

China lernt Skifahren

Peking will mit den Olympischen Winterspielen 2022 den Tourismus ankurbeln und die Infrastruktur ausbauen. Hersteller von Wintersportausrüstung aus dem Alpenraum wittern eine Jahrhundertchance. Denn schon im kommenden Jahr könnte China zahlenmäßig zu den führenden Skinationen aufrücken. Peking hofft auf einen Wachstumsschub für strukturschwache Gebiete - und die Alpen auf mehr chinesische Touristen, die bereits zu Hause Skifahren gelernt haben.

Von
Frank Sieren

Am 4. Februar 2022 sollen die Olympischen Winterspiele in Peking beginnen. Die Vorbereitungen laufen nach Plan, heißt es von offizieller Seite. **Die zwölf geplanten Wettkampfstätten seien fertiggestellt, melden die Staatsmedien.** Sorgen, dass die Corona-Pandemie bis zum Start noch nicht durchgestanden sein könnte und lange Quarantänemaßnahmen für die Sportler und Gäste nötig werden, sind derzeit noch kein Thema. Von [Boykotten](#) ganz zu schweigen.

Das ehrgeizige Ziel: **Das ganze Land soll zur Wintersport-Nation werden, die Zahl der Wintersportler soll auf rund 300 Millionen ansteigen und den Konsum ankurbeln.** Rund [800 Skigebiete sollen gebaut](#) werden. Die größten chinesischen Skigebiete liegen nur drei Autostunden oder 45 Minuten per Zug nördlich von Peking um die Stadt Chongli herum. Seit der Vergabe der Winterspiele

im Jahr 2015 ist die **Zahl chinesischer Pistenausflügler von 12,5 Millionen auf 20,9 Millionen im Jahr 2019 angestiegen**, das entspricht einem Wachstum von gut 67 Prozent.

China ist keine Wintersport-Nation

Das Beratungs- und Service-Unternehmen SnowHow China aus Südtirol hat jüngst eine Studie zu den Perspektiven der Industrie veröffentlicht. SnowHow China will Ski-Enthusiasten aus den Alpen und China zusammenbringen. **Herman Winkler, der CEO und Gründer, geht davon aus, dass es „bereits 2022/23 rund 40 bis 50 Millionen Skibesuche geben wird.“** Winkler hat über zehn Jahre in China gelebt, unter anderem war er Vizepräsident für Swarovski Asia und hat Snow51 mitbegründet, Chinas größte Indoor-Teppich-Skischule. „Mit dieser Zahl wäre China schon eine der führenden Skinationen und hätte einen Marktanteil von zehn Prozent an der globalen Skiindustrie.“ Das wären dann erst drei Prozent der Bevölkerung. Und damit „nur die Spitze des Eisbergs.“

Das klingt etwas realistischer als die offiziell prognostizierten Zahlen. Denn China ist noch keine traditionelle Wintersport-Nation. Bei den vergangenen Spielen im südkoreanischen Pyeongchang 2018 kam China nur auf Platz 16 im Medaillenspiegel. **„80 Prozent der chinesischen Skifahrer sind Anfänger, die den Ski-Sport eher als Lifestyle denn als übungsintensiven Sport begreifen“, sagt John Yang**, ehemaliger CEO beim Wintersportartikelhersteller Descente China, in der Studie. Und sie kommen vor allem aus der wachsenden, zahlungskräftigen Mittelschicht.

Nachfrage für professionelle Ausrüstung steigt

Derzeit werden im Reich der Mitte pro Jahr rund 290 Milliarden Euro mit Sportartikeln umgesetzt. Bis 2025 soll sich dieser Wert verdreifachen, da immer mehr Wintersport-Newcomer eine professionelle Ausstattung wollen. Chinesische Unternehmen wie Anta Sports, aber auch westliche Player, wie Columbia Sportswear und North Face, wollen die Chance nutzen. Frederic Guiral de Haas, China-Chief der Outdoor-Bekleidungsmarke Jack Wolfskin, bezeichnet China gar als „the new frontier“. **„Der Ehrgeiz der Regierung, den Wintersport zu entwickeln, erzeugt eine enorme Dynamik“, so Haas.** Inländische Marken

machen „auf dem chinesischen Wintersport-Bekleidungsmarkt bislang nur etwa 30 Prozent aus“, betont Winkler von SnowHow China.

Aber auch Seilbahnbauer wie die Vorarlberger Firma Doppelmayr oder der Schneekanonenhersteller Technoalpin aus Bozen hatten durch die Winterspiele in China bereits volle Auftragsbücher. **„Ich sehe nicht, dass der Wintersportboom in China bald aufhört“, erklärt Jakob Falkner, CEO der Sölden Lift Company.**

Andere sind da schon skeptischer: „Für einen echten Boom im chinesischen Wintersport kommen die Winterspiele leider acht Jahre zu früh“, glaubt [Paul Bojarski](#), CEO der Skigebietsentwicklungsfirma MAS, der lange Zeit als Berater in China tätig war. **Skifahren in China bleibe trotz olympischer Anstrengungen bis auf Weiteres auf einem Entwicklungsniveau wie die Industrie in den späten 50er- oder frühen 60er-Jahren in Europa.** "Für einen Boom müssten die Gehälter steigen", so Bojarski. „Das tun sie auch, aber eben nicht so schnell wie die Industrie das wünscht“, kommentiert Winkler

Ski-Tourismus boomt – auch im Ausland

Während die Olympischen Spiele 2008 vor allem eine Gelegenheit waren, sich als moderne Weltmacht zu präsentieren, „möchte Peking die kommenden Winterspiele nutzen, um die Infrastruktur kleinerer Städte auszubauen und den Tourismus weiter anzukurbeln, der momentan nur etwa fünf Prozent des GDP ausmacht“, so Winkler. **Zwischen Peking und einem wichtigen Austragungsort, Zhangjiakou, ist etwa für umgerechnet acht Milliarden Euro eine neue Bahnlinie entstanden, die die Reisezeit zwischen den beiden olympischen Städten von mehr als drei Stunden auf nur 45 Minuten verkürzt.** Eine neue Autobahn wurde vergangenes Jahr ebenfalls fertiggestellt, um die strukturschwache Region zu unterstützen.

„Doch die chinesische Skiindustrie ist für uns Europäer nicht nur in China interessant“, betont Winkler. Die Übernachtungen und Ausgaben chinesischer Touristen haben auch in alpinen Ländern in den vergangenen Jahren stetig angezogen. In der Schweiz stiegen die chinesischen Übernachtungen innerhalb **von fünf Jahren um 50 Prozent auf 1,7 Millionen (2018).** Die

Webseite der nationalen Tourismus-Marketingorganisation My Switzerland listet 14 Resorts, die Ski-Unterricht in chinesischer Sprache anbieten. „Was mich zuversichtlich stimmt, ist die Geschwindigkeit, mit der die Leidenschaft für den Wintersport in China in nur wenigen Jahren gewachsen ist“, sagt Simon Bosshart, Direktor der Asien Pazifik & Global Accounts von Switzerland Tourism. „Unsere größten Ski-Resorts verzeichnen eine wachsende Zahl chinesischer Gäste.“ Auch Österreich ist in den vergangenen Jahren ein bedeutendes Land für den [Wintertourismus aus China](#) geworden: **Im Winter 2018/19 verzeichnete Österreich 20,39 Millionen Touristenankünfte, wovon immerhin 344.200 (6,9 Prozent) aus China kamen.** Wichtig, so Winkler, sei es, dass sich die alpine Ski-Industrie noch besser auf die neuen Kunden einstellt: „Chinesische Skifahrer haben viel Geld und wenig Zeit.“

<https://table.media/china/2021/02/23/china-lernt-skifahren/>