

Analyse der Einsteigergruppe

Die Änderung der Einsteigergruppe wird analysiert. Dabei wird die Gruppe der Skiläufer, die weniger als ein Jahr Skilaufen, und die Gruppe der Snowboarder analysiert, die weniger als ein Jahr Snowboard fahren.

Wenn man die Änderung zwischen 1996 von 2003 beobachtet, beträgt die Rate der Einsteiger im Jahre 1996 nur 5,8%. Es wird deutlich, dass nur wenige Sportler in diesen Jahren mit dem Wintersport angefangen haben. Nach 2002 liegt die Rate sogar unter 5%. (Abb.6)

Die Einsteigergruppe in Gebieten mit Schneefall wie Hokkaido, Tohoku oder Mitteljapan ist, relativ gesehen, kleiner. Die Einsteigergruppe für Skilaufen im nördlichen Kantogebiet und die Einsteigergruppe der Snowboarder im westlichen Gebiet von Kinki zeigen ein Wachstum. (Tabelle 1)

Einsteigergruppen mit weniger als drei Jahren sportlicher Betätigung und Eigenschaften der Wiederanfänger, Problematik

Die Anfänger mit weniger als drei Jahren sportlicher Betätigung und die Wiederanfänger (die aufgehört und wieder angefangen haben) wurden im Jahre 2003 nach der Problematik beim Beginn des Wintersports befragt. Der Anteil der Einsteigergruppe mit weniger als drei Jahren sportlicher Betätigung und der Wiederanfänger beträgt 30%. Diese Zahl zeigt, dass viele Sportler einmal aufgehört und danach wieder angefangen haben. Die Wohnorte dieser Gruppe sind mit denen der Gruppe aller Wintersportler fast identisch. Die Zahlen in Hokkaido und Tohoku sind etwas niedriger. Der Anteil von Frauen ist höher als von Männern. Der Anteil der über dreißigjährige Frauen, die mit dem Wintersport angefangen oder wieder angefangen haben, liegt über 20%. (Abb.7)

31% dieser Gruppe fangen „aus eigenem Interesse“ an. 56% haben „Interesse und werden von anderen angesprochen.“ Ein wichtiger Anlass zum Wiederanfangen bei den Bewohnern und bei Frauen im westlichen Kantogebiet ist, dass sie von anderen angesprochen werden. (Abb. 8)

Die meiste Leute in Gebieten mit Schneefall und im westlichen Gebiet von Chugoku machen bei ihrer ersten Wintersportreise lediglich einen eintägigen Ausflug. Die Bewohner der drei Großstädte übernachteten im Wintersportgebiet. (Abb. 9)

63% kauften sich eigene Skikleidung. Sie wollen in „eigener Kleidung“ ihr Debüt auf der Skipiste erleben. (Abb.10)

46% leihen Skier vor Ort und 14% aus dem Bekanntenkreis. Das Leihen von Ausrüstung ist von erheblicher Bedeutung. Die Bewohner im westlichen Kantogebiet und die Frauen leihen sich am Anfang ihrer Wintersportlaufbahn üblicherweise ihre Ausrüstung. (Abb.11)

Die Problematik für Anfänger war vor allem der finanzielle Aufwand. Danach kommt die Distanz zu einem Wintersportgebiet, gefolgt von der Kälte vor Ort, schwerem Gepäck, bzw. keine (oder wenig) Begleitung. (Abb.12)

Die Einstiegshürde vor Beginn des Wintersports sieht man als schwerwiegend an. Wenn sie einmal angefangen haben, sind 89% der Teilnehmer zufrieden und wollen gern wieder einmal gehen. Bei den Frauen fällt auf, dass ein zweistelliger Anteil nicht weiß, ob sie wieder einmal gehen wollen. (Abb.13)

Wo liegt die Problematik, wenn man einen Anfänger zum Skilaufen begleitet.

Es ist als Idealfall für den Wintersport anzusehen, wenn ein erfahrener Wintersportler

einen Anfänger zur Piste mitnimmt. 60% der Skiläufer und Snowboarder haben bereits Anfänger zur Skipiste mitgenommen. 26% der Erfahrenen hatten keine besonderen Probleme. 74% finden es jedoch problematisch. Es gibt keine Piste oder keine Übungsplätze für Anfänger. Bei der heutigen Situation in den Skigebieten wird es als schwierig empfunden, einen Anfänger zur Skipiste mitzunehmen und ist daher als ernste Ursache dafür zu sehen, dass Anfänger davon abschreckt, zum Skilaufen zu gehen.