



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Aktuelle Entwicklungen und  
Veränderungen im Snowboardsport“

verfasst von

Martin Ponweiser

angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag.rer.nat.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 190 482 313

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Lehramtsstudium UF Bewegung und  
Sport und UF Geschichte, Sozialkunde,  
Politische Bildung

Betreut von:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Otmar Weiß



## **Abstract**

Aufmerksame Beobachter/innen des Wintersportgeschehens konnten in den letzten Jahren mitverfolgen, dass sich die einst rasch wachsende Snowboardszene nach einem Abschwung derzeit in einer Phase der Stagnation befindet. Diese Arbeit beschäftigt sich mit den aktuellen Entwicklungen, Veränderungen und Tendenzen im Snowboardsport.

Der einleitende Teil dieser Studie präsentiert die Geschichte und Struktur des Snowboardsports. Außerdem werden die Zahlen der Ausübenden, die Verkaufszahlen von Snowboards und die Entwicklung der Szenezugehörigkeit von Jugendlichen aufgezeigt.

Im Hauptteil werden die Ergebnisse der qualitativen Forschung präsentiert. Mit Hilfe von Experteninterviews wurden dabei die möglichen Gründe für die Entwicklungen und Veränderungen im Snowboardsport untersucht. Dabei kommen sechs führende Persönlichkeiten aus den verschiedensten Sparten des Snowboardsports zu Wort. Die Experten äußern sich dabei zu den Gründen für die sinkenden Verkaufszahlen und den Veränderungen am Materialsektor. Der Einfluss der Skiindustrie und das Alpin-Snowboardfahren stehen ebenfalls im Mittelpunkt dieser Forschung. Abschließend wird eruiert, welche Ansichten die befragten Experten zur Zukunft des Snowboardsports vertreten.

Die Zahl der regelmäßig aktiven Snowboarder/innen hat vor allem im europäischen Raum abgenommen. Als Hauptgrund für diese Entwicklung kann zusammengefasst werden, dass Snowboarden nicht mehr so angesagt ist wie früher. Mit der Streichung vieler Schulschikurse Ende der 90er Jahre wurde diese Entwicklung zusätzlich beeinflusst. Die Möglichkeit auch mit Skiern Fun-Parks und Tiefschneehänge zu befahren hat sich ebenfalls auf die Anzahl der Aktiven ausgewirkt.

Obwohl das Überangebot an trendigen Sportarten und das digitale Zeitalter die Interessen der Jugendlichen verändert haben, ist die Faszination für den Snowboardsport bei den Jugendlichen noch immer vorhanden.



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Die Geschichte und Struktur des Snowboardsports</b> .....	<b>9</b>
2.1	Die Pioniere des Sports und die Vorläufer der ersten Snowboards.....	9
2.2	Die ersten Verbände und Weltmeisterschaften.....	12
2.3	Der Erste Air & Style und die ersten Olympischen Spiele.....	14
2.4	Von 1998 bis heute .....	15
<b>3</b>	<b>Zahlen und Fakten der letzten 15 Jahre</b> .....	<b>21</b>
3.1	Die Entwicklung der Verkaufszahlen.....	21
3.2	Die Entwicklung der Anzahl der Ausübenden .....	24
3.3	Die Szenezugehörigkeit von Jugendlichen .....	29
<b>4</b>	<b>Empirische Untersuchung</b> .....	<b>39</b>
4.1	Methodik.....	39
4.2	Durchführung und Auswertung der Interviews .....	39
4.3	Entwicklung des Interviewleitfadens .....	41
4.4	Kategorien des Interviewleitfadens .....	44
4.5	Auswahl und Vorstellung der Interviewpartner.....	44
<b>5</b>	<b>Auswertung der Interviews</b> .....	<b>49</b>
5.1	Entwicklung und Veränderung des Snowboardsports .....	49
5.1.1	Veränderungen seit 1998.....	49
5.1.2	Gründe für sinkende Verkaufszahlen.....	53
5.2	Materialentwicklung.....	59
5.2.1	Auswirkungen auf den Snowboardsport .....	59
5.2.2	Innovationen.....	63
5.3	Einfluss der Skiindustrie – Folgen für den Snowboardsport .....	67
5.4	Alpin-Snowboarden.....	73
5.4.1	Gründe für das Desinteresse .....	73
5.4.2	Chancen.....	77
5.5	Prognosen.....	80
<b>6</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>87</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse</b> .....	<b>91</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>93</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>99</b>
	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>99</b>

<b>Anhang .....</b>	<b>101</b>
<b>Transkript Experte 1.....</b>	<b>101</b>
<b>Transkript Experte 2.....</b>	<b>112</b>
<b>Transkript Experte 3.....</b>	<b>122</b>
<b>Transkript Experte 4.....</b>	<b>140</b>
<b>Transkript Experte 5.....</b>	<b>151</b>
<b>Transkript Experte 6.....</b>	<b>159</b>
<b>Lebenslauf .....</b>	<b>167</b>
<b>Eidesstattliche Erklärung .....</b>	<b>169</b>

## 1 Einleitung

Es gibt kaum eine Sportart, die in den letzten 25 Jahren in so kurzer Zeit so viele – meist jugendliche Anhänger/innen gefunden hat, wie das Snowboarden. Snowboarden ist von der einstigen Trendsportart längst zu einer Fixgröße in der Wintersportszene geworden.

Zwar gilt Snowboarden oft noch als relativ junge Sportart, trotzdem war es ein langer Weg von den Anfängen bis zum heutigen Lifestylesport. Die Boards, die Jake Burton und Tom Sims in ihren Garagen bastelten, hatten nur wenig mit dem zu tun, worauf man heute auf den Pisten und in den Fun-Parks unterwegs ist.

Viele Wintersportler/innen können sich sicher noch an Zeiten erinnern, als Snowboarder/innen nicht Liftfahren durften, von Skifahrerinnen und Skifahrern mitleidig belächelt wurden, und der Ruf nach getrennten Pisten präsent war. Anfängliche Kommunikationsprobleme sind inzwischen längst einem toleranten Miteinander gewichen. Außerdem darf man nicht vergessen, dass die Materialentwicklung auf dem Boardsektor die Initialzündung für das Carven beim Skifahren war.

Aufmerksame Beobachter/innen des Wintersportgeschehens konnten in den letzten Jahren mitverfolgen, dass sich die einst rasch wachsende Snowboardszene nach einem Abschwung derzeit in einer Phase der Stagnation befindet. Mitte der 1990er Jahre gingen in Österreich noch zwischen 70.000 und 80.000 Boards pro Jahr über die Ladentische. Heute sind es gerade einmal 35.000, die Zahlen im Verleihbereich steigen.

Der Carving-Boom hat laut Egger (2012) dazu geführt, dass viele Snowboarder/innen wieder auf Skier umgestiegen sind. Viele schnallen sich auch aufgrund des höheren Alters wieder die Skier an. Ein weiterer Aspekt für den Abschwung liegt in der Tatsache, dass bei den Wintersportwochen der Schulen das Snowboarden trotz der Forderung nach multisportiver Ausbildung aus verschiedensten Gründen nicht mehr angeboten bzw. unterrichtet wird. Die Schule, die immer noch als größte Ski- und Snowboardschule Österreichs bezeichnet werden kann, hat leider aus verschiedensten Gründen als Einstiegs- und Ausbildungsinstitution stark an Zustrom und Zustimmung verloren.

Hier würde schon ein kleiner Anstoß genügen, um die Kinder für das Snowboarden zu gewinnen, denn im jugendlichen Freizeitverhalten ist die Faszination für diese Sportart nach wie vor sehr groß (Egger, 2012).

Ziel der Arbeit ist es, die aktuellen Entwicklungen, Veränderungen und Tendenzen im Snowboardsport zu betrachten. Bock (1998), Staltner (2001) und Breuer (2002)

beschäftigten sich bereits mit dem Thema und untersuchten die Trends und Entwicklungen dieser Sportart. Diese Untersuchung strebt an, mit Hilfe sozialwissenschaftlicher Methoden ein mehrperspektivisches Gesamtbild der Entwicklungen der Sportart seit der Jahrtausendwende darzustellen.

Der erste Teil dieser Arbeit vermittelt grundlegendes Wissen über die historische Entwicklung und Struktur des Snowboardsports. Die Entwicklung der Anzahl der Ausübenden und der Verkaufszahlen von Snowboards sowie der Verlauf der Zugehörigkeit von Jugendlichen zur Snowboardszene sind in diesem Teil ebenfalls Gegenstand der Untersuchung.

Im Hauptteil werden mit Hilfe von leitfadengestützten Experteninterviews die Entwicklungen und Veränderungen im Snowboardsport untersucht. Die Gründe für die sinkenden Verkaufszahlen, Veränderungen am Materialsektor, der Einfluss der Skiindustrie und das Alpin-Snowboardfahren stehen dabei im Mittelpunkt der Befragung. Die Auswertung der Daten erfolgt anhand eines Kategoriensystems.

Ein Fazit und die Zusammenfassung der Ergebnisse schließen diese Untersuchung ab.



## 2 Die Geschichte und Struktur des Snowboardsports

Mit diesem Kapitel soll in erster Linie ein Überblick über die Entwicklung des Snowboardsports und dessen Struktur gegeben werden. Dabei werden Ereignisse auf nationaler und auf internationaler Ebene aufgezeigt, die wichtigsten Protagonisten dieses Sports vorgestellt, die das Snowboarden maßgeblich beeinflusst haben.

### 2.1 Die Pioniere des Sports und die Vorläufer der ersten Snowboards

Mit diesem Kapitel soll ein kurzer Überblick über die Entwicklung des Snowboardsports geschaffen werden, wobei man nicht genau sagen kann, wie weit die Wurzeln des Sports überhaupt zurückreichen. Bereits im 17. Jahrhundert soll es dem Snowboard ähnliche Geräte gegeben haben. Handl (2003, S. 42) fand bei seinen Recherchen zur Snowboardgeschichte im Wintersportmuseum Mürzzuschlag heraus, dass im Bergbau in Salzburg ca. 80cm bis einen Meter lange Holzbretter verwendet wurden, die je nach Region als Knappenreiter, Knappenroß oder Knappenrössl bezeichnet wurden. Benutzt wurden sie vermutlich im 17., 18. und in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts.

Im Jahr 1900 soll der Österreicher Anton Leonhardt einen Vorläufer des Snowboards, den sogenannten Monogleiter, gebaut haben. (Schwier 2000, S.63). Die Recherchen von Handl (2003, S.46) ergaben, dass diese früheren Monogleiter eine Art „Winterfahrrad“ waren, mit Kufen anstatt der Räder. Damit könnten diese Geräte eher als Vorläufer der heutigen Skibobs angesehen werden. Es gab sogar Wettbewerbe mit den Monogleitern. Handl (2003, S. 46) erwähnt auch Berichte über Soldaten, die zur Zeit ihrer Stationierung in Europa im 1. Weltkrieg seitlich stehend auf Fassauben die schneebedeckten Hügel hinunter fuhren.

„Es muss doch etwas geben, mit dem man auch auf Schnee surfen kann.“ 1929 machte sich der Amerikaner *Jack Butchett* Gedanken über das Fahren auf Schnee mit einem „Board“ und testete bereits damals snowboardähnliche Gefährte (Swiss Snowsports, 2005, S.8).

1965 entwickelte der Surfer *Sherman Poppen* den sogenannten „Snurfer“, er gilt als wichtigster Vorläufer der modernen Snowboards. Mit ihm gelang es, den damals sehr beliebten Surfsport auch auf Schnee auszuüben. Die Erfolgsgeschichte des

Snowboardens begann. Innerhalb von zehn Jahren wurden knapp eine Million Snurfer verkauft (Swiss Snowsports, 2005, S. 8).



Abbildung 1: Snurfer (Boarder Sports, 2010)

Handl (2003, S.51) schrieb, dass die stärksten Impulse für die Entwicklung moderner Snowboards aus den USA kamen, wo viele Prototypen ausprobiert und auch die ersten Serienboards gefertigt wurden.

*Dimitrije Milovich* kann als weiterer Pionier des Snowboardsports bezeichnet werden, der ebenfalls das Gefühl des Surfens auf den Schnee übertragen wollte. 1970 entwickelte er das erste Board mit Stahlkanten, die das Fahren auf Schnee erleichtern sollten (Riedel & Birkel, S.23).

1975 gründete Dimitrije in Utah die Marke Winterstick und verzichtete auf Metallkanten, da diese für das Fahren im Tiefschnee nicht notwendig waren. Stattdessen hatten diese Boards einen sogenannten Schwalbenschwanz (Snowboard History Timeline, 1996).

*Toms Sims* und *Jake Burton Carpenter* gelten aber als eigentliche Väter des Snowboardens. Jake Burton, zu dieser Zeit ein begeisterter Snurfer, war so fasziniert von der Idee ein Snowboard zu entwickeln, dass er seinen Job aufgab, um sich ganz dieser

neuen Aufgabe widmen zu können (Breuer, 2002, S.50). Er montierte auf dem Snurfer verstellbare Gummiriemen als Fußschlaufen und eine Antirutschfläche. 1977 gründete er im Alter von 23 Jahren die Firma „Burton“, heute die größte Snowboardfirma weltweit. 1978 kam sein erstes Board in Serienproduktion auf den Markt, das „Backhill“, welches um 88\$/Stück verkauft wurde.



Abbildung 2: Backhill (Top Ten most important Skis & influential Snowboards of all time, 2013)

Die Idee einiger fanatischer Surfer entwickelte sich bald zu einem neuen, ernstzunehmenden Industriezweig, der bis dahin noch komplett vom Skibereich abgekoppelt war. Erst durch die Verwendung von P-Tex-Belägen wurde 1980 die Snowboardindustrie direkt von der Skiindustrie beeinflusst (Swiss Snowsports, 2005, S.8).

1981 entwickelten zwei deutsche Studenten den sogenannten „Swingbo“. Es handelte sich dabei um eine Standplatte, die mit zwei kurzen Skiern verbunden war. Aufgrund der Stahlkanten ließ sich dieses Gerät besser steuern als die anderen Vorläufer der Snowboards. Deshalb wurden bald darauf die ersten Stahlkanten an Snowboards montiert und der Swingbo verschwand wieder.

Der erste Snowboardwettkampf fand ebenfalls 1981 in Amerika statt. *Tom Sims* gewann auf seinem selbst konstruierten Fiberglasbrett mit Stahlkanten.

In Europa tauchten die ersten Eigenkonstruktionen Anfang der 80er auf (Swiss Snowsports, 2005, S.8). Das erste serienmäßig produzierte Board war in Europa der „Flash“ von der Schweizer Firma Hooger Booger und kam 1983 auf den Markt (Steiner & Hatje, 1996). Staltner (2001, S. 35) beschreibt diese Firma als äußerst kreativ, da sie einige Trends im Snowboardsport setzte, vor allem im Alpinbereich. So experimentierte Hooger Booger bereits 1984 mit asymmetrischen Boards und brachte sehr schmale Boards auf den Markt.

## 2.2 Die ersten Verbände und Weltmeisterschaften

1983 wurde auch der erste nationale Snowboardverband gegründet, interessanterweise in Japan (Weiler & Bürki, 1996, S. 11). Gleichzeitig begannen die ersten Snowboardaktivitäten in Österreich.

Alex Humpel baute, inspiriert durch eine Werbung von Burton in einem amerikanischen Surfmagazin, seine ersten Boards (Staltner, 2001, S.36). Auch der Wiener Bernhard Kudernatsch, der bereits Erfahrungen auf dem Swingbo hatte, begann Snowboards zu bauen (Trska, 1989, S.4).

Im Winter 83/84 wurde der erste Snowsurfverein Österreichs gegründet, der ASV Ramsau, mit dem Vorsitzenden Helmut Strasser. Ab 1984 waren in Österreich die ersten Seriensnowboards erhältlich (Staltner, 2001, S. 36). Die ersten österreichischen Meisterschaften fanden 1985 in Mariazell statt, es nahmen fast ausnahmslos Snowskater teil. Einige wenige aus Italien, Deutschland, Frankreich und der Schweiz bestritten den Riesentorlauf auf Snowboards. (Trska, 1989, S.4).

1983 gelang laut Staltner (2001, S.36) mit der Erfindung der High-Back Bindung ein wichtiger technologischer Schritt, weil dadurch die Kraftübertragung bei Backsideschwüngen deutlich verbessert wurde.

In dieser Zeit wurde die Entwicklung des Snowboardsports bereits sehr stark von den Medien beeinflusst. Laut Müssig (1997, S.10) waren zwei Filme ein entscheidender Faktor für die Verbreitung des Snowboardsports in Europa. Zum einem waren im aktuellen James Bond Film „Im Angesicht des Todes“ einige Snowboardszenen zu sehen. Ebenso kam 1986 Willy Bogners Film „Feuer und Eis“ mit spektakulären Aufnahmen des Snowboardens in die Kinos.

1985 kamen die ersten Softboots auf den Markt. In diesem Jahr war das Snowboarden in Amerika nur in 39 von 600 Skigebieten erlaubt, obwohl der Sport schon eine gewisse Tradition aufwies (Staltner, 2001, S. 39). In Österreich wurde den Snowboarderinnen und Snowboardern die Benützung der Lifte offiziell im März 1987 gestattet (Trska, 1989, S. 6).

1986 wurde der Verband der österreichischen Snowsurfer (VÖSS) gegründet, welcher im Jahr 1989 aus 30 Vereinen mit 700 Mitgliedern bestand. Zur finanziellen Unterstützung des Verbands wurde von der Snowboardindustrie ein Pool gegründet (Trska, 1989, S.23). In diesem Jahr fand auch das erste europäische Snowboardcamp im Livignio statt und ging als „The Snowboardcamp“ in die Geschichte des Snowboardens ein. Ab diesem

Zeitpunkt wurde auch das Lehrwesen dieser Sportart immer ernster genommen und so entstand in Scoul in der Schweiz die erste professionelle Snowboardschule Europas (Weiler & Bürki, 1996, S. 18).

In Breckenridge (Colorado) fanden 1986 die ersten Weltmeisterschaften statt. In diesem Jahr wurde auch die erste amerikanische Snowboardschule in Stratton Mountain (Vermont) gegründet (Transworld Snowboarding, 1996b).

*Shaun White*, heute wahrscheinlich der weltweit bekannteste Snowboarder und einer der bestbezahltesten Sportler, wird 1986 geboren.

1987 kam es mit dem europaweiten Zusammenschluss der Snowboardverbände zur Gründung der SEA (Snowboard European Association), welche sich um die Organisation von Wettkämpfen kümmern sollte (Longin, 1988).

In Jahr 1987 fanden drei Weltmeisterschaften statt. Die Europäer veranstalteten die Meisterschaften in St. Moritz (Alpinbewerbe) und in Livigno (Freestyle), die Amerikaner führten die Bewerbe wieder in Breckenridge (Colorado) durch. In diesem Jahr brachte Chuck Barfoot mit seiner Firma die ersten Twin-Tip-Boards auf den Markt. Mit diesen Boards wurde das Rückwärtsfahren deutlich erleichtert, da Nose und Tail genau gleich konstruiert wurden. 1987 gründeten einige Fahrer/innen gemeinsam mit ein paar Snowboardfirmen die N.A.S.A. (North American Snowboard Association). Der Name wurde bald in N.A.S.B.A geändert. Ziel dieser Organisation war die Zusammenarbeit mit der europäischen Organisation SEA, um eine gemeinsame Word Cup Tour zu veranstalten (Transworld Snowboarding, 1996b).

In Österreich fand 1987 die erste Instruktorausbildung am Kitzsteinhorn statt, wo der erste offizielle Lehrplan vorgestellt wurde (Trska, 1989, S. 18).

1988 wechselt *Craig Kelly* von SIMS zu Burton. Dieser Wechsel war laut Staltner (2001, S.45) richtungsweisend für die künftige Entwicklung am Snowboardmarkt, weil sich Kelly zu einer Ikone des Snowboardens entwickelte.

1989 entstand die International Snowboard Association (ISA), um die weltweite Austragung des Sports zu ermöglichen. Sämtliche Snowboarder/innen sollten in einer gemeinsamen Wertung geführt und die Rennen besser koordiniert werden. Ein Jahr später kam es zum Zusammenschluss der nationalen Snowboardverbände zur International Snowboarding Federation (ISF) mit Niederlassungen in den USA, Europa und Japan. Ab diesem Zeitpunkt koordinierte die ISF das Wettkampfgeschehen im Snowboardsport und die Kommunikation mit den Medien (Drexl, 2012).

1990 eröffnete im Skigebiet Vail (Colorado) der erste Snowboardpark. Laut Staltner (2001, S.51) begann damit eine Entwicklung, die bis heute einen starken Einfluss auf die Snowboardszene ausübt. Staltner (2001) meint, dass Snowboarden zu Beginn vom Skisport eher skeptisch beobachtet und belächelt wurde. Doch dann war die rasche Verbreitung des Snowboardens nicht mehr zu übersehen und die FIS erkannte 1992 das Snowboarden als offizielle Disziplin an. Mit dieser Anerkennung wurde das Snowboarden auch in den Österreichischen Skiverband (ÖSV) eingegliedert (Ruhdorfer, 1996, S.9). Diese Entwicklung erzeugte unter den Snowboarderinnen und Snowboardern der verschiedenen Lager starke Differenzen und so herrschte von Beginn an zwischen ISF und FIS ein schlechtes Verhältnis.

1993 veranstaltete die ISF in Ischgl ihre ersten Weltmeisterschaften mit den Bewerben Parallel-Slalom, Giant-Slalom und Halfpipe. Mehr als 160 Stunden Berichterstattung durch internationale TV-Stationen waren ein Beweis für die großartige Entwicklung und Akzeptanz des Snowboardsports in den letzten Jahren (Snowboarder MBM Summer Special, 1993, S.13).

### **2.3 Der Erste Air & Style und die ersten Olympischen Spiele**

1994 fand in Innsbruck der erste Air & Style Snowboard Contest statt, welcher vom Schweizer Reto Lamm gewonnen wurde. Dieser Wettkampf mit einem neuen Modus entwickelte sich zu einem wichtigen Standbein der Snowboardszene (Staltner, 2001, S.53). In diesem Jahr wurde aus der VÖSS die ASA (Austrian Snowboard Association). Im selben Jahr begann die FIS eigene Snowboardrennen zu veranstalten. Im November 1994 findet in den französischen Alpen das erste Snowboardcross-Rennen statt (Bock, 1998, S.41f).

1995 wurde das Snowboarden zur olympischen Sportart erklärt und das IOC vergab zum Ärger der ISF die Verwaltungsvollmacht an die FIS. Handl (2003, S. 140) meint, dass die Doppelfunktion von Marc Hodler als Präsident des Internationalen Skiverbands und Vizepräsident des Internationalen Olympischen Komitees für diese Entscheidung nicht unerheblich gewesen sein dürfte. Durch diese Unterordnung in einen Skiverband mit seinen starren Strukturen sahen viele Snowboarder/innen ihren freien Geist gefährdet, welcher zu diesem Zeitpunkt in der Szene sehr stark ausgeprägt war (Drexler, 2012). 1995 wurde der VSÖ (Verband der Snowboardschulen und Instrukturen Österreichs) gegründet (Ruhdorfer, 1996, S.9).

Im März 1996 fand in Verbier (Frankreich) der erste ISF Extreme Contest statt (Haensell & Spies, 1997, S. 93). Dieser Freeride-Contest findet ab diesem Zeitpunkt jedes Jahr statt.

1997 fanden in Big Bear Lake (Kalifornien) die ersten Winter X-Games statt. Bei dieser Veranstaltung standen die Bewerbe Halfpipe, Slopestyle, Big Air und Boardercross auf dem Programm (Snowboarder MBM, 1997, S. 24).

1998 gingen die Snowboarder/innen bei den Olympischen Spielen in Nagano im Riesenslalom und in der Halfpipe an den Start (Bock, 1998, S. 48). Die Meinungen über die Spiele in Nagano sind sehr kontrovers. Für manche ist es einer der wichtigsten Schritte in der Geschichte des Snowboardsports, für die anderen „die endgültige Loslösung von den Wurzeln des Sports“ (Krebernik, 1998a). *Terje Haakonsen*, zu dieser Zeit der weltbeste Snowboarder in der Halfpipe, verzichtet auf einen Start in Nagano.

## **2.4 Von 1998 bis heute**

1998 übertraf der 6. Air & Style mit 40.000 Zuschauern und einem Preisgeld von 150.000 Dollar alles bisher in der Snowboardwelt Dagewesene (Koch, 1999).

1999 ereignete sich bei der 7. Auflage des Air & Style in Innsbruck ein sehr tragischer Unfall, bei dem durch eine Massenpanik fünf junge Mädchen ums Leben kamen und fünf weitere Personen ins Koma fielen (Block, 2000).

In der Wintersaison 2000/01 nahm der Marktführer Burton seine Alpinboards aus dem offiziellen Produktkatalog. Für Staltner (2001, S. 57f) rückte damit der Alpinbereich weiter aus dem Blickfeld der Öffentlichkeit und er stellte sich die Frage, wie es in Zukunft mit dieser Disziplin weitergehen wird.

Im Mai 2001 gelang dem Franzosen *Marco Siffredi* die erste Abfahrt vom Mount Everest mit einem Snowboard (Gibson, 2014).

Handl (2003, S.145) schreibt, dass der Riesentorlauf für die Olympischen Spiele in Salt Lake City zum Parallel-Riesentorlauf geändert wurde, um die Rennen spannender zu gestalten. Die Halfpipe-Entscheidung verfolgten laut Handl (2003, S.146) 32 Prozent der Amerikaner/innen vor dem Fernsehapparat.

Bei den Winter X Games in Aspen (Colorado) gewann *Travis Rice* den Slopestyle-Contest und wurde zum „Transworld Rookie of the Year“ gewählt. Das war der Beginn seiner sehr erfolgreichen Karriere (Gibson, 2014).

Im Juni 2002 löste sich die ISF aufgrund unlösbarer finanzieller Schwierigkeiten und der mangelnden Unterstützung ehemaliger Partner und Sponsoren auf (Snowforce, 2002a). Forsans (2010a, S.15f) schreibt in diesem Zusammenhang, dass sich nach der Insolvenz der ISF die Pro-Rider/innen zu einer Bewegung zusammenschlossen, die von *Terje Haakonsen* angeführt wurde und dann unter dem Vorsitz von *Drew Stevenson* als TTR (Ticket to Ride) in die Snowboard-Geschichte eingehen sollte. Ziel dieser Vereinigung war die Entwicklung von Wettbewerben, die den Vorstellungen der Fahrer und Marken entsprachen und die verschiedenen Disziplinen des Sports bündelten. Dabei ging es um eigene Contests, eine eigene Rangliste sowie eine/n eigene/n TTR-Weltmeister/in der verschiedenen Kategorien, und das alles unabhängig von der FIS. Die TTR-Tour dauert heute über zehn Monate, zieht sich über alle fünf Kontinente und verkörpert die Werte des Snowboardens. Fahrer/innen aus der ganzen Welt sind sich einig, dass die TTR-Krone, abgesehen vom Olympiatitel, der einzige Titel ist, der wirklich zählt. Für Forsans (2010a, S.16) zog *Shaun White* zwar mit seinen Siegen bei den Olympischen Spielen 2006 und 2010 die Öffentlichkeit in den Bann, doch seine TTR-Siege beförderten ihn endgültig in das Reich der Superhelden. Bei der TTR World Tour werden ausschließlich Freestyle-Wettbewerbe durchgeführt.

Im August 2002 trafen sich in München mehrere Vertreter verschiedener Verbände aus 14 Ländern und gründeten die WSF (World Snowboard Federation). Oberstes Ziel der WSF war die Fortsetzung der ursprünglichen Entwicklung des Sports und die Vertretung der entsprechenden Interessen (World Snowboard Federation, 2014).

Mit seinen beiden Goldmedaillen im Slopestyle und in der Superpipe bei den Winter X Games begann 2003 der wahre Aufstieg von *Shaun White*.

Der Snowboardpionier *Craig Kelly* starb im Jänner 2003 in einer Lawine in British Columbia, Kanada.

In diesem Jahr fanden die FIS-Snowboard-Weltmeisterschaften in Österreich (Kreischberg) statt.

*Travis Rice* gewann bei der Arctic Challenge 2003 und 2004 die Entscheidung in der Quarterpipe.



In Österreich wurde 2004 aus der ASA die N.ASA (New Austrian Snowboard Association). Dieser unabhängige Snowboardverband Österreichs ist innerhalb der World Snowboard Federation und der Ticket To Ride World Tour organisiert (New Austrian Snowboard Association, 2011).

2005 wurde das System der „Ticket to Ride“ bzw. „World Snowboard Tour“ geändert. Die mittlerweile 67 verschiedenen Events dieser Tour wurden nach Sterne-Kategorien gereiht. Es gab in diesem Jahr zum ersten Mal eine eigene TTR-Tour für Frauen. Am Ende der Saison wurde aufgrund der Gesamtergebnisse der/die Weltmeister/in gekürt (Gibson, 2014).

2006 gab es bei den Olympischen Spielen in Turin mit Half-Pipe, Snowboard-Cross und Parallel-Riesenslalom erstmals jeweils drei Snowboardbewerbe für Damen und Herren.

*Shaun White* gewann in der Saison 2005/2006 alle zwölf Wettkämpfe, bei denen er am Start war. Dazu gehörten die Goldmedaille in der Halfpipe in Turin, Sieg bei den X-Games in der Halfpipe und im Slopestyle und der Gewinn der U.S. Open (Gibson, 2014).

Im Dezember 2006 wurde zum ersten Mal der „World Snowboard Day“ veranstaltet.

2007 wurde *Shaun White* Gesamtsieger der Ticket to Ride World Tour (Gibson, 2014). Snowboardlegende *Terje Haakonsen* gelingt bei der Arctic Challenge in der Quarter-Pipe mit einem 9,8 Meter hohen 360er ein neuer Weltrekord (Transworld Snowboarding, 2007).

Im Herbst 2007 kamen die ersten „Rocker-Boards“ auf den Markt. Dabei handelt es sich um Snowboards mit negativer Vorspannung, die in erster Linie fehlerverzeihender sind und im Tiefschnee für mehr Auftrieb sorgen.

2008 kam der erste Snowboardfilm in kompletter HD-Auflösung in die Kinos. In „That’s It That’s All“ zeigen der Superstar *Travis Rice* und andere bekannte Größen des Snowboardens Tricks und Stunts, die man in dieser Art und Perfektion zuvor noch nie gesehen hatte.

Im Februar 2009 baute der österreichische Getränkehersteller Red Bull im Hinterland von Colorado eine eigene Halfpipe für *Shaun White*, damit er ungestört neue Tricks üben und sich optimal auf Olympia 2010 vorbereiten konnte.

2010 gewann *Shaun White* zum zweiten Mal nach 2006 die Goldmedaille in der Half-Pipe bei den Olympischen Spielen in Vancouver.

*Torstein Horgmo* landete 2011 als erster Snowboarder im Big Air-Finale der Winter X Games einen „Triple Cork 1440“. Bei diesem Trick drehte er sich vier Mal um die eigene Achse, kombiniert mit drei Umdrehungen rückwärts (Kurzweil, 2013).

Die Disziplinen Slopestyle und Parallel-Slalom wurden offiziell in das Olympische Programm für die Spiele 2014 in Sotchi aufgenommen (Kowalcze, 2011).

Im Herbst 2011 kam der Film „The Art Of Flight“ mit dem derzeit weltbesten Big-Mountain-Fahrer Travis Rice in die Kinos. Einen Actionsport-Film dieser Qualität und visueller Kraft hatte man davor noch nie gesehen. Bei diesem Film kam Technik zum Einsatz, welche bisher nur in großen Kinoproduktionen und monumentalen Dokumentarfilmen verwendet wurde (Eder, 2011).

*Shaun White* erreichte bei den Winter X-Games 2012 in Aspen in der Halfpipe als erster Snowboarder die Maximalausbeute von 100 Punkten (Pausch, 2012).

Im Februar 2012 veranstaltete *Travis Rice* in British Columbia den Contest „Red Bull Supernatural“. Dieser neue Wettbewerb sollte alle Aspekte des Snowboardens perfekt wiedergeben und hob den Sport damit auf ein neues Level (Raab, 2012).

*Tom Sims*, einer der Erfinder des Snowboards und eine treibende Kraft, dass Snowboarden in den 80er Jahren die Skipisten eroberte, starb im September 2012 an den Folgen eines Herzinfarkts.



Abbildung 3: Tom Sims 1986 als Stuntdouble von James Bond im Film „A View to Kill“ (Snowboarder Guide, 2012)

Im Februar 2014 fanden bei den Olympischen Spielen in Sotchi zehn Snowboard-Entscheidungen statt. Neben Halfpipe, Parallel-GS und Snowboard-Cross gab es diesmal auch im Slopestyle und im Parallel-Slalom olympische Medaillen zu holen. Die Burgenländerin *Julia Dujmovits* holt dabei Gold im Parallel-Slalom.



### 3 Zahlen und Fakten der letzten 15 Jahre

#### 3.1 Die Entwicklung der Verkaufszahlen

In diesem Kapitel soll die Entwicklung der Verkaufszahlen von Snowboards auf nationaler und internationaler Ebene seit 1998 aufgezeigt werden. Bei den Zahlen handelt es sich fast ausschließlich um Schätzungen von Marktforschungsinstituten. Bock (1998, S.52) schrieb, dass in Österreich in der Saison 1997/98 ca. 75.000 Snowboards verkauft wurden und beruft sich dabei auf Zahlen des Fessel-GfK Instituts. In der Saison 2003/04 gingen 55.000 Snowboards über die Ladentische, heißt es in der Analyse des Snowboardmarkts von Rémi Forsans (2005). 2011/12 sank die Zahl der verkauften Snowboards in Österreich auf 34.125 (Forsans, 2012, S.28).

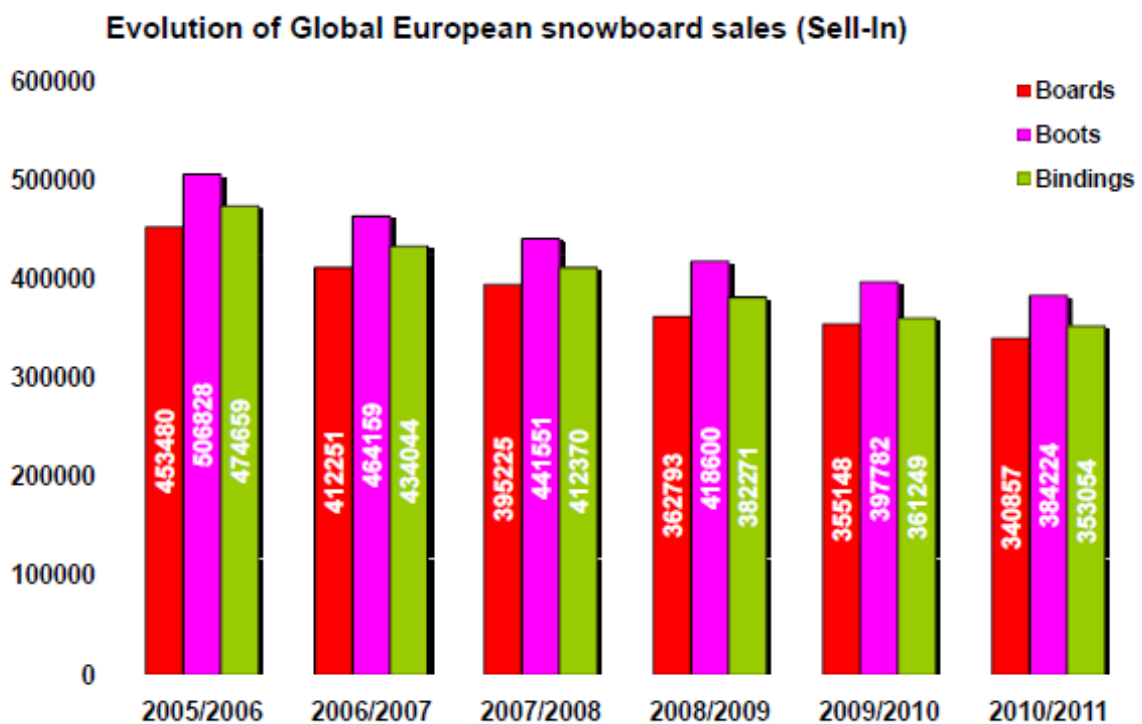


Abbildung 4: Entwicklung der Verkaufszahlen in Europa (Forsans, 2011)

Wie diese Abbildung zeigt, ist der gesamteuropäische Snowboardmarkt rückläufig. Trotzdem gibt es ein paar europäische Länder, wie zum Beispiel Russland, Polen, Finnland und Norwegen, in denen sich die Verkaufszahlen auch immer wieder ein wenig steigern konnten.

Auch in Amerika sind die Verkaufszahlen in den letzten Jahren wieder gesunken. Die nachfolgende Abbildung zeigt aber, dass die Zahlen in den USA nach einem kleinen Abschwung zwischen 2004 und 2005 in der Saison 2008/09 ihren Höchststand erreichten. In Österreich bzw. am gesamteuropäischen Markt wurden rund um die Jahrtausendwende am meisten Snowboards verkauft.

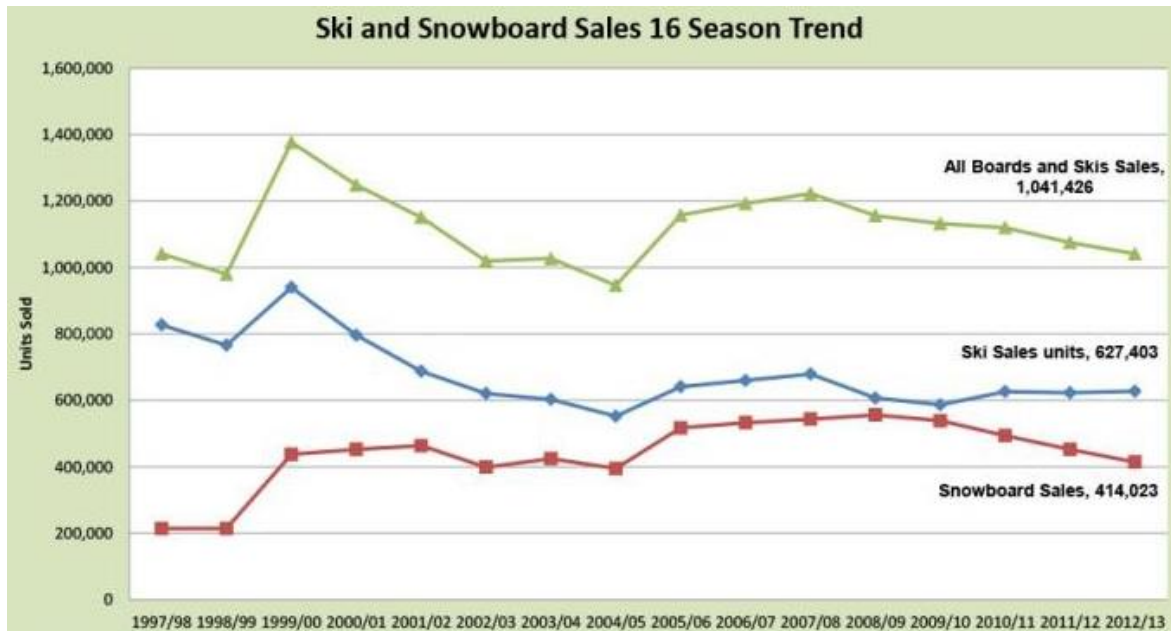


Abbildung 5: Ski- und Snowboardverkäufe in den USA von 1997/98 bis 2012/13 (State of the Snow Sports Market, 2012)

Diese Abbildung zeigt auch den starken Einbruch der Ski-Verkaufszahlen in Amerika von 1999/00 bis 2004/05. Der Absatz am Weltskimarkt ist von einst zehn Millionen verkauften Paar Skiern auf heute ca. drei Millionen Paare geschrumpft.

Forsans (2011) begründet die sinkenden Verkaufszahlen von Snowboards unter anderem mit der wirtschaftlichen Situation in Europa und dem geringer werdenden Bezug zum Wintersport. Außerdem hätte die Industrie auf die Kinder und die ältere Generation der Snowboarder/innen vergessen.

Für Forsans (2011b, S.28) lässt sich die Altersentwicklung der aktiven Snowboarder/innen in Europa nicht verleugnen. 2010 habe über 50 Prozent der europäischen Bevölkerung die Altersgrenze von 40 Jahren überschritten. Somit müsse sich der Sport anpassen und innovativ bleiben. Im Splitboard sieht Forsans eine willkommene Alternative für Fahrer/innen über 40 Jahren.

Auf keinen Fall darf man laut Forsans (2011b, S.28) die Kinder vergessen, für die man sich unbedingt etwas einfallen lassen müsse. Für Forsans ist die Tatsache, dass nur 7 Prozent aller Fahrer/innen unter 14 Jahre alt sind, sehr bedenklich. Hier seien die Medien und Marketinginitiativen der Marken gefragt. Außerdem brauche das Snowboarden charismatische Helden, die den Sport verkörpern und damit eine ganze Generation mitreißen können. Forsans erwähnt dabei aus anderen Sportarten die Namen Kelly Slater, Tony Hawk oder Robby Naish. Mit einem vergleichbaren Namen könne man die Kids auf die Piste bringen und für die Kultur des Snowboardens gewinnen. Das hätte dann natürlich auch einen positiven Einfluss auf die Verkaufszahlen.

Auch Donna Carpenter, Präsidentin des Marktführers Burton, bestätigt in einem Interview mit Persaud-Walters (2013, S. 66), dass gerade in Europa der mangelnde Nachwuchs das größte Problem ist. Carpenter meint auch, dass viele jüngere Kinder fälschlicherweise glauben, erst mit einem bestimmten Alter Snowboarden lernen zu können und vorher Skifahren können müssen. Dieses Problem wird auch von den Experten in den Interviews angesprochen.

Forsans (2013a, S. 37ff) stellt bei seiner Marktanalyse der Saison 2012/13 eine interessante Entwicklung fest. Der Marktanteil von Kindern steigerte sich in dieser Saison auf 8 Prozent und der Frauenbereich hat von 22 auf 24 Prozent zugelegt. Die Steigerung im Kinderbereich ist für Forsans auf die Anstrengungen der Marken und Eventveranstalter zurückzuführen. Er nennt hier zum Beispiel die World Rookie Tour. Trotzdem bemängelt Forsans noch fehlende organisierte Strukturen für den Nachwuchs, denn viele Kinder würden von ihren Eltern in die Skischule geschickt, wo sie dann eher in Richtung Skifahren ausgebildet werden. Forsans stellt jedoch fest, dass Snowboard-Eltern ihre jungen Kinder wieder zum Snowboarden motivieren, während die älteren Kinder auch in das Freeskiing hineinschnuppern durften.

In Bezug auf die verschiedenen Teil-Disziplinen des Snowboardens stellt Forsans (2013a, S. 38) keine wesentlichen Veränderungen zu den Vorjahren fest, obwohl hier eine steigende Tendenz in Richtung Backcountry, Touring und Splitboarding zu verzeichnen ist. Diesen Trend sieht Forsans vor allem beim älteren Publikum. Für Forsans ist Freestyle aufgrund der Verkaufszahlen nach wie vor die Königsdisziplin beim Snowboarden, die sich vor allem an die junge Generation richtet. Diese Tatsache wird auch von der steigenden Zahl an Funparks in den Skigebieten unterstützt.

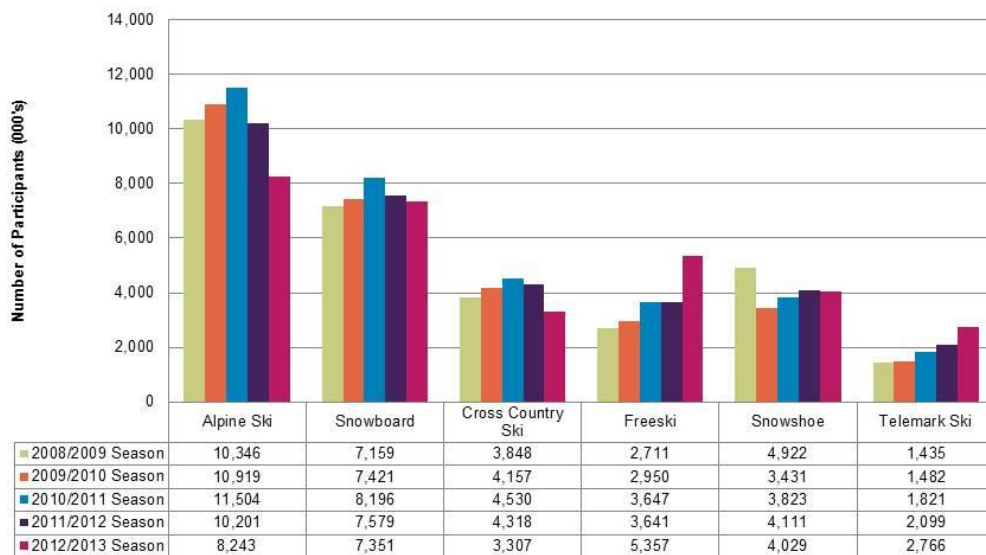
Weltweit gerechnet nimmt Snowboarden laut Forsans (2013a, S. 39) rund 22 Prozent der Umsätze im Skibereich ein, in Europa beträgt die Zahl der verkauften Snowboards rund 28,6 Prozent der Menge an verkauften Skiern.

### 3.2 Die Entwicklung der Anzahl der Ausübenden

Snowboarden gehört zu den am stärksten gewachsenen Sportarten des 20. Jahrhunderts. Kivlinger (2009, S.12) schrieb, dass die Zahl der amerikanischen Snowboarder/innen, die mindestens einmal im Jahr Snowboard fahren, von 1,3 Millionen im Jahr 1988 auf 6,6 Millionen im Jahr 2004 anstieg. Die nachfolgende Abbildung zeigt, dass sich die Anzahl der Snowboarder/innen in Amerika bis zur Saison 2010/11 auf 8,2 Millionen steigern konnte. In der Saison 2012/2013 sank die Zahl wieder auf 7,3 Millionen. Auffällig ist bei dieser Studie, dass sich die Anzahl der Skifahrer/innen vom Höhepunkt 2010/2011 bis zur letzten Saison um fast 30 Prozent reduzierte. Dieser Rückgang fiel bei den Snowboarder/innen mit 10 Prozent deutlich geringer aus. Bei den Skifahrer/innen wechselten offensichtlich einige zur Freeski-Kategorie, deren Anzahl sich seit der Saison 2008/2009 fast verdoppelte. Auch die Kategorie Telemark konnte ihren Anteil fast verdoppeln.



## SNOW SPORTS PARTICIPATION TRENDS BY DISCIPLINE



SIA/Physical Activity Council 2013 Participation Study. ALL RIGHTS RESERVED.

Abbildung 6: Amerikanische Wintersportler/innen nach Kategorien (SIA Snow Sports Participation Report, 2013)



1998 führte „Statistik Austria“ eine Umfrage über die Freizeitaktivitäten der Österreicher/innen durch. Dabei wurden auch die sportlichen Aktivitäten berücksichtigt.

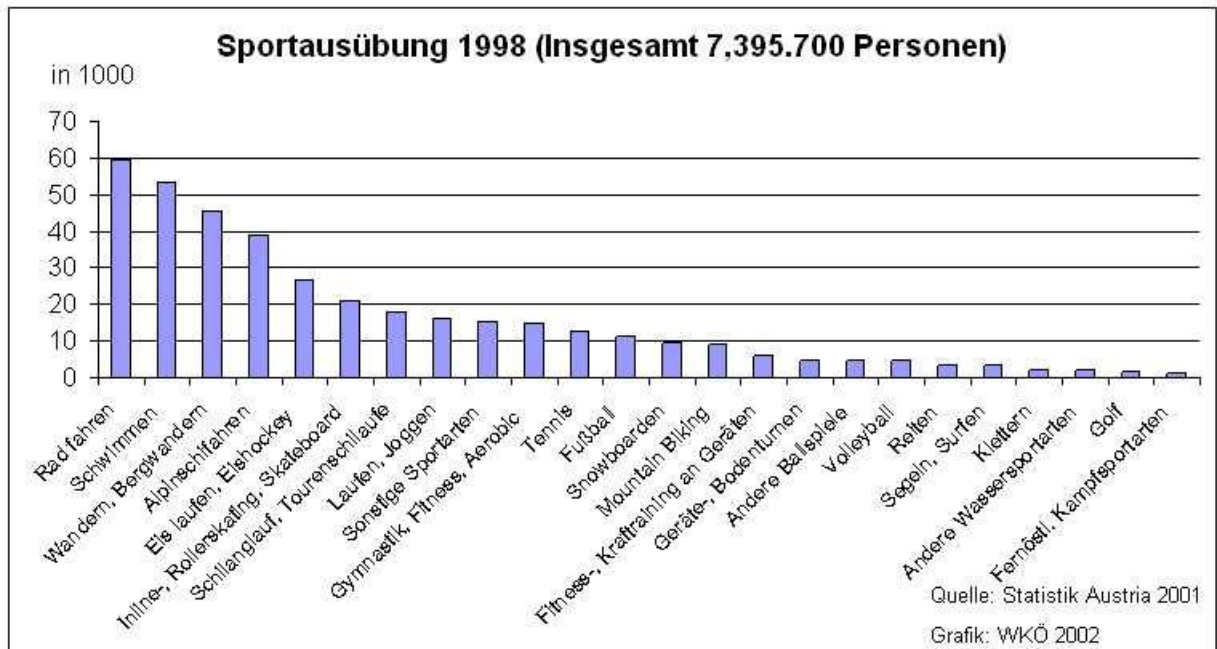


Abbildung 7: Sportausübung 1998 (Statistik Austria, 2001)

Knapp 10 Prozent gaben an Snowboard zu fahren. In Zahlen ausgedrückt ergibt das 740.000 Personen, die zumindest einmal pro Jahr diesen Sport ausüben. 4 Prozent davon meinten, das regelmäßig zu tun. Somit gab es in Österreich im Jahr 1998 ca. 300.000 regelmäßige Snowboarder/innen. Prammer (2001, S.36) präsentierte in seiner Arbeit die gleiche Anzahl.

2003 bezeichneten sich in einer Studie von Zellmann und Haslinger (2004) zwei Prozent der Österreicher/innen als regelmäßige Snowboarder/innen. Fünf Prozent taten es gelegentlich, vier Prozent selten und 88 Prozent standen 2003 nie am Board. Zum Vergleich dazu meinten neun Prozent der Befragten regelmäßig Ski zu fahren und 55 Prozent taten es nie.

2011 sank der Anteil der regelmäßigen Snowboarder/innen laut Zellmann (2011) auf einen Prozentpunkt. Drei Prozent gaben an gelegentlich zu Snowboarden und sechs Prozent der Österreicher/innen stand selten am Board. Der Anteil der Nicht-Snowboarder/innen stieg auf 90 Prozent. Hochrechnet auf die Einwohnerzahl von 2012 standen somit ca. 840.000 Österreicher/innen zumindest einmal am Snowboard. Bei den

Skifahrerinnen und Skifahrern sank der Anteil der regelmäßig Aktiven auf fünf Prozent. 66 Prozent der Befragten gaben 2011 an nie Ski zu fahren. Diese Zahlen belegen, dass der Wintersport im Laufe der Jahre an Beliebtheit verloren hat, was im Zuge der Interviews auch von den Experten bestätigt wird.

2013 behaupten 0,9 Prozent der Deutschen häufig Snowboard zu fahren. 4,5 Prozent stehen ab und zu auf dem Brett, und 94,6 Prozent fahren nie Snowboard (AWA, 2013, S.41).

Bei genauer Betrachtung der Zahlen aus Amerika und Österreich wird deutlich, dass das Verhältnis zwischen Ski und Snowboard in den USA deutlich ausgeglichener ist als in Österreich. Im Rahmen der Interviews begründen die Experten diese Situation mit der Kultur des Skisports in Österreich bzw. in den Alpenländern. In Asien oder in den USA müssten die Kinder nicht zuerst Skifahren lernen, während in Österreich oder in der Schweiz die meisten Kinder erst einmal mit dem Skifahren beginnen.

Snowboarden ist vor allem bei den 15- bis 29-Jährigen deutlich beliebter, in dieser Altersgruppe üben 21 Prozent den Sport aus. Der Anteil der gelegentlichen Skifahrer/innen liegt bei 36 Prozent. Die Timescout-Studie von 2009 zeigt ebenfalls den relativ hohen Anteil der jugendlichen Snowboarder/innen zwischen 11 und 29 Jahren.

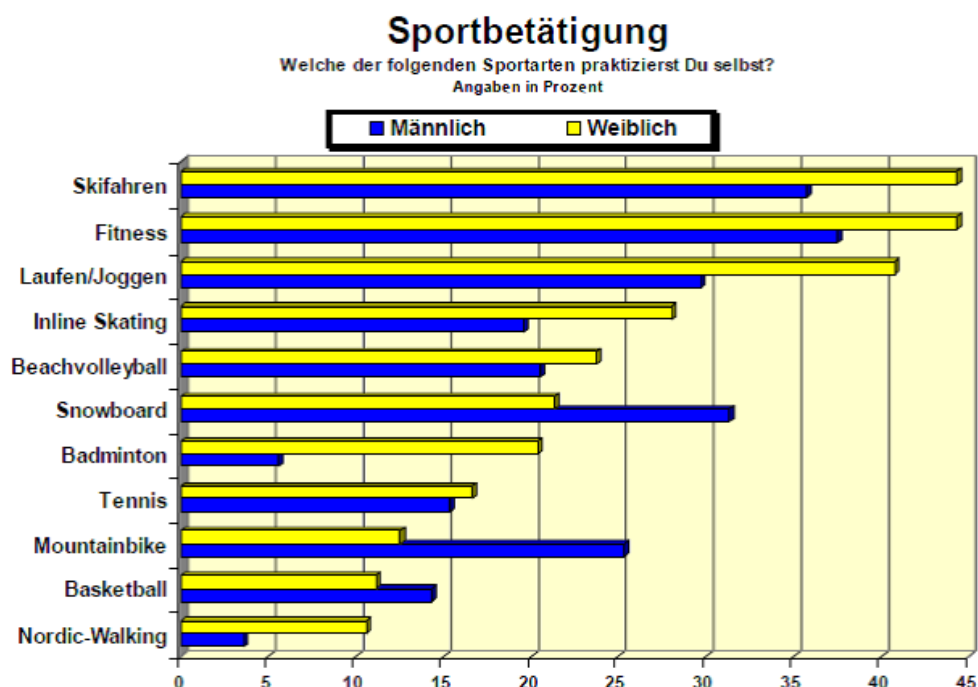


Abbildung 8: Sportbetätigung 2009 (Timescout, 2009)

Es bezeichneten sich mehr als 30 Prozent der männlichen und mehr als 20 Prozent der weiblichen Jugendlichen als Snowboarder/innen. Studien wie diese bestätigen nach wie vor das Potential dieser Sportart bei der jungen Bevölkerung. Auch Kivlinger (2009, S.13) schrieb, dass hauptsächlich Jugendliche und Erwachsene unter 30 Jahren Snowboard fahren. Er stellte fest, dass 61 Prozent der deutschen Snowboarder/innen zwischen 14 und 29 Jahre alt sind. 30 Prozent sind zwischen 30 und 49 Jahre alt. Diese Situation wird auch von der folgenden Studie aus den USA aufgezeigt.

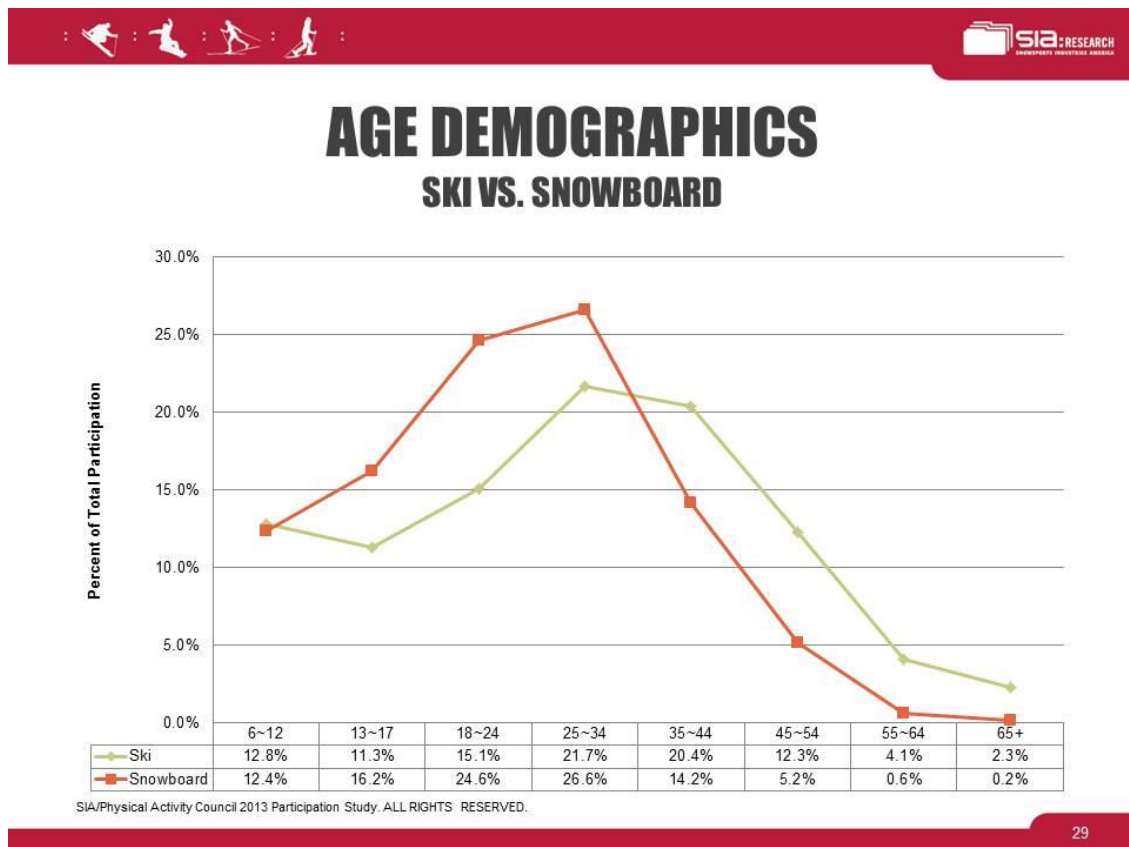


Abbildung 9: Altersverteilung Ski und Snowboard in den USA (SIA Snow Sports Participation Report, 2013)

Diese Abbildung zeigt nochmals, dass der Anteil der jugendlichen Snowboarder/innen deutlich höher ist als im Ski-Bereich.

Laut Kivlinger (2009, S.13) fahren auch deutlich mehr Männer Snowboard als Frauen, 2009 waren 67 Prozent der über 14-Jährigen deutschen Snowboarder/innen männlich und nur 33 Prozent weiblich. Gestützt wurden diese Daten durch die Betrachtung des Abverkaufs an Männer-, Frauen- und Kinderboards.

Forsans (2013a, S. 39) trifft eine klare Unterscheidung zwischen dem Zustand des Snowboardmarkts und der Entwicklung der aktiven Teilnehmer/innenzahlen, die laut Forsans in der Saison 2012/2013 ihren Höhepunkt erreichten. Er kommt mit Hilfe einiger anderer Statistiken und seinen eigenen Berechnungen zu dem Ergebnis, dass von 110 Millionen aktiven Wintersportlerinnen und Wintersportlern weltweit rund 27,7 Millionen Snowboard fahren. Der Autor erwähnt dabei auch die regionalen Besonderheiten der USA und von Asien, wo rund die Hälfte der Aktiven Snowboarder/innen sind, während in den Skihochburgen wie den Alpen nur 17 Prozent auf dem Brett stehen.

Kivlinger (2009, S.148) sieht einige Schwächen der Sportart, die sich auf die Zahl der aktiven Snowboarder/innen auswirken. Neben den hohen physischen Voraussetzungen, den steigenden Kosten der Ausübung, der Abhängigkeit von klimatischen Bedingungen, der regionalen Abhängigkeit der Sportausübung erwähnt er auch die Verletzungsgefahr, die höher als beim Skifahren, Bergsteigen, Klettern und Joggen ist.

Weitere Ursachen für die geringere Attraktivität der Sportart Snowboarden werden im *Kapitel 5.1.2 Gründe für sinkende Verkaufszahlen* erläutert und interpretiert.

### 3.3 Die Szenezugehörigkeit von Jugendlichen

In diesem Kapitel soll gezeigt werden, wie sich die Szenezugehörigkeit von Jugendlichen in den letzten Jahren verändert hat. Dabei wird vor allem die Snowboardszene berücksichtigt. Mit Hilfe der Trendstudie „TIMESCOUT“, die jährlich seit 2001 bzw. 2003 in Deutschland und Österreich durchgeführt wird, lassen sich die Entwicklungen und Veränderungen der Szenezugehörigkeit sehr gut darstellen.

Laut Großegger und Heinzlmaier (2004, S. 8) sind Szenen aus der Sicht der Soziologie ganz einfach soziale Netzwerke, in denen sich Menschen mit ähnlichen Interessen zusammenfinden. Szenen werden für Menschen immer wichtiger und im Gegenzug verlieren traditionelle Institutionen wie Politik und Kirche an Bedeutung. Für Großegger und Heinzlmaier sind Jugendszenen soziale Welten, die im Alltag der Jugendlichen große Bedeutung haben. Die Autoren stellen außerdem fest, dass drei von vier Jugendlichen heute zur Gruppe der Szenemitglieder/innen zählen. Besonders ausgeprägt sei das Szeneverhalten bei 12- bis 19-Jährigen. Mit dem 20. Lebensjahr verlieren die Jugendszenen dann an Bedeutung, weil in der Zeit für die meisten Jugendlichen der Übergang in die Erwachsenenphase beginnt.

Für Großegger und Heinzlmaier (2004, S. 72ff) lagen Board-Sportarten zu dieser Zeit im Trend. Snowboarden ist hochbeliebt, auch bei jenen Jugendlichen, die selbst noch nie am Board gestanden sind. Aufgrund der einmaligen Mischung aus Mode, Marken, Musik und ganz bestimmten Werthaltungen bzw. Einstellungen ist Snowboarden laut Großegger und Heinzlmaier (2004, S. 73) bei vielen Jugendlichen höher angesehen als das Skifahren. Snowboarder/innen haben eine spezielle Lebenseinstellung und diese heißt „Freestyle“. Aus dieser Studie geht außerdem hervor, dass jede/r zweite Jugendliche die Snowboard-Szene sympathisch findet. Nur die Beachvolleyballer/innen erreichen ähnlich hohe Sympathiewerte. In der Studie wird noch hervorgehoben, dass der Snowboard-Lifestyle bei den jungen Frauen überproportional gut ankommt. Großegger und Heinzlmaier (2004, S. 78) beschreiben die Snowboardszene als „Massen-Jugend-Phänomen“, der sich 19% der österreichischen 14- bis 29-Jährigen zugehörig fühlen. Die Autoren fanden heraus, dass sich dieses Phänomen dabei nicht nur auf die Alpenrepublik Österreich oder auf das Hochgebirgsland Schweiz beschränkt. Auch in einer Stadt wie Hamburg finden zwei Drittel der 14- bis 24-Jährigen das Snowboarden cool und wollen es unbedingt selber einmal ausprobieren. Außerdem heißt es in diesem Bericht, dass der Anteil der 14- bis 19-Jährigen den der 20- bis 24-Jährigen deutlich übertrifft. Somit ist die Snowboard-Szene eine sehr junge Szene. Aufgrund dieser Tatsache ist für Großegger und

Heinzlmaier (2004, S.79) davon auszugehen, dass es sich hier um eine sehr dynamische Szene handelt, die offen für neue Entwicklungen ist und dadurch auch im hohem Ausmaß „zukunftsfähig“ ist. Die Autoren fanden ebenso heraus, dass viele Snowboarder/innen aus einkommensstarken Familien kommen, somit ist diese Szene vor allem für die Marketingleute in den Zentralen der großen Hersteller von Interesse. Aus diesem Grund treten laut Großegger und Heinzlmaier (2004, S.80) Marken aus den Sparten Sport, Mode, Handy, Telekommunikation aber auch Versicherungen und Banken gerne bei großen Snowboard-Events als Sponsoren auf. Die Autoren erwähnen dabei auch, dass Jugendliche Snowboarden nicht aktiv betreiben müssen, um sich der Szene zugehörig zu fühlen. Gleichzeitig bedeutet die Ausübung der Sportart Snowboarden nicht, dass man dadurch zur Snowboardszene gehört. Für Großegger und Heinzlmaier (2004, S.84) wird die Snowboard-Szene auch weiterhin eine bedeutende Jugendszene sein. Sie erwarten sogar eine deutliche Zunahme des Potentials an Snowboarderinnen und Snowboardern und stützen ihre Annahmen dabei auf die Daten von „Time Warp 2001“.

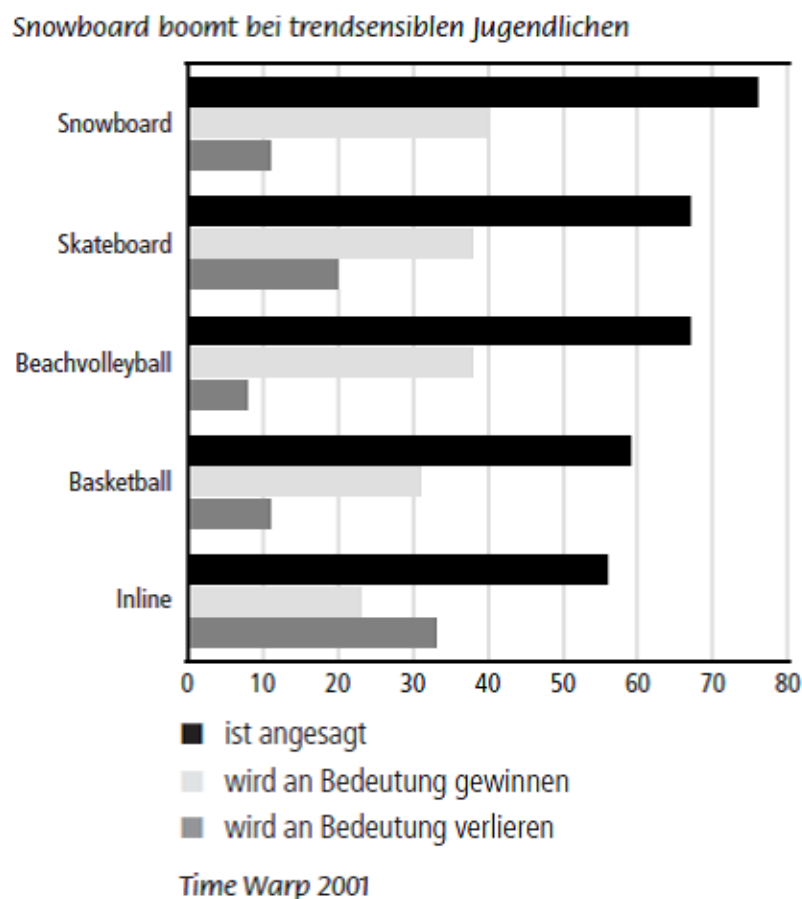


Abbildung 10: Angesagte Sportarten bei deutschen Jugendlichen 2001 (Großegger & Heinzlmaier, 2004, S. 85)

2003 wurde nach den sympathischsten Szenen der Jugendlichen gefragt. Dabei zeigt sich laut Großegger (2003, S.59) der Trend, dass jene jugendkulturellen Szenen, die sich nicht in einer ästhetischen und/oder ideologischen Subkultur-Nische der Gesellschaft positionieren, die höchsten Sympathiewerte verbuchen können. So erreicht die Snowboardszene laut den Daten des 4. Berichts zur Lage der Jugend mit 37 Prozent die höchsten Sympathiewerte.

Die Timescout-Studie 2003/04 aus Österreich zeigt auch die besondere Affinität der 11-29-Jährigen zur Snowboard-Szene. So fühlen sich 32 Prozent der Jugendlichen dieser Szene zugehörig. Im Gegensatz dazu gehören nur 12 Prozent der Fußball-Szene an. Großegger und Moosbrugger (2004, S.16) meinen sogar, dass der Anteil der aktiven Snowboarder/innen die Anzahl der Szene-Zugehörigen übersteigt.

Im Zuge der Studie von 2003/04 wurden auch die Geschlechterunterschiede dargestellt. Hier zeigt sich, dass sich 35 Prozent der weiblichen Jugendlichen der Snowboard-Szene zugehörig fühlen. Der männliche Anteil beträgt 28 Prozent.

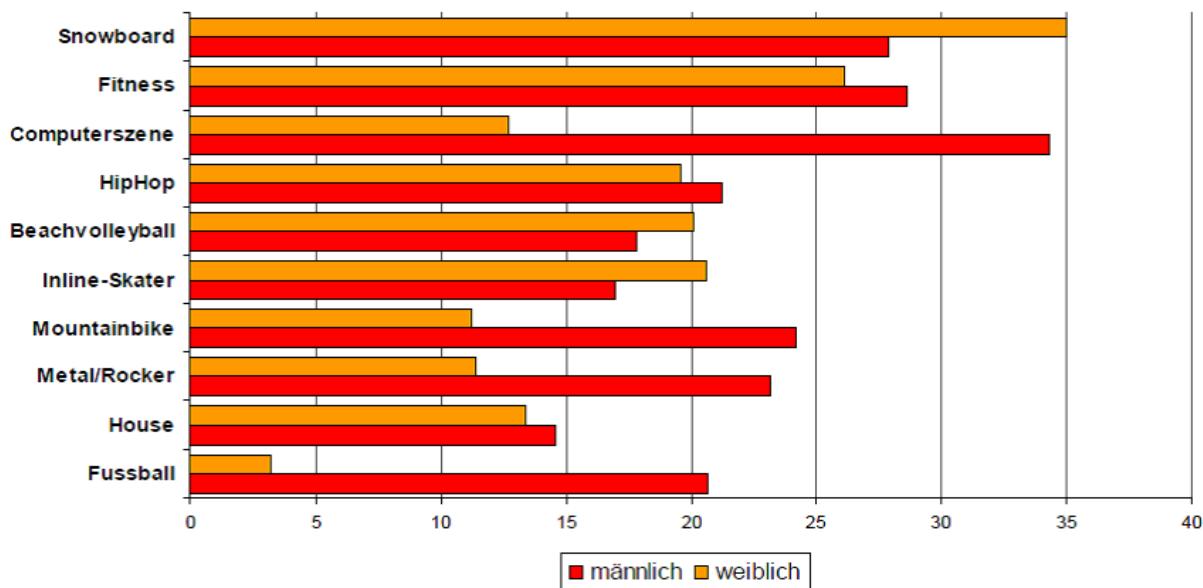


Abbildung 11: Szenezugehörigkeit 2003/04 männlich/weiblich (Zentner, 2004)

Die nächste Grafik zeigt die deklarierte Szenezugehörigkeit von 15- bis 18-Jährigen aus Österreich und von 15- bis 19-Jährigen aus Deutschland. Dabei fällt auf, dass sich im Vergleich zum Vorjahr mit 27 Prozent etwas weniger Jugendliche der Snowboardszene zugehörig fühlen. Dagegen ist der Anteil in der Fußballszene deutlich gestiegen. Dieser

Ländervergleich zeigt auch, dass die Snowboardszene in Österreich wichtiger ist als in Deutschland.

**Deklarierte Szenezugehörigkeit: Trendsetter und Jugendliche gesamt im Vergleich**  
Angaben in Prozent

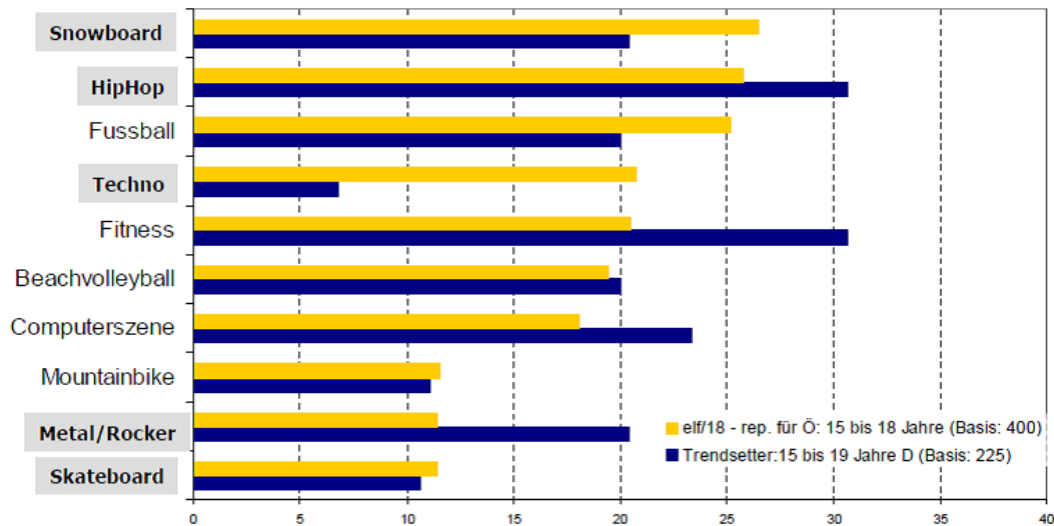


Abbildung 12: Szenezugehörigkeit (Großegger, 2005)

Bei der Jugendstudie des Instituts für Jugendkulturforschung 2007 fühlten sich 26,4 Prozent der 11- bis 18-Jährigen der Snowboardszene zugehörig (Großegger & Heinzlmaier, 2007, S. 13). Somit hat sich der Anteil im Vergleich zu 2005 kaum verändert. Deutlich gestiegen ist hingegen der Anteil Computerszene auf 23,9 Prozent.

Heinzlmaier (2008, S. 15f) stellt bei der Timescout-Studie 2008 einen deutlichen Abschwung der Snowboardszene fest und begründet diese Entwicklung durch zu wenig kulturelle Innovation. Außerdem führe zu große Gleichförmigkeit über Jahre hinweg in der Regel dazu, dass sich vor allem der weniger engagierte und schwächer gebundene Rand der Szenen auf- und abzulösen beginnt. Darüber hinaus scheint laut Heinzlmaier (2008, S.16) die Freestyle-Philosophie, eine Philosophie, die auf Rebellion durch ästhetische Stilmittel setzt, nicht mehr dem Zeitgeist zu entsprechen. In Zeiten, in denen es wenig Polarisierung zwischen den Generationen gäbe, würden insbesondere Jugendkulturen in den Hintergrund rücken, die stark auf den Gegensatz zwischen individueller Freiheit und auf an Anpassung drängenden Institutionen setzen.

In dieser Vergleichsstudie der Szenezugehörigkeit von 2006 - 2008 wird der Rückgang der Snowboardszene deutlich. Auch in der Fitnessszene hat sich der Anteil der Zugehörigen stark verringert. Bis auf Fußball und Hip Hop hat in allen Szenen die Zugehörigkeit abgenommen. Sehr stark gewachsen ist 2008 die Fußballszene, die 2006 und 2007 eine sehr ähnliche Zugehörigkeit aufwies. Möglicherweise ist diese Entwicklung



auf die Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen, die im Untersuchungszeitraum in Österreich stattfand. Dieses Ereignis könnte den Rückgang in allen anderen Szenen erklären.

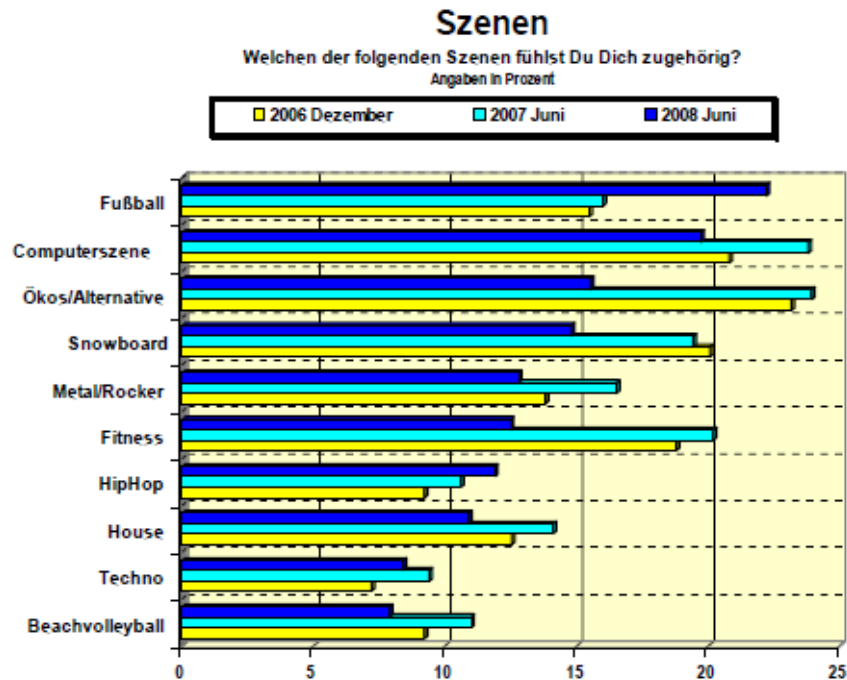


Abbildung 13: Szenezugehörigkeit 2006-2008 (Timescout, 10. Welle 2008)

Unterstützt wird diese Annahme auch durch die Ergebnisse der Untersuchung über die angesagten Szenen in Österreich im Jahr 2008. Laut dieser Studie finden 50 Prozent der Jugendlichen, dass Fußball im Jahr 2008 angesagt ist. Die Snowboardszene bekommt hier nur von ca. 22 Prozent der Jugendlichen Zustimmung.

Bei der 14. TIMESCOUT Welle, die von Dezember 2010 bis Jänner 2011 in Österreich durchgeführt wurde, stand unter anderem das Freizeit- und Sportverhalten der Jugendlichen im Alter von 11 - 39 Jahren am Programm. Diese Umfrage ergab, dass Snowboarden hinter Skifahren, Laufen/Joggen und Fitness an vierter Stelle bei den ausgeübten Sportarten liegt. Snowboarden wird jedoch als „angesagteste“ Sportart gesehen. 67 Prozent der 11- bis 19-Jährigen, 65 Prozent der 20- bis 29-Jährigen und 54 Prozent der 30- bis 39-Jährigen sind dieser Meinung. Somit liegt die Snowboard-Szene an 4. Stelle, bei den 11- bis 19-Jährigen sogar an zweiter Stelle. Skifahren kommt bei dieser Umfrage nur auf den 6. Platz (Timescout, 2011).

Bei der Jugendszeneanalyse 2009 (Heinzlmaier, 2012, S.8) erreicht die Snowboardszene mit ca. 20 Prozent Zugehörigkeit wieder einen ähnlichen Wert wie 2006 und liegt damit

an zweiter Stelle. Die Szenen Fitness und Beachvolleyball konnten im Vergleich zu 2008 sehr stark zulegen. Im Gegensatz dazu verringerte sich die Zugehörigkeit zur Computerszene sehr deutlich. Die Tatsache, dass sich die Zahl der Fußballfans wieder etwas verkleinert hat, unterstützt die Theorie vom Einfluss der Europameisterschaften im Jahr 2008. Laut Großegger und Heinzlmaier (2007) ist die Snowboardszene die bedeutendste Wintersportszene in Österreich und die am stärksten mit jugendkultureller Stilistik aufgeladene Jugendszene.

*Mindestens genauso wichtig wie das Beherrschen der sportlichen Technik ist hier die Fähigkeit, richtig mit stylischen Modeartikeln und angesagten Marken umgehen zu können. Darüber hinaus stehen die Snowboarder für den typischen jugendkulturell „coolen“ Habitus, dem das individuelle Spaß-Haben über gesellschaftliche Anerkennung geht. Snowboarder definieren sich über ihre Rolle als Rebellen des Alltags. Ihr Rebellentum bleibt aber in der Regel dem Terrain des Stilistischen verhaftet. (Heinzlmaier, 2011, S.238)*

Die Timescout-Studie 2010 zeigt sehr gut die Dynamik der Szenelandschaft. Laut dieser Untersuchung fühlen sich mehr als 25 Prozent der Jugendlichen der Fitnessszene zugehörig. Das bedeutet gegenüber 2008 und 2009 eine Steigerung um 100 Prozent. Auch die beiden Funsport-Szenen Beachvolleyball und Mountainbike genießen 2010 deutlich mehr Zuspruch als in den beiden Jahren zuvor. Dagegen kommt die Snowboardszene 2010 mit ca. 12 Prozent Zugehörigkeit nur mehr auf den 8. Platz. Interessant wäre hier, ob sich 2010 die Jugendlichen auch einer Freeski-Szene zugehörig fühlen würden, wenn es diese Auswahlmöglichkeit gegeben hätte, denn in den Funparks der Wintersportgebiete sind die Freeskier 2010 schon sehr häufig vertreten.

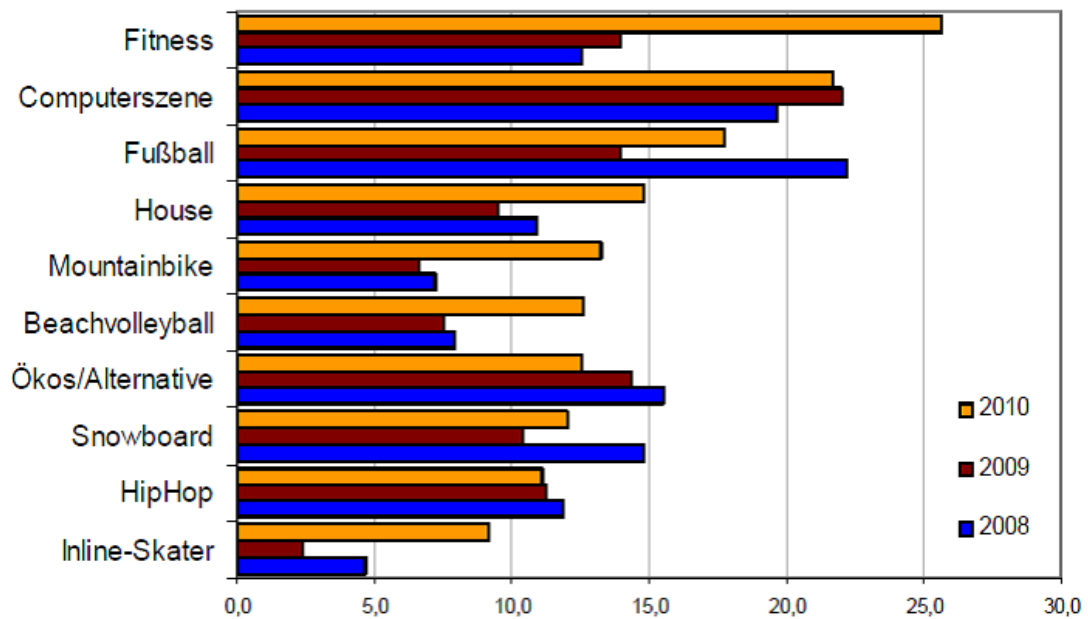


Abbildung 14: Szenelandschaft in Österreich von 2008-2010 (Timescout, 2010)

2011 fühlen sich 13 Prozent der 16- bis 19-Jährigen österreichischen Jugendlichen der Snowboardszene zugehörig. Mit mehr als 38 Prozent Zuspruch bleibt die Fitnessszene deutlich an der Spitze. Die Zugehörigkeit hat sich so gegenüber 2010 kaum verändert.

In der Studie von 2012 wird wieder die Szenezugehörigkeit der Jugendlichen aus Österreich und Deutschland verglichen. Hier zeigt sich, ähnlich wie bei der Studie aus dem Jahr 2005, dass sich in Österreich deutlich mehr Jugendliche der Snowboard-Szene zugehörig fühlen als in Deutschland. In beiden Ländern dominieren die Fitness- und Computerszene. Die Snowboardszene erreicht 2012 wieder eine ähnliche Zugehörigkeit wie im Vorjahr, wird aber bei dieser Untersuchung von Beachvolleyball und Mountainbike überholt. Möglicherweise hängt dieser Umstand mit dem Zeitpunkt der Befragung zusammen. 2011 wurde die Umfrage im November durchgeführt, 2012 von Mai bis Juni. Das lässt die Vermutung zu, dass die Szenezugehörigkeit zu Sportarten von der Jahreszeit abhängig ist.

Deklarierte Szene-Zugehörigkeit 16- bis 29-jähriger: Deutschland und Österreich im Vergleich  
 Mehrfachnennungen möglich

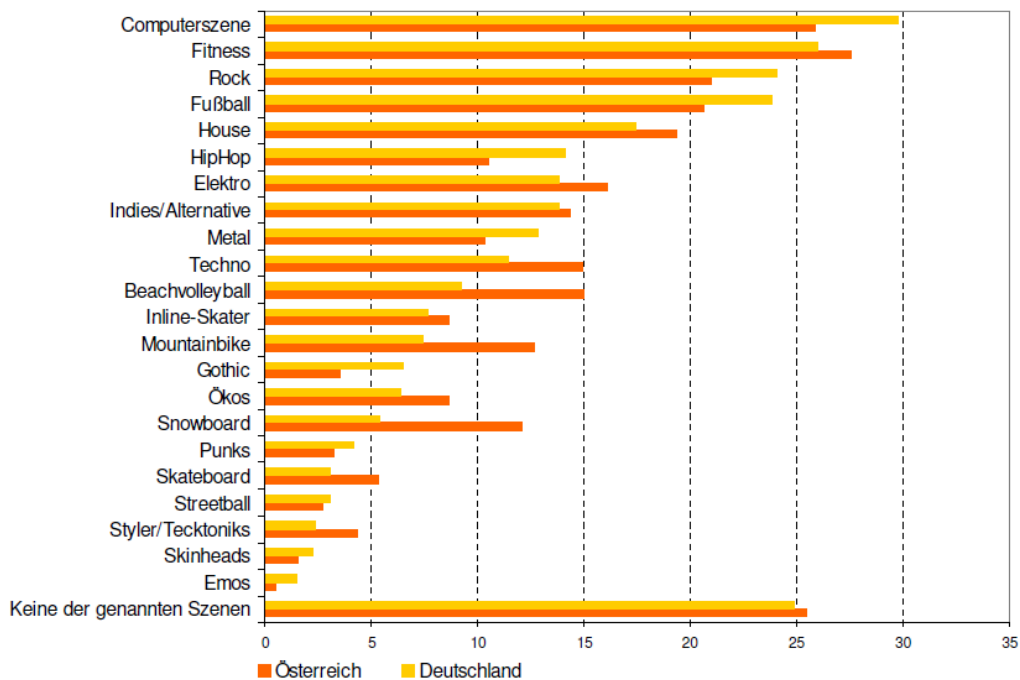


Abbildung 15: Szenezugehörigkeit 2012 (Großegger, 2012)

Die letzte Umfrage zur Szenezugehörigkeit von Jugendlichen in Österreich stammt vom September 2013 und brachte folgendes Ergebnis. An erster Stelle bleibt mit 24,4 Prozent die Fitnessszene, gefolgt von der Computerszene mit 19,6 Prozent. Die Snowboardszene kommt auf 8,3 Prozent und bleibt somit weiter hinter Beachvolleyball und Mountainbike. Auffällig ist die deutlich höhere Zugehörigkeit zu Snowboard bei den 11- bis 14-Jährigen mit 16,2 Prozent. Außerdem nimmt die Sympathie zur Snowboardszene mit zunehmendem Alter deutlich ab. Nur mehr 3,8 Prozent der 30- bis 39-Jährigen gehören der Szene Snowboard an. In den meisten Szenen sinkt die Zugehörigkeit mit dem Alter. Auch Großegger und Heinzlmaier (2004, S.10) erklären, dass ab dem Übergang in die Erwachsenenphase ein Bedeutungsverlust der Jugend Szenen einsetzt. Im Bereich der Snowboardszene hat dieser Rückgang möglicherweise andere Ursachen, die anhand der Analyse der Experteninterviews im Hauptteil untersucht werden.

Tabelle 1: Szenezugehörigkeit 2013 (Timescout, 2013)

Zugehörig	Geschlecht		Alter					Gesamt
	weiblich	männlich	11-14 Jahre	15-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre	30-39 Jahre	
Computerszene	9,5	31,3	24,3	26,4	15,1	19,5	13,6	19,6
Metal	4,1	11,0	9,5	9,7	6,9	4,5	6,5	7,3
Skinheads	,7	,4	3,4	0,0	0,0	,5	0,0	,6
Beachvolleyball	11,5	9,7	28,4	14,4	9,9	2,7	2,7	10,7
Skateboard	2,8	3,7	9,5	4,2	2,2	,9	1,1	3,2
Mountainbike	6,9	17,5	17,6	16,7	8,2	8,6	9,8	11,8
Punks	3,7	4,5	16,2	5,6	1,3	,9	0,0	4,1
Streetball	3,7	7,1	21,6	6,5	,4	1,8	1,1	5,3
Elektro	6,3	11,4	14,9	12,5	9,5	5,9	1,6	8,7
Ökos/Alternative	12,3	10,6	12,2	9,7	16,4	7,2	12,0	11,5
House	5,6	12,1	9,5	14,4	8,2	6,8	3,8	8,6
Gothics	2,0	5,2	10,8	3,7	2,2	1,8	1,1	3,5
HipHop	11,7	11,9	29,7	20,8	6,9	2,3	4,3	11,8
Alternative/Indie	12,5	12,3	20,3	15,3	13,8	8,6	5,4	12,4
Inline-Skater	6,0	7,5	14,9	7,4	3,9	5,4	4,3	6,7
Fitness	24,2	24,6	41,9	26,9	21,1	17,6	19,6	24,4
Fußball	5,0	23,7	27,0	16,7	12,5	9,0	6,5	13,7
Snowboard	7,8	8,8	16,2	9,3	7,3	6,8	3,8	8,3
Emos	1,1	4,5	8,1	5,1	1,3	,5	0,0	2,7
Styler/Tecktonics	2,8	1,9	9,5	2,8	1,3	,5	0,0	2,4
Straight Edge	2,2	4,1	12,2	4,6	,4	,9	0,0	3,1
Reggae	4,5	6,0	10,8	8,8	3,9	1,8	2,2	5,2
Veganer	5,6	5,4	12,2	4,2	4,7	3,2	5,4	5,5
Rock	12,5	17,2	20,3	18,5	11,6	15,4	8,7	14,7
Urban-/Street-Dance	3,7	3,4	12,2	6,0	,9	1,4	0,0	3,6



## **4 Empirische Untersuchung**

### **4.1 Methodik**

Um die Entwicklungen und Veränderungen des Snowboardsports zu beschreiben, bietet sich für diese Studie die Verwendung einer qualitativen Forschungsmethode an. Aktive Athletinnen und Athleten, Trainer/innen, Kenner/innen des Ausbildungswesens und Vertreter/innen der Wirtschaft haben einen sehr guten Einblick in die verschiedenen Teilbereiche einer Sportart und erlangen deshalb eine zentrale Position im Zuge dieser Untersuchung. Sie werden als Repräsentanten ihres Sports angesehen. Für das Aufzeigen von Entwicklungen und Veränderungen einer Sportart bietet sich bei diesem Thema das Experteninterview an.

„Bei *Experteninterviews* sprechen wir mit Menschen, die entweder im Umgang mit unseren Probanden Erfahrung haben (...) oder die über unseren Forschungsgegenstand besondere und umfassende Erfahrung haben“ (Atteslander, 2000, S. 152).

Expertinnen und Experten verfügen laut Gläser (2010) über ein besonderes Wissen, nämlich ein Wissen über die sozialen Kontexte, in denen man agiert. Dieses Wissen erlangen sie durch ihre unmittelbare Beteiligung.

Die Befragung der Experten erfolgt mit Hilfe des Leitfadeninterviews. Diese Methode der qualitativen Sozialforschung wird nach Gläser (2010) dann angewandt, wenn viele unterschiedliche Themen behandelt werden, die nicht durch die Antworten des Interviewpartners bestimmt werden sollen und auch einzelne Detailinformationen erhoben werden. Mit Hilfe des im Vorfeld formulierten Interviewleitfadens werden von den Experten bestimmte Daten gesammelt. Die Erfragung von subjektiven Informationen der Experten soll dabei eine objektive Einschätzung der Realität ermöglichen.

### **4.2 Durchführung und Auswertung der Interviews**

Die Interviews wurden mit Hilfe des im Vorfeld erstellten Interviewleitfadens durchgeführt. Dabei wurde teilweise die Reihenfolge der Fragen an die Interviewpartner bzw. an den Gesprächsverlauf angepasst. „Der Leitfaden wird flexibel und nicht im Sinne eines standardisierten Ablaufschemas gehandhabt, um unerwartete Themendimensionierungen durch den Experten zu unterbinden.“ (Meuser & Nagel, 2003, S. 58). Im Hinblick auf die

weitere Auswertung und der Generierung vergleichbarer Antworten wurden die Gespräche gesteuert.

*Der Leitfaden dient nicht nur dazu, die Befragten zu den für eine Organisation oder einen institutionellen Rahmen zentrale Themen hinzuleiten, und auf diese Weise den Expert(inn)en gegenüber ein ebenbürtiger Gesprächspartner zu sein; der Leitfaden wird auch dazu genutzt, die Vergleichbarkeit der Interviewtexte zu sichern.*

(Nohl, 2008, S.21)

Bei Fragen, wo die Interviewpartner besonderes Interesse zeigten, wurden die Gespräche durch immanentes und narrativ angelegtes Nachfragen vertieft, um das volle Erzählpotential auszuschöpfen (Nohl, 2008, S.22).

Beim Interviewleitfaden wurde zum Zwecke der empirischen Überprüfbarkeit auf die im Vorfeld formulierten Forschungsfragen Rücksicht genommen. Der zugrunde liegende Leitfaden findet sich im Anhang.

Zwischen dem 7.1.2014 und dem 29.1.2014 wurden sechs Interviews durchgeführt. Die Gespräche dauerten zwischen 20 und 82 Minuten und wurden mithilfe der Diktierfunktion eines Mobiltelefons aufgezeichnet. Vor dem eigentlichen Interviewstart wurden mit den Interviewpartnern allgemeine Gespräche geführt, um eine vertrauensvolle Gesprächsumgebung aufzubauen. Das gelang auch deshalb sehr gut, da dem Interviewer bis auf einen Gesprächspartner alle Experten bereits bekannt waren. Teilweise wurde im Anschluss der Interviews noch weiter über die Thematik gesprochen. Diese Gesprächsinhalte wurden bei der Auswertung der Ergebnisse jedoch nicht berücksichtigt. Im Anschluss an das jeweilige Interview erfolgte die wörtliche Transkription der Aufzeichnungen, denn laut Gläser & Laudel (2010) ist es sehr wichtig, so bald wie möglich Gedächtnisprotokolle bzw. die Interviewberichte anzufertigen. Auf aufwändige Notationssysteme wurde dabei entsprechend der Empfehlung von Meuser & Nagel (2002, S. 82f) verzichtet, da bei Experteninterviews geteiltes Wissen ermittelt wird.

Um Gemeinsamkeiten und vergleichbare Inhalte herausarbeiten zu können wurden die transkribierten Interviews genau analysiert, denn laut Schmidt (2003, S.448) beginnt die Bestimmung von Auswertungskategorien mit dem intensiven und wiederholten Lesen des Materials. Für Flick (2002, S.279) ist die qualitative Inhaltsanalyse eine der klassischen Vorgehensweisen zur Analyse von Interviewdaten. Die Verwendung von Kategorien ist



dabei ein wesentliches Kennzeichen und die Reduktion des Materials das oberste Ziel. Mit Hilfe des Leitfadens erfolgte die Zusammenfassung und Kategorisierung thematisch ähnlicher Bereiche. Das Ergebnis davon findet sich im Kapitel 5.4 Kategorien des Interviewleitfadens. Die Aussagen zu den einzelnen Kategorien wurden separat für jeden Interviewpartner zusammengefasst. Aussagen und Zitate wurden ebenso nach Interviewpartner getrennt den Kategorien thematisch zugeordnet. Mit Hilfe der Zusammenfassung der Aussagen wurde die Komplexität der Ergebnisse reduziert. Im Anschluss an die Zusammenfassung erfolgte die Interpretation. Dabei wurden die empirischen Ergebnisse mit dem theoretischen Kontext konfrontiert, um die Forschungsfrage beantworten zu können (Gläser & Laudel, 2010).

### **4.3 Entwicklung des Interviewleitfadens**

Mit Hilfe des Leitfadens sollte gesichert werden, dass keine wesentlichen Schwerpunkte des Themas während der Interviews ausgelassen werden können. Der Leitfaden wurde dabei in sechs Kapitel unterteilt:

#### **1. Einleitung**

Mit der ersten Frage über den Bezug zum Snowboardsport soll in erster Linie der Status der interviewten Person als Experte klar aufgezeigt werden. Es soll mit dieser allgemeinen offenen Frage ein angenehmes Gesprächsklima erzeugt werden. Im *Kapitel 5.5 Auswahl und Vorstellung der Interviewpartner* wird der Status der Experten für die vorliegende Untersuchung belegt.

#### **2. Entwicklungen und Veränderungen des Snowboardsports seit 1998**

Hier wird deshalb das Jahr 1998 gewählt, weil in diesem Jahr der Höhepunkt des Snowboardbooms anhand der verkauften Snowboards erreicht wurde. Ziel sind dabei erste vergleichbare Aussagen, die einen ersten Nachweis von Entwicklungen und Veränderungen ermöglichen. Außerdem sollen die Experten die Gründe für die sinkenden Verkaufszahlen erläutern.

### 3. Materialentwicklung

Die Auswirkungen von technischen Entwicklungen am Materialsektor werden bei diesem Thema speziell hinterfragt. Technische Innovationen, um die Attraktivität des Sports zu steigern, sind ebenfalls Thema bei diesem Teil der Befragung.

### 4. Einfluss auf die Skiindustrie

Bei diesem Kapitel werden die Experten über die Einflüsse des Snowboardens auf die Skiindustrie und deren Folgen befragt. Hier sollen die Experten aufzeigen, aufgrund welcher wesentlichen Entwicklung das Skifahren für viele Snowboarder/innen wieder interessant wurde.

### 5. Alpin-Snowboardfahren

Die Experten sollen bei diesem Thema die Ursachen aufzeigen, warum diese Teildisziplin des Snowboardsports nicht mehr attraktiv ist und ob dieser Bereich in Zukunft wieder einmal Chancen auf Zuwächse haben kann.

### 6. Zukunft des Snowboardsports

Hier wird die persönliche Einschätzung der Experten über die Zukunft des Snowboardsports erforscht. Bei diesem spekulativen Teil der Befragung geht es vor allem darum eventuelle Gemeinsamkeiten bei den Prognosen der Experten hervorzuheben.

## *Der Leitfaden*

- 1) Einleitung
  - a) Erzählen Sie mir bitte etwas über Ihren persönlichen Bezug zum Schneesport?
- 2) Entwicklung und Veränderung des Snowboardsports seit 1998
  - b) Wie hat sich der Snowboardsport in den letzten 15 Jahren entwickelt?
  - c) Welche maßgeblichen Veränderungen seit 1998 fallen Ihnen konkret ein?
  - d) Der Snowboardsport erreichte Ende der 90er-Jahre seinen Höhepunkt. Welche Gründe fallen Ihnen ein, warum sich die Verkaufszahlen in Österreich von ca. 75000 Boards 1998 auf ca. 35000 in der Saison 2012/13 verringerten?

- 3) Materialentwicklung
  - a) Wie haben sich die technischen Entwicklungen am Materialsektor (Einteilung in Camber-Boards, Rocker-Boards, No-Camber-Boards) auf den Snowboardsport ausgewirkt?
  - b) Kann man bei der Materialentwicklung noch auf neue Innovationen hoffen, die die Attraktivität des Snowboardens für alle Altersgruppen steigern?
  
- 4) Einfluss der Skiindustrie auf den Snowboardsport
  - a) Die Skiindustrie baut immer breitere Skier und verwendet nun auch die Rocker-Technologie. Wie wirkt sich diese Entwicklung auf den Snowboardsport aus?
  - b) Verkaufszahlen aus der Skiindustrie belegen, dass die Nachfrage nach Freeski-Material immer größer wird. Wie wirkt sich diese Entwicklung auf den Snowboardsport aus?
  
- 5) Alpin-Snowboardfahren?
  - a) Wohin geht die Entwicklung beim Alpin-Snowboardfahren?
  - b) Welche Gründe fallen Ihnen ein, warum man auf den Pisten kaum mehr Hardbootfahrer/innen sieht?
  - c) Sehen Sie beim Alpin-Snowboardfahren Chancen für ein „Comeback“?
  
- 6) Zukunft des Snowboardsports
  - a) Wie sieht die Zukunft des Snowboardsports aus?
  - b) Wohin entwickelt sich der Snowboardsport?

Bei allen Interviews kam derselbe Leitfaden zum Einsatz. Die Reihenfolge des Leitfadens konnte aufgrund spezieller Themeninteressen der Experten nicht eingehalten werden, was aufgrund der offenen Fragestellung bewusst in Kauf genommen wurde. Es ist gelungen, von allen Experten zu sämtlichen Fragestellungen des Leitfadens eine Antwort zu bekommen.

#### 4.4 Kategorien des Interviewleitfadens

Zur leichten Auswertung der leitfadengestützten Experteninterviews wurde ein Kategoriensystem erstellt. Dieses System gliedert sich in 5 Hauptkategorien, welche jeweils in ein bis zwei Unterkategorien unterteilt sind.

*Tabelle 2: Übersicht Kategorienbildung*

Kategorie	Subkategorie
Kategorie 1 Entwicklung und Veränderung des Snowboardsports	a: Veränderungen seit 1998 c: Gründe für sinkende Verkaufszahlen
Kategorie 2 Materialentwicklung	a: Auswirkungen auf den Snowboardsport b: Innovationen
Kategorie 3 Einfluss der Skiindustrie	a: Folgen für den Snowboardsport
Kategorie 4 Alpin-Snowboarden	a: Gründe für das Desinteresse b: Chancen
Kategorie 5 Prognosen	

#### 4.5 Auswahl und Vorstellung der Interviewpartner

Bei der Wahl der Interviewpartner wurde berücksichtigt, dass die Experten aus den verschiedenen Teilbereichen des Snowboardsports zu Wort kommen. Nach Gläser und Laudel (2010) haben nur die unmittelbar Beteiligten dieses Expertenwissen und jeder von ihnen hat aufgrund seiner individuellen Position und seiner persönlichen Beobachtungen

eine besondere Perspektive auf den zu untersuchenden Sachverhalt. Folgende Anforderungen wurden dabei an diese Personen gestellt:

- Erfahrung als Wettkampfsportler/in im Snowboardsport
- Erfahrung als Trainer im Snowboardsport
- Kenntnisse der Entwicklung des Snowboardsports der letzten 20 Jahre
- Vertreter/in der Wintersportindustrie
- Erfahrung im Ausbildungs- und Verbandswesen des Snowboardsports
- Kenner/in der Snowboardszene

Trotz der guten Kontakte in die Snowboardszene ist es nicht gelungen auch weibliche Expertinnen für diese Forschung zu interviewen. Das ist auf die starke Dominanz männlicher Trainer, Athleten und Vertreter der Industrie im Snowboardsport zurückzuführen. Das Ausbildungs- und Verbandswesen ist ebenfalls sehr stark männerdominiert.

Die nachfolgende Vorstellung der Interviewpartner wurde einerseits mit Hilfe der Transkriptionsauswertung zur ersten Frage des Leitfadens erstellt. Dabei beschreiben die Experten ihren Bezug zum Schneesport und belegen damit ihre Eignung als kompetente Gesprächspartner für die vorliegende Arbeit. Zwei Experten verfügen aufgrund ihrer Bekanntheit über eine eigene Homepage. Diese Homepages wurden zum Nachweis der sportlichen Erfolge dieser Experten besucht. Bis auf einen stammen alle Männer aus dem persönlichen Bekanntenkreis. Diese Tatsache ergab sich aufgrund der eigenen langjährigen beruflichen Tätigkeit im Snowboardsport. Die Reihenfolge der Nennung der Experten ergibt sich aufgrund des zeitlichen Ablaufs der durchgeführten Interviews und wird in dieser Systematik auch bei der Auswertung der Kategorien beibehalten.

#### *Experte 1:*

E1 stammt aus dem persönlichen Bekanntenkreis. Nach Klärung der Rahmenbedingungen wurde das Interview aufgrund der örtlichen Distanz im Rahmen eines Skype-Telefonats durchgeführt.

E1 berichtet dabei über seine ersten Kontakte mit einem Snowboard als 11-Jähriger, über seinen Weg durch die österreichische Snowboardlehrer/innen-Ausbildung und über das Unterrichten am Arlberg im Bundessportheim in Zürs. Seit 2000 ist E1 als Profi-Freerider

in der ganzen Welt unterwegs. In dieser Zeit gewann er mehrere Wettbewerbe. 2008, 2011 und 2012 erreichte er jeweils den 3. Platz in der Gesamtwertung der Freeride-Worldtour. In der Saison 2013/14 war er Sieger der österreichischen Meisterschaften. E1 ist außerdem ein Mitglied des Ausbildungsteams der österreichischen Snowboardlehrausbildung.

### *Experte 2*

E2 stammt ebenfalls aus dem Bekanntenkreis und war langjähriger Kollege bei diversen Ausbildungsverbänden. Das Interview fand in dessen Büro am Institut für Sportwissenschaften in Wien statt. E2 hat 1986 mit dem Snowboarden begonnen, als es sich dabei noch um eine Außenseitersportart handelte. Sein erstes Snowboard konnte er damals noch gar nicht in Österreich kaufen. Er berichtet von der damaligen Ausgrenzung auf den österreichischen Pisten. 1992/93 nahm er an der zweiten Lehrwarteausbildung teil. Aufgrund seiner sehr guten Leistungen wurde ihm nahe gelegt sich in diesem Bereich zu betätigen. Mit dem Beginn des Sportstudiums begann für E2 auch seine Tätigkeit im Ausbildungsbereich des Snowboardens, zum einen am Universitätssportinstitut Wien, zum anderen beim Wiener Ski- und Snowboardlehrerverband. Parallel dazu nahm E2 auch an zahlreichen alpinen Wettkämpfen, Landesmeisterschaften, Staatsmeisterschaften und internationalen Bewerben teil. E2 war auch als Ausbilder bei der staatlichen Snowboardlehrer- und Snowboardtrainerausbildung aktiv. Mitte der 2000er Jahre bekam E2 durch seine Tätigkeit als Key-Account Manager bei der Firma HEAD einen guten wirtschaftlichen und materialtechnischen Einblick in die Szene. Mittlerweile arbeitet E2 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sportwissenschaften. Dabei ist er auch für die Planung und Durchführung von Lehrveranstaltungen mit Schwerpunkt Snowboard verantwortlich.

### *Experte 3*

Der Kontakt zu E3 wurde über E4 hergestellt. Dieses Interview wurde auch im Rahmen eines Skype-Telefonats durchgeführt und aufgezeichnet. E3 selbst bezeichnet sich als Snowboarder/in der 1. Generation. Da ihn das Skifahren und der Skirennsport nicht mehr gereizt haben, begann er 1988 mit dem Snowboarden. Über einen Schulkollegen ist E3 dann zufällig zum Rennfahren gekommen. Nach bestandener Matura startete E3 in der Saison 94/95 seine Profikarriere und kann zahlreiche Erfolge vorweisen. 24 Einzelsiege auf der ISF World Pro Tour, fünf Europameistertitel und drei Gesamt-Tour-Siege. Nach

dem Wechsel zur FIS wurde er 2003 FIS-Weltmeister, gewann 14 FIS-Weltcuprennen und war insgesamt 34 Mal auf dem FIS Weltcup-Podium. 2005 und 2009 wurde er Weltcup-Gesamtsieger und 2006 gewann E3 die Bronzemedaille bei den Olympischen Spielen in Turin. 2004 gründete er die Firma SG-Snowboards. Ein paar Wochen nach dem durchgeführten Interview beendete E3 nach 20 Jahren seine aktive Rennkarriere.

#### *Experte 4*

Bei E4 handelt es sich um einen Kollegen des Ausbildungsteams der staatlichen Snowboardlehrausbildung. Auch dieses Interview wurde mit Hilfe eines Skype-Telefonats durchgeführt. E4 startete in den frühen 90er-Jahren mit dem Snowboarden. Er absolvierte die staatliche Snowboardlehrer- und Trainerausbildung und begann nach Abschluss des Sportstudiums Ende der 90er-Jahre bei einem großen Marktführer der Snowboardbranche als freier Mitarbeiter zu arbeiten. Von dort führte ihn sein Weg zum Österreichischen Skiverband, wo E4 mittlerweile als Nationaltrainer des Parallel-Weltcup-Teams arbeitet. Beim den diesjährigen Olympischen Spielen in Sotchi gewann eine von ihm betreute Athletin die Goldmedaille im Parallel-Slalom.

#### *Experte 5*

E5 stammt aus dem Bekanntenkreis. Das Interview fand im Büro des Arbeitgebers von E5 in Schwechat statt. Er ist seit Beginn der 90er Jahre in der Wintersportszene aktiv. Nach seiner anfänglichen Tätigkeit als Ski- und Snowboardlehrer wechselte er nach dem Sportstudium 2000/2001 zur Firma HEAD und arbeitet dort als Marketingleiter. Aufgrund dieser Referenzen gilt E5 als kompetenter Vertreter der Wintersportindustrie.

#### *Experte 6*

E6 stammt ebenfalls aus dem Bekanntenkreis und betreibt seit 1993 ein Snowboardgeschäft in Wien. Das Gespräch fand in den Räumlichkeiten des Geschäftslokals von E6 statt. E6 hat das Snowboarden erstmals 1981 auf selbstgebastelten Boards probiert. Er zählt damit definitiv zu den ersten Snowboardern Österreichs. 1985/86 konnte E6 sein erstes Snowboard kaufen. Nachdem er schon seit mehr als 20 Jahren ein Snowboardgeschäft betreibt und ebenfalls als österreichischer Pionier dieser Sportart bezeichnet werden kann, ist dieser Experte in jedem Fall ein Gewinn für die Bearbeitung dieses Themas.





## 5 Auswertung der Interviews

### 5.1 Entwicklung und Veränderung des Snowboardsports

#### 5.1.1 Veränderungen seit 1998

##### *Experte 1*

E1 erwähnt dabei gleich zu Beginn den Untergang des Alpinrennsports und die Aufnahme der Sportart bei den olympischen Spielen. Ebenso spricht er den Boom des Freeridesports an. Trotz dieser Entwicklungen erkennt E1 einen Rückgang in der Masse, eine hohe Diversifikation und unendlich viele Marken, die auf dem Markt bestehen wollen. (E1: Zeile 26 - 32)

##### *Experte 2*

E2 spricht zu Beginn die starke 3-Teilung der Produktionsbereiche in Freestyle, All-Mountain und Race rund um 1998 an, wobei für ihn in der Kategorie Raceboards der Zenit zu dieser Zeit schon überschritten bzw. rückläufig war. (E2: Zeile 59 - 62) Er erwähnt aber dabei: *„Ich kann mich erinnern, dass das sehr regionsspezifisch war. In den eher flachen Gletscherskigebieten hat man wahnsinnig viele Raceboarder gesehen, vor allem auch noch aus Deutschland. Die Einheimischen, vor allem die Tiroler und Vorarlberger sind damals schon fast gänzlich auf den Freestylebereich umgestiegen. Also das ist das eine, dass sich der Raceboard-Bereich quasi selbst eliminiert hat“* (E2: Zeile 62 - 68). Hingegen spricht er im Rennsportbereich beim Raceboarden von einer interessanten Entwicklung, da dieser eigentlich einen Aufstieg erzielt hat (E2: Zeile 72 - 73). Hier gäbe es eine sehr starke Förderung, im Vergleich dazu, wie gering die Sportart eigentlich ausgeübt wird (E2: Zeile 79 - 80). Als Experte im Schulungsbereich erwähnt er auch, dass in diesem Bereich die Ausbilder sehr lange auf Raceboards unterwegs waren, obwohl das eigentlich nicht mehr die Erfordernisse des Markts waren. Dazu zählt er sich auch (E2: Zeile 81 - 83). Für E2 hat sich der Bereich der Aus- und Fortbildung stark verändert: *„Es gibt zwar immer noch viele Leute, die auf Kurse fahren, aber eher auf Camps, wo sie frei sind und am Abend nicht irgendwelche Vorträge haben oder am Schluss irgendwelche Prüfungen machen müssen.“* (E2: Zeile 97 - 100) Aus Sicht von E2 sind die Snowboarder in den letzten Jahren jünger geworden und im Fortgeschrittenen- bzw. Profibereich erkennt er mehr Verantwortungsbewusstsein. Das ist für E2 aber ein

genereller Trend im Wintersport, der von den Medien gepusht wird (E2: Zeile 101 - 104). Außerdem erkennt E2: „*dass ein Skigebiet, das Rang und Namen hat, einen gut geshapten, gut ausgebauten und gut strukturierten Park haben muss. Wenn ich zurückschaue zwischen 2002 und 2005, da hat es das nicht in dieser Form gegeben.*“ (E2: Zeile 107 - 109) Ebenso erkennt E2 aufgrund der Altersstruktur eine stärkere Hinwendung in Richtung Skifahren: „*Alle wirklichen Profi-Snowboarder, die ich aus meiner Zeit kenne, da fällt mir jetzt nicht einmal eine Ausnahme ein, sagen, dass sie jetzt auch wahnsinnig gerne Skifahren gehen.*“ (E2: Zeile 115 - 117) Auf E2 selbst trifft das nur dann zu, wenn er mit seinen Kindern unterwegs ist, da das Helfen und Liftfahren leichter mit Skiern funktioniert (E2: Zeile 120 - 121). Generell erkennt auch E2 den Trend in Richtung Freeriden (E2: Zeile 123 - 124). E2 meint ebenso:

*dass dieser ganz massive Freestylebereich bzw. die Entwicklung hin zu immer wilderen Sprüngen über immer höhere Kicker, über immer größere Weiten, über immer härtere Landezonen etwas ist, was eine Sportart töten kann.....Wenn man nur cool ist, wenn du etwas machst, was 99,8 Prozent der Sportler nie in ihrem Leben zusammenbringen werden, dann hat das einen gewissen Frustbereich. (E2: Zeile 125 - 131)*

### *Experte 3*

Für E3 war 1998 der Höhepunkt des Alpinsnowboardens, weil es zu dieser Zeit zum ersten Mal bei den olympischen Spielen dabei war. Zu dieser Zeit lernte E3 auch Jake Burton kennen, welcher damals noch im Top-Management seiner Firma saß (E3: Zeile 101 - 105).

*In den nächsten 2-3 Jahren hatte sich da aber viel verändert, weil die Snowboardfirmen immer größer wurden und somit auch die Umsätze. Die Produktlinie wurde immer umfangreicher. Im Laufe der Jahre wurde immer mehr von den Hard goods (Board, Bindungen, Schuhe) auf Soft goods, also Bekleidung, Rucksäcke, Taschen usw. umgestellt. Damals hat dann auch schon ein Top-Manager von Burton gesagt, die Snowboards sind zwar nett und schön, aber das Geld machen wir mit*

*der Bekleidung und Mode. Man hat das dann auch dahingehend bemerkt, dass nicht mehr die Snowboard-Interessen im Marketing relevant waren sondern immer mehr die Finanzinteressen. Da hat man dann nicht mehr entschieden, was ist gut für den Sport, sondern was ist gut um Geld zu machen. Gegipfelt hat das alles dann darin, dass alle großen Firmen aufgehört haben Alpinboards zu erzeugen und anzubieten. (E3: Zeile 105-116)*

E3 ist von 1998-2002 aufgefallen, dass nicht mehr Snowboarder/innen die Snowboardfirmen gemanagt haben, sondern Manager aus Banken und Modekonzernen (E3: Zeile 132 - 134). Für E3 sieht man heute das Resultat auf der Piste. Es gibt weniger Snowboarder/innen und die man sieht, sind keine guten Snowboarder/innen. Vor 15 Jahren, Mitte der 90er Jahre, gab es laut E3 fast 50% Snowboarder/innen auf den Pisten und viele davon hatten ein gutes Niveau. Für E3 hat sich der Snowboardsport ein wenig „vermcdonaldisiert“ (E3: Zeile 139 - 146). Viele betrieben den Sport nur, weil er Trend geworden ist und um cool zu sein. Diese Entwicklung war laut E3 sportlich gesehen schlecht, aber für das Business super (E3: Zeile 152 - 157). Für E3 hat sich allgemein das Snowboarden vom Riding zum Spielen hin entwickelt. E3 meint, dass Snowboarden mehr „Playground“ geworden ist als technisch anspruchsvolles Fahren. (E3: Zeile 285 - 290)

#### *Experte 4*

Für E4 hat sich das Snowboarden ganz klar in Richtung Fun-Sport, dem Freestyle-Sport, dem Individualismus entwickelt. Das Engagement der Industrie im Bereich Softboots, Freestyle, Park und Freeride ist stärker in den Vordergrund getreten. Hardboot-Fahrer/innen sind eine Seltenheit geworden. E4 meint, dass Snowboarden keine schlechte Entwicklung genommen hat. Für E4 ist der Professionalismus und die Einstellung, wie man an das Snowboarden herangeht stark gestiegen (E4: Zeile 37 - 52).

*Ich denke, dass der Snowboardsport, so wie er sich entwickelt hat, sehr wohl auch den restlichen Wintersport ein bisschen mitbeeinflusst hat. Man möge sich einmal nur die Bekleidung anschauen, die mittlerweile im Wintersport „up to date“ ist. Alles ist ein bisschen in Richtung Spirit und Freestyle gegangen und damit marktbeherrschend. Ich komme noch aus einer Zeit, wo man Snowboarden gegangen ist um anders zu*

*sein. Mittlerweile hat sich dieser wesentliche zentrale Punkt sicher stark abgeschwächt, denn es geht nicht mehr darum anders zu sein, sondern darin gut zu sein, was man tut. (E4: Zeile 54 - 61)*

#### *Experte 5*

E5 sieht beim Snowboarden Ende der 80er einen gewissen Trend, der von der Windsurfszene umgeschlagen hat und das vor allem im Freestylebereich. Mitte der 90er-Jahre sieht E5 eine Verlagerung in Richtung Hardboots und Race-Bereich, welche dann rasch wieder zurückgegangen ist und ab 2000/2001 ging es dann voll in Richtung Freestyle. E5 stellt fest, dass Ende der 90er das Snowboarden auch in den Schulen immer interessanter wurde (E5: Zeile 20 - 33).

#### *Experte 6*

Für E6 gab es früher mehr Snowboarder/innen am Berg, da Snowboarden noch aus zwei Sportarten bestand. Softboot- und Hardboot-Fahren. Das hat sich in den Verkaufszahlen niedergeschlagen. Der komplette Alpinmarkt ist aber weggefallen und jetzt gibt es nur mehr das klassische Freestylen und dadurch weniger Snowboarder/innen (E6: Zeile 20 - 27).

### **Zusammenfassung**

Alle Experten stellen einen deutlichen Rückgang bei der Anzahl der Snowboarder/innen bzw. das Wegfallen des Alpin-Snowboardens fest. Das Engagement der Industrie im Bereich Softboots, Freestyle, Park und Freeride ist stärker in den Vordergrund getreten. Der Trend beim Snowboarden geht für die Experten klar in Richtung Freeriden. Die Zahl der Ausübenden ist deutlich zurückgegangen. Hingegen gab es in den letzten 15 Jahren eine deutliche Zunahme an Funparks, welche aber sowohl mit Skiern als auch mit Snowboards befahren werden. Mit zunehmendem Alter können die Experten eine Zuwendung zum Skifahren feststellen. Zwei Experten meinen, dass sich das Verantwortungsbewusstsein und die Professionalität der Snowboarder/innen sehr positiv entwickelt haben. Ein Experte meint, dass das Niveau der Snowboarder/innen auf der Piste deutlich schlechter geworden ist.

## **Interpretation**

Obwohl bei den diesjährigen Olympischen Spielen in Sotchi mit dem Parallel-Slalom eine weitere Alpin-Disziplin in das Programm aufgenommen wurde, sind sich alle Experten darüber einig, dass das Alpin-Snowboarden in den letzten 15 Jahren im Breitensportbereich in die Bedeutungslosigkeit verschwunden ist. Im Snowboardsport und dessen Industrie dreht sich alles nur mehr um die Themen Freestyle und Freeride. Diese Meinung wird auch von der Szene-Medienlandschaft bestätigt. So schreibt etwa Rémi Forsans (2010a) im Magazin „Boardsport Source“, eine der wichtigsten Informationsquellen der europäischen Snowboardhändler, dass sich der Snowboard-Markt seit den 90er drastisch verändert hat. Der Sport ist für ihn nun zur Ruhe gekommen und hat drei Strömungen mit drei ganz unterschiedlichen Boards hervorgebracht: Freeriden, Alpin und Freestyle. 1998 habe sich Freestyle im Rahmen der Olympischen Spiele in Nagano der Welt vorgestellt, obwohl der zu dieser Zeit bekannteste Freestyler Terje Haakonsen seine Teilnahme an den Spielen verweigerte. Laut Forsans (2010a) sorgten sich viele Rider/innen, dass die Spiele ihre Kultur verändern würden. Doch das Snowboarden führte für Forsans (2010a) den Wintersport von seiner konservativen Vergangenheit weg, weil es sowohl Lifestyle als auch Repräsentation des Sports vollkommen neu definierte.

Mit dem neuen Jahrtausend begann für Forsans (2010a) die Freestyle-Ära und zwar nicht nur im Schnee. Freestyle distanzierte sich von den bisher gültigen und anerkannten Regeln und ermöglichte seinen Teilnehmern und Teilnehmerinnen Kreativität und Innovation. Freeriden ist für Forsans (2010a) die Möglichkeit, sein Anderssein auszudrücken. Es verkörpere individuelle Freiheit und den Wunsch, mit der Natur im Einklang zu sein. Beide Sportarten verdrängten schon nach kurzer Zeit das Alpin-Snowboarden, welches für Forsans schon seit der Jahrtausendwende auf dem Sterbebrett lag. Auch von den Experten wurde das Aussterben des Alpin-Snowboardens als wesentliche Veränderung erwähnt.

### **5.1.2 Gründe für sinkende Verkaufszahlen**

#### *Experte 1*

Für E1 ist die unglaubliche Konkurrenz an Sportarten, die man heute betreiben kann ein Grund für die sinkenden Verkaufszahlen. Da diese Sportarten entsprechendes Geld kosten, können sich die Leute einfach nicht mehr alle leisten. Da Snowboarden seine

Pionierrolle von früher verloren hat, stürzen sich die Menschen jetzt auf anderen Sportarten. Ein weiteres Argument ist für E1 die Tatsache, dass der Wintersport immer mehr zum Elitesport wird, welches auch von den Medien immer mehr reflektiert wird. Snowboarden hat für E1 außerdem das neue coole Image verloren, weil Trendsportarten einfach nicht ewig cool bleiben (E1: Zeile 119 - 135).

#### *Experte 2*

Laut E2 haben die Medien das Image des Sports durch ihre Berichterstattung sehr beeinflusst. Im Bereich der Produzenten gab es eine Marktberreinigung, welche sich auch auf die Verkaufszahlen ausgewirkt hat. Die Tatsache, dass Skifahren wieder cool geworden ist, bezeichnet E2 auch als wesentlichen Faktor, obwohl auch bei den Verkaufszahlen im Skibereich und bei den Skitagen pro Saison ein Rückgang zu erkennen ist. Snowboarden ist heute nicht mehr so angesagt, generell ist laut E2 der Outdoor-Sport bei den jüngeren Generationen nicht etwas, was so erstrebenswert bzw. cool ist. Außerdem ist dieser Sport teuer (E2: Zeile 138 - 145).

#### *Experte 3*

Laut E3 gingen die Verkaufszahlen so deutlich zurück, weil: *„...es damals einfach eine Boom-Zeit war. Heute würde man es vielleicht vergleichen mit einer Blase an der Börse. Das war was Neues und Cooles und jeder kauft, kauft, kauft.“* (E3: Zeile 247 - 249) Für E3 hat sich der Markt *„gesund geschrumpft“* (E3: Zeile 259). In dieser Sturm-und Drangzeit haben sich viele ein neues Equipment gekauft, mit dem sie dann fünf bis zehn Jahre lang gefahren sind, weil die Ausrüstung viel Geld gekostet hat. Wenn man dann auch noch Kinder bekommt, fehlt laut E3 dann auch oft das Geld für eine neue Ausrüstung (E3: Zeile 263 - 271). Die Konkurrenz der Free- und New-School-Skier sieht E3 auch als Problem für die Snowboardindustrie (E3: Zeile 161 - 163).

#### *Experte 4*

Ein wesentlicher Grund ist für E4 die Tatsache, dass der absolute Hype des Snowboardens einfach vorbei ist. Außerdem werden die Verkaufszahlen durch die generelle wirtschaftliche Lage beeinflusst (E4: Zeile 68 - 70).

*Wenn man heute Wintersport betreibt, hat man nicht nur das Snowboarden vor sich sondern einerseits das Tourenskifahren, andererseits das Skifahren in der Pipe und im Park und das Skifahren auf der Piste. Ich denke, dass es eine hauswirtschaftliche Angelegenheit*

*ist, ob und wie viele Sportgeräte man sich anschaffen kann. Im Bereich der Jugendlichen, die sicher für die verschiedensten Wintersportarten offen sind, wird es in einem Jahr ein Snowboard geben und im nächsten Jahr dann vielleicht einen Freestyle-Ski. (E4: Zeile 72 - 79)*

#### *Experte 5*

E5 sieht einen Grund für die sinkenden Zahlen im Aufkommen des Freestylens beim Skifahren ab 2003/2004. Er meint aber: *„Wenn man jetzt wahrscheinlich hergehen würde und Skifreestyle mit dem Snowboardmarkt zusammenzählen würde, oder vielleicht auch mit den Ausübenden, dann kommt man vielleicht in Summe auf ähnliche Gesamtzahlen.“* (E5: Zeile 35 - 38) Das Mitwachsen der Sportlergruppe mit dem Sport muss man laut E5 ebenfalls beachten: *„Viele, die in den 90er Jahren in den Snowboardbereich gekommen sind, sind vor allem viele Skiumsteiger, die aber dann so mit 40 Jahren wieder zum Skifahren zurückgegangen sind und die dann fehlen.“* (E5: Zeile 40 - 43) E5 spricht von einem bereinigten Markt, wo man von klein auf entweder in den Ski- oder in den Snowboardbereich geht (E5: Zeile 43 - 44). Für E5 ist die Erstgeneration vom damaligen Hype des Snowboardens sukzessive weggebrochen bzw. wieder zurück zum Skifahren gegangen (E5: Zeile 53 - 55). Die finanzielle Belastung sieht E5 nicht als Grund für die sinkenden Verkaufszahlen, denn Ski- und Snowboardausrüstungen sind in den letzten 20 Jahren real gesehen günstiger geworden. Für E5 ist eher die Bereitschaft der Leute zurückgegangen für Wintersport Geld auszugeben. Außerdem sei Skifahren und Snowboarden mit einem gewissen arbeitsmäßigen Aufwand (Auto einpacken, warm anziehen, usw.) verbunden und dafür sind viele Leute einfach zu bequem. Bei Kindern mit Migrationshintergrund kommt laut E5 noch dazu, dass Wintersport eben kein Kulturgut ist (E5: Zeile 184 - 200).

#### *Experte 6*

Für E6 hat es den Einbruch der Verkaufszahlen 1998 definitiv nicht gegeben. Im Geschäft von E6 sind die Verkaufszahlen bis 2003/2004 eigentlich stärker geworden. E6 erklärt das damit, weil sich viele Sportgeschäfte im Gegensatz zu seinem Geschäft vom Snowboarden distanziert haben. Den Einbruch auf dem Komplettmarkt begründet E6 mit

dem Wegfallen des Jugendsports und der Jugendförderung. Durch das Streichen vieler Schulsikikurse ist der Zugang zum Wintersport schlechter geworden (E6: Zeile 30 - 36).

*Wenn du nicht mit 10 -12 Jahren den ersten Kontakt mit Wintersport hast, wirst du ihn wahrscheinlich auch später nicht schaffen....Es fehlt ganz einfach die breite Masse, die von unten nachrückt. Der ältere Snowboarder, der zuerst Skifahren gelernt hat, hat dann irgendwann einmal gesagt, dass ihn Skifahren nicht mehr interessiert. Der wollte einfach wieder etwas Neues machen und ist aber vielleicht wieder zum Skifahren zurückgewandert. Die, die mit dem Snowboarden gleich begonnen haben, die sind eigentlich dabei geblieben. Aber es fehlt ganz einfach die Jugend, die nachrutscht. (E6: Zeile 36 - 44)*

E6 stellt auch fest, dass alle Snowboarder/innen, welche jetzt Kinder haben und die auch noch Skifahren gelernt haben, mit den Kindern erst einmal Skifahren lernen und deshalb auch wegfallen, obwohl das laut E6 nur ein kleiner Prozentsatz ist (E6: Zeile 53 - 58).

## **Zusammenfassung**

Generell erklären die Experten den Rückgang der Verkaufszahlen damit, dass Snowboarden nicht mehr so angesagt wie früher ist. Die Marktbereinigung im Bereich der Industrie und die allgemeine wirtschaftliche Lage haben sich auch auf die Verkaufszahlen ausgewirkt. Weitere Gründe sehen die Experten im Überangebot an Sportarten und durch die Abwanderung in Richtung Skifahren. Die Menschen steigen einerseits wieder auf die Skier, weil es im zunehmenden Alter einfach bequemer ist und weil sie mit ihren Kindern erst einmal Skifahren lernen wollen. Andererseits ist das Skifahren durch das Aufkommen der Freestyle- und Freerideskier auch für jüngere Leute wieder cool geworden. Einen allgemeinen Rückgang beim Wintersport erkennt der Großteil der Experten aufgrund der großen finanziellen Belastung bzw. an der geringeren Bereitschaft, für Wintersport Geld auszugeben. Für die zunehmende Anzahl der Kinder mit Migrationshintergrund spielt Wintersport ebenfalls keine Rolle.



## Interpretation

Grundsätzlich kann man als aufmerksame/r Wintersportler/in feststellen, dass sich dieser Tage auf jeden Fall weniger Snowboarder/innen in den Skigebieten bewegen als noch vor 15 Jahren. Snowboarden ist nicht mehr so angesagt wie es schon einmal war. So zeigt beispielsweise eine Studie der T-Factory Trendagentur zum Thema Szenezugehörigkeit folgende Entwicklung:

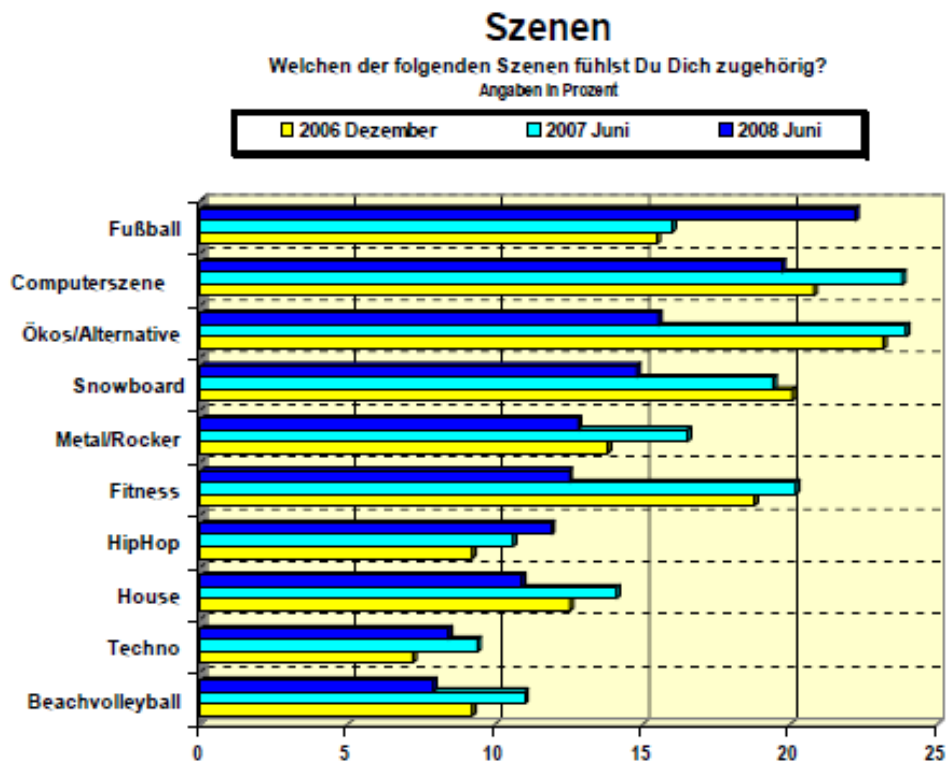


Abbildung 16: Szenezugehörigkeit (Timescout, 2008)

Laut der aktuellsten Studie vom September 2013 fühlen sich nur mehr 8,3% der 11- bis 39-Jährigen der Snowboardszene zugehörig. Somit kann die Aussage der Experten bestätigt werden, dass Snowboarden heute nicht mehr so angesagt ist wie früher.

Die sinkenden Verkaufszahlen betreffen genauso, wenn nicht stärker, den Skibereich. Laut Forsans (2013a) sollte man aber klar zwischen dem Zustand des Snowboardmarkts und der Entwicklung der aktiven Teilnehmer/innenzahlen unterscheiden. Forsans kommt zusammen mit einigen anderen Statistiken und seinen eigenen Berechnungen zu dem Ergebnis, dass von 110 Millionen aktiven Wintersportlern weltweit rund 27,7 Millionen Snowboard fahren. Das entspricht rund 25 Prozent aller aktiven Wintersportler/innen. Dabei müsse man einige regionale Besonderheiten berücksichtigen, denn in den USA und in Asien bezeichnen sich rund die Hälfte der Wintersportler/innen als

Snowboarder/innen, während in den Alpen nur 17 Prozent auf dem Brett stehen. Forsans (2013a,) zeigt bei seiner Marktanalyse noch, dass das Snowboarden weltweit gerechnet rund 22 Prozent der Gesamtumsätze im Skibereich einnimmt. In Europa nehmen Snowboards rund 28,6 Prozent der Menge an verkauften Skiern ein.

Das Überangebot an möglichen Freizeitaktivitäten und der gestiegene Migrationsanteil der Bevölkerung haben die Anzahl der Snowboarder/innen sicher auch beeinflusst. Diese Aussage wird in einem Bericht der Schweizer Handelszeitung (Heer, G. in der Onlineausgabe vom 7.1.2012) vom Marktforschungsinstitut GfK Switzerland bestätigt. In diesem Bericht analysiert Kurt Meister, dass der Wintersport durch ein immens gewachsenes Freizeitangebot „kannibalisiert“ wurde. Außerdem hätten viele der Einwanderer keinen Bezug zum Wintersport. Die sinkenden Verkaufszahlen werden in diesem Bericht auch damit erklärt, dass ca. 30-50 % der Wintersportler/innen ihre Sportgeräte ausleihen. Diese Entwicklung bestätigt auch Remi Forsans (2013f) in seiner Marktanalyse des Winters 2012/2013. Obwohl die Zahl der aktiven Fahrer/innen relativ konstant bleibt, ist für ihn der Rückgang im Handel nicht zu leugnen. Die Wirtschaftskrise habe scheinbar auch die Snowboardbranche eingeholt und das verfügbare Einkommen der Fahrer/innen beeinträchtigt. Die Aktiven fahren laut Forsans (2013f) mit ihrem Material noch eine weitere Saison oder leihen sich ihre Ausrüstung einfach nur aus.

Das Aufkommen der Freeride- und Freestyle-Skier hat sich ebenfalls auf den Snowboardsport ausgewirkt. Mit dem Freeskiing entstand laut Forsans (2010a) eine neue Bewegung, welche die konservative Natur und die Grenzen innerhalb der traditionellen Skigemeinde verwarf. Sie übernahmen den Kodex der Snowboarder/innen, übertrugen ihn auf ihre eigene sozio-kulturelle Identität und definierten einen neuen Lifestyle. Diese neue Szene lockte Tausende weg vom Snowboarden, ist Forsans (2010a) überzeugt. Es handelte sich um Menschen, die an einem neuen Abenteuer außerhalb der Norm interessiert waren. Forsans (2010a) meint, dass Freeskiing eine junge Zielgruppe ansprach, die plötzlich einen Sport für sich entdeckte, welche sich von dem ihrer Eltern und älteren Geschwister unterschied. Der Einfluss der Freeski-Szene wird auch in einem Bericht von Marco Maurer (2012) in der Süddeutschen Zeitung bestätigt. In diesem Bericht sagt etwa der Deutschland Chef des Herstellers Salomon, dass sich das Verhalten der Einsteiger/innen verändert habe. Diese würden nicht mehr Snowboard, sondern Free-Ski fahren. Der Chefredakteur des Pleasure Snowboard Magazins Bene Heimstädt meint in diesem Bericht auch, dass die modernen Skier dem Snowboard immer mehr den Rang ablaufen. In einer imaginären Schulklasse, die vor zehn Jahren noch vollständig aus Snowboardern bestanden hätte, würden heute laut Heimstädt etwa 50 Prozent Boarder und 50 Prozent Skifahrer sitzen. Diese Meinung wird in diesem Bericht

auch vom Deutschen Alpenverein (DAV) geteilt, da man nun durch die moderne Skier genauso viel Auftrieb wie früher am Snowboard habe.

Dass viele Snowboarder/innen im Alter wieder auf Skier umsteigen, wird ebenfalls von der Fachwelt bestätigt. So meint etwa der Salomon-Chef im Bericht von Maurer (2012), dass der Großteil der Snowboarder/innen jenseits der 35 wieder auf Ski umsteigen werde, weil Skifahren bequemer sei. Heimstädt verärgert diese Prognose des Salomon-Managers im Bericht von Maurer (2012). Er bestätigt zwar, dass man mit einem gewissen Alter zu alt sei, um über Schanzen zu hüpfen. Für ihn habe die Snowboard-Industrie auf die große Zielgruppe jenseits der 40 nicht reagiert. Seiner Meinung nach würde sich hier ein Blick in die USA lohnen, denn dort gäbe es beispielsweise beim Surfen Wellenreiter jeden Alters.

Der fehlende Nachwuchs hat möglicherweise auch einen Einfluss auf die sinkenden Verkaufszahlen. Diese Vermutung wird von Donna Carpenter, Präsidentin von Burton Snowboards, in einem Interview mit Persaud-Walters, J. (2013g) bestätigt. Carpenter meint in diesem Interview sogar, dass der fehlende Nachwuchs das größte Problem beim Snowboarden in Europa sei. Hierzulande herrsche laut Carpenter leider noch immer die Meinung, dass man zuerst Skifahren lernen müsse bzw. erst ab einem bestimmten Alter mit dem Snowboarden beginnen könne. Burton habe deshalb die sogenannten „Riglet Parks“ entwickelt, wo bereits 3- bis 6-jährige Kinder das Snowboarden erlernen können.

## **5.2 Materialentwicklung**

### **5.2.1 Auswirkungen auf den Snowboardsport**

#### *Experte 1*

E1 meint, dass es heute mehr verschiedene Boards als früher gibt und es somit für den/die Endverbraucher/in leichter geworden ist, das individuell richtige Brett zu finden. Trotzdem sei der Markt laut E1 durch die große Menge an Boards unübersichtlich geworden. An einen großartigen Aufschwung glaubt E1 durch diese neue Einteilung der Boards aber nicht, da die meisten Kunden und Kundinnen schon ein wenig abgestumpft sind, da laufend neue Produkte kommen. *„Egal, welches Produkt heute auf die Welt geht, jeder Hersteller ist dazu verdammt, ständig etwas Neues zu bringen und wenn irgendwas nicht ständig erneuert wird, dann glaubt der Konsument sowieso, dass das Produkt am Sterben ist.“* (E1: Zeile 46 - 63)

### Experte 2

Für E2 kann man mit einer Produkt-Relounge natürlich wieder Interesse wecken. Trotzdem hat für E2 eine große Marktberreinigung zwischen 2001 und 2004/05 stattgefunden, weil sich viele gut situierte Snowboardfirmen aus dem Snowboardsport zurückgezogen haben. E2 sieht das als Chance für viele kleine Labels. Bei diesen kleinen „Garagenfirmen“ spricht E2 aber von Liebhaberei, da diese Firmen nur 300-500 Stück pro Saison produzieren. (E2: Zeile 156 - 167)

### Experte 3

Für E3 ist diese neue Einteilung eine reine Vermarktungssache:

*Eigentlich versucht jede Marke ein wenig, ihre Nische zu schaffen, um dann dort ihren Erfolg zu haben. Das funktioniert eigentlich bei vielen sehr gut. Die großen Firmen, sowie Burton, haben einfach grundsätzlich den Background, dass sie von allem etwas machen können. Die haben einfach mehr Spielraum. Andere, die eben neben diesen großen Marken bestehen wollen, müssen schauen, dass sie sich etwas Spezielles einfallen lassen. (E3: Zeile 277 - 284)*

### Experte 4

Für E4 ist jede Branche mittlerweile von der Schnelllebigkeit der Wirtschaft vollkommen vereinnahmt worden. Laut E4 hat jede Branche die Notwendigkeit, Strategien zu entwickeln, um die Verkaufszahlen ihrer Produkte zumindest auf Stagnation zu halten. E4 erinnert sich an einen Katalog eines Marktführers, wo man vor lauter verschiedenen Board-Kategorien nicht mehr zum Produkt vordringen konnte. (E4: Zeile 84 - 91) Die neue Einteilung nach Einsatzbereichen sieht E4 als positive Entwicklung, da es nun leichter ist, sich zurechtzufinden:

*Ich denke, dass jemand, der sehr gerne in Pipe und Park unterwegs ist, um einiges motivierter ist, wenn er weiß, dass er ein, möglicherweise sogar von einem Pro entwickeltes, Park & Pipe-Board unter den Beinen hat. Das Gleiche gilt auch für jene Personen, die sich dem Snowboardsport das erste Mal widmen, wenn sie wissen, dass alles,*

*was an Technologie in diesem Board steckt, sie darin unterstützt, möglichst rasch die wesentlichen Elemente der Sportart zu erlernen und auch auszuüben. (E4: Zeile 104 - 110)*

Da die Verkaufszahlen im Snowboardbereich stagnierend sind, macht die derzeitige Einteilung für E4 sehr viel Sinn (E4: Zeile 112 - 114).

#### *Experte 5*

Für E5 versucht man mit dieser Differenzierung möglichst viele Leute und deren Snowboard-Interessen anzusprechen. Mit dem extremen Ruck in Richtung Freestyle hat man laut E5 vielleicht eine gewisse Käufer/innen-Schicht abgeschreckt. Mit den sogenannten „Camber-Boards“ versuche man nun, gewisse Randgruppen, welche sich nur für das Fahren auf der Piste interessieren, zurückzugewinnen. E5 glaubt aber nicht daran, dass man mit dieser neuen Einteilung wieder mehr Leute zum Snowboarden bringt (E5: Zeile 66 - 80).

#### *Experte 6*

E6 geht im Zusammenhang mit der Materialentwicklung vor allem auf den sogenannten „Rocker-Hype“ ein:

*Der komplett normale Rocker-Hype war sogar negativ für den ganzen Sport, weil ganz einfach der sportliche Snowboarder gesagt hat, das interessiert mich nicht mehr. Das war zwar anfängertauglich, freestyletauglich und vielleicht freeridetauglich, aber gerade in Ost-Österreich, wo es viele Jahre mit nur harten Pisten gibt, war das für viele ein Argument, dass sie gesagt haben, dass es dieses Snowboard nicht gibt, welches sie eigentlich wollen. Raceboarden ist zum Teil weg gewesen. Die alten Raceboarder sind immer sehr harte Freeride-Boards gefahren, mit Vorspannung. Auf einmal haben alle Firmen gesagt, „brauchen wir nicht“, Vorreiter Burton, wir brauchen kein Raceboard, wir bauen nur mehr Rocker, Rocker, Rocker, und viele haben sich dann aufgrund des Hypes ein Brett gekauft. Dann haben sie aber gesagt, das*

wäre katastrophal zu fahren und sie gingen lieber Skifahren. Also für uns war der anfängliche Nur-Rocker-Hype sogar negativ! (E6: Zeile 68 - 79)

## Zusammenfassung

Nach Meinung der Experten ist es für die Kunden und Kundinnen mit der neuen Einteilung leichter geworden, sich am Markt zurechtzufinden, da dieser davor bereits zu unübersichtlich war. Der anfängliche „Rocker-Hype“ wird von einem Experten skeptisch gesehen, da dadurch gewisse Randgruppen wie ehemalige Raceboarder abgeschreckt wurden, weil sie keine passenden Boards mehr für ihren Einsatzbereich gefunden haben. Grundsätzlich sind die Experten der Meinung, dass mit dieser Einteilung die Verkaufszahlen gehalten werden können, aber einen Aufschwung hat man dadurch nicht erreicht.

## Interpretation

Snowboarder/innen findet man heutzutage in allen Gesellschafts- und Altersschichten. Seitdem die Entwicklungsabteilungen großer Konzerne die richtigen Produkte für jedes Fahrniveau und jeden Einsatzbereich liefern, gibt es große Fortschritte bei der Materialentwicklung, bei den Boardkonstruktionen sowie bei Bindungen und Boots. Eine technische Entwicklung sollte dabei besonders hervorgehoben werden. 2009 brachte die Snowboardindustrie mit den „Rocker Boards“ frischen Wind in die Szene. Bei diesen Boards wird die Vorspannung, also der Abstand zwischen höchster Stelle des Bretts und dem Untergrund, meist im Mittelteil herausgenommen oder sogar umgedreht.

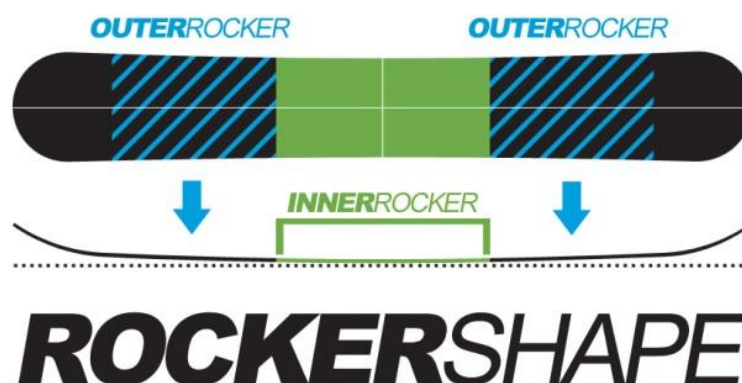


Abbildung 17: Rockertechnologie (Blue Tomato, 2009)

Das bewirkt ein sehr weiches Fahrverhalten und eine bessere Kontrolle über das Board, weil es nicht so leicht verkantet. Diese Tatsache bringt Anfängern und Anfängerinnen einen schnelleren Lernerfolg und im Tiefschnee freuen sich Powderfans über ein sehr wendiges Board mit gutem Auftrieb. Der weltweit größte Snowboard-Onlinehändler „Blue Tomato“ registrierte laut Zezula, A. (2009) in einer Presseaussendung vom 10.12.2009 durch diese Innovation steigende Verkaufszahlen. Die steigenden Verkaufszahlen werden auch von Forsans (2010a) bestätigt, welcher in der Saison 2009/2010 erstmals einen Anstieg des Umsatzes seit vielen Jahren registriert. Dieser Anstieg ist durchaus darauf zurückzuführen, dass sich einige Snowboarder/innen aufgrund der neuen Technologie ein neues Board gekauft haben. In der Aussendung von Zezula wird auch die Meinung des Experten 6 bestätigt, dass die Rocker Boards für die Snowboarder/innen weniger geeignet sind, welche nur Carven wollen und dadurch mit höheren Geschwindigkeiten unterwegs sind.

Seit der Einführung der Rocker-Technologie findet man sich in den Produktkatalogen bzw. auf den Homepages sämtlicher Hersteller sehr gut zurecht, weil bei allen Boards auf die Art der Vorspannung und auf den Einsatzbereich hingewiesen wird.

Diese revolutionäre Rocker-Technologie kommt mittlerweile auch in der Skiindustrie zum Einsatz und Rocker-Skier erfreuen sich hier wachsender Beliebtheit, was sich deutlich in den Verkaufszahlen dieser Produkte niederschlägt.

## **5.2.2 Innovationen**

### *Experte 1*

E1 glaubt an technische Innovationen, welche die Attraktivität des Snowboardens wieder steigern bzw. den Sport erleichtern. Dabei erwähnt er vor allem das Thema Splitboards. Diese speziellen Boards sieht E1 als Chance, um ältere Snowboarder/innen zu halten. Mit zunehmenden Alter sucht man laut E1 eher die Ruhe, den „work-out“ und vielleicht einen Gipfelsieg mit anschließender schöner Abfahrt (E1: Zeile 70 - 93).

*Somit ist das Snowboarden in dieser Form wieder attraktiver für die Leute und auch etwas, wo sie sich abheben können. Das Tourengehen boomt auch. Wenn man Splitboardtouren geht, ist man halt auch anders wieder cool. Unter seinen alten Freunden und den Skifahrern gegenüber*

*auch. Ich kann mit dem Snowboard auf Tour unterwegs sein und bin anders und das funktioniert auch. Das ist für die Leute immer ganz wichtig, dass sie cool sind und deswegen ist das Splitboarden da ein toller Trend. Dass deshalb aber mehr Leute mit dem Snowboarden anfangen, wird es, glaube ich, nicht geben. (E1: Zeile 96 - 104)*

Mit Splitboards kann man laut E1 also vor allem die ältere Generation begeistern, länger beim Snowboarden zu bleiben (E1: Zeile 106 - 109).

#### *Experte 2*

E2 kann sich keine Innovationen vorstellen, welche die Leute wieder zum Snowboarden zurückbringen. Er sieht auch im Randbereich der Splitboards kein großes Potential, obwohl der Freeridebereich boomt. Tourengehen sei für viele Snowboarder/innen einfach zu anstrengend und gefährlich.

#### *Experte 3*

Für E3 sind neue Innovationen eine reine Geldfrage, welches aber nicht vorhanden ist. Als noch aktiver Athlet im Raceboard-Bereich spricht er die fehlenden Innovationen bei Bindungen und Boots an. Im Freestyle-Bereich kritisiert E3, dass hier leider viele Marken ihre Produkte in China produzieren, um Kosten zu sparen. Dadurch leide aber die Qualität. Aufgrund dieser Tatsache gehen laut E3 aber nun wieder viele Marken mit ihrer Produktion nach Europa oder Amerika zurück (E3: Zeile 297 - 314).

#### *Experte 4*

Laut E4 hat man im Bereich der Boots und Bindungen in den letzten Jahren gute Innovationen gesehen. E4 erwartet aber noch weitere Entwicklungen im Bindungsbereich, die vor allem das Einsteigen vereinfachen. Im Bereich der Boards kann sich E4 Innovationen bei Boards für Fortgeschrittene vorstellen (E4: 120 - 133).

#### *Experte 5*

E5 spricht hier die Innovationen bei Schnürsystemen im Schuhbereich an, die es bereits gegeben hat. Im Bindungsbereich erwähnt er ein System seines Arbeitgebers, welches das Einsteigen erleichtern soll. Im Grunde versucht man laut E5 Dinge anzubieten, die den Komfort steigern. Die sogenannte Wundererfindung wird es nach Meinung von E5 aber nicht geben, denn dafür fehle einfach das Geld (E5: Zeile 87 - 93).



*Um Erfindungen tätigen zu können, braucht man Budgets und die gibt es einfach nicht. Wir nennen das immer Evolution und nicht Revolution. Um eine Revolution einzuleiten brauche ich ein R&D-Budget und die lassen sich zurzeit in dieser Branche nicht ableiten. (E5: Zeile 93 - 96)*

#### *Experte 6*

Für E6 ist diese Thema komplett ausgereizt und eine reine Verlagerungsgeschichte. Bei Bindungen und Schuhen man kann laut E6 schon noch auf Innovationen hoffen, vor allem im Komfortbereich.

### **Zusammenfassung**

Technische Innovationen und Entwicklungen sind laut den Experten immer ein Sache des Geldes, welches in der momentanen Lage kaum zur Verfügung steht. Die Experten erwarten noch Fortschritte im Bindungs- und Schuhbereich, vor allem was den Komfort betrifft. Innovationen, welche zu einem Anstieg der Zahl der Ausübenden führt, können sich die Experten nicht vorstellen.

### **Interpretation**

Seit dem Aufkommen des Snowboardens im europäischen Raum Anfang der 80er-Jahre hat es viele technische Entwicklungen und Innovationen bei Snowboards, Bindungen und Boots gegeben. Im Allgemeinen lässt sich feststellen, dass dabei die Sportarten Skifahren und Snowboarden abwechselnd voneinander profitiert haben. Hat die Snowboardindustrie zu Beginn das Know-How der Skihersteller im Bereich der Stahlkanten und Beläge genutzt, holte sich wiederum die Skiindustrie Anfang der 90er-Jahre wesentliche Anregungen von der Snowboardbranche bei der Entwicklung der ersten Carving-Skier. Er herrscht hier also eine reger Austausch zwischen diesen beiden Industrien. Mittlerweile kommen bei der Herstellung dieser beiden Wintersportgeräte teilweise Hightech-Materialien zum Einsatz, welche sonst nur im Flugzeugbau verwendet werden. Die Wirtschaftskrise hat aber auch diese Branche voll erwischt und somit sind die Budgets für großartige neue Innovationen im Moment sicher nur begrenzt vorhanden. Trotz der knappen Budgets versuchen die Hersteller mit neuen Technologien und durch den Einsatz neuer Materialien vor allem das Gewicht der Snowboards, Bindungen und Boots

zu reduzieren. Im Trendreport des führenden Magazins „Boardsport Source“ für die Saison 2013/14 weist Wilson-North (2013b) darauf hin, dass der Marktführer Burton versucht, die Größe der Boards zu reduzieren. Dabei sollen die Boards bis zu 10cm kürzer konstruiert werden können, ohne Einbußen bei der Fahrleistung. Die Reduzierung der Boardlänge bringt natürlich auch eine Gewichtsersparnis. Grundsätzlich kann man laut Wilson-North (2013b) in der Saison 2013/14 große Fortschritte im Bereich der Technologie erwarten. Neue Technologien seien für Kunden und Kundinnen ein gutes Argument, sich neues Material zu kaufen. Durch Einsatz von weniger Glas und durch leichteres Karbon werden die Boards insgesamt leichter, schreibt Wilson-North. Das Thema „Rocker“ spielt laut Wilson-North (2013b) weiterhin eine große Rolle beim Snowboarden, obwohl sich hier eine Trendwende zum herkömmlichen Camber mit Verbesserungen ankündigt. Die neuen Boards mit positiver Vorspannung sollen vor allem traditionelle, aggressive Fahrer/innen ansprechen, die gerne Boards mit Kraft und Pop fahren. Trotz dem Trend zum Camber wird Rocker aber nicht gleich verschwinden, analysiert Wilson-North. Die Rocker-Technologie werde weiter verfeinert und überarbeitet.

Der von den meisten Experten angesprochene Splitboard-Trend wird auch in einer Marktanalyse von Wilson-North (2013b) bestätigt. Der Siegeszug der Splitboards geht für Wilson-North vorerst weiter, obwohl diese Boards bei der Produktion größeren Aufwand verursachen und relativ geringe Gewinnspannen bieten. Jede bekannte Marke habe in der Saison 2013/14 zumindest ein Splitboard im Programm, oder zumindest Testversionen als Prototypen in Arbeit. Wilson-North warnt aber zur Vorsicht vor übertrieben großen Bestellungen bei Splitboards, da man momentan nicht weiß, wie groß dieser Markt in Europa ist. Die wachsende Beliebtheit von Splitboards wird auch in den Presseinformationen über die Trends 2014/15 von der ISPO München, der weltweit größte Wintersportmesse, bestätigt. In der Saison 2014/15 hat ein Hersteller sogar ein Splitboard für Kinder im Programm.

Im Bereich der Bindungen hoffen die Experten auf Innovationen, die vor allem den Komfort des Ein- und Aussteigens verbessern. Hier gibt es sicher noch weiteres Verbesserungspotential. In der nächsten Saison setzt ein Bindungshersteller ein neues Material aus geschmiedetem Kohlenstoffstahl ein. Dieses Material, welches bei der Produktion hochwertiger Golfschläger und beim Karosseriebau im Motorsport eingesetzt wird, verspricht eine bessere Steifigkeit, Festigkeit und Haltbarkeit. Bei den Highbacks arbeiten die Hersteller an Details, um störende Druckstellen zu verringern und das Ansprechverhalten zu verbessern. Beim Gesamtgewicht der Bindungen sind ebenfalls Verbesserungen geplant.

Bei den Snowboard-Boots wird in Zukunft ebenfalls mehr auf den Splitboard-Trend Rücksicht genommen. Es wird vermehrt steife Freeride-Boots für den Einsatz im Tiefschnee und auf Touren geben. Dabei wird auch auf die Atmungsaktivität der Innenschuhe geachtet. Leute mit großen Füßen werden sich darüber freuen, dass die Boots nächste Saison kürzer und kompakter werden. Bei den von zwei Experten angesprochenen Innovationen bei Schnürsystemen kann man nächste Saison auf keine grundlegende Neuerung hoffen. Bereits bewährte Verschlusssysteme werden kombiniert, um einen optimalen Halt zu gewährleisten, ohne Einbußen beim Komfort (Pressemitteilung ISPO MUNICH 2014).

### 5.3 Einfluss der Skiindustrie – Folgen für den Snowboardsport

#### *Experte 1*

Laut E1 hat die Skiindustrie eigentlich überraschend lange gebraucht, um innovative Marketingideen der Snowboardszene und der Snowboardfirmen umzusetzen. Nun hat sie es geschafft und das Skifahren ist für Kids genauso trendig und cool wie das Snowboarden. E1 meint, dass das Bewegen auf Skiern bequemer und leichter ist und deshalb viele Jugendliche wieder Ski fahren (E1: Zeile 149 - 153). Die Tatsache, dass man mit den neuen breiteren Skiern leichter im Gelände fahren kann, konkretisiert E1 folgendermaßen:

*In den Freeride-Gruppen, die ich jetzt kenne, von den Youngsters bis zu den 50-Jährigen, da sind meistens, wenn 10 Skifahrer dabei sind, ein bis zwei Snowboarder dabei. Vor 20 Jahren war es halt meistens umgekehrt!* (E1: Zeile 170 - 173)

Auch die Anmeldungen bei den Freeride-Contest haben sich laut E1 komplett umgedreht. Früher war der bekannteste Contest eine reine Snowboardveranstaltung und heute findet man bei 100 Anmeldungen ca. 10 Prozent Snowboarder/innen (E1: Zeile 177 - 181). Für E1 sind die heute perfekt funktionierenden Skier für sämtliche Bedingungen sicher ein Grund, warum der Snowboardsport ein wenig leidet. Schneeärmere Winter sind für E1 auch ein Grund, warum man weniger Snowboarder auf den Pisten sieht. Bei diesen Bedingungen komme man mit den heutigen Skiern einfach besser zurecht als mit Snowboards (E1: Zeile 210 - 212).

### *Experte 2*

Für E2 wirken sich die neuen Technologien im Skibereich mit Sicherheit auf den Snowboardsport aus. Auch für E2 hat das Skifahren bei den Jugendlichen dadurch wieder an Attraktivität gewonnen:

*Der Wunsch der Jugend ist, was Neues zu machen, was Anderes zu machen, sich zu differenzieren. Das können sie mit diesen Sachen gut und haben aber gleichzeitig den Könnensvorsprung, weil sie ja vom Skifahren kommen. Das heißt, sie haben den schnelleren und besseren Einstieg und für den Otto-Normal-Verbraucher haben sie eine größere Palette dessen, was man zusammenbringt. Es ist einfach leichter umsetzbar und damit ist es ein übermächtiger Konkurrent zum Snowboarden. (E2: Zeile 190 - 196)*

Aufgrund von Erfahrungen in einem Skigebiet in Salzburg meint E2, dass die jungen Wilden die Snowboarder/innen nicht mehr als cool ansehen.

### *Experte 3*

E3 sieht in den Free-Skiern und New-School Skiern ein großes Problem für die Snowboardindustrie. Er erwähnt dabei, dass es in einer Tiroler Sport-Hauptschule eines Bekannten Anfangs der 2000er-Jahre ca. 95 Prozent Snowboarder/innen und ein bis zwei Skifahrer/innen in der Klasse gab. Jetzt sei die Zahl genau umgekehrt. Für E3 hat die Skiindustrie sehr clever agiert, in dem sie den Einsatzbereich der Sportgeräte so erweitert hat. Auch die Ski-Mode hat sich an die Snowboard-Mode angepasst. Diese Kombination sieht E3 als große Konkurrenz zum Snowboarden (E3: Zeile 163 - 180). Obwohl die Snowboardindustrie früher unglaublich von der Skiindustrie profitiert hat, hat sich dieses Blatt in den letzten Jahren laut E3 gewendet. Im Grunde spricht E3 von einem ständigen gegenseitigen Austausch der beiden Industrien (E3: Zeile 186 - 199).

### *Experte 4*

E4 schwenkt bei dieser Frage 20 Jahre zurück und erwähnt, dass sich die Skiindustrie damals die Technologie der starken Taillierungen vom Snowboarden abgeschaut und damit die Carving-Skier erfunden hat (E4: 148 - 157). Heute erlebe man diese Geschichte ein zweites Mal:

*Wir erkennen, dass sich die marketingstarke Skiindustrie neuerlich einen Anstoß geholt hat um ihren eigenen Bereich noch einmal auf Vordermann zu bringen. Ich denke, dass gerade im Skibereich auch diese Technologien von den Top-Fahrern im Park- und Pipe-Bereich sehr gut angenommen werden, weil es einfach Dinge sind, welche die Performance vereinfachen und neue, andere, bessere und schwierigere Tricks möglich machen. Der Snowboardsport hat hier eine Vorreiterrolle gehabt. Die Skiindustrie hat gesehen, dass es da etwas gibt, was bei den jungen Leuten gut ankommt. Versuchen wir das doch in den Skibereich zu übertragen. Das ist ihnen zweifelsfrei gut gelungen. Ich denke, die Verkaufszahlen konnten damit im Skibereich einigermaßen auf Niveau gehalten werden. (E4: Zeile 158 - 167)*

Die steigende Nachfrage nach New-School- und Freeski-Material sieht E4 schon als gewisse Gefahr für den Snowboardsport. Durch die Technologien, die der Skisport aus dem Snowboardsport für seine Sportgeräte übernimmt, werden laut E4 neue Sporterlebnisse auf zwei Brettern ermöglicht. E4 denkt aber auch, dass man genau mit diesen Technologien auch wieder Leute für den Snowboardsport begeistern kann. Für E4 sind die Jugendlichen von heute generell an der Kreativität im Schnee interessiert. Diese Kreativität können sie laut E4 mit beiden Sportgeräten erfahren (E4: Zeile 172 - 195).

#### *Experte 5*

Für E5 haben sich diese neuen Technologien vor allem bei der älteren Generation der Snowboarder/innen ausgewirkt. Die breiten und weicheren Skier kombiniert mit Rocker sind laut E5 eine Konkurrenz zum Snowboard geworden.

#### *Experte 6*

E6 meint, dass es bei der Generation Snowboarder/innen, welche zuerst Skifahren gelernt haben und dann 10 - 20 Jahre Snowboard gefahren sind, viele gibt, die das Skifahren aufgrund der neuen Technologien wieder ausprobieren. Diese Gruppe bemerkt dann die vielen Vorteile und Erleichterungen der neuen Skier und viele davon gehen nun wieder zum Skifahren zurück. Bei der Jugend gibt es laut E6 im New-School- und Freestyle-Bereich gar nicht diesen Markt für den Handel, vor allem in Ostösterreich. E6 ist

der Meinung, dass man für das Park-Fahren gut Schifahren können muss und die Jugend, welche gut Skifahren kann, hat sicher nicht Snowboarden gelernt. Außerdem meint E6, dass Kids, welche das Stangenfahren nicht mehr interessiert, eher in den Freestyle-Skibereich gehen, als zum Snowboarden. Außerdem erwähnt E6, dass an vielen Schulen die Kinder nicht mehr Snowboarden dürfen und somit gibt es keinen Kontakt zu dieser Sportart. Diese Gruppe fehle jetzt natürlich auch (E6: Zeile 103 - 134).

## **Zusammenfassung**

Die Skiindustrie hat Technologien von der Snowboardindustrie übernommen und damit die Attraktivität des Skifahrens vor allem bei der Jugend wieder gesteigert. Darüber sind sich alle Experten einig. Diese Tatsache hat dem Snowboardmarkt einige potentielle Kunden und Kundinnen gekostet. Für die älteren Snowboarder/innen sind die weichen, breiteren und „gerockerten“ Skier ein wesentlicher Grund, wieder auf die Skier zu steigen. Ein Experte erwähnt in diesem Zusammenhang, dass es vielen Kindern im Rahmen der Schulschikurse gar nicht mehr ermöglicht wird, Snowboarden zu gehen. Dieser Faktor wirkt sich auf jeden Fall negativ auf die Gesamtzahl der Snowboarder/innen aus.

## **Interpretation**

Wie bereits erwähnt, haben sich die Sportarten Skifahren und Snowboarden vor allem bei der Materialentwicklung maßgeblich beeinflusst bzw. oft voneinander profitiert. Die Einflüsse des Snowboardens auf den Skisport gehen aber über die Materialentwicklung hinaus. So schrieb beispielsweise Rieß (2008), dass das Snowboarden dem New School Skifahren zu seiner Ausprägung verhalf und dass der Einfluss der Boarder/innen in den Parks so groß war, dass die Skifahrer/innen den Stil und die Technik der Snowboarder/innen adaptierten. Geisler ist der Meinung: „Inspiriert von der boomenden Entwicklung des Snowboardsports und dessen innovativen Sportauffassung begannen einige Skifahrer vor allem in Nord-Amerika und Frankreich ihre Skiverbands- oder Förderkader Zugehörigkeiten aufzugeben und entwickelten eigene, alternative Bewegungsstile, Verhaltensweisen und Sport- bzw. Wettkampfeinstellungen.“ (Geisler, 2004, S. 73)

„Wo wäre der Skisport und wie groß wären die Zahlen der Schneesportler heutzutage, hätte es die Sportart Snowboarden nie gegeben“, heißt es im Artikel von Plüss und Däpp (2005, S.9). Plüss und Däpp sind außerdem der Meinung, dass es den Begriff

Schneesport nur dank dem Snowboarden gibt. Für diese beiden Autoren habe der Snowboardsport ein Umdenken in unseren Köpfen bewirkt und Snowboarden sei kaum mehr aus dem Wintersport wegzudenken. Da der Skisport in den Achtzigerjahren durch fehlende Innovationen und die eng normierte Technik unattraktiv wurde, kam für Plüss und Däpp das Snowboarden genau zur richtigen Zeit und sorgte mit seiner freakigen Art im gesamten Wintersport für frischen Wind. Erlebnissuchende Skifahrer/innen wechselten laut Plüss und Däpp auf das am Beginn noch trendige Alpinboard, im Gegensatz dazu verabschiedeten sich die wahren Snowboarder/innen bald wieder vom Alpinbrett und überließen das Kurvenfeeling der mittlerweile wachsenden Skiindustrie, welche mit großen Investitionen begann, die abwandernden Skifahrer/innen mit den Carvingskiern zu ihrer Sportart zurückzugewinnen.

Wie sehr das Snowboarden den Skisport beeinflusst hat, analysiert auch Remi Forsans vom renommierten Magazin „Boardsport Source“ in der Ausgabe vom April 2011. „In den letzten Jahren haben die Skifahrer alles Mögliche kopiert: Technologien, Contest-Formate und von der Snowboardindustrie unterstützte Initiativen wie den World Snowboard Day. Manche sagen, dass das derzeitige Verhalten der FIS alte Feindseligkeiten wieder neu aufleben lässt.“ (2011a, S.31) Für Forsans ist eine Unterstützung von Seiten der Industrie und der Athletinnen und Athleten notwendig, um das Snowboarden zu regulieren. Forsans hat bei seiner Analyse einen Blick auf die bekannten Design-Features und die Produktionsweisen beider Industrien geworfen. Gerfried Schuller, Einzelhändler und Gründer von Blue Tomato, betont in einem Interview des Magazins Boardsport Source, dass die Einflüsse weit über Innovationen in der Herstellung hinausgehen:

*Snowboarden brachte dem Skifahren zwei neue Aspekte: Technologie und Eventformate. Der Skisport integrierte Carven erst viel später in den Sport als Snowboarden, so war das auch bei den Twin Tips und der Rocker-Technologie. Bei den Events gab es den Boardercross schon lange vor dem Skicross. Und natürlich darf man dabei auch die Disziplin Halfpipe nicht vergessen, die dank der engen Verbindung zum Skateboarden tief im Snowboardsport verwurzelt ist. (Forsans, 2011a, S.31)*

Für Forsans (2011a, S.32) hat der Skisport die technischen Entwicklungen, die seit Mitte der 80er vom Snowboarden ausgehen, stets kopiert und zwar mit einer Verzögerung von

zwei Jahren. Dazu komme noch, dass Snowboarden das Skifahren vor einer kommerziellen Katastrophe bewahrt hat. Diese Aussage belegt er mit folgenden Fakten:

*Die verheerend schlechten Winter zwischen 1989 und 1991 ließen die weltweite Wintersportblase platzen. Und obwohl in den darauffolgenden Jahren (1992-2000) sowohl der alpine Skisport als auch Snowboarden die Welt eroberten, geriet der Trends setzende, überbewertete japanische Markt ab 2000 ins Wanken und zog damit 40 Prozent des globalen Skimarktes mit sich in die Tiefe. (Forsans, 2011a, S.32)*

Von diesem Moment an ging es laut Forsans mit dem Skisport bergab. Die sinkenden Absatzzahlen führten zum Untergang vieler großer Märkte. Das ging für Forsans so lange weiter, bis sich die Skiindustrie wieder einmal am Snowboarden orientierte und den Lifestyle und die Trends kopierte. Die neue Disziplin Freeskiing zog laut Forsans viele ehemalige Snowboarder/innen in ihren Bann, vor allem junge Anfänger/innen. Seit kurzen wird Freeskiing für Forsans immer mehr für Leute interessant, die einen traditionellen Ski-Background haben.

Forsans meint weiter, dass sich nun Freeskiing aufgrund der vielseitigen Ursprünge selbst als schwarzes Schaf der Ski-Familie betrachtet und deshalb viele Contest-Formate vom Snowboarden übernimmt. Das ist für Forsans ein weiteres Beispiel für das immer wiederkehrende Überkreuzen beider Sportarten. Forsans (2011a) ergänzt weiter, dass der Einfluss des Snowboarden nicht aufhört, denn Salomon habe erst kürzlich erklärt, dass sich ihre Skimarken regelmäßig vom Snowboarden inspirieren lassen.

Forsans (2011a, S.32) führt in diesem Zusammenhang noch aus: „Trotz angestrebter Bemühungen von Marketingabteilungen und Modedesignern und des augenscheinlichen Einsatzes aller Beteiligten wird der Skisport nie das haben, was Snowboarden, Surfen und Skateboarden vereint: Dieses grundlegende Prinzip, mit einem Fuß hinter dem anderen zu stehen und eins mit dem Board zu werden.“



## 5.4 Alpin-Snowboarden

### 5.4.1 Gründe für das Desinteresse

#### *Experte 1*

E1 denkt nicht viel über das Alpine Snowboarden nach, da es ihn nicht interessiert. Er meint nur, dass dieser Teilbereich des Snowboardens bald vollständig in der Bedeutungslosigkeit verschwindet, da es kaum Publikums- bzw. Medieninteresse dafür gibt. E1 stellt dabei auch die Sinnhaftigkeit des olympischen Status dieser Disziplin in Frage. Früher oder später würden das laut E1 auch die verschiedenen Verbände und das IOC erkennen (E1: Zeile 220 - 228). Für E1 gibt es deshalb kaum mehr alpine Snowboarder/innen, weil es sehr anstrengend ist und man dabei wenige Glücksmomente hat. Aufgrund der extremen Schrägstellung am Board ist man laut E1 relativ unflexibel in seiner Fortbewegung. Ebenso sind für E1 die Schuhe nicht besonders bequem (E1: Zeile 251 - 257). Außerdem meint er noch:

*Das Tolle war halt das gute Spielen mit den Kurven, das man von den Skiern nur als Rennläufer konnte. Mit einem Carvingski war das dann für jedermann super easy. Somit gab es eigentlich keinen Grund mehr, sich mit so einer furchtbar verdrehten und auf Dauer sicher nicht Kreuz-schonenden Körperposition auf ein Raceboard zu quetschen. Für mich ist das eher immer eine Vergewaltigung des Snowboardens gewesen.*

(E1: Zeile 258 - 263)

#### *Experte 2*

Der Hauptgrund, warum man auf den Pisten kaum mehr alpine Snowboarder/innen sieht, liegt auch für E2 in der Tatsache, dass es definitiv schwerer und beschwerlicher ist. Außerdem wird dieser Sport laut E2 heute nicht mehr als cool angesehen und auch nicht so von den Medien transportiert. Air & Style, große Kicker und der Funpark liegen für E2 im Trend (E2: Zeile 222 - 232). E2 erlebt das selbst bei seinen Kursen als Lehrbeauftragter am Institut für Sportwissenschaften:

*Das Snowboardfahren an sich ist nicht das, was begeistert. Das, was begeistert, ist die Community im Park. Die kannst du nicht bedienen mit einem Raceboard. Auch meine Sportstudentinnen und Sportstudenten bei den 2 - 4 Kursen pro Jahr haben wesentlich mehr Spaß, wenn wir einen halben oder dreiviertel Tag im Park verbringen mit einer sportlichen Intensität von drei, im Vergleich zu einem Tag fahren gehen mit einer Intensität von 10. (E2: Zeile 233 - 238)*

### *Experte 3*

Für E3 gibt es kaum mehr Alpinfahrer/innen, weil das Material so komplex und teuer geworden ist. E3 erwähnt in diesem Zusammenhang, dass man ca. 4000,- ausgeben muss, wenn man das Equipment (Board, Bindungsplatte und Boots) haben will, mit dem er im Weltcup unterwegs ist. Das entspricht laut E3 dem Drei- bis Vierfachen an Ausgaben im Gegensatz zu früher (E3: Zeile 399 - 405). Grundsätzlich hat E3 Sorgen, was mit dem Alpin-Snowboarden passiert und versucht persönlich sein Bestes es zu pushen (E3: Zeile 320 -322). Der Experte meint aber, dass der Alpinmarkt seit 2002 grundsätzlich gleich klein geblieben ist, obwohl es hier wieder regional große Unterschiede gibt:

*Ich nehme mal Österreich her. In Freeride-Skigebieten, wie dem Arlberg, das Paznaun- oder Ötztal, wird man kaum Alpinfahrer sehen. Im Stubaital sieht man gerade in den Herbstferien relativ viele Alpinfahrer, weil da viele Münchner rauskommen, wo es auch noch viele Alpinfahrer gibt. Wenn du Richtung Osten und Süden gehst, Steiermark, Kärnten, Niederösterreich, dann sieht man verhältnismäßig viele Alpin-Snowboarder. Im Osten sind einfach ganz andere Skigebiete und Schneesverhältnisse. Im Grunde ist es ja so „The form follows function“. Das Board folgt den Umständen, den Pistenverhältnissen bzw. Schneemuständen. Wo ich Tiefschnee habe, werde ich natürlich gut Powder-Boards verkaufen bzw. werden die Leute Powder-Boards benutzen. Wo nur Kunstschnepisten sind, Lachtal, Kreischberg oder*

*Semmering, dann ist dort das Alpinboard einfach das beste Produkt.*

(E3: Zeile 332 - 343)

E3 hofft, dass man beim Alpin-Snowboarden wieder ein wenig „back to the roots“ geht. Das müsse über den Rennsport im Rahmen eines technischen „Down-grades“ kommuniziert werden. E3 glaubt, dass potentielle Kunden und Kundinnen von der derzeitigen Technologie eher abgeschreckt werden (E3: Zeile 386 - 391).

#### *Experte 4*

E4 meint, dass man momentan sehr stark mit dem Aussterben des Produkts Alpinboard konfrontiert ist und es mittlerweile schon schwer ist, ein Geschäft zu finden, wo man diese Boards kaufen kann. Auch E4 spricht die hohen Preise für diese Produkte an und argumentiert sie mit den niedrigen Produktionszahlen. Ebenso erklärt E4, dass das Alpin-Snowboarden in der Szene nicht mehr als cool angesehen wird und die Schuhe ungemütlich wirken (E4: Zeile 221 - 232).

#### *Experte 5*

E5 begründet die geringe Zahl an Alpin-Fahrer/innen mit dem Aufkommen der Carving-Skier und mit der Tatsache, dass alle Anfänger/innen mit Softboots beginnen und deshalb von unten nichts mehr nachkommt (E5: 131 - 135). *„Das Pisten-Snowboardfahren, das Ziehen auf der Kante, ist momentan aus den Köpfen irgendwie draußen. Das geht einfach super mit den Skiern.“* (E5: Zeile 138 - 139) Ebenso begründet E5 diese Entwicklung mit dem Transport von Trends durch die Medien. Freestyle-Bewerbe werden laut E5 toll transportiert und sind klasse zum Zuschauen. Die Parallel-Bewerbe schauen im Fernsehen eher langweilig aus, meint E5 (E5: Zeile 140 - 144).

#### *Experte 6*

E6 meint, dass Alpin-Snowboarden für die Jugend uncool ist und dass alte Raceboarder/innen keine Ziele mehr in dieser Disziplin haben. Ebenso sei Raceboarden auf den immer volleren Pisten einfach gefährlich. Außerdem gibt es laut E6 nur wenig Material am Markt und dieses sei sehr teuer. E6 begründet die Entwicklung auch damit, dass die Firma Burton als Marktführer das Raceboarden schon vor Jahren tot geredet hat. Eine weitere Erklärung sieht E6 in der Tatsache, dass die Freeride-Ausrüstung besser, weil härter, geworden ist und nun viele ehemalige Race-Boarder/innen auf steifen Freeride-Boards unterwegs sind.

## **Zusammenfassung**

Der Hauptgrund, warum man auf den Pisten kaum mehr alpine Snowboarder/innen sieht, liegt für alle Experten in der Tatsache, dass es von der Jugend und der Szene nicht als cool angesehen wird. Außerdem wird diese Entwicklung damit begründet, weil das Fahren mit Hardboots einfach anstrengender ist und die Boots unbequem sind. Das bloße Fahren auf der Kante interessiert die Leute nicht mehr und es wird auch auf den übervollen Pisten immer gefährlicher. Die älteren Raceboarder/innen sind nun mittlerweile auf Carving-Skier umgestiegen, weil sie auf den Alpin-Boards keine Ziele mehr haben. Der Kostenfaktor spielt ebenfalls eine Rolle, da dieses Equipment wesentlich teurer ist als Soft-Material. Alpinbewerbe werden über die Medien auch nicht so gut transportiert wie Freestyle-Bewerbe.

## **Interpretation**

Bei der Auswahl der Experten wurde bewusst darauf Rücksicht genommen, dass auch Personen mit einem besonderen Bezug zum Alpin-Snowboarden zu Wort kommen. Das ist mit den Experten 3 und 4 durchaus gelungen. E3 ist mehrfacher Weltcupsieger, Gewinner der Goldmedaille bei den Weltmeisterschaften 2003 und Gewinner der Bronzemedaille bei den Olympischen Spielen in Turin 2006. E4 ist der Trainer des Österreichischen Nationalteams. Auch diese beiden Experten sind der Meinung, dass das Alpin-Snowboarden keine große Rolle mehr im Snowboardsport spielt. Bereits in der Arbeit von Handl (2003, S.105 - 106) wird E3 nach den Olympischen Spielen 2002 folgendermaßen zitiert: „Alpin-Boarden interessiert keinen mehr abseits des FIS-Weltcups. Die FIS hat zwar spät begonnen, aber sie hat eine gute Tour auf die Beine gestellt. So wie früher wird es eben nie mehr werden.“ Auch Breuer (2002) verdeutlicht in ihrer Arbeit anhand zweier Abbildungen die Entwicklung des Alpin-Snowboardens. Aus ihren Abbildungen geht hervor, dass sich der Anteil der Alpinboards von 30 Prozent im Jahr 1992 auf 5 Prozent im Jahr 2002 reduziert hat. Zu einem ähnlichen Ergebnis kam auch Staltner (2001) bei seinen Recherchen zum Alpinsnowboarden. Staltner (2001) stellte weltweit gesehen deutliche Unterschiede fest. In den USA oder Japan hat der Alpinbereich praktisch nie eine Rolle gespielt. Einen erwähnenswerten Alpinmarkt gab es laut Staltner (2001) nur in Österreich, der Schweiz und in Deutschland. Er führte das auf die Tradition des Skilaufs in diesen Ländern zurück. Anhand der damaligen Verkaufszahlen wurde der Alpinanteil weltweit auf ungefähr 3 Prozent geschätzt. Wie hoch der Anteil heute ist, lässt sich nicht genau sagen, da bei den Verkaufszahlen der Snowboards die Alpinboards nicht mehr angeführt werden. In einem Bericht der Online-

Ausgabe der Zeitung „Standard“ vom 12. Oktober 2011 ist von 15000 Stück Alpinboards am Weltmarkt die Rede. In der Saison 2009/2010 sind insgesamt ca. 1,2 Millionen Snowboard verkauft worden. Somit kann der derzeitige Marktanteil der Alpinboards mit ca. 1,2 Prozent beziffert werden.

Auch Staltner (2001) ging der Frage nach, warum der Alpinbereich im Snowboardsport zu einem Randbereich geworden ist. Er erwähnt dabei bei seinen Ausführungen, dass der Weltmarktführer Burton bereits 1995 in diversen Printmedien mit dem Slogan „Alpine is dead“ ein deutliches Zeichen gesetzt hat. Diesen Slogan erwähnte auch E3 im Rahmen des Experteninterviews. Aufgrund der Tatsache, dass sich der Alpinbereich zu einem Nischenprodukt entwickelt hatte, wurde für Staltner (2001) auch dessen wirtschaftliche Situation immer schlechter und somit gab es auch kein Geld für Weiterentwicklung und Werbung. In diesem Zusammenhang untersuchte Staltner (2001) auch die Medienpräsenz des Alpinsnowboardens in den Fachmagazinen. Dabei kam er zum Ergebnis, dass sich die Berichterstattung über den Alpinbereich in einem Fachmagazin von einem 43-Prozent-Anteil 1988 auf null Prozent im Jahr 2001 reduzierte. Die Berichterstattung der Medien beschränkte sich auf das alpine Wettkampfgeschehen.

Alle Experten kamen zu dem Schluss, dass Alpinsnowboarden ein schlechtes Image in der Szene hat. Staltner (2001) setzte sich auch mit dem Image der Sportart in der Öffentlichkeit auseinander. Er kam dabei zu dem Ergebnis, dass der Alpinbereich aufgrund der zunehmenden professionellen Trainingseinstellung der Sportler ein seriöses Image in der Öffentlichkeit bekam. Diese Entwicklung dürfte laut Staltner (2001) viele eingefleischte Snowboardfans abgeschreckt haben, denn für diese ging es beim Snowboarden um Individualität, Freiheit und Anderssein.

Obwohl das Alpinsnowboarden schon seit fast 20 Jahren tot geredet wird, ist diese Sportart nach wie vor zumindest im Wettkampfbereich existent und eine mehrfache Disziplin bei den Olympischen Spielen.

#### **5.4.2 Chancen**

##### *Experte 1*

Für E1 sind die Chancen des Alpin-Snowboardfahrens regionsabhängig. E1 kennt Gebiete im Osten (Polen, Ungarn, Ukraine), wo viel alpin gefahren wird, weil es dort abseits der Piste keine Möglichkeiten gibt. Dort hat das Alpin-Snowboarden laut E1

durchaus seine Existenzberechtigung. E1 glaubt aber nicht daran, dass dieser Teilbereich des Snowboardens nochmals ein Hoch erleben wird (E1: Zeile 270 - 276).

#### *Experte 2*

E2 würde sich ein Comeback des Alpin-Snowboardens wünschen, glaubt aber auch nicht mehr daran. Für E2 scheitert es vor allem daran, weil es keine ordentlichen Hardboots mehr gibt (E2: Zeile 211-214). Die Disziplin wird laut E2 olympisch bleiben, denn wenn man in den Kreis des IOC aufgenommen ist, fällt man nur mehr sehr schwer raus. E2 bemerkt auch, dass sich der Markt des Alpin-Snowboardens mehr in Richtung Asien verlagert und vielleicht in Zukunft die guten Fahrer/innen aus dieser Region kommen würden. Für E2 mangelt es beim Alpin-Snowboardern an der fehlenden Lobby im Sinne einer Verbandslandschaft (E2: Zeile 275 - 288).

#### *Experte 3*

E3 glaubt an die Chancen des Alpin-Snowboardens. Man müsse auf die Kundinnen und Kunden wieder mit unkomplizierteren Angeboten zugehen, um den Markt mehr zu erschließen (E3: Zeile 415-427). Außerdem hofft E3 auf den asiatischen Markt, wo seine Firma vor allem in Japan und Korea viele Alpinboards verkauft. Auch im Osten Europas und in Russland hat das Raceboarden eine größere Bedeutung, weil für E3 dort die Einstellung zum Sport eine andere ist. Dort würde Leistungssport mit Rennlauf in Verbindung gebracht und nicht mit Freestyle (E3: Zeile 349-362). Für E3 hat Raceboarden auch deshalb seine Berechtigung, weil die Zuseher/innen auch ohne Zeit sehen, wer der/die Sieger/in ist. Ebenso sieht E3 diese Disziplin als tollen Sport für Regionen, wo es keinen Tiefschnee gibt (E3: Zeile 548 - 555).

#### *Experte 4*

E4 meint, dass es aufgrund der schneearmen Winter und der eingeschränkten Tiefschneemöglichkeiten zu einer Trendwende kommen könnte, denn für Hardboot-Fahrer/innen reicht eine Schneeeauflage von 30 - 40cm (E4: Zeile 245-249). Generell könnte laut E4 das Alpin-Snowboardfahren wieder Aufwind bekommen, wenn bekannte und erfolgreiche Athletinnen und Athleten den Spirit dieser Sportart weitertragen würden. Das wäre über den Breitensport-, den Kinder- und Jugendbereich möglich. Für E4 ist das Alpin-Snowboarden nach wie vor eine Sache, mit der man Menschen begeistern kann (E4: Zeile 286 - 296).

### *Experte 5*

E5 glaubt, dass Alpin-Snowboarden gesamt nicht mehr weniger wird. Er verweist in diesem Zusammenhang auf die Situation an vielen Schulen, wo sehr oft 80 Prozent der 10 - 11-jährigen Schüler/innen noch nie Ski oder Snowboard gefahren sind. Diese Anfänger/innen wollen überwiegend Snowboarden, weil sie es für cooler halten. E5 hat aber die Befürchtung, dass es bei diesen Kindern bei Einmal-Kontakten bleibt, weil sehr oft die Möglichkeiten vom Elternhaus fehlen (E4: Zeile 148 - 155).

### *Experte 6*

E6 sieht in absehbarer Zukunft keine Chancen für ein Comeback des Alpin-Snowboardens, außer es gäbe wieder einmal irgendwelche Vorbilder, durch die diese Disziplin wieder cooler wird. Der Raceboard-Markt besteht aber laut E6 aus alten, arrivierten Fahrer/innen (E6: Zeile 161 - 163).

## **Zusammenfassung**

Bei diesem Thema gehen die Meinungen der Experten etwas auseinander. Drei der Experten sehen keine großen Chancen für ein Comeback des Alpin-Snowboardens. Der Rest der Experten sieht Chancen in schneearmen Regionen bzw. in Gebieten, wo es keine Geländemöglichkeiten gibt. Grundsätzlich brauche das Alpin-Snowboarden aber vereinfachte Technologien und bessere Boots, um potentielle Kundinnen und Kunden nicht abzuschrecken. Außerdem steigen die Chancen dieser Disziplin durch Vorbilder, welche den Spirit dieser Sportart weitertragen und durch eine intakte Verbandslandschaft.

## **Interpretation**

Staltner (2001) stellte bereits vor 13 Jahren bei seiner Auseinandersetzung mit dem Thema Alpinsnowboarden fest, dass diese Disziplin von seinem Image her nicht dem Trend im Snowboardsport entspricht. Er sah im Alpinbereich aber ausreichend Potential für eine Trendwende. Zu dieser Entwicklung ist es aber bis heute nicht gekommen und dieser Bereich wird nach wie vor seitens der Medien und der Industrie kaum gefördert. Trotz des schlechten Images in der Snowboardszene scheint es momentan nicht denkbar, dass das Alpinsnowboarden ganz ausstirbt. Es gibt nach wie vor ein paar wenige Individualistinnen und Individualisten, die die Geschwindigkeit auf den präparierten Pisten mit den Alpinboards suchen. E3 meint in einem Bericht der Online-Ausgabe der Zeitung

„Standard“, dass die Verkaufszahlen dieses Nischenprodukts zwar klein, aber stabil seien. Für E3 sind die Alpinsnowboarder/innen eine eingeschworene Clique. Die von zwei Experten angesprochene Tatsache, dass das Fahren mit Alpinboards viel anstrengender und ungemütlicher ist als mit Freestyleboards wird trotzdem über kurz oder lang dazu führen, dass auch der Großteil diese eingeschworenen Clique im zunehmenden Alter auf Skier umsteigen oder auf Softboots unterwegs sein wird. Die früher noch vorhandenen Vorteile der direkteren Kraftübertragung mit den steifen Alpinboards und den dazu passenden Hardboots können mittlerweile mit harten Freerideboards und den darauf abgestimmten Softboots sehr gut kompensiert werden. Die Verbesserung bei der Pistenpräparation hat ebenfalls dazu geführt, dass es nicht mehr nur den Fahrer/innen mit Alpinboards vorbehalten ist, über die Pisten zu Carven. Der fehlende Nachwuchs in dieser Disziplin erhöht ebenfalls nicht unbedingt die Chancen des Alpinsnowboardens.

Die wenigen Hersteller von Alpinboards können im Moment nur aufgrund der neu erschlossenen Märkte in Russland, Korea und Japan existieren. Man darf gespannt sein, wie sich der Markt in diesen Ländern weiter entwickelt.

## 5.5 Prognosen

### *Experte 1*

E1 glaubt, dass der derzeitige Freeride-Boom noch einige Jahre anhalten wird. Die Auseinandersetzung mit der Natur und der Drang hinaus in die unberührte Bergwelt liegen laut E1 im Trend. Dieser Experte denkt, dass das Verhältnis zwischen Schifahrer/innen und Snowboarder/innen stabil bleibt, obwohl die Verkaufszahlen entsprechend dem Trend leicht rückläufig bleiben werden (E1: Zeile 283 - 290).

Materialtechnisch kann sich E1 die eine oder andere Überraschung vorstellen:

*Plötzlich gibt es vielleicht ein Board mit 800 Gramm aus Voll-Karbon mit Karbonkanten oder so etwas, das dann wieder eine gewisse Revolution darstellt. Oder vielleicht einen neuen Belag aus einer Titaniumbeschichtung, den man dann nicht mehr waxen muss, weil er von selber rutscht und der vielleicht wieder den Verkauf ankurbelt, weil*



*man dann sein Board nicht mehr tunen muss. Solche Geschichten werden immer wieder daherkommen, denke ich. (E1: Zeile 292 - 297)*

E1 ist davon überzeugt, dass wir in den nächsten Jahrzehnten unglaubliche technische Entwicklungen sehen werden. Er denkt dabei an intelligente Materialien, welche ihre Steifigkeit je nach Einsatzbereich variieren (E1: Zeile 302 - 305).

#### *Experte 2*

E2 glaubt, dass sich in Zukunft nicht viel ändern wird. Für E2 sind ca. 7 - 9 Prozent der Menschen an diesem Sport interessiert, mit einer Bandbreite von plus/minus drei Prozentpunkten. Man müsse auf alle Fälle abwarten, wie sich das Thema Schifahren weiter entwickelt. Im technologischen Bereich erwartet E2 keine großen Quantensprünge. Die Sparte Freestyle wird laut E2 immer mehr in Richtung Freeride abwandern und die Sparte Race bald nicht mehr existent sein (E2: Zeile 248 - 258).

#### *Experte 3*

E3 ist der Meinung, dass Snowboarden in der Sparte Freestyle weiter stark bleiben wird, weil es mittlerweile eine gewisse Kultur hat. Dem Alpinbereich gibt E3 dann gute Chancen, wenn die Vermarktung kontinuierlich verfolgt und betrieben wird. Da möchte auch er seinen Teil dazu beitragen. Große Chancen sieht E3 beim Backcountry-Snowboarden und bei Splitboards, weil es immer mehr Leute gibt, welche vor dem Stress der Pisten flüchten und das Thema Fitness für viele immer wichtiger wird. Viele Snowboarder/innen warten laut E3 sehnsüchtig auf Produkte der Industrie, die das boomende Touren gehen mit Snowboards erleichtern. Vor 15 Jahren hätte sich keiner gedacht, dass es einmal so viele Tourenger/innen geben wird, erwähnt E3. Hier müsse man nun eigentlich groß investieren, damit Snowboards entwickelt werden, die sowohl beim Hinaufgehen als auch beim Hinunterfahren gut funktionieren. Damit könne man die ältere Generation der Snowboarder/innen zufriedenstellen, welche die Natur mit Splitboards erleben wollen (E3: Zeile 439 - 471).

#### *Experte 4*

Für das Vorhersagen der Zukunft braucht man laut E4 gewisse Agenturen und Forscher/innen. E4 betont in diesem Zusammenhang nur, dass Sport betreiben, in diesem Fall das Snowboarden, eine gemeinschaftsfördernde Sache sein kann. Das Sport- und Naturerlebnis muss laut E4 gefördert und in die Breite getragen werden. Hier spielen für E4 die Wintersportwochen an den Schulen eine große Rolle. Dort müsse der Spaß am

Snowboarden vermittelt werden, damit sich diese Sportart als Bewegungserlebnis in den Köpfen der jungen Menschen manifestiert. E4 spricht die Gefahr der Mitbewerber/innen aus dem Bereich der Elektronik und Unterhaltung an (E4: Zeile 300 - 313). Dazu äußert er sich wie folgt:

*Ich hoffe, dass wir als Väter der nächsten Generation es schaffen, unsere Kinder für Sport, für Wintersport und da natürlich speziell für das Snowboarden zu begeistern. Die Perspektive, die der Snowboardsport definitiv hat, ist, dass er aus der Geschichte heraus immer ein bisschen den Touch hatte anders zu sein. Nicht gezwungenermaßen anders, aber doch kreativ anders zu sein. Diese Wurzeln des Snowboardsports wären eine Chance für die Zukunft, denn die Notwendigkeit sich von Trends oder anderen Mitbewerbern ein bisschen abzuheben, wird bestehen bleiben. Der Freiheitsgedanke, der Spirit, der transportiert wird über das Snowboarden, wird bleiben. Ich glaube, dass wir in zehn Jahren zumindest gleich viele Snowboarder auf den Pisten, im Gelände und in den Parks begrüßen können wie heute. Vielleicht viele Snowboarder, die sagen, gestern war ich Skifahren und heute gehe ich Snowboarden. Aber es ist nicht wesentlich diesen Kampf oder diese Rivalität aufrecht zu erhalten. Wir müssen dahingehend arbeiten, dass sich Menschen im Winter sportlich betätigen. Ich glaube, das gehört mittlerweile auch für uns Snowboarder zu einer der Hauptaufgaben diese Idee des Bewegens in der winterlichen Landschaft weiterzutragen. Wir machen das einfach mit unserem Sportgerät, dem Snowboard. Da werden wir einfach dahinter bleiben und versuchen möglichst viele dazu zu begeistern, denn nur so können wir eine Breite erreichen. (E4: Zeile 315 - 333)*

#### *Experte 5*

E5 ist der Meinung, dass der Snowboardmarkt sicher nicht mehr kleiner wird. Er sieht sogar die Möglichkeit, dass in zehn Jahren eventuell wieder mehr Leute mit Snowboards unterwegs sind (E5: Zeile 168 - 170):

*Wenn jetzt von unten beginnend die Jugend aus irgendeinem Grund Snowboarden wieder cooler findet, strömen wieder mehr in den Kanal hinein. Da kann es mitunter sein, wenn ein Trend entsteht, dass es in*

*10 - 15 Jahren wieder mehr Snowboarder gibt. Die Spitze von 97/98 kann man nicht mehr erreichen, aber eine Steigerung um 10 - 20 Prozent ist durchaus möglich. (E5: Zeile 173 - 178)*

#### *Experte 6*

Für E6 hat in Zukunft der Freeride-Bereich am meisten Potential für Zuwächse, eventuell auch der Splitbereich, wobei diese Sparte für E6 im Moment komplett überbewertet wird. Bei Splitboards sieht E6 noch Verbesserungspotential. Für den Markt wäre hier laut E6 aber eine langsame Entwicklung besser. E6 glaubt, dass sich der allgemeine Snowboardmarkt halten wird. Ältere Freestyler/innen würden vermehrt in den Freeride-Bereich wechseln, ist E6 überzeugt (E6: Zeile 168-184). Auf die Frage über die Chancen auf Zuwächse meint E6:

*Das wäre jetzt eine Grundsatzdiskussion über die Zukunft vom Wintersport. Ich glaube, das ist das größere Problem. Wenn der Wintersport auch wieder für den Österreicher in wäre, dann würde damit auch wieder das Snowboarden steigen. Und im Moment ist Wintersport nicht in. (Experte 6: Zeile 190 - 193)*

Wintersport ist laut E6 deshalb nicht mehr so angesagt, weil das Freizeitangebot immer größer wird und Wintersport für viele einfach zu mühsam ist. Der fehlende Kontakt der Kinder mit Wintersport hat vor 10 - 15 Jahren begonnen, meint E6, und diese Generation sehe man heute kaum auf den Pisten. E6 glaubt, dass diese Entwicklung noch schlimmer wird (E6: Zeile 197 - 203).

#### **Zusammenfassung**

Die Experten sind der Meinung, dass sich der Snowboardmarkt auf seinem Level halten wird. Eventuell gibt es auch Chancen für Zuwächse, welche von der Entwicklung des Themas Schifahren abhängen. Der Großteil der Experten sieht die Zukunft des Snowboardsports im Freeride-Bereich, weil vor allem die älteren Snowboarder/innen immer mehr dem Stress der Pisten entfliehen und das Naturerlebnis suchen. Potential hat für viele Experten auch der Splitboard-Bereich, weil mit zunehmenden Alter das Thema Fitness immer wichtiger wird. Dafür braucht es aber noch dementsprechende

Materialentwicklungen, um das Hinaufgehen und das Abfahren mit Splitboards zu erleichtern. Da der Wintersport momentan für viele Menschen nicht mehr so attraktiv ist, muss es laut E4 das oberste Ziel sein, dass sich diese Menschen im Winter wieder sportlich betätigen, egal ob auf Skiern oder am Snowboard. Wichtig wäre dabei der erste Schneekontakt spätestens im Rahmen der Schulschikurse.

## **Interpretation**

Theorien über Prognosen und Interpretationen von Ansichten sind nicht einfach zu erstellen. Verschiedene Marktanalysen belegen die Meinung der Experten, dass die Zukunft des Snowboardsports im Freeride-Bereich liegt. So heißt es etwa in der Marktanalyse von Forsans (2013f) zur Saison 2012/13, dass in der Kategorie Freeride/Freestyle bereits 43 Prozent des Gesamtumsatzes gemacht wird. In der vor allem bei älteren Fahrerinnen und Fahrern beliebten Disziplin Freeride/Backcountry steigerten sich die Umsätze auf 23 Prozent. Diese Kategorie hat laut Forsans (2013f) sowohl für große als auch für kleine Marken großes Potential. Forsans (2013f) bestätigt in seiner Analyse auch die Meinung der Experten, dass die Anzahl der aktiven Fahrer/innen relativ konstant bleibt. Das von den Experten angesprochene mögliche Potential im Splitboard-Bereich wurde bereits im Kapitel 5.2.2 bestätigt. Aufgrund des zunehmenden Alters der Snowboarder/innen aus den boomenden Jahren und deren steigendem Interesse an Fitness und Backcountry liegt es hier an der Industrie, diese Kundinnen und Kunden mit geeigneten Produkten bei Laune zu halten. Auch diese Einschätzung wird in der Analyse von Forsans (2013f) bestätigt. Die Snowboardbranche müsste aufgrund der Entwicklungen der letzten Jahre folgende Konsequenzen ziehen:

*Zuerst einmal sollte Snowboarding alle Altersgruppen ansprechen, vom Kind bis zum Rentner. Dabei bietet Snowboard Touring, vorangetrieben von Pionieren wie Xavier De Le Rue und Jeremy Jones, großes Potential, vorausgesetzt, das Zubehör entwickelt sich weiter und wird zunehmend leichter. Die meisten Leute hätten sicher längst mit dem Skifahren aufgehört, wenn sie sich immer noch jedes Mal zum Ein- und Aushaken ihrer Stiefel aus den Bindungen hinsetzen müssten – da ist im Boarden noch Raum für Innovationen.*

*Zweitens sollten wir aufhören, unsere Kollektionen um jeden Preis zu aktualisieren und uns stattdessen auf den Erhalt erfolgreicher Produkte konzentrieren – und das über mehrere Saisonen hinweg. Genau dieser irrsinnige Wettlauf um neue Produkte hat bereits Windsurfen in die Krise gestürzt.*

*Drittens sollte man nur produzieren, was auch bestellt wurde. So vermeiden wir die reduzierten Preise schon zu Anfang der Saison, die unsere gesamte Wertschöpfungskette kaputt machen. (Forsans, 2013f, S. 28)*

E4 und E6 sind der Meinung, dass die Zukunft des Snowboardsports sehr von der allgemeinen Attraktivität des Wintersports abhängt und diese ist in den letzten Jahren nachweislich gesunken. So meint etwa der Tourismusforscher Peter Zellmann in einem Bericht von Bitzan, G. (2013) in der Presse vom 22.11.2013, dass der Anteil der Personen in Österreich, die keinen Wintersport ausüben, in den vergangenen 20 Jahren deutlich von 40 auf 60 Prozent gestiegen sei. Zellmann begründet dabei diese Entwicklung mit der völlig verantwortungslosen politischen Entscheidung in den 90er-Jahren, die Schulschikurse abzubauen. Dieser von Zellmann erwähnte fehlende erste Schneekontakt wurde auch von zwei Experten im Rahmen der Interviews kritisiert.



## 6 Fazit

Der Snowboardsport konnte im Laufe seiner Entwicklung aufgrund eigener Produktionsstätten, Marken, Rider/innen, Medien und Veranstaltungen eine Alleinstellung gegenüber dem Skifahren aufbauen, obwohl der Widerstand der Skiindustrie doch sehr groß war. Snowboarden gehört zu den am stärksten gewachsenen Sportarten des 20. Jahrhunderts. Mittlerweile hat es sich im Breitensport etabliert und die Zahl der Ausübenden bleibt im Großen und Ganzen konstant.

Forsans (2013g, S.61) schreibt, dass in den 70er und 80er Jahren eine ganze Generation die drei Boardsportarten Surfen, Skateboarden und Snowboarden entdeckt hat und diese als Ausdruck von Rebellion und Widerstand gegen das System nutzte. Aufgrund der wachsenden Anzahl der Ausübenden an den Sportarten waren Lösungen für einen organisatorischen Rahmen gefragt. Hier zeigte sich für Forsans (2013g, S.61) aber, dass diese Alternativsportarten nicht in die bestehenden Strukturen von Vereinen und Verbänden passten. In den Organisationen für Breitensport fehlte einfach das Verständnis für die Boardsportarten. Im Boardsport steht das gemeinsame Vergnügen am Fahren mehr im Vordergrund als der Wettkampf. Somit konzentrierten sich diese Sportler/innen eher auf den Aufbau eines alternativen Lifestyles mit dazugehöriger Musik und Mode. Diese Einschätzung wird auch von einem Experten bestätigt. Das kommerzielle Potential dieser Bewegung wurde von den Medien schon sehr früh entdeckt, den Vereinen fehlte aber das nötige Verständnis für diese Sportarten.

Um die Kontrolle über den Sport zu behalten, gründeten die aktiven Fahrer/innen eigene Wettkampferien, welche bewusst anders gestaltet wurden als die Olympischen Spiele, analysiert Forsans (2013g, S.61).

Früher wurden Snowboards noch von kleinen Firmen hergestellt, welche ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht hatten und sich durch eigene Innovationen von der Skibranche abzuheben wussten. Die großen Konzerne sahen laut Forsans erst dann das Potential des Snowboardens, als die Skibranche in Japan in den 90er Jahren zusammenbrach. In der Folge konnte man Snowboards erstmals bei den großen Sportketten kaufen, der Slalom stand plötzlich bei Snowboardwettbewerben auf dem Programm und die FIS versuchte beim Snowboarden immer mehr Mitsprache zu gewinnen, indem sie Wettkämpfe nach ihren Prinzipien organisierte. Diese Entwicklung führte für dazu, dass das Snowboarden im Jahr 1998 olympisch wurde.

Nachdem der Internationale Skiverband immer mehr versuchte, die Kontrolle über das Snowboarden zu erlangen, reagierten einige namhafte Snowboarder/innen (u.a. Terje Haakonsen) mit einer Protestbewegung und gründeten eine eigene Organisation mit Unterstützung der Fachmedien aus der Szene, fasst Forsans (2013g, S.62) diese Ereignisse zusammen. Die neu ins Leben gerufene TTR World Tour etablierte sich schnell als die Weltmeisterschaftsserie, die in der Szene zählt. Für Forsans machte sich die FIS gleichzeitig zum Narren, weil sie weiterhin alpine Snowboardwettkämpfe veranstaltete, welche aus Sicht der Branche und ihrer Fahrer/innen komplett unbedeutend sind. Auch der Großteil der interviewten Experten teilt die Meinung, dass das Alpinsnowboarden in der Szene keine Bedeutung mehr hat.

Einige Snowboarder/innen nahmen aber aufgrund des Drucks ihrer Sponsoren doch an den Olympischen Spielen teil, meint Forsans (2013g, S.62). Auch E3 erwähnte im Rahmen des Interviews, dass es dem Weltmarktführer Burton in der Hoffnung vieler Medaillen sehr wichtig war, seine Alpin-Fahrer/innen bei den Spielen in Nagano medial präsentieren zu können, obwohl genau dieser Marktführer das Alpinsnowboarden bereits 1995 tot geredet hatte.

Das Interesse bei den Top-Fahrer/innen und somit auch bei den Medien liegt heute bei Veranstaltungen wie den X-Games, der Arctic Challenge, der Dew Tour oder dem „Air and Style“. Diese Freestyle-Bewerbe waren und sind repräsentativ für die besten Snowboarder/innen. Auch die Experten bestätigen die Medienwirksamkeit diese Bewerbe.

Forsans (2013g, S.62) meint, dass in Europa nach wie vor der Respekt vor Snowboarden fehlt und die Skilehrer-Lobby weiter Druck gegen das Snowboarden ausübt. In den USA sei das ganz anders. Er glaubt, dass die Skibranche nur die Werte und Innovationen des Snowboardens kopiert. Da der Markt im Ski-Bereich stärker zurückgeht als beim Snowboarden, sollte sich laut Forsans die FIS gut überlegen, wer hier wen dringender braucht.

Es steht außer Frage, dass Snowboarden und Skifahren immer zwei unterschiedliche Sportarten bleiben werden. Junge Wintersportler/innen sehen Snowboarden mehr als Ausdrucksmittel und Lifestyle und weniger als Konkurrenz zum Skifahren. Die Wirtschaftskrise hat sich auch deutlich auf die Skibranche ausgewirkt, was bei den großen Marken zu einem Ändern der Prioritäten führen wird.

Die Trends der letzten Jahre verstärken sich auch beim Snowboarden. Backcountry und Splitboarding sorgen laut Forsans (2013g, S.62) für Vielfalt und Abwechslung. Diese



Einschätzung wird auch von den meisten Experten geteilt. Eine positive Entwicklung ist für Forsans die Besinnung auf authentische Marken aus dem Herz der Szene.

Sorge bereitet Forsans (2013g, S.62) das Verhältnis des internationalen Skiverbands zum Snowboardsport, denn die FIS zeige keine Bereitschaft, etwas für die Publikumswirksamkeit des Sports zu tun.

Initiativen wie die World Snowboard Federation bemühen sich, die Werte des Snowboardens am Leben zu erhalten. Forsans (2013g, S.62) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass sich aufgrund solcher Initiativen immer mehr Leute auf das Snowboarden zurück besinnen, während das lange als Megatrend gehaltene Freeskiing das Nachsehen hat und nur schwer sein eigenes Image aufbauen kann. Unterstützt wird diese Entwicklung laut Forsans aufgrund der Tatsachen, dass die Snowboardbranche weiterhin neue Herstellungskapazitäten entwickelt und neue Marken im Besitz von Fahrer/innen auf regionaler Ebene entstehen. Das bringt neue Dynamik und Begeisterung ins Spiel. Forsans weist darauf hin, dass zwar die Umsätze in der Branche zurückgegangen sind, die Zahl der Aktiven aber von 2012 auf 2013 angestiegen ist. Den Rückgang bei den Umsätzen begründet Forsans damit, dass die Leute nicht mehr so regelmäßig neu kaufen und ihr Material eher leihen würden. Auch E5 erwähnt die wachsende Bedeutung des Verleihsektors. Sein Arbeitgeber verkauft mittlerweile ca. 80% in den Verleih (E5: Zeile 137). Diese Entwicklung kann als weitere Konsequenz der globalen Wirtschaftskrise gesehen werden und sie betrifft genauso die Skibranche.

Um in Zukunft die Anzahl der Snowboarder/innen wieder zu erhöhen und die unterschiedlichen Styles zu fördern, müssen sich Vertreter/innen der Szene, der Wirtschaft und der Politik zusammensetzen und Konzepte überlegen. Für eine positive Marktentwicklung wird eine gegenseitige Unterstützung der verschiedenen Snowboardfirmen notwendig sein. Außerdem muss es in Zukunft für alle interessierten Personen den Raum und die Möglichkeiten geben sich mit dem Thema Snowboarden zu beschäftigen.



## 7 Zusammenfassung der Ergebnisse

Obwohl das Snowboarden zu den am stärksten gewachsenen Sportarten des 20. Jahrhunderts zählte, ist dieser Sport mittlerweile zur Ruhe gekommen.

Mit Hilfe der durchgeführten Experteninterviews können nun verallgemeinerbare Aussagen getroffen werden, welche die Gründe für die Entwicklungen und Veränderungen im Snowboardsport der letzten 15 Jahre aufzeigen.

Die Zahl der regelmäßig aktiven Snowboarder/innen hat vor allem im europäischen Raum abgenommen. Zehn Prozent der Österreicher/innen behaupten zwar, dass sie zumindest einmal pro Jahr auf dem Snowboard stehen, aber nur mehr ein Prozent übt diesen Sport regelmäßig aus. Als Hauptgrund für diese Entwicklung kann zusammengefasst werden, dass Snowboarden nicht mehr so angesagt ist wie früher. Dieses Phänomen betrifft auch den Skisport. Die Streichung vieler Schulschikurse Ende der 90er Jahre hat diese Entwicklung maßgeblich beeinflusst. Den Kindern wurde dadurch die Möglichkeit genommen, den notwendigen ersten Schneekontakt auf einem Sportgerät zu erleben und sich in weiterer Folge für das Snowboarden oder Skifahren zu begeistern. Das Überangebot an trendigen Sportarten und das digitale Zeitalter haben die Interessen der Jugendlichen verändert.

Das Wegfallen des Alpin-Snowboardfahrens im Freizeitsport-Bereich kann auch als wesentliche Veränderung genannt werden, obwohl diese Disziplin bei den heurigen Olympischen Spielen in Sotchi mit so vielen Einzelentscheidungen am Start war wie nie zuvor.

Der Snowboardsport hat sich entwickelt und mit ihm auch die Aktiven aus der Blütezeit des Sports. Viele Snowboarder/innen sind mittlerweile 40 Jahre alt, haben Familien gegründet und probieren mit ihren Kindern erst einmal das Skifahren aus. Diese Entwicklung hat sich auf die Anzahl der Snowboarder/innen ausgewirkt, weil der Nachwuchs nicht mehr so stark in den Snowboardsport hineindrängt wie früher.

Die Tatsache, dass die Anzahl der regelmäßig aktiven Snowboarder/innen abgenommen hat, hat sich auf die Verkaufszahlen von Snowboards ausgewirkt. Außerdem gibt es immer mehr Wintersportler/innen, die sich ihre Sportgeräte ausborgen.

Von 2005 bis 2010 hat sich das Aufkommen der sogenannten Free-Ski-Szene negativ auf den Snowboardsport ausgewirkt. Die Möglichkeit auch mit Skiern Fun-Parks und

Tiefschneehänge zu befahren hat viele Jugendliche begeistert und ältere Snowboarder/innen dazu bewogen, wieder auf Skier umzusteigen.

Der Trend beim Snowboarden geht ganz in die Richtung Freeride und Touren. Immer mehr Firmen entwickeln Splitboards, die den Aufstieg auf tiefverschneite Berghänge erleichtern. Es bleibt abzuwarten, ob sich diese Entwicklung positiv auf den Sport auswirkt.

Fest steht, dass im jugendlichen Freizeitverhalten die Faszination für das Snowboarden nach wie vor groß ist. Ein Umdenken in der Schulpolitik betreffend Schulschikurse und Werbung für die Sportart durch bekannte aktive Snowboarder/innen würden genügen, um wieder mehr Kinder für das Snowboarden zu begeistern.

## Literaturverzeichnis

- Atteslander, P. (2000). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (9. Auflage), Berlin: Schmidt.
- AWA (2013). *Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse*. Zugriff am 7.6.2014 unter [http://www.ifdallensbach.de/fileadmin/AWA/AWA2013/Codebuchausschnitte/AW2013\\_Codebuch\\_Sport\\_Freizeit.pdf](http://www.ifdallensbach.de/fileadmin/AWA/AWA2013/Codebuchausschnitte/AW2013_Codebuch_Sport_Freizeit.pdf)
- Bitzan, G.(2013). *Die erkaltete Lust am Schifahren*. Zugriff am 12.3.2014 unter <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/1486733/Die-erkaltende-Lust-am-Skifahren?from=suche.intern.portal>
- Block, W. (2000). Air & Style 1999. *Snowboarder MBM*, 67, S.136f.
- Boarder Sports (2010). *Snowboards*. Zugriff am 31.5.2014 unter <http://boardersports.wordpress.com/snowboards/>
- Bock, R. (1998). *Aktuelle Entwicklungen und Trends im Snowboardsport in Österreich*. Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften
- Breuer, M. (2002). *Aktuelle Trends und Entwicklungen – Skifahren und Snowboarden im Vergleich*, Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften
- Die neue Generation der Snowboards. Zugriff am 14.5.2014 unter <http://www.kleinezeitung.at/freizeit/aktivwellness/winter/3533698/neue-generation-snowboards.story>
- Drexl, S. (2011). *Snowboarding. Die Geschichte einer Lebensphilosophie*. Zugriff am 22.5. 2014 unter <http://www.skiinfo.de/news/a/581426/snowboarding--die-geschichte-einer-lebensphilosophie---teil-2>
- Eder, M.(2011). The Art of Flight. Apocalypse Snow. Zugriff am 30.5.2014 unter <http://www.faz.net/aktuell/sport/wintersport/the-art-of-flight-apocalypse-snow-11527290.html>
- Egger, G.(2012). *Snowboarden – Feeling Pur. Snowboarden ist mehr als ein Sport, es ist ein Lebensgefühl*. 1-4. Zugriff am 23.10.2013 unter [http://www.boarderchallenge.at/Informationen\\_Snowboard\\_Lehrfilm.pdf](http://www.boarderchallenge.at/Informationen_Snowboard_Lehrfilm.pdf)
- Flick, U. (2002). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Forsans, R. (2005). The Snowboard Market. Analyse and Key figures. Zugriff am 11.3.2014 unter <http://remi.forsans.free.fr/LAAX%20FORUM%20key%20figures.pdf>
- Forsans, R. (2010a). Ein Snowboardjahrzent im Rückblick. *Boardsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 50, S. 15-16.

- Forsans, R. (2011). *The Snowboard Market 2010/11*. Zugriff am 11.3.2014 unter <http://remi.forsans.free.fr/European%20snowboard%20market%20survey%20101.pdf>
- Forsans, R. (2011a). Wie sehr Snowboarden den Skisport beeinflusst hat. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 52, S. 31-32.
- Forsans, R. (2011b). Snowboard Markt Winter 2010/11. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 55, S. 25-28.
- Forsans, R. (2012). Der Snowboard Markt 2011/2012. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 61, S. 27-30.
- Forsans R. (2013a). Snowboard Markt Vororderanalyse 2012/2013. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 62, S.37-39.
- Forsans, R. (2013e). Internationale Snowboardherstellung in der Krise. *Boardsportsource- European Surf, Skate & Snow Business*, 66, S. 47-49.
- Forsans, R. (2013f). Snowboard Marktanalyse Winter 2012/13. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 67, S. 26-28.
- Forsans, R. (2013g). Was bringt die Zukunft im Snowboarding? *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 69, S. 61-62.
- Geisler, T. (2004). *Szenesport, Medien und Marketing – Jugendliche zwischen Kult und Kommerz*. Düsseldorf: VDM.
- Gibson, M.(2014). *History of Snowboarding Timeline Part 4: 2001-2005*. Zugriff am 27.5.2014 unter <http://snowboarding.about.com/od/SnowboardingHistory/a/History-Of-Snowboarding-Timeline-Part-4-2001-2005.htm>
- Gläser, J. & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. 4.Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.
- Großegger, B.& Heinzlmaier, B. (2004). *Jugendkultur Guide (2. Auflage)*. Wien: ÖBV & HPT
- Großegger, B. & Heinzlmaier, B. (2007). *Die neuen Vorbilder der Jugend. Stil- und Sinnwelten im neuen Jahrtausend*. Wien: G&G
- Großegger, B. & Moosbrugger, M. (2004). *Trend-Facts. Aktuelle Jugendkulturphänomene und ihre Konsequenzen für die Jugendarbeit. Trend: Freestyle-Sport*. Wien: Ein Projekt des Instituts für Jugendkulturforschung im Auftrag des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz.
- Großegger, B. (2003). Freizeit am Beginn des 3. Jahrtausends. In *4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich*, S. 40-76

- Großegger, B. (2005). *Jugendkultur-Medien-Institutionen. Kulturarbeit für „Szene-Kids“ – Ein Widerspruch?* Zugriff am 3.6.2014 unter [http://www.kulturundoeconomie.ch/forum06/referate/Grossegger\\_Teil1.pdf](http://www.kulturundoeconomie.ch/forum06/referate/Grossegger_Teil1.pdf)
- Großegger, B. (2011). *Jugend und Zeitgeist. Wie denken und leben 16-19-Jährige?* Zugriff am 2.6.2014 unter <http://www.karriere.at/blog/wpcontent/uploads/2011/12/Studie-Jugend-und-Zeitgeist.pdf>
- Großegger, B. (2012). *Sozialpsychologie des Jugendalters.* Zugriff am 2.6.2014 unter [http://jugendkultur.at/wpcontent/uploads/VO\\_grossegger\\_block\\_1\\_2\\_probandInne\\_n anonymisiert.pdf](http://jugendkultur.at/wpcontent/uploads/VO_grossegger_block_1_2_probandInne_n anonymisiert.pdf)
- Handl, M. W. (2003). *Trendsportarten in historischer Perspektive unter spezieller Berücksichtigung des Snowboardsports*, Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften
- Heer, G. (2012). *Vökl: Wetten aufs Wetter.* Zugriff am 15.03.2014 unter <http://www.handelszeitung.ch/unternehmen/voelkl-wetten-aufs-wetter>
- Heinzlmaier, B. (2008). *Timescout 2008. Die junge Trendstudie von heute für morgen.* Wien/Hamburg
- Heinzlmaier, B. (2011). Jugendliche Freizeitkulturen in der Risikogesellschaft. Posttraditionale Formen der Vergemeinschaftung, Freizeitverhalten, Mediennutzung und Sport. In Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (Hrsg.), *6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich*, S. 229-254. Wien
- Heinzlmaier, B. (2012). Freizeit als Zeit der Selbstbestimmung? Die Freizeitorientierung Jugendlicher unter marktgeseellschaftlichen Bedingungen. Wien. Zugriff am 14.11.2013 unter [http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/jugend\\_und\\_freizeit.pdf](http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/jugend_und_freizeit.pdf)
- Koch, M. (1999). 6. Air & Style. *Snowboarder MBM*, 59, S.70-75
- Kowalcze, K. (2011). *Winterspiele. Neue Sportarten – Slopestyle wird olympisch.* Zugriff am 28.5.2014 unter <http://www.sueddeutsche.de/sport/winterspiele-neue-sportarten-slopestyle-wird-olympisch-1.1117142>
- Krebernik, L. (1998a). The day after. In: *Snowboard Revue*, 2, S. 26f.
- Krutzler, D.(2011). *Der Plan mit dem Brett.* Zugriff am 12.3.2014 unter <http://derstandard.at/1317020059915/Der-Plan-mit-dem-Brett>
- Kurzweil, M. (2013). Torstein Horgmo – FS Triple Cork 1440. *Onboard. European Snowboard Magazine.* Zugriff am 28.5.2014 unter <http://onboardmag.com/features/snowboardings-members-of-the-triple-club.html/2>

- Longin, U. (1988). *Entwicklung und Reaktionen auf neue Freizeittrends im österreichischen Wintertourismus. Neue Freizeitaktivitäten als Möglichkeit einer innovativen Angebotsgestaltung*. Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften
- Maurer, M.(2012). *Bye, Bye, Board?* Zugriff am 10.12.2013 unter <http://www.marcomaurer.de/bye-bye-board/>
- Meuser, M. und Nagel, U. (2002). Experteninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, A. Littig, G., Menz, W. (Hrsg.), *Das Experteninterview*, 71-93. Opladen: Leske & Budrich.
- Müssig, P. (1997). *Snowboard Professional*. Stuttgart: Pietsch.
- New Austrian Snowboard Association (2011). *Die New Austrian Snowboard Association ist der unabhängige Snowboardverband Österreichs*. Zugriff am 31.5.2014 unter <http://www.powdern.com/asa/n.asa>
- Nohl, A. (2008). *Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pausch, S.(2012). *Auszeit: Vor Shaun White kapitulieren die Snowboard-Juroren*. Zugriff am 30.5.2014 unter <http://www.welt.de/debatte/kolumnen/auszeit/article13841904/Vor-Shaun-White-kapitulieren-die-Snowboard-Juroren.html>
- Persaud-Walters, J. (2013g), Interview mit Donna Carpenter, Präsidentin von Burton Snowboards. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 69, S. 65-66.
- Plüss, M. & Däpp, M. (2005). Ein Gerät revolutionierte den Skisport. *Swiss Snowsports*, 1, S. 8-9.
- Pressemitteilung ISPO Munich (2014). Zugriff am 14.05.2014 unter <http://press.ispo.com/de/ISPO-Services/ISPO-MUNICH/Pressemitteilungen/Trends-Snowboard-Hardware.html>
- Raab, J. (2012). *Red Bull Supernatural*. Zugriff am 30.5.2014 unter <http://www.playboard.de/component/content/article/14-events/2003-red-bull-supernatural-teaser.html>
- Riedel, C. & Birkel, J. (2008). *Wintersportgeräte. Richtig auswählen, sicher nutzen*. Berlin: Beuth.
- Rieß, M. (2008). *Sportliche Identität und Motivation im New School Skifahren*, Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften.
- Ruhdorfer, H. (1996). *Balance is everything*. Lehrunterlage der BAFL. Radstadt.



- Schmidt, C. (2003) *Analyse von Leitfadeninterviews*. In: Flick, U. / Kardoff, E. von / Steinke, I. (eds.). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Rowohlt. Reinbek bei Hamburg. 447- 456.
- Schwier, J. (2000). *Sport als populäre Kultur*. Hamburg: Czwalina.
- SIA Snow Sports Participation Report (2013). *Amerikanische Wintersportler/innen nach Kategorien*. Zugriff am 7.6.2014 unter <http://www.snowsports.org/SuppliersServiceProviders/ResearchSurveys/SIASnowSportsParticipationReport>
- Snowboarder Guide (2012). *Rest in Peace Tom Sims*. Zugriff am 30.5.2014 unter <http://www.snowboarderguide.com/news/industry-news/rest-peace-tom-sims-6265>
- Snowboarder MBM Summer Special 1993. 1996. Hamburg
- Staltner, G. (2001). *Zur Entwicklung und Bedeutung des Freestylesnowboardens und des Alpinsnowboardens*, Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften
- State of the Snow Sports Markt 2012. Zugriff am 14.3.2014 unter <http://youngsdays.com/2014/02/05/2254/>
- Steiner, M. und Hatje, T. (1996). *Snowboard – Das Handbuch*. S. 152-157. München: Bruckmann.
- Tfactory Österreich (2009). Jugendszeneanalyse 2009 .*In Freizeit als Zeit der Selbstbestimmung? Die Freizeitorientierung Jugendlicher unter marktgesellschaftlichen Bedingungen*. Zugriff unter [http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/jugend\\_und\\_freizeit.pdf](http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/jugend_und_freizeit.pdf)
- Timescout, 10. Welle (2008). In *Jugendliche Lebensstilgruppen. Präsentation Tagung „Gesundheitsförderung trifft Jugendarbeit*. Zugriff am 22.4.2014 unter [http://www.fgoe.org/veranstaltungen/fgoe-konferenzen-und-tagungen/archiv/gesundheitsforderung-trifft-jugendarbeit-1/WS%204\\_Heinzelmaier\\_fgoe\\_salzburg\\_19908.pdf](http://www.fgoe.org/veranstaltungen/fgoe-konferenzen-und-tagungen/archiv/gesundheitsforderung-trifft-jugendarbeit-1/WS%204_Heinzelmaier_fgoe_salzburg_19908.pdf)
- Timescout, 11. Welle (2009). In *Jugend in Bewegung. Rolle des Sports in modernen Jugendkulturen (2009)*. Zugriff unter [http://www.sportlandnoe.at/magazin/00/artikel/75930/doc/d/Grundsatzreferat1\\_IkrahJugendInBewegung.pdf?ok=ja](http://www.sportlandnoe.at/magazin/00/artikel/75930/doc/d/Grundsatzreferat1_IkrahJugendInBewegung.pdf?ok=ja)
- Timescout (2010). In *Jugendkulturen und Jugendszenen zwischen interkulturellem Austausch und multikulturellem Nebeneinander*. Zugriff unter [http://www.interestennoefamilien.at/lofi/sites/default/files/jugendszenen\\_interkulturell.pdf](http://www.interestennoefamilien.at/lofi/sites/default/files/jugendszenen_interkulturell.pdf)
- Timescout (2011). *Skifahren Nr. 1 Sportart bei Jugendlichen*. Zugriff am 10.3.2014 unter [http://www.wispowo.at/news/einzelansicht.html?tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=41&cHash=6c22cc4951e60841658e05279f3ed1c4](http://www.wispowo.at/news/einzelansicht.html?tx_ttnews[tt_news]=41&cHash=6c22cc4951e60841658e05279f3ed1c4)

- Timescout, 18. Welle (2013). *In Update Szenen, Musik, Events 2013. Zusammenfassung der Ergebnisse der 18. Welle der Jugendstudie TIMESCOUT*. Zugriff unter [http://www.tfactory.com/files/upload/Ergebnisse\\_TIMESCOOUT\\_Welle\\_18.pdf](http://www.tfactory.com/files/upload/Ergebnisse_TIMESCOOUT_Welle_18.pdf)
- Transworld Snowboarding (1996a). *Snowboard History Timeline Part 1 -1960's-70's*. Zugriff am 22.1. 2014 unter <http://snowboarding.transworld.net/uncategorized/snowboard-history-timeline-part-11960s-70s/>
- Transworld Snowboarding (1996b). *Snowboard History Timeline Part 2 – 1980's*. Zugriff am 22.1.2014 unter <http://snowboarding.transworld.net/uncategorized/snowboard-history-timeline-part-21980s/>
- Transworld Snowboarding (2007). *Terje Haakonsen Breaks World Record Highest Snowboard Air*. Zugriff am 26.5.2014 <http://snowboarding.transworld.net/uncategorized/terje-haakonsen-breaks-world-record-air/>
- Trska, M. (1989). *Snowboardsport in Österreich*. Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften.
- Weiler, M. und Bürki, P. (1996). *Ride Freestyle – Style Freeride*. Bern: Verlag SVSS.
- Wilson-North, T. (2013g). Snowboard Vorschau 2014/15. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 69, S.23-26.
- Wilson-North, T.(2013b). Snowboards. Trend-Report 2013/14. *Boardsportsource – European Surf, Skate & Snow Business*, 63, S. 25-30.
- World Snowboard Federation (2014). *About World Snowboard Federation*. Zugriff am 31.5.2014 unter <http://www.worldsnowboardfederation.org/about-world-snowboard-federation/>
- Zach, P. & Kipperer, J. (2009). *Freestyle & Jugendkultur*. Vortrag über Chancen für die Zukunft am Symposium Netzwerk Winter 2009. Zugriff am 16.12.2013 unter <http://www.netzwerk-winter.at/archiv/symposien/symposium-2009/nachlese/freestyle-und-jugendkultur/>
- Zellmann, P. & Haslinger, B. (2004). *Kurzstudie zum Sportverhalten der Österreicher. Teil 1: Sport ist in, Fitness boomt?* Zugriff am 21.12.2013 unter [http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2004/ft\\_03\\_2004.pdf](http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2004/ft_03_2004.pdf)
- Zellmann, P.(2011). *Zukunft Wintersport*. Zugriff am 21.12.2013 unter [http://www.netzwerk-winter.at/assets/downloads/journalistenseminar-2011/Zukunft\\_Wintersport.pdf?PHPSESSID=39f06cf383f3569142956af0a9cbbd97](http://www.netzwerk-winter.at/assets/downloads/journalistenseminar-2011/Zukunft_Wintersport.pdf?PHPSESSID=39f06cf383f3569142956af0a9cbbd97)
- Zentner, M. (2004). *Jugendkulturen und Jugendszenen. Lebenswelten Jugendlicher als Ausgangspunkt präventiver Maßnahmen?* Zugriff am 2.6.2014 unter [http://www.praevention.at/upload/documentbox/jugendkultur\\_und\\_droge\\_1.pdf](http://www.praevention.at/upload/documentbox/jugendkultur_und_droge_1.pdf)

ZeZula, A.(2009). *Neue Technologie bringt mehr Spaß am Snowboarden*. Zugriff am 12.5.2014 unter <http://www.pressefach.info/blue-tomato/200912-Rocker-Boards.htm>

## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Snurfer .....	10
Abbildung 2: Backhill .....	11
Abbildung 3: Tom Sims 1986 als Stuntdouble von James Bond im Film „A View to Kill“ .	18
Abbildung 4: Entwicklung der Verkaufszahlen in Europa .....	21
Abbildung 5: Ski- und Snowboardverkäufe in den USA von 1997/98 bis 2012/13 .....	22
Abbildung 6: Amerikanische Wintersportler/innen nach Kategorien .....	24
Abbildung 7: Sportausübung 1998 .....	25
Abbildung 8: Sportbetätigung 2009 .....	26
Abbildung 9: Altersverteilung Ski und Snowboard in den USA .....	27
Abbildung 10: Angesagte Sportarten bei deutschen Jugendlichen 2001 .....	30
Abbildung 11: Szenezugehörigkeit 2003/04 männlich/weiblich .....	31
Abbildung 12: Szenezugehörigkeit .....	32
Abbildung 13: Szenezugehörigkeit 2006-2008 .....	33
Abbildung 14: Szenelandschaft in Österreich von 2008-2010 .....	35
Abbildung 15: Szenezugehörigkeit 2012 .....	36
Abbildung 16: Szenezugehörigkeit .....	57
Abbildung 17: Rockertechnologie .....	62

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Szenezugehörigkeit 2013 (Timescout, 2013) .....	37
Tabelle 2: Übersicht Kategorienbildung .....	44



## Anhang

### Transkript Experte 1

Gesprächspartner: Flo Orley  
Datum: 07.01.2014  
Uhrzeit: 21.00 - 21.35 Uhr  
Ort: Skype-Telefonat

Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E1: Experte 1

Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln

1 I: Erste Frage, ganz gemütlich zur Einleitung, bitte erzähl mir mal ganz kurz deinen  
2 persönlichen Bezug zum Snowboardsport!

3

4 E1: Phuuui....(seufzt)...In Innsbruck als ca. 11-Jähriger erstmals Kontakt gehabt auf  
5 der Innsbrucker Seegrube, wo eine der Geburtsstunden des Snowboardens im  
6 deutschsprachigen Raum war und dann relativ bald selbst damit begonnen und  
7 dann vom ca. 13. Lebensjahr weg eigentlich nur mehr Snowboarden gewesen und  
8 nicht mehr Skifahren und das im Winter sehr viel, nachdem ich es nicht weit zur  
9 Bahn gehabt habe. Und dann hat es eigentlich gleich mal mein Leben bestimmt:  
10 Snowboardlehrer-Anwärterausbildung mit 15-16, Landeslehrer mit 18-19, staatlicher  
11 mit 20, vier Saisonen am Arlberg unterrichtet, im Bundessportheim und in Zürs.  
12 Immer ein Freerider gewesen, nie Wettkämpfe gemacht im Alpin- oder  
13 Freestylebereich und dann mit 25 Jahren im Jahr 2000 erster großer Freeride-  
14 Contest und seit damals als Pro-Freerider unterwegs, mit Trips quer über den  
15 Globus und Contests und schön, davon leben zu können.

16

17 I: Danke für die einleitende Frage. Zur zweiten Frage: Wie hat sich deiner Meinung  
18 nach der Snowboardsport in den letzten 15 Jahren entwickelt?

19

20 E1: ...Phaaah...schwierige Frage.....

21 I: Was fällt dir dazu ein, irgendwelche bahnbrechenden Ereignisse, die in den  
22 letzten 15 Jahren erwähnenswert sind...

23 E1:.....Bahnbrechende Ereignisse in den letzten 15 Jahren....(seufzt)....soweit sie  
24 mich betreffen oder ganz allgemein?

25 I: ganz allgemein

26 E1: Phaahh...Untergang des Alpinrennsports, Olympiawerden vom Freestyle,  
27 Halfpipe war, glaub ich, schon zweimal, Boardercross auch und heute erstmalig  
28 Slopestyle.....Boom des Freeridesports mit Gipfel in der Freeride-Worldtour, die es  
29 jetzt schon ca. acht Jahre gibt.....aahmm... dann, ja, sicher trotz aller dieser  
30 Geschichten sicher ein Rückgang in der Masse, also sicher nicht mehr die gleiche  
31 Menge an Verkaufszahlen für die Industrie, hohe Diversifizierung, unendlich viele

32 Marken, die auf den Markt da stehen wollen, ja, ich glaube, das sind so die  
33 Hauptpunkte.

34

35 I: Aha, und gibt es irgendwelche speziellen Veränderungen, die dir einfallen, die  
36 erwähnenswert sind seit 1998, nicht nur im Wettkampfsport, sondern auch  
37 allgemein beim Snowboarden?

38

39 E1:.....seufzt...was hat sich verändert? Materialmäßig seit 1998.....seufzt....da  
40 müsste ich im Computer nachschauen, (lacht),

41

42 I: Bei meiner nächsten Frage ginge es eh um die Materialentwicklung! Wie hat sich  
43 die technische Entwicklung am Materialsektor (Einteilung der Boards in Camber-,  
44 Rocker-, No-Camberboards) auf den Snowboardsport ausgewirkt?

45

46 E1: Naja, heute gibt es mehr verschiedene Boards als früher! Das ist überall so, wie  
47 zum Beispiel beim Biken! Jetzt haben manche sieben verschiedene Mountainbikes, je  
48 nach Einsatzbereich und beim Snowboarden ist es genauso. Für den  
49 Endverbraucher ist es nun leichter geworden, denn genau für das, was er jetzt  
50 braucht, gibt es sicher das richtige Brett. Dafür ist die Materialmenge, die zur  
51 Auswahl steht, so groß, dass sie unübersichtlich ist.

52

53 I: Glaubst du, dass sich Rocker-Boards, die sehr fehlerverzeihend sind, positiv auf  
54 die Verkaufszahlen auswirken bzw. das Snowboarden wieder attraktiver gemacht  
55 haben, oder es für den Kunden attraktiver ist sich ein Snowboard zu kaufen?

56 E1: Naja, ich weiß nicht, inwiefern der Kunde es realisiert, dass es für ihn jetzt  
57 leichter ist, Snowboard zu lernen oder es im höheren Level fahren kann. Die  
58 meisten Kunden sind schon ein wenig abgestumpft, da eh dauernd etwas Neues  
59 kommt. Da ist das Carving, jetzt ist der Rocker und als nächstes kommt wieder  
60 etwas Anderes. Ob das wirklich einen besonderen Push gibt? Egal, welches  
61 Produkt heute auf die Welt geht, jeder Hersteller ist dazu verdammt, ständig etwas  
62 Neues zu bringen und wenn irgendwas nicht ständig erneuert wird, dann glaubt der

63 Konsument sowieso, dass das Produkt am Sterben ist. Also großartige  
64 Veränderungen, dass das Snowboarden quasi attraktiv gehalten wird, werden sich,  
65 glaube ich, nicht abspielen.

66

67 I: Kann man deiner Meinung nach noch auf neue, besondere technische  
68 Innovationen hoffen, welche die Attraktivität des Snowboardens für alle  
69 Altersgruppen steigert?

70 E1: ... Ja, wohl, kann ich mir durchaus vorstellen. Also, ich lass mich da immer  
71 wieder überraschen. So eine Sache wie die Baseless-Bindungsgeschichte war  
72 wirklich eine große Innovation, die unterm Strich zwar nicht sehr sinnvoll war, aber  
73 es können durchaus wieder ähnliche Geschichten daherkommen, die dann wirklich  
74 sinnvoll sind und das Leben leichter machen oder auch zu höheren Verkaufszahlen  
75 führen, aber ich lasse mich gerne überraschen...Es sind immer wieder so Trends,  
76 so wie das Splitboard zum Beispiel, das seit ein paar Jahren wieder einen Boom  
77 erlebt, nachdem es vor 10 Jahren tot gesagt worden ist. K2 hat jetzt plötzlich drei  
78 verschiedene Splitboardmodelle im Programm, wo hingegen eine Firma wie Burton  
79 vor sieben, acht Jahren die Produktion komplett eingestellt hat. Da sieht man, dass  
80 Trends oder die Nachfrage immer wieder zu neuen Geschichten führen können.

81

82 I: Weil du den Splitboardaspekt erwähnst hast, ich habe von einem Verkäufer in  
83 Wien gehört, dass bei ihm heuer jedes dritte verkaufte Snowboard ein Splitboard ist.  
84 Glaubst du, dass das Splitboard eine Chance darstellt, wieder mehr Leute für das  
85 Snowboarden zu begeistern?

86

87 E1: Ich glaube, da geht es eher wieder um die Erhaltung der bestehenden  
88 Snowboarder, weil das ist so die Altersklasse, in die wir auch reinfallen, die in den  
89 80ern oder frühen 90ern mit dem Snowboarden begonnen haben und jetzt über die  
90 30 hinaus sind oder sogar schon über die 40. Da bist du jetzt in einer Altersklasse,  
91 wo du nicht mehr mit dem Lift 47mal auf und ab fährst, sondern da sucht man eher  
92 die Ruhe und den „workout“ und vielleicht einen Gipfelsieg und eine schöne Abfahrt  
93 am Tag, das reicht dir. Und es sind sicher viele zu den Schifahrern abgewandert.  
94 Jetzt, wo halt sicher auch ein bisschen durch mich und mehr durch die großen  
95 Namen wie Jeremy Jones und Xavier de la Rue die Splitboards wieder gemacht



96 worden sind, gemacht werden und auch weiterhin gemacht werden. Somit ist das  
97 Snowboarden in dieser Form wieder attraktiver für die Leute und auch etwas, wo sie  
98 sich abheben können. Das Tourenggehen boomt auch. Wenn man Splitboardtouren  
99 geht, ist man halt auch anders wieder cool. Unter seinen alten Freunden und den  
100 Skifahrern gegenüber auch. Ich kann mit dem Snowboard auf Tour unterwegs sein  
101 und bin anders und das funktioniert auch. Das ist für die Leute immer ganz wichtig,  
102 dass sie cool sind und deswegen ist das Splitboarden da ein toller Trend. Das  
103 deshalb aber mehr Leute mit dem Snowboarden anfangen, wird es, glaube ich, nicht  
104 geben.

105

106 I: Du meinst also, dass vor allem die ältere Generation durch die Splitboards dazu  
107 begeistert wird, länger beim Snowboarden zu bleiben.

108

109 E1: Sicher sogar, ja!

110

111 I: Zu den Verkaufszahlen. Ich habe bei meinen Recherchen herausgefunden, dass  
112 1998 ca. 75000 Snowboards verkauft wurden und in der Saison 2012/13 ca. 23000.

113

114 E1: Das betrifft aber auch den Skimarkt!

115

116 I: Ja, das stimmt! Was würden dir aber für Gründe einfallen, warum die  
117 Verkaufszahlen in den letzten 15 Jahren so massiv zurückgegangen sind?

118

119 E1:....hmmm....Durch die unglaubliche Konkurrenz an Sportarten, die man heute  
120 ausüben kann. Es sind in den letzten Jahrzehnten so viele neue Sportarten daher  
121 gekommen, die alle toll sind, die alle technisch anspruchsvolle Materialien und  
122 Sportgeräte brauchen, die entsprechendes Geld kosten und die Leute können sich  
123 einfach nicht alles leisten. Snowboarden war immer ein bisschen ein Pionier, so wie  
124 es das Windsurfen 20 Jahre früher war. Diese Pionierrolle hat es allmählich  
125 verloren. Die Leute haben sich auf andere Sachen gestürzt, die sie stattdessen

126 machen. Ein anderes Argument, welches in den Medien immer mehr reflektiert wird,  
127 ist, dass der Wintersport immer mehr zum Elitesport wird, weil man es sich einfach  
128 nicht mehr leisten kann. Wobei dieses Argument meiner Meinung nach im Westen  
129 Österreich nicht so zutrifft, weil viele in der Nähe von Skigebieten wohnen, wo es  
130 günstige Saisonkarten für Einheimische gibt. Du kannst dir zum Beispiel in Tirol ein  
131 Freizeitticket um ca. 400 Euro kaufen, wo du 30 Bergbahnen dabei hast und kannst  
132 es 52 Wochen im Jahr nützen. Also, das kann hier nicht das Argument sein,  
133 vielleicht eher in Deutschland oder in anderen Einzugsgebieten für den  
134 Wintertourismus. Aber eher ist es der Verlust dieses neuen coolen Images, das  
135 neue Trendsportarten nicht ewig cool bleiben.

136

137 I: Die Skiindustrie baut seit ein paar Jahren immer breitere Skier und verwendet  
138 Technologien, die zuerst beim Snowboardbau eingesetzt wurden. Zum Beispiel wird  
139 die Rocker-Technologie im Skibereich im Moment sehr gepusht! Glaubst du, dass  
140 sich diese Entwicklungen auf den Snowboardsport auswirken bzw. ausgewirkt  
141 haben?

142

143 E1: Was jetzt genau?

144 I: Die Verwendung von Technologien, die es zuerst bei Snowboards gegeben hat,  
145 z.B. die Rocker-Technologie und dass die Skier immer breiter werden und es  
146 deshalb immer leichter ist, mit Skiern im Gelände unterwegs zu sein. Sind das  
147 Gründe, warum Snowboarden rückläufig ist?

148

149 E1: Das ist sicher so. Die Skiindustrie hat eigentlich überraschend lange gebraucht,  
150 um diese innovativen Marketingideen der Snowboardszene und der  
151 Snowboardfirmen umzusetzen. Aber jetzt hat sie es geschafft und wenn man sich  
152 die Kids heutzutage anschaut, dann ist das Skifahren genauso begehrenswert,  
153 trendig oder cool wie das Snowboarden. Was man nicht vergessen darf ist, dass  
154 das Bewegen auf Skiern überall, vom Anstellen am Lift bis zum irgendwohin queren,  
155 sich gemütlich auf den Stöcken ausruhen, es ist abgesehen vom Powdern, wirklich  
156 einfach im Powder runtersurfen, alles andere auf Skiern bequemer und leichter.  
157 Das ist sicher auch ein Grund, warum viele von den Kids, die vorher ausschließlich  
158 am Snowboard unterwegs waren, jetzt wieder Ski fahren.

159

160 I: Heißt das jetzt für dich, weil die Kids bequemer werden, steigen sie lieber auf die  
161 Skier oder weil man im Alter bequemer wird und es im Alter einfach gemütlicher ist,  
162 mit Skiern unterwegs zu sein?

163

164 E1: Ich denke, beide Faktoren sind relevant. Die Älteren werden bequemer, bis auf  
165 die, die ich vorher schon angesprochen habe, die im Kopf jung genug sind, um sich  
166 das Splitboarden anzutun, was ja doch etwas komplizierter ist als ein Tourenski.  
167 Diese bleiben auf jeden Fall dabei. Bei den Jungen gibt es einfach viele, die beides  
168 machen und die einfach sehen, mit den Skiern bin ich einfach flexibler. Wenn ich  
169 powdern will und muss irgendwo einen Kilometer raustraversieren, dann kann ich  
170 das mit Skiern ganz easy. In den Freeride-Gruppen, die ich jetzt kenne, von den  
171 Youngsters bis zu den 50-Jährigen, da sind meistens, wenn 10 Skifahrer dabei sind,  
172 sind ein bis zwei Snowboarder dabei. Vor 20 Jahren war es halt meistens  
173 umgekehrt!

174 I: Meinst du nur im Gelände oder auch im Funpark?

175

176 E1: Ich kann jetzt eigentlich nur für das Gelände sprechen. Wenn ich mir zum  
177 Beispiel die Anmeldungen von Freeride-Contests anschau, war der Verbier-  
178 Extreme von ca. 95/96 bis Mitte der 2000er ein reiner Snowboard-Contest. Wenn du  
179 dir jetzt eine Anmeldung anschaust für einen Freeride-Worldtour Junior Event, da  
180 gibt es bei 100 Anmeldungen ca. 10 Prozent Snowboarder, also, es hat sich  
181 komplett umgedreht.

182

183 I: Verkaufszahlen aus der Skiindustrie belegen, dass die Nachfrage nach Freeride-  
184 Skiern stark ansteigt. Glaubst du, dass dieser Free-Ski-Boom bzw. das zusätzliche  
185 Angebot an Park-Skiern wesentliche Faktoren sind, warum der Snowboardsport ein  
186 wenig leidet?

187

188 E1: .....(seufzt).Das haben wir vorher eh schon besprochen. Die Möglichkeit, die  
189 es vorher nicht gab, dass man heute perfekt funktionierende Skier für sämtliche

190 Bedingungen und Einsatzbereiche am Markt findet, ist sicher ein Grund. Aber ich  
191 glaube, es ist einfach ein Zusammenspiel aus allen diesen Dingen. Es ist dem  
192 Marketing gut gelungen, das Skifahren wieder cool zu machen. Es ist den  
193 Konstrukteuren gelungen, tolle Skier für alle Spielarten des Skifahrens anzubieten.  
194 Die Skifahrer erkennen, wenn sie den Snowboardern zuschauen, dass sie sich mit  
195 Skiern leichter tun, wenn sie sich im Gelände bewegen, etc.....das sind alles  
196 Punkte, die im Summe dazu beitragen, dass einfach viele Kids wieder auf Skiern  
197 bleiben und nicht auf das Snowboard steigen. Sie haben ja die Wahl, jeder hat die  
198 Wahl. Sicher wird man beeinflusst von den Eltern, auf was sie dich stellen, aber  
199 Kids machen oft gerne das Gegenteil...

200

201 I: Eine Frage am Rande, wann wirst du wieder auf Skier umsteigen?

202

203 E1: In einem Winter wie heuer gehe ich sehr viel Skifahren, also ich schätze, dass  
204 ich heuer rund 20 bis 30 Prozent meiner Bergtage auf Skiern verbracht habe.

205

206 I: Diese Angaben betreffen rein die Gelände-Skitage?

207

208 E1: Ich bin nur im Gelände unterwegs. Egal, ob privat oder beim Guiden, außer  
209 wenn ich mit meinem 3-Jährigen Bub herumrutsche, dann bin ich auf der Piste.  
210 Gerade so ein schneearmer Winter ist ein Grund, wo ich sage, ich gehe mehr  
211 Skifahren, weil auf hartem Schnee macht es mit den Skiern mehr Spaß als mit dem  
212 Snowboard. Der Trainingseffekt, was die Kraft anbelangt in der Vorsaison, ist dabei  
213 sogar größer. Und deshalb bin ich dann viel auf Skiern am Weg.

214

215 I: Wir haben vorher schon ganz kurz über das Alpin-Snowboardfahren gesprochen,  
216 wo du gemeint hast, dass dieser Sport tot ist. Trotzdem ist diese Sportart nach wie  
217 vorher olympisch. Wohin geht deiner Meinung nach die Entwicklung beim  
218 Alpinsnowboardfahren?

219

220 E1: ..... Über diese Frage habe ich mir eigentlich noch nie Gedanken gemacht. Das  
221 ist mir eigentlich relativ egal. Ich glaube nicht, dass dem Alpinsnowboardfahren  
222 noch eine lange Lebensdauer beschert ist. Es gibt ganz wenige Sportarten, so wie  
223 das Skispringen, wo es weltweit eine minimale Anzahl von Aktiven gibt und  
224 trotzdem ein maximales Zuschauer- bzw. Medieninteresse. Alpin-Snowboarden wird  
225 dieser Status nicht mehr beschert werden, auf seine alten Tage und früher oder  
226 später werden auch die verschiedenen Verbände und dann auch Organisationen  
227 wie das IOC erkennen, dass es nicht mehr sehr viel Sinn macht, einen derartigen  
228 Sport drinnen zu haben. Ich kann jetzt beispielsweise sagen, dass es durchaus  
229 Gespräche gibt zwischen dem IOC und dem Chief-Management von der Freeride-  
230 World-Tour. Es war schon im Gespräch, Testläufe zu machen in Sotchi.  
231 Witzigerweise da, wo der Start von der Herren-Abfahrt ist, haben wir 100 Meter  
232 daneben den Start gehabt für den World-Tour-Stopp, vor ein paar Jahren. Der Grad  
233 der Professionalität in der Organisation ist sicher hoch genug, dass das  
234 funktionieren würde und damit haben sie dann einen attraktiven Sport. Die werden  
235 lieber einen attraktiven Sport haben wollen als einen unattraktiven. Wenn der  
236 Alpinsnowboardsport mal aus dem IOC rausfällt, wird es bald keine Alpinfahrer  
237 mehr geben.

238

239 I: Das heißt, eventuell wird das Freeride-Snowboarden bald einmal olympisch sein?

240

241 E1: JA! Die Leute, die die Freeride-World-Tour gegründet haben, dazukommend die  
242 amerikanische Komponente, die früher IFSA-Tour und dann Freeskiing World Tour  
243 hieß, das sind nun alles inzwischen professionelle Manager an der Spitze und die  
244 gehen so gerne Freeriden und unterm Strich geht es um die Kohle. Wenn man bei  
245 Olympia dabei ist, kann man eben mehr verdienen. Alles im Dienste des Sports  
246 natürlich.

247

248 I: Was fallen dir für Gründe ein, warum man auf den Pisten kaum mehr Alpinfahrer  
249 sieht?

250

251 E1:....es ist einfach ein anstrengender Sport, wo du wenig Glücksmomente hast und  
252 du viel arbeiten musst und das ist anstrengend. Wenn du wirklich schön Carven

253 willst mit einem Board, was dir wirklich Spaß macht, kostet das eine Menge Kraft  
254 und Energie und du brauchst eine schöne Piste. Diese Piste hast du nur in der Früh.  
255 Du bist relativ unflexibel in deiner Fortbewegung durch die normalerweise extreme  
256 Schrägstellung am Alpinboard. Die Schuhe sind nicht so bequem, weil man viel  
257 mehr Vorlage hat wie bei einem Skischuh. Auch wieder eine Summe an  
258 Kleinigkeiten. Das Tolle war halt das gute Spielen mit den Kurven, das man von den  
259 Skiern nur als Rennläufer konnte. Mit einem Carvingski war das dann für jedermann  
260 super easy. Somit gab es eigentlich keinen Grund mehr, sich mit so einer furchtbar  
261 verdrehten und auf Dauer sicher nicht Kreuz-schonenden Körperposition auf ein  
262 Raceboard zu quetschen. Für mich ist das eher immer eine Vergewaltigung des  
263 Snowboardens gewesen.

264

265 I: Trotzdem habe ich bei meinen Recherchen herausgefunden, dass vor allem in  
266 Russland, Japan und Korea in den letzten Jahren überdurchschnittlich viele  
267 Alpinboards verkauft wurden. Glaubst du, dass es für das Alpin-Snowboarden auch  
268 in Österreich nochmals Chancen für ein Comeback gibt?

269

270 E1: Man muss sich immer anschauen, wo das eben passiert. Im Osten, Polen,  
271 Ungarn, Ukraine, da kenn ich einige solcher Hot-Spots, wo viel alpin gefahren wird,  
272 aber da gibt es eben kein anderes Gelände. Oder irgendwo in Schweden, wo du  
273 Schigebiete hast mit 200 Höhenmeter Unterschied von Berg- zur Talstation mit ein  
274 paar ausgeschlägerten Streifen. Klar, da hat das Alpin-Snowboarden noch eher  
275 Existenzberechtigung, aber ich denke, ein zweites Hoch in diesem Sinne wird es  
276 nicht mehr geben. Da kommt eher wieder was anderes, ganz etwas Neues daher.

277

278 I: Ich komme zu meiner letzten Frage, welche die Zukunft des Snowboardsports  
279 betrifft.

280 Wo siehst du noch Potential, wo ist Snowboarden, sagen wir mal, in zehn Jahren?

281

282 E1: .....hmm...Da bin ich ganz schlecht mit solchen Prognosen. ...Ich glaube,  
283 dass wir diesen Freeride-Boom noch einige Jahre lang erleben werden. Ich glaube,  
284 dass wir da noch nicht einmal bei der Mitte sind, bei diesem Boom, der wird so

285 weitergehen, weil er auch ein wenig zur Zeit passt. Mit der Auseinandersetzung mit  
286 der Natur, weg von der bestehenden Struktur, wie Skipisten, raus in die unberührte  
287 Bergwelt. Das wird sicher so weitergehen. Ich könnte mir vorstellen, dass das  
288 Verhältnis Skifahrer - Snowboarder weiterhin stabil bleibt, dass die Verkaufszahlen  
289 weiterhin bei beiden leicht rückläufig bleiben, entsprechend dem Trend, der sich  
290 schon vor ein paar Jahren abgezeichnet hat. Materialmäßig wird es sicher wieder  
291 die eine oder andere Überraschung geben, wenn sie wieder irgendein neues  
292 Material erfinden. Plötzlich gibt es vielleicht ein Board mit 800 Gramm aus Voll-  
293 Karbon mit Karbonkanten oder so etwas, das dann wieder eine gewisse Revolution  
294 darstellt. Oder vielleicht einen neuen Belag aus einer Titaniumbeschichtung, den  
295 man dann nicht mehr waxen muss, weil er von selber rutscht und der vielleicht  
296 wieder den Verkauf ankurbelt, weil man dann sein Board nicht mehr tunen muss.  
297 Solche Geschichten werden immer wieder daher kommen, denke ich.

298

299 I: Denkst du bei der Materialentwicklung nur an die Boards oder siehst du auch noch  
300 Potential bei den Bindungen und bei den Boots?

301

302 E1:...Ich glaube, wir werden da so unglaubliche technische Entwicklungen sehen in  
303 den nächsten Jahrzehnten. Vielleicht hat man irgendwann, so wie es die US-Army  
304 schon in der Entwicklung hat, ein Art Kevlar-Anzug mit intelligenten Materialien, den  
305 du je nach Stromstärke und Durchfluss in seiner Steifigkeit variieren kannst. Warum  
306 soll man nicht auch Snowboardschuhe aus so einem Material haben oder auch ein  
307 Brett mit einer kleinen Steuerungsbox, wo du sagst, harte Piste- Setup 1: Brett und  
308 Schuhe sind bockhart. Setup 2: mittel, Setup 3: gemischt. Also, ich glaube, da  
309 werden wir noch ganz abgefahrene Sachen erleben. Vielleicht hat in 40 Jahren  
310 keiner mehr Schuhe ohne Schuhheizung oder eben ohne elektronisch verstellbare  
311 Härteeinstellungsgrade. Ob das dann zu neuen Booms führt beim Skifahren und  
312 Snowboarden bezweifle ich allerdings. Es ist hier eher, wie schon gesagt, eine  
313 Frage der Existenzberechtigung, dass man gewisse Sachen entwickelt in diesen  
314 konkurrenzumkämpften Bereichen.

315

316 I: Ok, dann sage ich danke für das Interview.

317 E: Bitte, gerne.

## Transkript Experte 2

Gesprächspartner: Hans-Christian Miko  
Datum: 16.01.2014  
Uhrzeit: 13.15 - 13.50 Uhr  
Ort: Hörsaal am Institut für Sportwissenschaften Wien

### Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E2: Experte 2

### Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln



1 I: Lieber Biwi, danke dass du dich für meine Experteninterviews zur Verfügung  
2 stellst. Bitte erzähl mir etwas von deinem Bezug zum Schneesport, zum  
3 Snowboarden!

4 E2: Danke für diese Gelegenheit des Interviews. Das ist eine recht lange  
5 Geschichte, wahrscheinlich wie bei den meisten Experten, die du dazu befragst. Ich  
6 habe 1986 mit dem Snowboarden begonnen, damals war das eine echte  
7 Außenseitersportart. Ich kann mich erinnern, in den ersten Jahren, wo ich das  
8 probiert habe, habe ich erstens mein Material gar nicht in Österreich gekauft bzw.  
9 bekommen, sondern nur in manchen Sportgeschäften hin und wieder. Ich habe  
10 meine ersten Boards in Frankreich gekauft. Das war ein SIMS-Board damals und  
11 habe dann recht eine Ausgrenzung auf der Piste erlebt. Ich bin mit sehr vielen  
12 Liftanlagen, selbst als Einheimischer, in St. Johann nicht transportiert worden. Ich  
13 kann mich an erinnern, als ich eine relativ schwere Verletzung hatte, ich habe mir  
14 das Handgelenk gebrochen und der Liftler hat gesagt, mit dem Brettl bist du selbst  
15 schuld und ich führe dich nicht runter. Die Pistenraupe haben Sie mir nicht geholt  
16 und ich bin zu Fuß mit einem 2-fach gebrochenen Handgelenk den Berg runter  
17 marschiert. Ich habe das Snowboarden dann sehr intensiv betrieben, habe mit dem  
18 Skifahren ganz aufgehört, eigentlich. Ich habe dann in den Folgejahren irgendwann  
19 einmal eine Lehrwarteausbildung gemacht, das war die zweite  
20 Lehrwarteausbildung, die es damals gegeben hat. Mit der Ausbildung hat es ein  
21 wenig begonnen, da bin ich ein bisschen in diese Szene hineingerutscht. Schule  
22 fahren, das war ja für mich ein ganz neuer Hut.

23 I: Das war dann Anfang der 90er, oder?

24

25 E2: Das müsste Anfang der 90er gewesen sein. Also, da war ich schon 20 oder 21  
26 Jahre alt. Wenn ich jetzt richtig rechne, war das wahrscheinlich 92/93. Ich bin aus  
27 der Lehrwarteausbildung rausgegangen, schon mit dem Hinweis von den ganzen  
28 Leuten, dass ich mir eigentlich überlegen sollte, ob ich nicht selber als Ausbilder  
29 arbeiten möchte und ob ich nicht in diese Richtung weitergehen möchte, weil ich  
30 einfach einer der Besseren war. Und so hat sich das dann weiterentwickelt. Ich  
31 habe vorher mit dem Lehrbereich gar nichts zu tun gehabt. Bin damals auch noch  
32 die ersten Jahre Freestyleboards gefahren, weil es Raceboards überhaupt nicht  
33 gegeben hat. In Ermangelung von Snowboardboots bin ich mit Militärstiefel von  
34 meinem Vater gefahren. Dann ist es eben weitergegangen. Ich bin ein bisschen in  
35 die Ausbildungsschiene hineingerutscht, weil ich damals mit dem Sportstudium

36 begonnen habe und habe über den Ankner Peter das Angebot gehabt, dass wir für  
37 das USI etwas machen könnten. Damals fanden also die ersten USI-Kurse mit  
38 einem ganz guten Team statt. Ja, so ist das weitergegangen. Ich bin einerseits in  
39 der Ausbildungsschiene gewesen, zum anderen habe ich begonnen, mich im Race-  
40 Bereich bei Wettkämpfen zu beteiligen. Landesmeisterschaften,  
41 Staatsmeisterschaften, ein paar Continentals und Pro-Series der ISF. Ich habe dann  
42 die Trainerausbildung gemacht, die staatliche Snowboardlehrerausbildung und habe  
43 dann auch in diesem Bereich ausgebildet.

44 I: Wie aktiv bist du jetzt noch in der Szene?

45 E2: Ich habe mich in den letzten ein, zwei Jahren sehr aus der Szene  
46 zurückgezogen, eigentlich schon beginnend vor 4-5 Jahren. Woran das liegt, weiß  
47 ich nicht. Einerseits natürlich ein Mangel an Zeit, andererseits Shift der Interessen,  
48 Alter möglicherweise auch. Aber auf jeden Fall habe ich mich aus der Szene  
49 zurückgezogen, das kann man so sagen. Was mir aber gerade noch einfällt, ich  
50 habe drei Jahre lang bei HEAD gearbeitet. Das habe ich offensichtlich verdrängt,  
51 weil ich dort den blödesten Geschäftsführer aller Zeiten erlebt habe. Ich war dort auf  
52 alle Fälle Key-Account Manager für den Snowboardbereich und hatte somit einen  
53 guten wirtschaftlichen und materialtechnischen Einblick in die Szene.

54

55 I: Was hat sich deiner Meinung nach in den letzten 15 Jahren in der  
56 Snowboardszene verändert?

57

58 E2: Ich kann mich erinnern, wie ich 1998 unterwegs war, habe es schon eine starke  
59 3-Teilung in den Produktionsbereichen gegeben. Es hat den Bereich der  
60 Freestyleboards, den Bereich der Raceboards und den All-Mountainbereich  
61 gegeben. 1998 war der Zenit der Raceboard-Sache definitiv schon überschritten  
62 und war schon rückläufig. Ich kann mich erinnern, dass das sehr regionsspezifisch  
63 war. In den eher flachen Gletschergebieten hat man wahnsinnig viele Raceboarder  
64 gesehen, vor allem auch noch aus Deutschland. Lustigerweise, gerade die Bayern,  
65 die in unsere Gletscherskigebiete einreisen, da waren sehr viele Raceboarder  
66 dabei. Die Einheimischen, vor allem die Tiroler und Vorarlberger sind damals schon  
67 fast gänzlich auf den Freestylebereich umgestiegen. Also, das ist der eine Bereich,  
68 dass sich der Raceboard-Bereich quasi selbst eliminiert hat.

69

70 I: Obwohl das Raceboarden 1998 erstmals olympisch war!?

71

72 E2: Ja, ja, das ist in Wirklichkeit eine interessante Entwicklung, weil im  
73 Rennsportbereich hat der Raceboardbereich eigentlich einen Aufstieg erzielt. Das  
74 was sich aber auf den Pisten und bei den Verkaufszahlen widerspiegelt, war nicht  
75 das. Ich kann mich erinnern, 2000 oder 2001 fiel bei HEAD die Entscheidung, dass  
76 gar keine Raceboards mehr produziert werden. Und da waren einige anderen  
77 Firmen auch, die rund um 1999 bis 2001 beschlossen haben, keine Raceboards  
78 mehr zu produzieren und zu verkaufen. Im Leistungssport ist das Alpinsnowboarden  
79 nach wie vor stark vertreten. Es hat auch eine sehr starke Förderung in Wirklichkeit,  
80 im Vergleich, wie gering die Sportart ausgeübt wird. Aber das, was man auf der  
81 Piste sieht, hat sich anders entwickelt. Was ich auch noch beobachtet habe, dass  
82 wir im Schulungsbereich lange, lange Zeit immer noch den Raceboardbereich stark  
83 vertreten haben. Heute, im Nachhinein betrachtet, sehe ich das ein bisschen so als  
84 eine Dinosaurierart der damals tätigen Ausbilder. Die sind aus der Zeit gekommen,  
85 die haben das gut gekonnt und haben das übermäßig lange weiter so betrieben,  
86 obwohl es eigentlich nicht mehr die Erfordernisse des Markts waren. Da zähle ich  
87 mich auch dazu.

88

89 I: Was hat sich deiner Meinung nach noch verändert und entwickelt?

90

91 E2: Ich kenne ja nicht alle Szenebereiche, aber ich kenne vor allem den Bereich der  
92 Ausbildung und der Fortbildung und des Kursgeschehens. Ich kenne den  
93 Szenebereich auf der Sportuni und ich kenne die Szene im Wettkampfbereich auch  
94 ganz gut. Es hat sich einerseits dieses klassische Schulwesen verändert. Wir haben  
95 die Ausbildungskurse über das USI, den Skilehrerverband und den ÖSV gehabt.  
96 Diese sind immer sehr gut gegangen, weil da immer die Idee war, sich über  
97 Ausbildungen fortzubilden. Von dem ist es von 2005 - 2007 weggegangen. Es gibt  
98 zwar immer noch viele Leute, die auf Kurse fahren, aber eher auf Camps, wo sie frei  
99 sind und am Abend nicht irgendwelche Vorträge haben oder am Schluss  
100 irgendwelche Prüfungen machen müssen. Es hat sich aus meiner Sicht der Bereich  
101 der Altersgruppe verändert. Ich denke, dass die Snowboarder jünger geworden sind

102 in den letzten Jahren. Ich denke, wenn man in den Fortgeschrittenen- und  
103 Profibereich schaut, dass sie etwas verantwortungsvoller geworden sind. Aber das  
104 ist ein genereller Trend im Wintersport. Das ist auch durch die Medien gepusht,  
105 dass man selbst verantwortlich ist für das, was man tut und was passieren kann. Es  
106 hat sich, wenn man sich in den Skigebieten umschaute, eine starke Orientierung  
107 dahin ergeben, dass ein Skigebiet, das Rang und Namen hat, einen gut  
108 ausgebauten und gut strukturierten Park haben muss. Wenn ich zurückschaue  
109 zwischen 2002 und 2005, da hat es das nicht in dieser Form gegeben. Da hat es  
110 zwar ein paar große Parks gegeben, aber dass quasi jedes mittlere Skigebiet so  
111 etwas schon hat, ist neu. Ich erkläre mir das aber ein bisschen dadurch, dass es  
112 jetzt auch eine gemeinsame Nutzung gibt, eben auch durch die Skifahrer. Es hat in  
113 meinem persönlichen Bekanntenkreis, wobei das hat wahrscheinlich auch etwas mit  
114 der Altersstruktur zu tun, eine sehr starke Hinwendung in Richtung Skifahren  
115 gegeben. Alle wirklichen Profi-Snowboarder, die ich aus meiner Zeit kenne, da fällt  
116 mir jetzt nicht einmal eine Ausnahme ein, sagen, dass sie jetzt auch wahnsinnig  
117 gerne Skifahren gehen und dass das dem Snowboarden mehr und mehr den Rang  
118 abläuft. Ich selber kann das für mich so nicht bestätigen. Ich gehe selber noch sehr  
119 gerne Snowboarden. Dadurch, dass ich Kinder habe, habe ich nicht so wahnsinnig  
120 viele freie Tage im Jahr, wo ich gehen könnte. Wenn ich mit den Kindern unterwegs  
121 bin, gehe ich Skifahren. Das ist einfacher wegen Lift anstellen, helfen, usw. Wenn  
122 ich frei oder mit meiner Freundin unterwegs bin, gehe ich doch gerne Snowboarden.  
123 Mein Interesse hat sich aber ganz in Richtung Freeriden entwickelt und das ist auch  
124 ein Trend. Ich habe immer gesagt, und das würde ich auch heute noch  
125 unterschreiben, dass dieser ganz massive Freestylebereich bzw. die Entwicklung  
126 hin zu immer wilderen Sprüngen über immer höhere Kicker, über immer größere  
127 Weiten, über immer härtere Landezonen etwas ist, was eine Sportart töten kann.  
128 Das habe ich auch beim Snowboarden so erlebt. Das ist jetzt ganz persönlich meine  
129 Sicht. Wenn man nur dann cool ist, wenn du etwas machst, was 99,8 Prozent der  
130 Sportler nie in ihrem Leben zusammenbringen werden, dann hat das einen  
131 gewissen Frustbereich. Ich erlebe im Moment das gleiche beim Mountainbiken,  
132 ....Ich glaube, dass wir das im Snowboarden erlebt haben. Dass einfach immer nur  
133 die Sachen cool waren, die eh niemand fahren kann. Warum tu ich es dann, weil  
134 dann tut es mir weh und klappt einfach nicht,...

135 I: Fallen dir noch Gründe ein, warum die Verkaufszahlen in den letzten 15 Jahren so  
136 stark gesunken sind?

137

138 E2: Einerseits sicherlich die Medien, die das steuern können durch  
139 Berichterstattung, aber auch durch das, was halt gerade angesagt ist. Durch die  
140 Produzenten selbst auch, da gab es eine Marktberreinigung. Natürlich ist das, was  
141 man immer wieder hört, dass das Skifahren auch wieder cool geworden ist, auch ein  
142 Faktor. Wenn man sich die Verkaufszahlen im Skibereich anschaut und auch die  
143 Skitage pro Saison, ist da auch ein Rückgang zu erkennen. Es ist einerseits nicht  
144 mehr so angesagt, es ist generell der Outdoor-Sport in den jüngeren Generationen  
145 nicht etwas, was so erstrebenswert ist oder als so cool angesehen wird. Es ist  
146 wahnsinnig teuer. Die Hersteller haben auch sicher in die Richtung gedrängt mit  
147 Entscheidungen, zu sagen, wir lassen das Modell auslaufen oder produzieren das  
148 und das nicht mehr. Wir budgetieren die Werbung für diesen Sektor wesentlich  
149 höher als für den anderen Sektor. Das habe ich bei HEAD selbst erlebt. Ich hätte  
150 noch genügend verkaufen können, aber trotzdem hat es die firmeninterne  
151 Entscheidung gegeben, nein, wir hören auf damit.

152 I: Wie haben sich deiner Meinung nach die technischen Entwicklungen am  
153 Materialsektor bzw. die neuen Einteilungen in Camber usw. auf den Markt  
154 ausgewirkt?

155

156 E2: Mit einem Produkt-Relounge kann man natürlich wieder Interesse wecken. Man  
157 verkauft das gleiche Produkt mit neuen Eigenschaften. Das bringt wieder ein  
158 bisschen Interesse hinein. Die kleinen Boardlabels betrachte ich eher als  
159 Liebhaberei. Die große Marktberreinigung hat so zwischen 2001-2004/5  
160 stattgefunden. Da haben sich auch viele gut situierte Snowboardfirmen aus dem  
161 Snowboardsport zurückgezogen, weil ganz einfach nicht mehr so viel verkauft  
162 wurde. Wenn jeder nur mehr ein Drittel verkauft, dann wird es für viele Bereiche  
163 unrentabel und man zieht sich zurück. Damit wird zwar wieder ein größeres  
164 Potential für andere frei. Das kann auch der Grund sein, warum sich jetzt wieder  
165 kleinere Labels etablieren können, aber das sind eher Garagenfirmen. Die  
166 produzieren sozusagen im Hinterhof mit einer Stückzahl von 300-500 Stück und  
167 wenn man wirtschaftlich rechnet, dann ist das eher Liebhaberei.

168

169 I: Glaubst du, dass man noch auf irgendwelche besondere Materialinnovation hoffen  
170 kann, dass Snowboarden wieder attraktiver wird, vielleicht auch für ältere Boarder,  
171 die wegen des Komforts auf Skier umgestiegen sind?

172

173 E2: Kann ich mir kaum vorstellen. Ich wüsste nicht, was für eine Materialentwicklung  
174 stattfinden sollte, die die Boarder wieder aktivieren könnte, die aufgehört haben.  
175 Zwar sind die Boards drehfreudiger und leichter geworden. Die Bindungssysteme  
176 werden angenehmer und das ständige Hinsetzen fürs An- und Abschnallen fällt  
177 alles weg. Ich habe das Kommen und Gehen dieser Step-in-Systeme ganz gut  
178 erlebt. Es hat aber nie eine Situation gegeben, wo man gesagt hat, da kann man die  
179 Performance mit dem Komfort auf einen Nenner bringen. Das ist niemandem  
180 gelungen. Mir fällt keine Lösung am Materialsektor zur Wiederbelebung ein. Auch  
181 im kleinen Randbereich der Splitboards, der für Freerider und Tourengerher  
182 interessant ist, sehe ich kein großes Potential. Der Freeridebereich boomt zwar,  
183 aber nur im Bergab-Bereich. Es ist einfach zu beschwerlich, zu anstrengend, für  
184 viele auch zu gefährlich. Ich glaube also nicht, dass sich daraus große Zahlen  
185 ergeben.

186

187 I: Die Skiindustrie baut immer breitere Skier und verwendet Technologien aus dem  
188 Snowboardbereich. Wirkt sich das auf den Snowboardmarkt aus?

189 E2: Mit Sicherheit! Ganz einfach, weil auch der Skisektor dadurch einen  
190 unglaublichen Attraktivitätsbonus für die Jugend wieder hat. Der Wunsch der  
191 Jugend ist, was Neues zu machen, was Anderes zu machen, sich zu differenzieren.  
192 Das können sie mit diesen Sachen gut und haben aber gleichzeitig den  
193 Könnensvorsprung, weil sie ja vom Skifahren kommen. Das heißt, sie haben den  
194 schnelleren und besseren Einstieg und für den Otto-Normal-Verbraucher haben sie  
195 eine größere Palette dessen, was man zusammenbringt. Es ist einfach leichter  
196 umsetzbar und damit ist es ein übermächtiger Konkurrent zum Snowboarden.  
197 Skifahren an sich ist in Österreich etwas, was als höchstwertig cool zu verkaufen ist.  
198 Das kann man gut machen. Wenn du dich dann in dem Sektor absetzen kannst, als  
199 etwas Junges, Innovatives, Cooles, aber dennoch sozusagen in der großen  
200 Coolness-Welle des Skifahrens mitschwimmen kannst, dann hast du in Wirklichkeit  
201 gewonnen. Wenn ich bei mir in St. Johann daheim bin und mir die Volksschüler oder  
202 Unterstufenschüler anschau, für die ist Snowboarden absolut uncool. Das  
203 schreckt mich jedes Mal wieder. Die machen sich lustig über mich. Wenn ich da mit  
204 dem Board vorbeifahre, werde ich von oben vom Lift blöd angepöbelt, wenn ich am  
205 Lift anstelle. Sie schneiden mich auf der Piste, stauben mich ein. Die jungen Wilden

206 sehen die Snowboarder als nicht cool an. Da schreckt mich und erlebe ich auf der  
207 Piste oder auch ein wenig im Backcountry.

208

209 I: Alpinsnowboardfahren. Glaubst du, dass das wieder attraktiver wird?

210

211 E2: Ich würde es mir wünschen, aber ich glaube es auch nicht, muss ich ganz  
212 ehrlich sagen. Ich denke mal, materialtechnisch hat sich nichts getan in den letzten  
213 10 Jahren im Raceboardbereich. Ganz im Gegenteil, was die Boots betrifft, sind wir  
214 rückläufig. Es gibt kaum noch gute Schuhe. Wenn du sagst, du willst irgendeinen  
215 guten Schuh haben, dann musst du schauen, dass du ihn auf eBay oder so etwas  
216 gebraucht bekommst. Auch, was die Kern- oder Presstechnologie betrifft, ändert  
217 sich nichts, was die Qualität bzw. technologischen Fortschritt betrifft.

218

219 I: Was sind für dich die Gründe, warum es auf den Pisten kaum mehr alpine  
220 Snowboarder gibt?

221

222 E2: Naja, zwei Sachen. Einerseits, böse gesagt, es ist schwerer. Es ist definitiv  
223 schwerer und beschwerlicher. Du brauchst nur einen Tag mit einem Freerideboard  
224 auf der Piste fahren und das gleiche mit einem Raceboard machen. Du wirst am  
225 Abend müder sein, wenn du mit einem Raceboard unterwegs warst. Es ist  
226 anstrengender und technisch aufwendiger. Zum anderen hat es eben auch diese  
227 Entwicklung gegeben in cool und nicht cool. Wir sind relativ rasch mit den  
228 Raceboards in einen Sektor abgerutscht, wo man halt gesagt hat, das sind  
229 Dinosaurier, das sind ältere Modelle, die da noch herumfahren. Aber das ist nicht  
230 das, was wir als cool empfinden. Es ist auch nicht so von den Medien transportiert  
231 worden. Cool war alles, was mit Air&Style zu tun gehabt hat, cool war alles, was mit  
232 großen Kickern und Funpark zu tun gehabt hat. Ich erlebe es selbst jetzt bei den  
233 Kursen für die UNI. Das Snowboardfahren an sich ist nicht das, was begeistert. Das,  
234 was begeistert, ist die Community im Park. Die kannst du nicht bedienen mit einem  
235 Raceboard. Auch meine Sportstudentinnen und Sportstudenten bei den 2-4 Kursen  
236 pro Jahr haben wesentlich mehr Spaß, wenn wir einen Halbtage oder dreiviertel Tag  
237 im Park verbringen mit einer sportlichen Intensität von drei, im Vergleich zu einem  
238 Tag fahren gehen mit einer Intensität von 10.

239 I: Ist man allgemein bequemer und gemütlicher geworden?

240

241 E2: Nein, aber ich glaube, dass das „Socializing“ auch ein ganz wichtiger Bereich  
242 ist. Da kann man sich gegenseitig zuschauen, helfen, einen Spaß haben. Das ist ja  
243 was ganz Positives in Wirklichkeit. Ich möchte das jetzt gar nicht schlecht machen.

244

245 I: Wie schaut deiner Meinung nach die Zukunft des Snowboardsports aus? Was  
246 wird sich in den nächsten 10 - 15 Jahren verändern?

247

248 E2: Ich glaube, es wird sich nicht viel ändern. Ich glaube nicht, dass wir aussterben.  
249 Ich glaube, dass wir uns auf diesem Niveau ganz gut konsolidiert haben in  
250 Wirklichkeit. Es gibt eine gewisse Gruppe von Menschen, die das interessiert, in  
251 etwa 7 - 9 Prozent. Da werden wir uns weiterhin bewegen mit einem Plus und Minus  
252 von drei Prozentpunkten rauf oder runter. Ich glaube nicht, dass wir wesentlich  
253 runtersacken werden. Ich glaube aber auch nicht, dass wir nochmal ein Revival  
254 erleben werden, wo wir auf 20 Prozent raufkommen werden. Es wird auch  
255 abzuwarten sein, wie sich das Thema Skifahren weiter entwickelt. Aber ich erwarte  
256 aus heutiger Sicht keine großen Quantensprünge, was die Technologie betrifft. Die  
257 Sparte Freestyle wird abgegeben in Richtung Freeride und dass die Sparte Race  
258 nicht existent sein wird.

259

260 I: Hat Freeriden deiner Meinung nach die Chance, olympisch zu werden?

261

262 E2: Ich glaube ja, weil es medial wahnsinnig gut verwertbar ist und natürlich müssen  
263 sich Olympische Spiele darüber Gedanken machen, wie sie interessant bleiben oder  
264 werden. Es wird wahnsinnig viele Leute geben, die sich dagegen sträuben, weil zu  
265 gefährlich, weil zu aufwendig von der Gestaltung und weil zu schlecht vergleichbar.  
266 Das Argument, das ich in diesem Bereich immer wieder höre, ist, sobald man nur  
267 mehr Punkte vergeben muss für etwas von einer Jury, dann ist das ja nicht mehr  
268 messbar im Sinne des Sports. Aber auf der anderen Seite gibt es so viele andere  
269 Sportarten auch, wo Punkte vergeben werden. Ich denke ans Eislaufen, Tanzen,



270 was auch immer. Die haben alle in dem Bereich Punktevergaben und das ist für  
271 mich kein gültiges Argument.

272

273 I: Alpin Snowboarden wird olympisch bleiben?

274

275 E2: Das wird bleiben. Wenn du dir die olympischen Disziplinen anschaust, wenn du  
276 einmal da drinnen bist, es gibt ganz wenig Sportarten, die dann wieder rausgefallen  
277 sind. Ich glaube, dass das bleiben wird. Auch wenn man ein bisschen in den  
278 asiatischen Markt rüber schaut, da sind die noch ganz gut vertreten in Wirklichkeit.  
279 Es wird sich vielleicht ein bisschen mehr dorthin shiften, dass die besseren Fahrer  
280 aus diesen Lagern kommen. Ich glaube nicht, dass das alpine Snowboarden aus  
281 Olympia rausfällt, zumindest nicht in den nächsten 10 - 20 Jahren. Ich könnte mir  
282 gut vorstellen, dass der Freeride-Bereich zumindest ernsthaft diskutiert wird. Auf der  
283 anderen Seite gibt es wenig nationale Verbände, die hier das ganze unterstützen  
284 würden. Letztendlich ist es eine Verbandsgeschichte, auch die olympischen Spiele  
285 sind eine Verbandsgeschichte. Wenn du dort keine Lobby hast im Verbandswesen,  
286 dann wirst du nicht olympisch. Das ist das, woran es im Moment sicher am meisten  
287 mangelt. Nicht am Interesse, nicht an der Vermarktbarkeit, nicht an der Anzahl der  
288 Sportler, sondern an der fehlenden Lobby im Sinne einer Verbandslandschaft dafür.

289

290 I: Möchtest du zum Abschluss noch etwas sagen, fällt dir noch etwas ein...

291

292 E2:..... auch an diesem Institut, dem Institut für Sportwissenschaften Wien, ist das  
293 Ende des Snowboardens eingeläutet. Es wird mit nächstem Jahr nicht mehr als  
294 eigene Lehrveranstaltung angeboten.

295

296 I: Das ist schade. Danke für das Interview.

## Transkript Experte 3

Gesprächspartner: Sigi Grabner  
Datum: 13.01.2014  
Uhrzeit: 16.23 - 17.58 Uhr  
Ort: Skype-Telefonat

### Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E3: Experte 3

### Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln

1 I: Lieber Sigi, danke, dass du als Spitzensportler die Zeit findest, mir als Experte zur  
2 Verfügung zu stehen. Bitte erzähl mir etwas über deinen persönlichen Bezug zum  
3 Snowboardsport!

4 E3: Sehr gerne! Los gegangen ist es bei mir eigentlich so wie bei ganz vielen der 1.  
5 Generation der Snowboarder, dass ich in den 80er Jahren ein 12- bis 13-Jähriger  
6 Skifahrer war, ein bisschen ein wilder Hund. Ich habe dann mit dem Rennfahren  
7 aufgehört, weil mir das Skifahren und der Skirennsport vom ganzen Umfeld her  
8 nicht mehr gereizt und gefallen hat. Plötzlich ist dann mal in einem Skigebiet einer  
9 mit einem Brettl um die Ecke gekommen und ich habe das gesehen und das hat  
10 mich gleich begeistert, weil ich einfach gesehen habe, im Tiefschnee hast du mit  
11 Skiern keine Chance, hinter dem Snowboarder hinten nachzufahren. Und auf der  
12 Piste hat er auch Schwünge hinunter gecarvt, was du mit Skiern damals auch noch  
13 nicht konntest. Noch dazu hat er coole Klamotten angehabt. Naja, das war dann  
14 einfach etwas, was man probieren hat müssen. Ich habe das natürlich auch  
15 probieren müssen, sobald es irgendwie möglich war. Im Skiverleih hat es Gott sei  
16 Dank auch ein Snowboard gegeben, das damals eher Ladenhüter war, weil das  
17 damals fast niemand gemacht hat. Ich habe das damals in meiner Gegend auf der  
18 Turracher Höhe als Erster probiert. Ich war der erste Snowboarder weit und breit  
19 von meinem Freundeskreis und aus meiner Altersgruppe. Mir hat das gleich von  
20 Anfang an gut gefallen. Speziell das Tiefschneefahren war natürlich ein Hit.

21 I: Wann war das ca.?

22 E3: Das war 1988. Das Pistencarven war, als ich es heraus hatte, natürlich auch ein  
23 Hammer! Das hat sich dann so gesteigert, dass ich dann irgendwann die Skier  
24 komplett ins Eck gestellt habe und dann einfach mit dem Brett durch die Gegend  
25 gefahren bin und vor allem einfach frei fahren und Pisten Carven. Für mich und  
26 meine Kumpels, die dann mehr und mehr angefangen haben, hat es damals nur  
27 Alpinboots gegeben. Das war in unserer Region einfach das Equipment, was  
28 erhältlich war und was damals in Europa und Österreich speziell die  
29 Hauptausrüstung war. Also Alpinboots, ein Brett, das tiefschnee- aber auch  
30 carvingtauglich war, relativ breit, nichts, was man heute mit einem Raceboard  
31 vergleichen könnte. Heute würde man dazu wahrscheinlich Snowboardcross-Board  
32 sagen. So hat das damals angefangen, also mit einem Allroundboard, wo man  
33 eben alles recht gut fahren konnte. Rennfahren war für mich anfangs kein Thema,  
34 weil ich eben Erfahrung gehabt habe im Skirennlauf und in der ganzen  
35 Skirennszene, und das hat mir einfach nicht gefallen. Ich bin dann zufällig zum

36 Rennfahren gekommen. Ein Schulkollege hat mir von einem Rennen erzählt, wo er  
37 am Tag davor mitgefahren ist und er ein Snowboard gewonnen hat. Und da dachte  
38 ich mir, wenn man bei den Rennen ein Snowboard gewinnen kann, dann ist das  
39 cool und da mach ich einmal mit, weil so schlecht war ich nicht drauf. Das  
40 Wochenende darauf bin ich dann selber mitgefahren und habe mein erstes  
41 Snowboard gewonnen. In der Jugendklasse, das war echt cool, konnte man seine  
42 komplette Snowboardausrüstung gewinnen, wenn man gut gefahren ist. Jacke,  
43 Hose, Schuhe, Brillen, Kappen,... alles hast du bekommen, wenn du gut gefahren  
44 bist. Auch bei der Tombola im Anschluss konnte man andere Sachen gewinnen,  
45 wenn man nicht am Podium war. Und das war einfach schon lässig. Beim  
46 allerersten Snowboardrennen habe ich auch schon gemerkt, dass das eine ganz  
47 andere Szene, ein ganz anderes Gefühl, eine ganz andere Clique als im  
48 Skirennsport ist. Somit war das Rennfahren auf einmal wieder ein Thema, weil ich  
49 gesagt habe, das ist lässig, da sind echt lässige Leute dabei, die nicht von ihren  
50 Eltern irgendwie hineingedrängt werden ins Rennen fahren, sondern weil es die  
51 Leute wirklich gerne tun und weil sie gerne einen coolen Sport ausüben, der jeden  
52 eine Freude macht. Also, ich bin von meinen Eltern in keiner Weise zum Skifahren  
53 gedrängt worden, aber ich habe einfach bei Kollegen beobachtet, dass diese  
54 Schiszene einfach nicht meine ist. Beim Snowboarden war es aber von Anfang an  
55 so, dass mir das Rennen fahren gefallen hat, weil mir die Szene gefallen hat. So  
56 bin ich dann beim Rennen fahren geblieben. Da es von Anfang an sehr gut gelaufen  
57 ist, weil ich einfach doch auch Talent bewiesen habe und gute Erfolge gehabt habe,  
58 dachte ich mir, das betreibst du jetzt weiter. Für mich war aber Schulausbildung das  
59 Wichtigste und ich habe gesagt, dass ich die Schule bis zur Matura fertig machen  
60 muss und dann kann ich noch entscheiden, ob ich weiterstudiere oder nebenbei  
61 Snowboard fahre. Ich habe aber dann doch nach der Matura gesehen, dass ich eine  
62 Profikarriere starten kann und habe das Studium einmal gelassen und mich voll auf  
63 die Snowboardkarriere konzentriert. Ab dann ist meine Karriere die letzten 20 Jahre  
64 recht steil dahin gegangen.

65 I: Seit wann bist du jetzt Profi?

66 E3: Seit der Saison 94/95. Ich bin aber vorher auch schon internationale Bewerbe  
67 mitgefahren. Das Snowboarden ist immer mehr mein zentraler Lebensmittelpunkt  
68 geworden, weil ich mich auch echt 100% darauf konzentriert habe. Deshalb auch  
69 sicher die sportlichen Erfolge. In späterer Folge, wo sich der Snowboardsport  
70 verändert hat mit der ganzen Snowboardindustrie, wo viele große Firmen wie  
71 BURTON den Alpin-Snowboardbereich nicht mehr betreut haben, habe ich vor

72 mittlerweile 10 Jahren den großen Schritt gewagt eine eigene Snowboardmarke zu  
73 starten.

74 I: Wann hast du also deine Firma gegründet?

75 E3: 2004 habe ich die ersten Snowboards gebaut. Im Sommer werden es genau 10  
76 Jahre.

77

78 I: Hast du auch mal Einblick bekommen in den Snowboardlehrbereich?

79

80 E3: Das war, bevor ich mit dem Rennfahren begonnen habe. Ich habe im Herbst  
81 1991 eine Snowboardlehrausbildung gemacht, damals noch beim VÖSS, der  
82 ursprüngliche Snowboardverband Österreichs. Für mich war das damals auch eine  
83 große Sache, weil ich gesagt habe, dass ich in den Ferien dann immer als  
84 Snowboardlehrer arbeiten möchte und mir ein bisschen ein Geld verdienen. Ich  
85 habe da sehr viel dazu gelernt, technisch sehr viel vom Snowboardlehrplan. Weil  
86 das Snowboarden 91/92 angefangen hat zu boomen, konnte man da recht gutes  
87 Geld verdienen. Mir hat das Snowboardlehren einerseits sehr viel Spaß gemacht,  
88 aber andererseits habe ich auch gemerkt, dass ich sicher nicht mein ganzes Leben  
89 lang Snowboardlehrer sein möchte, denn ich wollte ja auch selber fahren.

90

91 I: Danke für diese ausführliche Einleitung! Ich komme nun zur nächsten Frage. Was  
92 hat sich deiner Meinung nach in den letzten 15 Jahren im Snowboardsport  
93 entwickelt?

94

95 E3: Ich war in den 90er Jahren bis 2002 Burton Pro-Rider im internationalen Team.  
96 Das war ein sehr professionelles Team mit Trainern, Serviceleuten,  
97 Physiotherapeuten, .... im Grunde ähnlich, wie heute eine Nationalmannschaft  
98 aufgestellt ist. Die großen Firmen wie Burton waren damals stark dahinter, dass sie  
99 eben gute Fahrer haben, die das Material auf Wettkampfniveau entwickeln und  
100 natürlich Rennen fahren und Rennen gewinnen, um die Marke zu präsentieren.  
101 1998 war meiner Meinung nach der Höhepunkt des Alpinsnowboardens, da war  
102 Snowboarden auch das erste Mal bei den olympischen Spielen dabei. Das war eine

103 Zeit, wo ich Jake Burton kennen gelernt habe und mit ihm Gespräche führen konnte.  
104 Damals saß Jake Burton als Firmengründer selbst noch im Top-Management der  
105 Firma. In den nächsten 2 - 3 Jahren hatte sich da aber viel verändert, weil die  
106 Snowboardfirmen immer größer wurden und somit auch die Umsätze. Die  
107 Produktlinie wurde immer umfangreicher. Im Laufe der Jahre wurde immer mehr  
108 von der Hard goods (Boards, Bindungen, Schuhe) auf Soft goods, also Bekleidung,  
109 Rucksäcke, Taschen, umgestellt. Damals hat dann auch schon ein Top-Manager  
110 von Burton gesagt, die Snowboards sind zwar nett und schön, aber das Geld  
111 machen wir mit der Bekleidung und Mode. Man hat das dann auch dahingehend  
112 bemerkt, dass nicht mehr die Snowboarder-Interessen im Marketing relevant waren  
113 sondern immer mehr die Finanzinteressen. Da hat man dann nicht mehr  
114 entschieden, was ist gut für den Sport, sondern was ist gut um Geld zu machen.  
115 Gegipfelt hat das alles dann darin, dass alle großen Firmen aufgehört haben  
116 Alpinboards zu erzeugen und anzubieten. Der Kackpunkt war vielleicht 1998, denn  
117 Burton wollte unbedingt olympische Goldmedaillen haben, nachdem das Team  
118 vorher immer alles gewonnen hat. Plötzlich, in Nagano, haben die Alpinfahrer keine  
119 Medaille gemacht. Da war dann eine große Enttäuschung da. Das war bei Burton  
120 irgendwie die letzte Hoffnung, dass man das alpine Boarden noch irgendwie  
121 weitervermarkten kann. Dann hat es noch eine Übergangsphase gegeben bis 2002,  
122 bis zu den nächsten olympischen Spielen, wo man das System mit den Alpinboards  
123 noch weitergefahren ist. Dort ist es ähnlich schlecht verlaufen, es gab nur eine  
124 Bronze-Medaille für einen Burtonfahrer. Direkt nach der Saison 2002 hat Burton  
125 z.B. entschieden: Wir stoppen mit Alpinsnowboarden. Wir konzentrieren uns auf  
126 Freeride und Freestyle. Mit Burton haben das die meisten anderen Marken auch  
127 entschieden, egal ob das NITRO war, später OXYGEN und andere bekannte  
128 Marken wie HOT und NIDECKER.

129 I: Fallen dir neben dem erwähnten Einbruch der Alpinindustrie noch andere  
130 Entwicklungen ein?

131

132 E3: Was mir von 98 - 2002 und auch danach aufgefallen ist, dass nicht mehr  
133 Snowboarder die Snowboardfirmen gemanagt haben sondern Manager aus Banken  
134 und Modekonzernen. Also, es sind wirkliche Zahlenmenschen gekommen, die mit  
135 dem Sport nichts mehr am Hut gehabt haben, sondern die einfach erfolgreich  
136 Business gemacht haben. Man hat dann gemerkt, dass sich der Sport  
137 hauptsächlich nach dem „Geld machen“ orientiert hat und nicht mehr nach dem

138 wirklichen Snowboarddenken der ursprünglichen Grübler und Erfinder der Marken.  
139 Man sieht das auch heute als weiteres Resultat auf der Piste. Wenn man irgendwo  
140 hingeht zum Schifahren oder Snowboarden, sieht man erstens relativ wenige  
141 Snowboarder auf der Piste. Die Snowboarder, die man sieht, sind dann  
142 grundsätzlich keine gute Snowboarder. Die rutschen hinunter, fahren gerade so,  
143 dass sie nicht stürzen, aber sie haben kein wirkliches Niveau vom Fahrkönnen. Vor  
144 15 Jahren, Mitte der 90er Jahre, waren fast 50 Prozent Snowboarder auf der Piste  
145 und viele davon sind ziemlich gut gefahren. Die haben echt ein gutes Level gehabt.  
146 Der Snowboardsport hat sich ein bisschen „vermcdonaldisiert“. Das ist alles ein  
147 „Wischi-Waschi“ geworden. Hauptsache, man hat Snowboardklamotten und ein  
148 Snowboard zuhause. Ob man das dann wirklich betreibt, ist eine andere  
149 Geschichte. Die Leute, die anfangs den Snowboardsport mitgestaltet und  
150 mitgetragen haben und auch den Aufschwung miterlebt haben, das waren eigentlich  
151 Snowboardbegeisterte und die haben den Snowboardsport mit einem gewissen  
152 Ehrgeiz betrieben. Natürlich sind sie dann auch gut gewesen. Die, die den  
153 Snowboardsport betrieben haben, weil es ein Trend geworden ist, die waren dann  
154 eher „Follower“ und haben den Sport eigentlich nur gemacht, damit sie auch cool  
155 sind. Das hat man in dieser Zeit sehr stark gemerkt. Ich möchte mich da eher  
156 wertfrei halten, aber das ist eine Entwicklung, die sportlich gesehen schlecht war,  
157 aber fürs das Business war es super, weil die Firmen damals begonnen haben,  
158 richtig Geld zu machen. Ab Mitte der 2000er Jahre ist der Snowboardmarkt  
159 hauptsächlich nur mehr aus Freeride- und Freestyle-Produkten bestanden. Dann  
160 hat dieser Teil des Snowboardens, sagen wir mal, 95 Prozent Anteil des Marktes,  
161 die große Konkurrenz bekommen mit den Free- Skiern und New-School Skiern, also  
162 den jetzt so beliebten, vorne und hinten aufgeboenen, gerockerten Skiern. Das ist  
163 jetzt wirklich das große Problem für die Snowboardindustrie, weil die den  
164 Snowboards viel, viel Markt wegnehmen. Ein sehr guter Snowboardkollege von mir  
165 hat vor 10 Jahren aufgehört zum Snowboarden und ist nun Lehrer in einer Sport-  
166 Hauptschule in Tirol. Anfangs der 2000er hat er mir gesagt, dass es in seiner Klasse  
167 ca. 95 Prozent Snowboarder und nur ein bis zwei Skifahrer gibt. Vor 3 - 4 Jahren  
168 habe ich wieder mal mit ihm telefoniert und da hat er gemeint, dass es jetzt genau  
169 umgekehrt sei. Also, der Trend hat sich komplett verändert. Früher war es halt so,  
170 dass Snowboarden so erfolgreich war, weil es anders war, anders als das  
171 klassische Skifahren. Die Mode, der Auftritt der Leute war ganz anders. Man wollte  
172 als Junger auch cool sein, nicht nur sportlich gut drauf. Da war natürlich das  
173 Snowboard das Mittel zum Zweck. Jetzt ist es eben so, dass die Skiindustrie ganz  
174 clever agiert hat mit den neuen Skiern, auch mit dem Einsatzgebiet dieser neuen

175 Skier. Die breiten Skiern gehen im Tiefschnee besser als so manches Snowboard.  
176 Die vorne und hinten aufgebogenen Skier funktionieren über Kicker und Rails auch  
177 mindestens genauso gut. Die New-school Ski-Mode ist heute noch extremer und  
178 ausgeflippter wie die Snowboard-Mode. Genau diese Kombination hat das New-  
179 school Skifahren so stark und beliebt gemacht, dass das jetzt die größte Konkurrenz  
180 zum Snowboarden ist.

181

182 I: Du hast mir jetzt schon sehr viel von meiner nächsten Frage beantwortet. So wie  
183 du das interpretiert hast, wirkt sich diese Entwicklung der Skiindustrie nicht so  
184 positiv auf den Snowboardsport aus.

185

186 E3: Also wenn wir jetzt zurückschauen, dann hat die Snowboardindustrie  
187 ursprünglich unglaublich von der Skitechnologie profitiert. Mit den Snowboards sind  
188 dann aber andere Einsatzbereiche erschlossen worden, der Tiefschnee ist der  
189 Spielplatz fürs Snowboarden gewesen. Das Springen, die Half-Pipe, Big-Air, aber  
190 auch vor allem die Piste, das Carven. Der Carving-Ski bzw. die Carving-Rennskier  
191 in später Folge sind etwas, was sich die Skiindustrie von den Snowboards  
192 abgeschaut hat. Wenn man sich die Freestyle-Skier von heute anschaut, sind die  
193 auch wiederum von Freestyle-Snowboards abgeschaut und die Tiefschnee-Skier  
194 sind im Grunde von den Freeride-Snowboards abgeschaut. Man hat früher  
195 technologisch von der Skiindustrie sehr viel für das Snowboarden übernommen und  
196 jetzt hat man für die heutige Generation der Renn-Ski, der Freestyle-Ski und der  
197 Freeride-Tourenski wiederum sehr viel vom Snowboarden zurück übernommen. Ich  
198 will jetzt nicht sagen, abgekupfert, es ist einfach ein ständiger gegenseitiger  
199 Austausch. Es hat sich im Snowboarden viel entwickelt, was man im Skibau  
200 übernommen hat. Grundsätzlich muss man auch ein wenig zwischen den Märkten  
201 auf der ganzen Welt unterscheiden. Es gibt Länder, wie Österreich, Frankreich und  
202 Schweiz, wo das Alpinski fahren eine große Geschichte hat. Da ist es für den  
203 Snowboardsport immer ganz schwierig gewesen sich neben dem Skifahren gut zu  
204 halten. In anderen Ländern, wo die Skikultur nicht so weitreichend zurückgeht, ist es  
205 immer noch so, z.b. in Japan, dass es mindestens 50 Prozent Snowboarderanteil  
206 auf den Pisten gibt, auch in Korea ist das so. Bei denen ist es so, wer Interesse am  
207 Wintersport hat, geht halt Skifahren oder Snowboarden. Es gibt nicht so einen  
208 Background wie bei uns, wo man so quasi erblich vorbelastet ist, dass man zuerst  
209 als Kind immer Skifahren lernen muss und dann irgendwann vielleicht, wenn es dir



210 gefällt, Snowboarden. Ich sehe das auch bei meinen ehemaligen Kollegen, die jetzt  
211 Kinder haben. Selbst wenn Mutter und Vater Snowboardprofis bzw.  
212 Snowboardfahrer der ersten Stunde waren, wirst du immer erleben, dass die sagen,  
213 die Kinder sollen zuerst einmal Skifahren lernen und dann sollen sie vielleicht  
214 Snowboarden, wenn sie wollen. Natürlich fangen die Eltern wieder an zu Skifahren,  
215 nachdem sie jetzt 20 Jahren Snowboard waren. Sie zeigen den Kindern das  
216 Skifahren und bleiben dann meistens selber beim Skifahren, weil es ja irgendwie  
217 bequem ist. Und die Kinder kommen vielleicht gar nicht mehr zum Snowboarden,  
218 weil ja heute das Skifahren cool ist. Also, das ist etwas, was bei uns total stark im  
219 Kopf der Leute verankert ist. Sobald sich Kinder einmal für den Wintersport  
220 interessieren, dann müssen sie zuerst mal Skifahren lernen und dann können sie  
221 wieder zum Snowboarden kommen. Das ist mitunter auch ein Grund, warum das  
222 Snowboarden heute nicht wirklich ein Problem hat, aber zumindest nicht mehr  
223 diesen Aufschwung bzw. diese Stärke hat, wie es ihn vor 10 - 15 Jahren gehabt hat.  
224 Es ist ja recht komisch, dass die jetzige Elterngeneration, die eigentlich damals die  
225 ersten Snowboarder waren, ihre Kinder wiederum zum Skifahren bringen und zum  
226 Skifahren erziehen, weil sie einfach auch der Meinung sind, so wie vielleicht ihre  
227 eigenen Eltern damals, die Kinder sollen zuerst einmal Skifahren lernen und dann  
228 werden sie eh entscheiden, ob sie einmal Snowboarden wollen.

229 I: Das wird bei meiner 2-jährigen Tochter wahrscheinlich nicht anders sein....

230 E3: Ja, weil es einfach auch für den Elternteil auf Skiern leichter ist, wenn man den  
231 halben und ganzen Tag mit dem Kind fahren geht. Das ist bequemer. Andererseits  
232 sagen auch viele Leute, dass es sicher nicht gesund für die Kinder ist, wenn sie vom  
233 Anfang an so seitlich oben stehen. Ich habe aber viel mit Japanern und Koreanern  
234 zu tun. Die Leute dort sagen aber, mein Kind fährt vom Anfang an Snowboard. Der  
235 kleine „Stoppel“ hat dann ein 70cm langes Board auf den Füßen, das aussieht wie  
236 ein Spielzeug und fährt dann mit seinen 3 - 4 Jahren einfach hinunter. So wie bei  
237 uns die kleinen Skifahrerkinder sind das eben dort die Snowboarderkinder. Das ist  
238 ganz normal und bei uns sieht man das nicht. Bei uns ist es so, dass die Eltern  
239 meinen, dass das für das Kind nicht gesund sein kann. Sie müssen zuerst das  
240 Symmetrische vom Skifahren erlernen. Ich fange jetzt an, den kulturellen  
241 Hintergrund bei uns in Österreich und der Schweiz zu verstehen.

242 I: Du hast jetzt schon sehr weit ausgeholt und einiger meiner Fragenbereiche  
243 ziemlich gut beantwortet. Du bist auch schon sehr darauf eingegangen, warum es  
244 immer weniger Snowboarder gibt. Was ist für dich der wesentliche Grund, warum

245 sich die Verkaufszahlen der Snowboards in den letzten 15 Jahren so wesentlich  
246 verringert haben?

247

248 E3: Ich denke, hauptsächlich deswegen, weil es damals einfach eine Boom-Zeit  
249 war. Heute würde man es vielleicht vergleichen mit einer Blase an der Börse. Das  
250 war was Neues und Cooles und jeder kauft, kauft, kauft. In den 90er-Jahren hat es  
251 ja massenweise Snowboardmarken gegeben. Binnen zwei-drei Jahren sind Marken  
252 entstanden, die man vorher nie gekannt hatte. Diese haben dann 1 - 2 Jahre  
253 existiert und dann sind sie wieder weg gewesen vom Fenster, weil sich jede der  
254 Firmen gedacht hatte, sie würde den großen Wurf machen. Aber es ist einfach ein  
255 schwieriger Markt gewesen, obwohl der Boom da war. Man hat einfach langfristig  
256 planen müssen, Schritt für Schritt gehen und nicht zu viel investieren und nicht in  
257 kurzer Zeit zu groß zu werden. Ich glaube, das war einfach eine Kombination aus  
258 falschen Erwartungen und falschen Planungen und eben einer Art  
259 Blasenentwicklung wie an der Börse. Im Grunde ist der Markt zwar um 2/3  
260 zurückgegangen, aber man könnte auch sagen, gesund geschrumpft. Der Markt  
261 wird, wenn wir uns ehrlich sind, im Durchschnitt ca. 30000 Bretter sein und  
262 vielleicht waren die letzten 1 - 2 Jahre ein wenig schwieriger aufgrund der New-  
263 School Skier usw. Damals musste einfach jeder ein Board haben und da kauft dann  
264 jeder in der Sturm- und Drangzeit einer neuen Sportart einfach ein neues  
265 Equipment. Aber dann kauft man halt mal 5 - 10 Jahre lang nichts. Wir kennen  
266 genügend unserer Kunden, die mit Material von Ende der 90er oder Anfang der  
267 2000er Jahren daher kommen und sagen, dass sie jetzt wieder mal ein neues Brett  
268 kaufen müssen. Das waren aber damals genau die Leute, die gesagt haben, jetzt  
269 kaufe ich mir auch ein Snowboard. Das haben sich viele gedacht. Danach waren sie  
270 aber gesättigt und haben gemeint, das Brett hat viel Geld gekostet und ist noch in  
271 gutem Zustand. Da kaufe ich mir nun ein paar Jahre nichts Neues. Dann gibt es  
272 vielleicht noch Nachwuchs und man hat das Geld eh nicht. Das sind dann alles  
273 Kombinationen, worunter der Sport leidet.

274 I: Glaubst du, dass sich die neue Einteilung in Camber-, Rocker- und No-Camber-  
275 Boards auf den Snowboardsport auswirkt bzw. den Sport wieder attraktiver macht?

276

277 E3: Das ist viel Vermarktungssache. Alle Firmen versuchen ihre Marken mit  
278 speziellen Rocker-Bezeichnungen zu promoten. Wenn das einer Firma gelingt, läuft

279 das ganz gut. Eigentlich versucht jede Marke ein wenig, ihre Nische zu schaffen, um  
280 dann dort ihren Erfolg zu haben. Das funktioniert eigentlich bei vielen sehr gut. Die  
281 großen Firmen, so wie Burton, haben einfach grundsätzlich den Background, dass  
282 sie von allem etwas machen können. Die haben einfach mehr Spielraum. Andere,  
283 die eben neben diesen großen Marken bestehen wollen, müssen schauen, dass sie  
284 sich etwas Spezielles einfallen lassen. Z.b. Arbor-Snowboards wollen zum Beispiel  
285 total auf ÖKO machen und setzten auf Holzdesign, usw. Andere wiederum  
286 versuchen es mit extremsten Grafiken bei den Designs. Das Snowboarden hat sich,  
287 so habe ich den Eindruck, vom Snowboard-Riding eher zum Spielen hin entwickelt.  
288 Wenn ich Leute auf der Piste mit dem Snowboard sehe, die fahren dann keine  
289 Schwünge, sondern spinnen nur über die Nase oder das Tail hinunter und springen  
290 hin und her. Aber die können im Grunde keinen Schwung fahren. Snowboarden ist  
291 mehr Playground geworden als technisch anspruchsvolles Fahren.

292

293 I: Glaubst du, dass man bei der Materialentwicklung noch auf irgendwelche  
294 Innovationen hoffen kann, welche die Attraktivität des Snowboardens für alle  
295 Altersgruppen steigern kann?

296

297 E3: Ich denke, das ist eine Geldfrage. Man muss viel investieren, dass man etwas  
298 Tolles heraus bekommt. Ich nenne hier wieder das Beispiel Alpinsnowboarden. Wir  
299 bräuchten schon längst wieder mal eine Entwicklung bei Bindungen und Boots. Im  
300 internationalen Starterfeld beim FIS-Weltcup sind viele der TOP-Fahrer auf  
301 NORTHWAVE-Schuhen unterwegs, die seit über 12 Jahren nicht mehr produziert  
302 werden. Diese Schuhe bräuchten schon längst eine Modifikation, aber mit den  
303 Schuhen konnte man im Vergleich zu den Freestyle-Schuhen kein Geschäft  
304 machen. Andere Firmen im Alpinbereich investieren nur in das Notwendigste um  
305 neue Schuhe zu bauen und da merkt man dann, dass diese Schuhe nicht TOP sind.  
306 Das Gleiche passiert bei den Bindungen. Wäre mehr Geld für Entwicklungen da,  
307 würde da sicher einiges weitergehen. Im Freestyle-Bereich ist es vielleicht sogar  
308 noch ärger, weil da ja viel mehr Geld gemacht werden muss, als Vorgabe der  
309 Investoren usw. Deshalb gehen da die ganzen Marken zum Produzieren nach  
310 China und nach Ost-Asien, um so billig wie möglich Riesen-Stückzahlen zu  
311 erzeugen und die Gewinnspanne groß zu halten. Dann hast du zwar ein  
312 Riesenbusiness, aber nicht die TOP-Qualität. Ich kann mittlerweile aus eigener  
313 Erfahrung beobachten, dass viele Marken, zu denen ich guten Kontakt habe, mit der

314 Produktion wieder zurück nach Europa oder Amerika gehen. China wird auch immer  
315 teurer und nicht mehr so verlässlich, wie es einmal war. Teilweise gibt es da richtige  
316 erpresserische Aktivitäten von dortigen Fabriken.

317

318 I: Du sprichst sehr oft die Alpinindustrie an. Wohin geht deiner Meinung nach Alpin-  
319 Snowboarden?

320 E3: Also ich habe grundsätzlich auch die Sorgen, was mit dem Alpin-Snowboarden  
321 passiert. Ich tue persönlich mein Bestes dazu, um es zu pushen, dass es erhalten  
322 bleibt, dass der Markt versorgt wird mit guten Produkten einerseits. Ich mache aber  
323 auch Promotion für den Sport, nicht nur für meine Boards. Interessant ist, dass seit  
324 2002, als die großen Firmen aufgehört haben Alpinboards zu produzieren, der  
325 Markt grundsätzlich gleich geblieben ist. Der Alpinmarkt ist damals klein gewesen  
326 und ist jetzt nicht kleiner. Er ist ein Nischenmarkt, aber er ist der einzig stabile Markt  
327 im Snowboardbereich. Wenn man sich anschaut, dass der Freestyle-  
328 Snowboardbereich einmal ganz woanders war, nämlich bei sicher mindestens  
329 doppelt so großen Zahlen wie jetzt, dann muss man sagen, dass sich der  
330 Alpinmarkt gut hält. Auf diesem kleinen Level ist die Stückzahl generell kritisch  
331 gering. Wobei ich sagen muss, dass es da auch wieder regional große Unterschiede  
332 gibt. Ich nehme mal Österreich her. In Freeride-Skigebieten, wie dem Arlberg, das  
333 Paznaun- oder Ötztal, wird man kaum Alpinfahrer sehen. Im Stubaital sieht man  
334 gerade in den Herbstferien relativ viele Alpinfahrer, weil da viele Münchner  
335 rauskommen, wo es auch noch viele Alpinfahrer gibt. Wenn du Richtung Osten und  
336 Süden gehst, Steiermark, Kärnten, Niederösterreich, dann sieht man  
337 verhältnismäßig viele Alpin-Snowboarder. Im Osten sind einfach ganz andere  
338 Skigebiete und Schneesverhältnisse. Im Grunde ist es ja so „The form follows  
339 function“. Das Board folgt den Umständen, den Pistenverhältnissen bzw.  
340 Schneemuständen. Wo ich Tiefschnee habe, werde ich natürlich gut Powder-Boards  
341 verkaufen bzw. werden die Leute Powder-Boards benutzen. Wo nur  
342 Kunstschnepisten sind, Lachtal, Kreischberg oder Semmering, dann ist dort das  
343 Alpinboard einfach das beste Produkt. Wenn ich jetzt nicht in der Halfpipe oder im  
344 Funpark unterwegs bin, und das machen die Leute ab 30 Jahren sowieso nicht  
345 mehr und von den unter 30-jährigen machen das auch nicht viele wahnsinnig  
346 erfolgreich, dann ist das Alpinboard einfach das beste Produkt für diese  
347 geografische Lage. In Österreich haben wir zum Beispiel unseren besten Händler in  
348 Wien! Im Westen verkaufen wir, wenn, nur unsere Freeride und Snowboardcross-

349 Boards. Richtung Osten verkaufen wir einfach mehr Alpinboards, Softboots-Boards  
350 auch, aber verhältnismäßig viel mehr Alpinboards. So sehen wir das auch  
351 international am Markt. Wir verkaufen sehr viele Alpinboards nach Asien, vor allem  
352 Japan und Korea. Korea ist so ähnlich wie Niederösterreich. Da hast du nur  
353 Waldhügel oder Waldberge mit Pisten. Du hast eigentlich nirgendwo eine Chance  
354 zum Tiefschneefahren und hast aber überall perfekte Pisten. Und das aber rund um  
355 die Uhr. Die haben eigentlich 24 Stunden offen. Dort ist Alpin-Snowboarden einfach  
356 wirklich beliebt. In Japan ist es gleich, die haben zwar sehr viel Tiefschnee, aber da  
357 darfst du fast nirgends außerhalb der Pistenbereich fahren, weil es zu gefährlich ist.  
358 Die sind da sehr streng. Das spielt sich alles auf den Pisten ab. Im Osten Europas,  
359 in Russland usw., ist es ähnlich. Da verkaufen wir auch sehr viele Alpinboards hin,  
360 weil da die Einstellung der Menschen zum Snowboarden, zum Sport, eine andere  
361 ist. Da sind eben sehr viele Rennfahrer da, sehr viele junge Rennfahrer. Die sehen  
362 den Leistungssport eher im Rennlauf als im Freestyle-Bereich.

363 In Russland gibt es kaum Freestyler, es gibt hauptsächlich Alpinfahrer und ein paar  
364 wenige Snowboardcrosser. Wohingegen die Amis wieder hauptsächlich Freestyler  
365 sind. Aber auch dort gibt es extrem viele Alpinfahrer, vor allem Kinder, die Rennen  
366 fahren wollen, obwohl man das bei uns gar nicht so glauben möchte. Einer unserer  
367 Fahrer, Justin Reiter aus Amerika, erzählt mir immer wieder von den nationalen  
368 amerikanischen Meisterschaften, wo von ganz Amerika die Kids kommen, um  
369 Wettkämpfe zu bestreiten. Eine der Hauptattraktionen ist dort einfach das Racing.  
370 Die Kids kommen dorthin um zu wissen, wer der Schnellste in deren Altersklasse  
371 ist. Die Kids haben zwar kaum Alpinboards an den Füßen, weil es die ja kaum mehr  
372 gibt, oder nur wenige gibt, aber die wollen Rennfahren. Das Rennfahren ist ja etwas,  
373 was in der Natur des Menschen ist. Man will wissen, wer der Schnellste ist.  
374 Entweder sie wollen wissen, wer am schönsten, tollsten und weitesten hupft oder  
375 sie wollen wissen, wer der Schnellste ist. Deshalb hat Alpinsnowboarden sicher  
376 auch eine Berechtigung und eine gute Zukunft, wenn alles ein bisschen mitspielt.  
377 Wenn der Markt stabil bleibt und wenn sich Investitionen in Erneuerungen  
378 auszahlen. Der Alpinrennsport hat sich in den letzten Jahren relativ steril entwickelt.  
379 In eine Richtung, die zwar einerseits gut ist, weil man viel besser und schneller  
380 fahren kann, aber andererseits auch sehr kompliziert geworden ist. Man hat zum  
381 Beispiel für die Boards Plattensysteme entwickelt, mit denen man bei schlechten  
382 Verhältnissen einfach noch radikaler fahren kann. Das ist aber nicht unbedingt  
383 einfacher für den Markt und die Kunden. Der Kunde kennt sich dann nicht recht aus,  
384 weil was soll der jetzt kaufen und diese Platten sind sauteuer und kompliziert, bis

385 man herausfindet, wie sie richtig installiert werden. Es macht alles ein bisschen  
386 schwieriger. Ich plädiere eher dafür, dass man ein bisschen „back to the roots“ geht  
387 und schaut, dass man alles eher ein bisschen vereinfacht. Vielleicht, dass man das  
388 über den Rennsport kommuniziert und ein technisches „down-grade“ macht. Ein  
389 paar Sachen könnte man reglementieren. Man könnte einfacherer Bindungs- und  
390 Plattensysteme machen, damit die Menschen, die interessiert am Sport und an den  
391 Produkten sind, sich wieder darüber trauen, Produkte zu kaufen. Weil momentan  
392 werde sie eher ein bisschen abgeschreckt von der Technologie, welche die Leute  
393 an den Füßen haben.

394

395 I: Ist dann das für dich der wesentliche Grund, dass es immer weniger Alpinfahrer  
396 gibt, weil das ganze Material zu komplex geworden ist?

397

398 E3: Ja, sicherlich hat sich das Ganze im Snowboardrennsport so entwickelt, dass es  
399 zu komplex geworden ist. Viele Leute können sich einerseits die Investition gar nicht  
400 leisten. Zum Beispiel die Boards. Die Boards haben früher natürlich auch viel Geld  
401 gekostet, verhältnismäßig. Wenn man jetzt sagt, man möchte das Toprennboard mit  
402 Bindung und Schuhen von 2002 haben, dann hat das ca. 1200,- Euro gekostet.  
403 Wenn du jetzt das Equipment haben möchtest, welches ich im Moment bei den  
404 Rennen fahre, dann bist du fast bei 4000,-. Man ist heute bei einem 3 bis 4-Fachen  
405 an Ausgaben. Klar ist alles besser geworden, aber auch extremer. Speziell die  
406 Platten und Bindungen, die sind so teuer und kompliziert geworden. Im Grunde  
407 sollte man wieder fahren wie früher, ein gutes Brett mit einer halbwegs normale  
408 Bindung darauf, die nicht zu steif ist und einen normalen Schuh. Damit man den  
409 Kunden ein bisschen näher und entgegen kommt und ein bisschen unkomplizierter  
410 auf die Kunden zugeht.

411

412 I: Das ist für dich sozusagen die Chance für das Alpinsnowboarden, wenn man ein  
413 wenig „back to the roots“ geht!

414

415 E3: Auf alle Fälle. Du hast ja gemeint, dass sich die Verkaufszahlen innerhalb von  
416 15 Jahren von ca. 75000 auf ca. 25000 reduziert haben. Das muss man sicher auch  
417 ein wenig differenzieren, wie viele davon damals Billig- bzw. High-end-Boards waren

418 und wie viele sind heute im Verhältnis günstige Boards oder High-end-Boards? In  
419 einer Zeit, wo so eine Art Blase entsteht, wo dann Boards auf den Markt geworfen  
420 werden, weil einfach zu viele produziert oder die Erwartungen nicht eingehalten  
421 wurden, dann muss man sehen, was machen 70000 Boards aus im Business und  
422 was machen vielleicht 30000 Boards aus, wenn du diese zum vollen Preis verkaufst  
423 und die anderen aber vielleicht um 40% reduzierst? Jetzt verkauft man im alpinen  
424 Bereich relativ wenige Boards, aber diese sind alle sehr hochpreisig. Wir sehen das  
425 auch selber. Im Grunde ist es so, dass man auf den Kunden mit etwas  
426 unkomplizierteren Angeboten zugehen muss um den Markt wieder mehr zu  
427 erschließen, weil sonst schreckt man die Kunden ab. Da muss man heute schon  
428 aufpassen.

429

430 I: Wir kommen zur letzten Frage. Wie sieht deiner Meinung nach die Zukunft des  
431 Snowboardsports aus? Wohin geht der Trend? Wird sich viel ändern in Bezug auf  
432 die Anzahl der Ausübenden? Siehst du vielleicht in einer speziellen Sparte eine  
433 besondere Chance, wo die Zukunft des Snowboardsports liegt?

434

435 E3: Ich denke, die Vorteile des Snowboards sind immer im Bereich des Tiefschnees  
436 gelegen. Das war immer toll und ist nach wie vor etwas Besonderes. Auf der Piste  
437 ist das Alpinboard auch immer noch etwas Besonderes, im Gegensatz zu den  
438 Carving-Skiern. Wenn man auf beiden Sportgeräten Carven kann, dann weiß man  
439 den Unterschied zu schätzen. Beim Freestylen wird das Snowboarden sicher weiter  
440 stark bleiben, weil es mittlerweile eine gewisse Kultur hat. Ich bin davon überzeugt,  
441 dass im Alpinbereich gute Chancen bestehen, wenn man die Vermarktung  
442 kontinuierlich verfolgt und gut betreibt. Da werde ich schauen, dass ich meinen Teil  
443 dazu beitrage. Wo ich große Chancen sehe und das habe ich auch im Skibereich  
444 beobachtet, das ist das Backcountry-Snowboarden. Skitouren gehen mit  
445 Snowboards. Split Boarding könnte eine große Sache werden, weil einfach immer  
446 mehr Leute ein bisschen vom Stress der Pisten weggehen wollen. Vielleicht nicht  
447 unbedingt ins wahnsinnig schwere Gelände, weil es ihnen zu gefährlich ist. Das ist  
448 schon etwas, was immer mehr Leute rein vom Fitnessgedanken her immer mehr  
449 machen. Ich sehe das zum Beispiel in Tirol, Südtirol, Osttirol, auch in Kärnten immer  
450 mehr. Dieses Skitouren gehen ist unglaublich populär. Diejenigen, die eigentlich  
451 Snowboarder sind und dieses Skitouren gehen einfach lieber machen, weil es  
452 bequemer ist als mit den Schneeschuhen den Berg hinauf zu gehen und das

453 Snowboard hinaufzutragen. Diese Gruppe wartet eigentlich sehnlichst auf Produkte  
454 der Snowboardindustrie, dass Tourenggehen mit einem Snowboard so leicht  
455 machbar ist wie mit Tourenskiern. Im Grunde will ein Snowboarder immer mit einem  
456 Snowboard herunterfahren. Wenn man ähnlich bequem hinauf gehen kann wie mit  
457 einem Tourenski, dann ist es keine Frage mehr, was man zur Hand nimmt. Dann  
458 nimmt er sich so ein Splitboard, geht mit dem rauf und fährt wieder runter. Ich  
459 glaube, dass das eine recht große Zukunft haben kann, weil eben auch die Leute,  
460 die jung angefangen haben, werden dann älter und gesundheitsbewusster. Die  
461 fangen dann so mit Mitte, Ende dreißig an, Berg zu gehen, Rad zu fahren und eben  
462 nicht nur Park zu fahren oder technisch Snowboard zu fahren, sondern auch einfach  
463 einmal das Tourenerlebnis zu haben. Oder auch den Fitness-Benefit zu haben mit  
464 einem Touren-Snowboard. Das sehe ich eigentlich sehr viel, auch viele Geschäfte,  
465 die sich da sehr gut entwickelt haben in verschiedenen Orten. Wenn ich mir gewisse  
466 Schigebiete zu gewissen Zeiten anschau, da gehen viel mehr Leute die Piste  
467 hinauf als wie Leute die Piste hinunterfahren. Das hätte ich mir vor 15 Jahren nicht  
468 gedacht, dass es einmal so viele Tourenggehen geben wird. Da muss man jetzt  
469 eigentlich groß investieren, damit man da auch auf diesen Zug aufspringen kann,  
470 dass man Snowboards entwickelt, die wirklich gut einfach funktionieren beim  
471 Hinaufgehen und natürlich auch zum Hinunterfahren.

472

473 I: Das Thema Fitnessgedanke hat ein anderer Interviewpartner auch schon  
474 angesprochen. Das finde ich sehr interessant für meine Forschung.

475

476 E3: Das ist wirklich so. Ich kenne viele, die sind damals 10 Jahre älter gewesen als  
477 ich und ich bin jetzt 38, die waren damals die ersten Snowboarder, zu denen wir  
478 aufgeschaut haben. Das waren halt so die wilden Hunde, die sich aber im Sommer  
479 nie für ein Fitnessprogramm oder Ausdauersport interessiert haben. Bis zu einem  
480 gewissen Alter. Plötzlich haben sich diese dann auch ein Mountainbike und ein  
481 Rennrad gekauft oder sind Marathon gelaufen. Nicht fanatisch, aber schon so, dass  
482 man gesagt hat, da hat sich etwas verändert bei den Jungs. Frauen wie Männer. Ich  
483 habe bei vielen meiner Freunde oder Kollegen erlebt, dass sie plötzlich einen  
484 totalen Umschwung in ihrem Sportleben gemacht haben. Das aber auch im Winter.  
485 Weil da wollen sie ja auch etwas machen, nicht nur hinunterfahren. Und da passt  
486 das Tourenggehen genau hinein. Beim Tourenggehen kommt ja nicht nur der



487 Fitnessgedanke dazu sondern auch das Erleben der Natur und das Wegsein von  
488 der stressigen Piste und von den Leuten.

489 I: Ich zähle mich auch schon zu dieser Gruppe, da ich selber mit Gruppen 80 - 100  
490 Tage im Jahr auf Pisten unterwegs bin. Privat bin ich auch nur in der Natur mit dem  
491 Splitboard unterwegs.

492 E3: Ich habe selber auch noch zwei alte Splitboards von Burton und bin auch mit  
493 anderen ausgeborgten Splitboards unterwegs gewesen. Ebenfalls war ich oft mit  
494 Schneeschuhen und Kurzskiern unterwegs. Das Hauptproblem, das ich gesehen  
495 habe, wenn ich längere und technisch anspruchsvolle Touren gegangen bin, war  
496 immer der Schuh. Softboots sind zwar super bequem und im Grunde gehen  
497 wahrscheinlich 95 Prozent der Snowboarder deshalb Snowboarden. Wenn es aber  
498 darum geht stundenlang auf den Berg zu gehen oder in ausgesetztem Gelände zu  
499 gehen, oder wenn es harschig oder eisig wird, dann wird der Schuh zum Problem,  
500 weil er eben so ist wie er ist. Ich habe zum Beispiel in den letzten Jahren immer  
501 mehr versucht mit normalen Tourenschuhen zu gehen. Man kann damit viel sicherer  
502 und besser damit gehen, sogar auf normalem Weg bzw. Straße. Dieser  
503 Tourenschuh ist um einiges angenehmer als jeder Freestyle-Schuh, den ich bisher  
504 gehabt habe, weil er sich einfach nach vorne und nach hinten bewegen lässt im  
505 Sprunggelenk und nie eine fixe Vorlage eingestellt hat wie ein normaler Softboot.  
506 Das ist sehr angenehm. Das Abfahren ist auch sehr angenehm, weil der  
507 Tourenschuh viel weicher ist als jeder Alpin-Snowboardschuh. Er ist ähnlich weich  
508 wie ein Freestyle-Schuh. Und man verwendet ein ganz leichte Plattenbindung. Beim  
509 Abfahren fühlt sich das an wie ein Softboot mit einer Softbindung. Vor allem zum  
510 Gehen ist es angenehm und sicher. Das ist etwas, wo ich auch bei der  
511 Weiterentwicklung der Boards und Aufstiegssysteme in diese Richtung gehen  
512 möchte. Man sollte vielleicht einen ähnlichen Schuh haben wie die Skitourenger  
513 oder eine veränderte Version dieses Schuhs, mit dem man angenehm und sicher  
514 bergauf gehen kann und noch dazu gleich angenehm bergab fahren kann wie mit  
515 einem Softboot und Softbindung. Das wäre so mein Gedanke.

516 I: Ich bin immer schon der Meinung gewesen, dass der Schuh fast der wichtigste  
517 Ausrüstungsgegenstand ist, wenn man einen Sport sehr intensiv und an vielen  
518 Tagen im Jahr betreibt, speziell beim Snowboarden.

519 E3: Genau. Jetzt gibt es zwar viele Splitboards, aber es werden immer noch die  
520 ganz normalen Schuhe verwendet. Da sind schon viele Dinge, die man noch  
521 entwickeln und verbessern muss. Man kann in jedem technischen Bereich noch

522 etwas rausholen. In einigen mehr, in anderen vielleicht nur mehr ganz wenig. Beim  
523 Splitboarden ist zum Beispiel noch ganz viel drinnen. Wenn man zum Beispiel die  
524 Tourenski-Entwicklung hernimmt der letzten Jahre: Das kann man sich gar nicht  
525 mehr vorstellen, was man da vor 10 Jahren verwendet hat, wenn man die heutigen  
526 Sachen sieht. Heute gibt es Karbon-Tourenschuhe, die weniger wiegen wie ein  
527 Turnschuh. Auch die Bindungen wiegen überhaupt nichts mehr. Das ist wie eine  
528 Langlaufausrüstung vom Gewicht her, ist aber eine vollwertige Tourenausrüstung  
529 und funktioniert tipp-top. Aber das ist natürlich eine Geldfrage. Das ist jetzt natürlich  
530 vielleicht auch wieder ein Trend, so wie wir das beim Snowboarden in den 90ern  
531 gehabt haben, aber wer sagt, dass das nicht auch mit dem Snowboarden wieder so  
532 zurückkommen kann.

533 I: Wird es auch einmal SG-Splitboards geben?

534

535 E3: Ja, ich denke, spätestens in zwei Jahren sollte es soweit sein. Ich hoffe, dass  
536 ich im nächsten Winter die ersten Modelle zum Testen habe. Das Jahr 2015 wird ein  
537 Entwicklungsjahr und spätestens 2016 wollen wir damit am Markt sein.

538

539 I: Noch eine andere Frage, glaubst du, dass Alpin-Snowboarden noch lange  
540 olympisch bleibt?

541

542 E3: ...ja, ich denke schon. Nach den letzten olympischen Spielen in Vancouver hat  
543 es die Entscheidung gegeben, wie es mit dem Alpin-Snowboarden weitergeht.  
544 Damals war die Meinung, dass es in Sotchi gar nicht mehr dabei sein wird oder  
545 nach Sotchi nicht mehr dabei sein wird. Plötzlich haben wir eine zweite Disziplin  
546 dazubekommen. Wider der ganzen Bedenken haben wir also doppelt so viele  
547 Disziplinen. Vielleicht muss man einiges anpassen oder verändern, dass man den  
548 Sport einfach unkomplizierter und besser verständlich macht. Ich glaube, Race-  
549 Snowboarden hat eine Berechtigung. Es ist für Zuschauer interessant. Man sieht  
550 auch ohne Zeit, wer der Sieger ist. Man braucht nicht so wie beim Skirennen eine  
551 Zwischenzeit, damit es spannend bleibt. Etwas, was spannend und auch sportlich  
552 fair ist, wo man einen Zweikampf sieht, hat immer eine Berechtigung und wird auch  
553 eine Zukunft haben. Vor allem glaube ich auch, dass das Alpin-Snowboarden  
554 weiterhin bestehen bleibt, weil es einfach ein toller Sport ist für Regionen, wo es

555 keinen Tiefschnee gibt, wo es einfach nicht die Alternative gibt, irgendwo  
556 rauszufahren sondern wirklich die Piste mit einem Equipment so auszunutzen, wie  
557 es besser nicht geht. Nämlich auf der Kante runterzuziehen und die Fliehkräfte zu  
558 spüren. Wenn ich noch 25 Jahre fahre, wird mir das immer noch einen Smile ins  
559 Gesicht drücken. Schon alleine deshalb hat es meiner Meinung nach eine  
560 Berechtigung. Auch wie sich die Winter entwickeln, mit immer mehr  
561 Kunstschnepisten, ist das Material Alpin-Board sicherlich vom Vorteil im  
562 Gegensatz zu Freestyle.

563

564 I: Ich sage recht herzlichen Dank für deine Zeit und Antwort!

565 E: Bitte gerne! Alles Gute bei deiner Diplomarbeit!

## Transkript Experte 4

Gesprächspartner: Tom Weninger  
Datum: 27.01.2014  
Uhrzeit: 21.00 - 21.55 Uhr  
Ort: Skype-Telefonat

Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E4: Experte 4

Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln

1 I: Danke, lieber Tom, dass du dir für mein Interview Zeit genommen hast. Bitte  
2 erzähl mir ganz kurz deinen persönlichen Bezug zum Snowboardsport.

3

4 E4: Also, ich bin mittlerweile sehr intensiv mit dem Snowboarden beschäftigt. Ich  
5 habe in den frühen 90er-Jahren damit gestartet, als das ganz ein bisschen hipp  
6 geworden ist und als Alternative zum Skisport aufgekommen ist. Ich habe es dann  
7 über verschiedene Ausbildungswege geschafft die staatliche Snowboardlehrer- und  
8 Trainerausbildung zu machen und am Ende meines Studiums in den späten 90er-  
9 Jahren bin ich dann als freier Mitarbeiter zu einem großen Marktführer der  
10 Snowboardbranche gewechselt. Von dort hat mich mein Weg dann zum ÖSV  
11 geführt, bei dem ich nach wie vor als Trainer im Snowboardbereich arbeite.  
12 Nachdem ich mich mittlerweile einige Jährchen mit dem Snowboarden einerseits  
13 praktisch andererseits theoretisch verbringe, freue ich mich, wenn du mich als  
14 Experten bezeichnen möchtest.

15

16 I: Ja, das glaube ich schon. Wie hat sich deiner Meinung nach der Snowboardsport  
17 in den letzten 15 Jahren entwickelt bzw. verändert?

18

19 E4: Ich darf jetzt in Österreich einige Spitzensnowboarder wettkampfmäßig seit  
20 knapp 13 Jahren begleiten. Speziell im Wettkampfbereich hat sich eine großartige  
21 Veränderung ergeben. Ich würde fast davon sprechen, dass Snowboarden nicht  
22 mehr als einzige Sportart bezeichnet werden kann, sondern aus mittlerweile bis zu  
23 drei Sportarten besteht. Woher begründet sich diese Sichtweise? Zu Beginn meiner  
24 Trainerkarriere beim ÖSV durfte ich das Damen-Nationalteam als Co-Trainer  
25 begleiten. Damals haben wir Snowboardcross-Athletinnen und auch Parallel-  
26 Athletinnen gemeinsam in einer Gruppe betreut. Das ist heute undenkbar, da sich  
27 diese Sportarten so weit voneinander entwickelt haben, vor allem was die  
28 Trainingsanforderungen betrifft. Wir sehen das auch darin, dass wir mittlerweile  
29 weder bei den Herren noch bei den Damen Athleten und Athletinnen finden, die in  
30 beiden Bereichen gleichzeitig auf Wettkampfebene Top-Leistungen erbringen  
31 können.

32

33 I: Wenn du in den Snowboardbreitensport hinein schaust, sind dir da in den letzten  
34 15 Jahren auch Entwicklungen und Veränderungen aufgefallen?

35

36 E4: In den letzten 15 Jahren hat sich der Markt ganz klar in eine Richtung  
37 entwickelt, die dem Fun-Sport, dem Freestyle-Sport, dem Individualismus, den wir  
38 nicht nur im Snowboarden beobachten können sondern auch in anderen Bereichen,  
39 näher gekommen ist. Die Entwicklungen im Snowboardsport spiegeln ganz gut  
40 wieder, wie sich Dinge weltweit entwickeln können, wenn eine entsprechende  
41 Vernetzung da ist. Der Snowboardsport stellt für mich im Breitensport und  
42 Tourismusbereich nach wie vor eine wichtige Funktion dar, aber und das muss man  
43 ganz klar festhalten, ist das Engagement der Industrie im Bereich Softboots, also  
44 Freestyle, Park, All-Mountain und Freeride, deutlich stärker in den Vordergrund  
45 getreten. Ich selbst habe noch meine ganzen Ausbildungen auf sogenannten Hard-  
46 Boots durchgeführt. Mittlerweile ist der Hardboot-Fahrer im Snowboardbereich ein  
47 Seltenheitswert geworden. Ich denke aber, dass das Snowboarden keine schlechte  
48 Entwicklung genommen hat. Die wesentlichen Grundelemente, was Fahrtechnik und  
49 Spirit anbelangt, sind eigentlich geblieben. Im Gegenteil, wenn ich da auf den  
50 Bereich Freestyle schaue. Der Professionalismus und die Einstellung, wie man an  
51 das Snowboarden herangeht, sei es auch nur im Hobby-Bereich, der ist meiner  
52 Meinung nach schon stark gestiegen. Die Leute sind sich bewusst, was sie wollen.  
53 Sie wollen mit dem Snowboarden nicht mehr einfach etwas anderes machen als die  
54 Skifahrer. Ich denke, dass der Snowboardsport, so wie er sich entwickelt hat, sehr  
55 wohl auch den restlichen Wintersport ein bisschen mitbeeinflusst hat. Man möge  
56 sich einmal nur die Bekleidung anschauen, die mittlerweile im Wintersport „up to  
57 date“ ist. Alles ist ein bisschen in die Richtung Spirit und Freestyle gegangen und  
58 damit marktbeherrschend. Ich komme noch aus einer Zeit, wo man Snowboarden  
59 gegangen ist um anders zu sein. Mittlerweile hat sich dieser wesentliche zentrale  
60 Punkt sicher stark abgeschwächt, denn es geht nicht mehr darum anders zu sein,  
61 sondern darin gut zu sein, was man tut.

62

63 I: Bei meinen Recherchen habe ich herausgefunden, dass sich die Verkaufszahlen  
64 von 1998 bis 2013 von ca. 75000 auf ca. 23000 verringert haben. Was fallen dir  
65 dafür für Gründe ein?

66

67 E4: Wenn man jetzt auf den Markt, in den Bereich der Hersteller geht, dann muss  
68 man ganz sicher zwei wesentliche Dinge beachten. Erstens, dieser absolute Hype  
69 des Snowboardens ist sicherlich vorbei. Die zweite Sache, die sicher auch die  
70 Verkaufszahlen beeinflusst, ist einerseits die generelle wirtschaftliche Lage. Wie oft  
71 kauft man sich ein Snowboard als Otto Normalverbraucher oder selbst als  
72 einigermaßen ambitionierter Wintersportler. Wenn man heute Wintersport betreibt,  
73 hat man nicht nur das Snowboarden vor sich sondern einerseits das  
74 Tourenskifahren, andererseits das Skifahren in der Pipe und im Park und das  
75 Skifahren auf der Piste. Ich denke, dass es eine hauswirtschaftliche Angelegenheit  
76 ist, ob und wie viele Sportgeräte man sich anschaffen kann. Im Bereich der  
77 Jugendlichen, die sicher für die verschiedensten Wintersportarten offen sind, wird es  
78 in einem Jahr ein Snowboard geben und im nächsten Jahr dann vielleicht einen  
79 Freestyle-Ski.

80

81 I: Hat sich die Einteilung der Snowboards in Camber, No-Camber, Rocker, usw. auf  
82 den Snowboardsport ausgewirkt. Ist es für den Kunden jetzt attraktiver geworden?

83

84 E4: Also es ist sicher so, dass jede Branche mittlerweile von der Schnellebigkeit der  
85 Wirtschaft vollkommen vereinnahmt worden ist. Jede Branche hat die Notwendigkeit  
86 Strategien zu entwickeln, um die Verkaufszahlen zumindest auf Stagnation und  
87 nicht auf Rücklauf zu halten. Andererseits muss man sagen, dass speziell im  
88 Bereich Park und Freeride der sogenannte Otto-Normalverbraucher einigermaßen  
89 gut zugänglich ist. Ich erinnere mich an den Katalog eines Marktführers vor einigen  
90 Jahren, wo man vor lauter Board-Kategorien nahezu nicht mehr zum Produkt  
91 vordringen konnte. Das hat sich jetzt meiner Meinung nach wieder etwas reduziert.  
92 Ich denke, dass die mittlerweile stark im Vordergrund stehenden Kategorien Park  
93 und Pipe, Freeride und All-Mountain, bis hin zu Piste, dass diese drei Kategorien  
94 ergänzt durch die Kategorie Anfänger-Snowboards, eine sehr positive Entwicklung  
95 sind, denn damit kann ich den Endkunden dort abholen, wo er in seinem  
96 Snowboardkönnen momentan gerade steht, sodass er sich auch in einem Board-  
97 Segment verschiedene Typen aussuchen kann, mit denen er dann glücklich wird.

98

99 I: Also, man spricht wieder mehr Leute an bzw. es ist wieder leichter sich auf dem  
100 Markt zurecht zu finden.

101

102 E4: Ich denke, es ist leichter sich zurecht zu finden. Das trägt natürlich auch ein  
103 bisschen dazu bei, das zu fördern, was die einzelnen Endkunden vom  
104 Snowboardsport für sich selbst an Erlebnis erwarten. Ich denke, dass jemand, der  
105 sehr gerne in Pipe und Park unterwegs ist, um einiges motivierter ist, wenn er weiß,  
106 dass er ein, möglicherweise sogar von einem Pro entwickeltes, Park & Pipe-Board  
107 unter den Beinen hat. Das Gleiche gilt auch für jene Personen, die sich dem  
108 Snowboardsport das erste Mal widmen, wenn sie wissen, dass alles, was an  
109 Technologie in diesem Board steckt, sie darin unterstützt, möglichst rasch die  
110 wesentlichen Elemente der Sportart zu erlernen und auch auszuüben. Dann hat  
111 die Industrie hier schon eine gute Spezifizierung und Diversifikation geschafft. Die  
112 Verkaufszahlen im Snowboardbereich sind, soviel ich es im Auge habe, in den  
113 letzten Jahren stagnierend. Daher macht die momentane Einteilung meiner  
114 Meinung nach sehr viel Sinn.

115

116 I: Kann man bei der Materialentwicklung noch auf irgendwelche speziellen  
117 Innovationen hoffen, welche die Attraktivität des Snowboardens vor allem für alle  
118 Altersgruppen steigert?

119

120 E4: Vor Innovationen ist man, Gott sei Dank, nie gefeit. Im Bereich der Boots und  
121 Bindungen haben wir in den letzten zehn Jahren ganz gewaltige Schritte gemacht.  
122 Bindung und Boot werden zumeist von jenen, die das gemeinsam anbieten, auch  
123 gemeinsam entwickelt, was natürlich ein sehr gutes Zusammenspiel ermöglicht. Die  
124 Innovationen, die ich mir im Snowboardbereich noch erwarte, gehen möglicherweise  
125 dahin, dass es noch ein bisschen einfacher wird als Snowboarder in die Bindung  
126 einzusteigen. Das Material, das jetzt am Markt ist, erfordert meist von den weniger  
127 Geübten ein Niedersetzen oder ein außergewöhnliches Gleichgewichtsgefühl. Da  
128 gab es ja schon verschiedene Versuche, aber das Gelbe vom Ei war da nicht  
129 wirklich dabei. Ich könnte mir vorstellen, dass da noch etwas möglich ist. Was das  
130 Brett selbst angeht kann ich nur sagen, dass im Spitzensportbereich, wo ich jetzt  
131 tätig bin, findet sich jedes Jahr wieder ein neues Materialdetail innerhalb des  
132 Aufbaus des Snowboards, die das Brett in gewissen Bereichen laufruhiger und  
133 spritziger macht. Ich denke, dass wir hier noch nicht am Plafond angelangt sind.  
134 Diese Innovationen treffen dann wohl eher jene Personen, die das Snowboarden



135 bereits beherrschen und aus dem Material wirklich top Performances herausholen  
136 wollen. Die Attraktivität des Snowboardens könnte möglicherweise noch dadurch  
137 gesteigert werden, dass die Rivalität mit dem Skifahren aus den Köpfen der  
138 Endkunden irgendwann einmal endgültig verschwindet. Man sollte sagen, man  
139 betreibt Wintersport und dass darauf nicht automatisch die Frage kommt, ob man  
140 Skifahrer oder Snowboarder ist. Aber das hat im Wesentlichen nichts mit dem  
141 Material zu tun.

142

143 I: Du schaffst da schon ganz gut eine Überleitung zu meiner nächsten Frage. Die  
144 Skiindustrie baut immer breitere Skier und verwendet Technologien, die zuerst bei  
145 Snowboards vorgekommen sind. Wie wirken sich diese Entwicklungen in der  
146 Skiindustrie auf den Snowboardmarkt aus?

147

148 E4: Ich schwenke bei dieser Frage ca. 20 Jahre zurück. Da ist im Skibereich  
149 plötzlich und unerwartet das passiert, was wir im Snowboardbereich schon einige  
150 Jahre praktiziert haben, nämlich, wir haben auf unseren Boards verstärkte  
151 Taillierungen zum Einsatz gebracht. Damit haben wir gezeigt, dass man auf gut  
152 präparierten Pisten, aber auch im Gelände, gezirkelte Schwünge in den Schnee  
153 zaubern kann. Damit haben wir das Carven erfunden, das heute in jedermanns  
154 Sprache drinnen ist und fast jeder weiß, was es heißt, einen geschnittenen  
155 Schwung mit Skiern oder dem Snowboard zu fahren. Ich würde fast sagen, dass  
156 diese geschnittenen Schwünge verstärkt über den Snowboardsport in das breite  
157 Publikum getragen worden sind. Jetzt gehen wir diese Geschichte ein zweites Mal.  
158 Wir erkennen, dass sich die marketingstarke Skiindustrie neuerlich einen Anstoß  
159 geholt hat um ihren eigenen Bereich noch einmal auf Vordermann zu bringen. Ich  
160 denke, dass gerade im Skibereich auch diese Technologien von den Top-Fahrern  
161 im Park- und Pipe-Bereich sehr gut angenommen werden, weil es einfach Dinge  
162 sind, welche die Performance vereinfachen und neue, andere, bessere und  
163 schwierigere Tricks möglich machen. Der Snowboardsport hat hier eine  
164 Vorreiterrolle gehabt. Die Skiindustrie hat gesehen, dass es da etwas gibt, was bei  
165 den jungen Leuten gut ankommt. Versuchen wir das doch in den Skibereich zu  
166 übertragen. Das ist ihnen zweifelsfrei gut gelungen. Ich denke, die Verkaufszahlen  
167 konnten damit im Skibereich einigermaßen auf Niveau gehalten werden.

168

169 I: Wirkt sich die steigende Nachfrage nach New-School und Freeski-Material deiner  
170 Meinung nach auf den Snowboardsport aus?

171

172 E4: Das ist natürlich eine gewisse Form von Gefahr, die da besteht, dass man jetzt  
173 junge Sportlerinnen und Sportler in diese Richtung verliert. Auf der anderen Seite  
174 müsste man sich diese Sportler ansehen, die jetzt mit dem Snowboarden schon  
175 groß geworden sind. Ich gehe zurück in meine eigene Geschichte. Natürlich bin ich  
176 einer, der Snowboarden gelernt hat, als er schon Skifahren konnte. Ich denke, dass  
177 wir mittlerweile weltweit ein großartiges Potential vor allem dazu haben Personen  
178 kennen zu lernen, die nur Snowboard fahren können. Und zwar deswegen, weil sie  
179 niemals als Kinder oder als Jugendliche mit dem Skisport so intensiv in Kontakt  
180 gekommen sind, weil sie immer nur Snowboarden wollten. Ob das jetzt eine Gefahr  
181 für den Snowboardsport ist, das wage ich zu bezweifeln. Ich denke, es wird sich  
182 mehr oder weniger fair verteilen, denn die Technologien, die der Skisport aus dem  
183 Snowboardsport in seine Sportgeräte mit übernimmt, ermöglichen sicher neue  
184 Sporterlebnisse auf zwei Brettern. Auf der anderen Seite denke ich, dass man  
185 genau mit diesen Technologien ja auch wieder Leute für den Snowboardsport  
186 begeistern kann. Man möchte hier im Skisport einfach nicht hinten nach stehen.  
187 Einen Herzblut-Snowboarder wird es deshalb nicht zum Skifahren ziehen, wobei an  
188 der Stelle vielleicht schon anzumerken ist, dass der Jugendliche von heute generell  
189 an der Kreativität im Schnee interessiert ist. Vielleicht weniger an der einzelnen  
190 Sportart selbst, aber an der Umsetzung von Kreativität durch sportliche Aktivität.  
191 Das gelingt ihm leider, oder Gott sei Dank, auf beiden Sportgeräten. Meine Idee  
192 wäre zu sagen, nachdem ich selber zwei Kinder habe: Lasst sie doch, wenn sie  
193 dazu in der Lage sind und das gerne tun wollen, auf sportlicher Ebene ihre  
194 Kreativität auf dem Sportgerät ausüben, das ihnen heute/morgen gerade in die  
195 Hände fällt! Das kann nur positiv sein, wenn beides betrieben wird.

196

197 I: Bist du der Meinung, weil du jetzt deine Kinder ansprichst, dass man einem  
198 jungen Wintersportler eher zuerst einmal das Skifahren beibringen sollte?

199

200 E4: Wir haben uns im Rahmen der Snowboardlehrausbildung recht intensiv damit  
201 beschäftigt, in welchem Alter man das Snowboarden empfehlen kann. Man geht da  
202 ein bisschen von der Sportart weg und schaut sich das motorische Lernalter an. Aus

203 sportwissenschaftlicher Sicht hat das Skifahren beim ganz jungen Wintersportler  
204 einen ganz wesentlichen Vorteil. Dieser Vorteil ist die Unabhängigkeit der beiden  
205 unteren Extremitäten beim Vorwärtskommen. Mit Skiern werden sich die ganz  
206 jungen, Zwei- bis Fünfjährigen, doch deutlich leichter tun, weil sie das übliche, sich  
207 selbst angeeignete Bewegungsmuster des Gehens, mit Skiern realisieren können,  
208 mit dem Snowboard nicht. Auf der anderen Seite ist dazu zu sagen, dass sie im  
209 Alter zwischen drei und fünf in einer gewaltigen motorischen Lernphase sind. Wenn  
210 wir entsprechende Geduld, gute Sportgeräte und gute Pistenbedingungen haben,  
211 spricht nichts dagegen, sie langsam, aber bewusst auf die doch etwas andere  
212 Bewegung des Snowboardens hinzuführen. Wie Erfahrungen aus dem Bekannten-  
213 und Freundeskreis zeigen, ist es durchaus möglich, dass Drei- bis Vierjährige  
214 einfache Schwünge auf dem Snowboard erlernen können und mit fünf Jahren  
215 durchaus passable Pistenfahrer sind und sich schon in den Bereich des Tricksens  
216 wagen. Das ist aber sicher alles ganz individuell.

217

218 I: Welche Gründe fallen dir ein, warum man auf den Pisten kaum mehr Alpin-  
219 Snowboarder sieht?

220

221 E4: Ja, also, wir sind da sicher sehr stark konfrontiert mit dem Aussterben des  
222 Produkts Alpinboards. Es ist gar nicht mehr so leicht jemanden zu finden, der einem  
223 so ein Sportgerät verkauft. Dann kommt dazu, dass dieses Sportgerät nicht um  
224 wesentliches billiger ist als andere Sportgeräte in diesem Bereich, ganz im  
225 Gegenteil. Dadurch, dass die Produktionszahlen herunter gegangen sind, sind  
226 natürlich die Preise entsprechend angestiegen oder verhältnismäßig gleich  
227 geblieben. Ich denke, dass hier auch eine gewisse Form des Trends oder der  
228 Meinungsbildung innerhalb des Snowboardsports Breite bekommen hat, wo man  
229 durchaus immer wieder hört, dass es nicht cool genug ist, mit skischuhähnlichen  
230 Materialien im höheren Tempobereich geschnittene Schwünge zu fahren. Es  
231 könnte natürlich auch ein bisschen damit zu tun haben, dass der Hardboot im Alpin-  
232 Snowboardbereich ähnlich ungemütlich anmutet als der Schischuh. Personen, die  
233 vom Schischuh weg wollen, wollen sicher nicht in einen Hardboot hinein. Das muss  
234 so auch einmal festgestellt werden. Dann kommt natürlich dazu, dass Personen, die  
235 sich vielleicht nicht so intensiv mit der Geschichte des Snowboardens beschäftigen,  
236 derzeit am Markt auch nichts anderes finden als Snowboards, die mit Softboots  
237 gefahren werden. Der Alpin-Snowboardbereich ist definitiv eine Nische geworden.

238 Der Ursprung liegt darin, dass man in snowboard-eigenen Reihen begonnen hat, das  
239 Hardboot-Fahren als ein bisschen uncool anzusehen. Ich denke, dass die Damen  
240 und Herren, die das nach wie vor betreiben, riesigen Spaß damit haben. Wenn man  
241 sich die österreichische Snowboardgeschichte in diesem Bereich ansieht, dann sind  
242 da sehr schöne Erfolge zu verzeichnen. In anderen Bereichen brauchen wir  
243 vielleicht noch ein bisschen bessere Entwicklungsmöglichkeiten, Sportstätten, etc.  
244 Weltweit gesehen ist dieser Disziplin schon sehr oft das Aussterben vorhergesagt  
245 worden, es gibt sie immer noch. Es ist nicht gesagt, dass es nicht irgendwann  
246 einmal zu einer Trendwende kommt. Der Schnee wird immer weniger, die  
247 Tiefschneemöglichkeiten sind da auch beschränkt vorhanden und selbst für Park  
248 und Pipe braucht es jede Menge Schnee. Mit dem wenigsten Schnee, mit 30 - 40cm  
249 gut präparierter Piste, kommt nur der Hardboot-Fahrer aus, der trotzdem seinen  
250 Spaß am Kurven ziehen hat. Viel mehr ist dazu eigentlich nicht zu sagen, außer zu  
251 beobachten, wie sich das Ganze weiterentwickelt. Wir stehen kurz vor olympischen  
252 Spielen. Es ist bei diesen Spielen sogar der Fall, dass eine zweite Disziplin vom  
253 Hardboot-Fahren in das olympische Programm aufgenommen worden ist, nämlich  
254 der Parallel-Slalom. Das bildet vielleicht nicht gerade den Marktbereich ab, aber es  
255 bildet zumindest jene Geschichte ab, die wir im Wettkampfbereich sehen. Wir haben  
256 in den Alpindisziplinen im Weltcup nach wie vor gute Teilnehmerzahlen und sehen  
257 hervorragende Leistungen. Die Sportart Snowboarden ist binnen eines olympischen  
258 Zyklus von drei Medaillenbewerben auf fünf angewachsen und das bei beiden  
259 Geschlechtern. Es gibt also zehn olympische Snowboardentscheidungen.

260

261 I: Muss man sich Sorgen machen, dass das Alpin-Snowboarden in Zukunft von  
262 Olympia herausfällt?

263

264 E4: Ich denke, dass hier sehr stark wirtschaftliche und Marketing-Interessen mit einer  
265 Rolle spielen, welche Sportarten für die große olympische Gemeinschaft eine Rolle  
266 spielen. So lange sich die Sportart selbst gut vermarkten lässt, so lange es  
267 ausreichend Spitzenleistungen gibt, wird sich die Sportart im olympischen  
268 Programm halten. Es gibt Jahr für Jahr, oder Periode für Periode, intensive  
269 Beratungen, welche Disziplinen eventuell in den kritischen Korb kommen und dort  
270 genau beurteilt werden, ob sie denn noch tragfähig sind. Ich denke, das kann jeder  
271 Sportart mehr oder weniger früh passieren. Alpin-Snowboardfahren hat von der  
272 Seite des Olympischen Komitees eine Zusage für die nächsten olympischen Spiele

273 in Korea. Ob es dann bis dahin auch wirklich so bleibt oder ob es da noch größere  
274 Änderungen gibt, das wird man sehen. Wir von der Weltcup-Snowboardmannschaft  
275 Österreich rechnen im Wesentlichen damit, dass wir in vier Jahren in Korea beide  
276 Disziplinen wieder als Medaillenchance für Österreich sehen können.

277

278 I: Du hast vorher erwähnt, dass die Entwicklung des Wetters möglicherweise einen  
279 positiven Einfluss auf das Alpin-Snowboarden haben könnte. Siehst du das wirklich  
280 als Chance, dass das Alpin-Snowboarden ein Comeback feiern könnte?

281

282 E4: Es wird vielleicht nicht unbedingt das Wetter bzw. die schneearmen Winter sein,  
283 die dem Alpin-Snowboardfahren ein Comeback bescheren. Solche Winter- und  
284 Wettersituationen werden generell dazu führen, dass die Gruppe der Wintersportler  
285 eventuell kleiner werden wird. Man muss sich da sicher mehr damit beschäftigen,  
286 welche Möglichkeiten der Wintersport hat. Alpin-Snowboardfahren kann meiner  
287 Meinung dadurch wieder Aufwind bekommen, dass bekannte und erfolgreiche  
288 Athleten aus dieser Sportart ihren Spirit weitertragen, warum sie denn diese Sportart  
289 nach wie vor betreiben. Wenn die nach ihrem aktiven Karriereende nach wie vor  
290 aktiv bleiben, den Sport weiterzutragen. Wenn sie sich hier engagieren und  
291 versuchen über den Kinder- und Jugendbereich, über den Breitensportbereich,  
292 diese Sportart wieder interessant zu machen. Ich denke, dass die Sportart selbst  
293 gar nicht unbedingt immer nur alleine dafür verantwortlich ist, sondern es immer  
294 auch der Spirit ist, der damit weitertransportiert wird. In diese Richtung muss die  
295 ganze Sache gehen. Es ist eine Sache, mit der man nach wie vor Menschen  
296 begeistern kann und darauf sollte man sich konzentrieren.

297

298 I: Wie siehst du die Zukunft des Snowboardsports?

299

300 E4: Also, um die Zukunft vorherzusagen, gibt es gewisse Agenturen und Forscher.  
301 Mir bleibt in diesem Zusammenhang nur mehr zu betonen, dass Sport betreiben an  
302 sich, und in diesem Fall auch das Snowboarden, eine durchaus  
303 gemeinschaftsfördernde Sache sein kann. Ich denke, wenn sich Personen  
304 ähnlicher Interessen dazu entscheiden gemeinsam Snowboarden zu gehen, besteht  
305 da schon eine große Chance. Das Naturerlebnis, dass das Snowboarden auch

306 bietet. Das Sporterlebnis, das das Snowboarden bietet. Das gehört weiter gefördert  
307 und in die Breite getragen. Ich denke, dass Wintersportwochen an Schulen genau in  
308 diese Richtung ausgerichtet werden sollten. Den jungen Menschen muss Spaß an  
309 der Bewegung vermittelt werden und hier natürlich speziell beim Snowboarden.  
310 Snowboarden als Bewegungserlebnis muss sich in den Köpfen der jungen  
311 Menschen manifestieren, denn ich denke, nur so schaffen wir es, dem  
312 Snowboarden eine vernünftige Perspektive zu geben. Die Konkurrenz oder die  
313 Mitbewerber aus dem Bereich der Elektronik und Unterhaltung sind stark. Die  
314 Vordergründigkeit und die Effekte des Sportbetreibens an sich sind Kindern und  
315 Jugendlichen nicht immer ganz unmittelbar weiterzugeben. Ich hoffe, dass wir als  
316 Väter der nächsten Generation es schaffen, unsere Kinder für Sport, für Wintersport  
317 und da natürlich speziell für das Snowboarden zu begeistern. Die Perspektive, die  
318 der Snowboardsport definitiv hat, ist, dass er aus der Geschichte heraus immer ein  
319 bisschen den Touch hatte anders zu sein. Nicht gezwungenermaßen anders, aber  
320 doch kreativ anders zu sein. Diese Wurzeln des Snowboardsports wären eine  
321 Chance für die Zukunft, denn die Notwendigkeit sich von Trends oder anderen  
322 Mitbewerbern ein bisschen abzuheben, wird bestehen bleiben. Der  
323 Freiheitsgedanke, der Spirit, der transportiert wird über das Snowboarden, wird  
324 bleiben. Ich glaube, dass wir in zehn Jahren zumindest gleich viele Snowboarder  
325 auf den Pisten, im Gelände und in den Parks begrüßen können wie heute. Vielleicht  
326 viele Snowboarder, die sagen, gestern war ich Skifahren und heute gehe ich  
327 Snowboarden. Aber es ist nicht wesentlich, diesen Kampf oder diese Rivalität  
328 aufrecht zu erhalten. Wir müssen dahingehend arbeiten, dass sich Menschen im  
329 Winter sportlich betätigen. Ich glaube, das gehört mittlerweile auch für uns  
330 Snowboarder zu einer der Hauptaufgaben diese Idee des Bewegens in der  
331 winterlichen Landschaft weiterzutragen. Wir machen das einfach mit unserem  
332 Sportgerät, dem Snowboard. Da werden wir einfach dahinter bleiben und versuchen  
333 möglichst viele dazu zu begeistern, denn nur so können wir eine Breite erreichen.

334

335 I: Dann bedanke ich mich für deine Expertenmeinung!

## Transkript Experte 5

Gesprächspartner: Ralf Eisenhut  
Datum: 29.01.2014  
Uhrzeit: 13.50 - 14.25 Uhr  
Ort: Schwechat, Büro von HTM-Austria

### Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E5: Experte 5

### Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln

1 I: Danke Ralf, dass du deine Zeit opferst, als Experte für meine Interviews zur  
2 Verfügung zu stehen. Bitte erzähl mir ganz kurz deinen persönlichen Bezug zum  
3 Schneesport!

4

5 E5: Beruflich aktiv in der Szene bin ich seit Beginn der 90er Jahre, wenn man da  
6 die Skilehrer- und Snowboardlehrertätigkeit dazuzählen darf. Das hat sich dann  
7 sukzessive gesteigert durch diverse Ausbildungen in verschiedenen Arbeitskreisen  
8 der österreichischen Skilehrerausbildung und an Schulen, auch im  
9 Snowboardbereich. 2001 oder 2002 habe ich dann bei HEAD begonnen.

10

11 I: Wie aktiv warst du im Snowboardbereich?

12

13 E5: In Snowboardbereich habe ich auch die Snowboardlehrausbildung gemacht  
14 und war da vor allem bei Schulsikikursen aktiv.

15

16 I: Was hat sich deiner Meinung nach in den letzten 15 Jahren verändert oder  
17 entwickelt, dass man so einen Einbruch bei den Verkaufszahlen bei Snowboards  
18 sieht?

19

20 E5:....Naja, wenn man noch eine Spur zurückgeht, also Ende der 80er, da hat es im  
21 Snowboardbereich begonnen. Ich kann mich erinnern, dass da ganz zu Beginn ein  
22 gewisser Trend da war, der von der Windsurfszene umgeschlagen hat. Zu Beginn  
23 war das interessanterweise im Freestylebereich und mit den 90er Jahren hat sich  
24 das Ganze in den Hardboot-Race-Bereich verlagert. Da sind dann alle auf diese  
25 Sachen umgestiegen. Jetzt ist es eigentlich in den letzten Jahren wieder  
26 zurückgegangen. Das ist jetzt allgemein, was so den generellen Trend oder Style  
27 betrifft. Diese Schätzung von 97/98 wird schon ungefähr so stimmen. Aus dem  
28 eigenen Erleben heraus war das natürlich damals der große Trend. Wer halt trendig,  
29 jung, freestylmäßig unterwegs sein wollte, ist natürlich in diesen Bereich  
30 gegangen. Interessant auch, weil zu dieser Zeit trotzdem viele mit Hardboots  
31 unterwegs waren. In den Schulen hat es auch begonnen, mehr und mehr zu



32 werden. Auf den Schulschikursen, wo ich selber unterwegs war, haben sich viele  
33 Snowboardgruppen gebildet. 2000 oder 2001 hat es dann langsam begonnen, im  
34 Snowboardbereich voll in Richtung Freestyle zu gehen. Dann ab 2003/2004 ist halt  
35 langsam im Skibereich das Freestylen gekommen. Wenn man jetzt wahrscheinlich  
36 hergehen würde und Skifreestyle, auch von den Produkten her, mit dem  
37 Snowboardmarkt zusammenzählen würde, oder vielleicht auch mit den  
38 Ausübenden, dann kommt man vielleicht in Summe auf ähnliche Gesamtzahlen.  
39 Vom Gefühl her. Was man natürlich auch beachten muss, ist das Mitwachsen der  
40 Sportlergruppe mit dem Sport. Viele, die in den 90er Jahren in den  
41 Snowboardbereich gekommen sind, sind vor allem viele Skiumsteiger, die aber  
42 dann so mit 40 Jahren wieder zum Skifahren zurückgegangen sind und die dann  
43 fehlen. Ich sage einmal das Bereinigte, wer geht wirklich rein Snowboarden oder  
44 rein Skifahren, ist erst dann Mitte der 90er entstanden. Die sind mit allen  
45 Möglichkeiten aufgewachsen. Geh ich jetzt Skipiste fahren, gehe ich Snowboard-  
46 Freestyle, gehe ich Skifreestyle? Da entwickelt sich jetzt eine ganz andere  
47 Kategorie heraus als zu den Hype-Zeiten. Jetzt ist es ein bereinigter Markt. Jetzt  
48 geht man von klein auf in den Ski- oder Snowboardbereich.

49

50 I: Also, das zunehmende Alter und die Entwicklung des Ski-Freestyle-Marktes sind  
51 für dich die wesentlichen Gründe für den Rückgang?

52

53 E5: Genau. Die Erstgeneration vom damaligen Hype des Snowboardens ist  
54 sukzessive weggebrochen bzw. wieder zurückgegangen zum Skifahren. Die  
55 nächste oder vielleicht schon übernächste Generation teilt sich da jetzt eben auf.  
56 Wenn ich also die Umsteiger der älteren Generation, die Ski-Freestyler und die  
57 verbliebenen Snowboarder, zusammenzähle, komme ich wahrscheinlich wieder auf  
58 ähnliche Zahlen, würde ich sagen.

59

60 I: In den letzten 3 - 4 Jahren hat sich in Sachen Entwicklung am Materialsektor sehr  
61 viel getan. Man verwendet jetzt andere Einteilungen nach den verschiedenen  
62 Boardtypen. Hat das deiner Meinung nach einen Einfluss auf die Attraktivität des  
63 Snowboardens?

64

65 E5: .....Naja. Für einen gewissen Teil des Marktes ist Snowboarden immer  
66 interessant. Mit dieser Differenzierung versucht man natürlich möglichst viele Leute  
67 und deren spezielle Snowboardinteressen anzusprechen. Dadurch, dass jetzt die  
68 meisten Firmen nur mehr Softmaterial anbieten, ist dann der Ruck sehr in Richtung  
69 Freestyle gegangen. Freestyle hat natürlich immer den Touch, oder so wie es von  
70 den Medien gefiltert wird, von etwas Extremem, jetzt nicht unbedingt Gefährlichem,  
71 sondern es ist schon etwas sehr Spezifisches im Fun-Park, auf Rails, usw.  
72 unterwegs zu sein. Natürlich gibt es eine gewisse Käuferschicht, die sich da jetzt  
73 nicht wohl gefühlt hat, die vielleicht etwas konservativer bzw. traditioneller  
74 unterwegs war. Denen versucht man natürlich mit dem sogenannten „Camber-  
75 Boards“ ein eigentliches Softmaterial, aber nicht mit zu großem Freestyle-Touch zu  
76 verkaufen. Damit will man auch zeigen, dass diese Boards sehr wohl auch gut auf  
77 der Piste zu fahren sind. Gewisse Gruppen hält man dadurch vielleicht beim  
78 Snowboarden. Ob es gesamt gesehen die Wundererfindung ist, dass ich jetzt  
79 wieder mehr Leute zum Snowboarden hole bzw. zurückhole, würde ich mich nicht  
80 sagen trauen. Aber gewisse Randgruppen können sich da sicher mehr wieder  
81 finden, denen vielleicht der zu extreme Freestyle-Touch abgeschreckt hat.

82

83 I: Kann man deiner Meinung nach in nächster Zeit auf irgendwelche Material-  
84 Innovationen hoffen, welche das Snowboarden vor allem für die Altersgruppe 40+  
85 wieder attraktiver macht?

86

87 E5: Entwicklungen, um es leichter zu machen, gibt es vor allem im Schuhbereich,  
88 z.b. die verschiedenen Schnürsysteme wie das Boa-System. Auch bei Bindungen  
89 wird mit sogenannten „Auto-Open“-Systemen versucht das Einsteigen zu  
90 erleichtern. Man versucht vor allem Dinge anzubieten, die schneller funktionieren.  
91 Die sogenannte Wundererfindung wird es meiner Meinung nach in den nächsten  
92 Jahren nicht geben, denn wenn man sich die ganzen Margen in der Industrie und im  
93 Handel ansieht, ist das sehr ausgeschöpft und knapp. Um Erfindungen tätigen zu  
94 können, braucht man Budgets und die gibt es einfach nicht. Wir nennen das immer  
95 Evolution und nicht Revolution. Um eine Revolution einzuleiten brauche ich ein  
96 R&D-Budget und die lassen sich zurzeit in dieser Branche nicht ableiten.

97

98 I: Die Skiindustrie verwendet verstärkt Technologien, die zuerst in der  
99 Snowboardbranche umgesetzt wurden. Hat sich das negativ auf das Snowboarden  
100 ausgewirkt?

101

102 E5: ..... Ich sage einmal, gerade bei der älteren Generation, 35 oder 40+, glaube  
103 ich das schon. Da waren die Angebote der Skiindustrie in den letzten Jahren  
104 natürlich sehr verlockend. Die breiteren Skier sind verstärkt in den Handel  
105 gekommen. Wenn man sich die Mittelbreiten der Skier ansieht, sprechen wir  
106 nämlich selbst im All-Mountain-Bereich von einer Mittelbreite von 75 oder 80, was  
107 ja, wenn man 7 - 8 Jahre zurückdenkt, ein Tiefschneeski war. Und natürlich die  
108 weicheren Konstruktionen in Kombination mit Rocker sind für einen schwächeren  
109 Skifahrer leicht zu fahren. Den Vorteil, den ich natürlich beim Snowboarden durch  
110 das kompakte breite Teil hatte, vor allem abseits der Piste oder im pistennahen  
111 Bereich, wenn es schlecht zu fahren war. Diesen Vorteil habe ich jetzt natürlich  
112 auch bei den breiteren Skiern. Das ist natürlich für jemand, der da überlegt oder am  
113 Schwanken war, eine Konkurrenz zum Snowboard und hat dem einen gewissen Teil  
114 weggenommen.

115

116 I: Wie wirkt sich deiner Meinung nach die steigende Nachfrage am New-School und  
117 Free-Ski-Sektor auf den Snowboardsport aus?

118

119 E5: Die Wahlmöglichkeit für jemanden, der jetzt mit Wintersport beginnt, ist einfach  
120 größer und ausdifferenziert oder klarer. Es gibt jetzt klare Segmente, wo sich jeder  
121 in die Richtung hineinorientieren kann, die er will. Die Bereinigung hat  
122 stattgefunden. Die Jugend wird in die verschiedenen Schienen hineinströmen, je  
123 nachdem. Ich glaube nicht, dass jetzt dem Snowboarden noch etwas  
124 weggenommen wird. Ich glaube, der Markt wird so bleiben wie er jetzt ist. Das  
125 Snowboarden wird sicher nicht noch stärker von gewissen Segmenten des  
126 Skifahrens bedrängt.

127

128 I: Alpin-Snowboardfahren. Was fallen dir für Gründe ein, warum man auf den Pisten  
129 kaum mehr Alpin-Fahrer sieht?

130

131 E5: Naja, da ist es wirklich der Ski gewesen! Die, welche mit Snowboard-  
132 Alpinfahren begonnen haben, die sind halt mitgewachsen. Die Jungen haben dann  
133 beim Snowboarden alle mit dem Soft-Material begonnen und dadurch sind die  
134 Verkaufszahlen bei den Alpinboards immer weniger geworden, weil einfach nichts  
135 nachgekommen ist. Die Älteren sind dann teilweise wieder zum Skifahren zurück,  
136 weil eben dort die Konkurrenz von den Carving-Skiern stark gewesen ist. Das ist  
137 sicher der Hauptgrund. Da war es sicher mehr das Skifahren als im Freestyle-  
138 Bereich. Das Pisten-Snowboardfahren, das Ziehen auf der Kante, ist momentan aus  
139 den Köpfen irgendwie draußen. Das geht einfach super mit den Skiern. Was wir  
140 schon oft diskutiert haben, ist der Transport von Trends durch die Medien.  
141 Freestyle-Bewerbe werden toll transportiert und sind klasse zum Zuschauen. Die  
142 Parallel-Bewerbe werden zwar auch noch vom ORF transportiert. Irgendwie schaut  
143 das aber nicht so attraktiv aus, muss man ehrlicherweise sagen. Auf den eher  
144 flachen Hängen schaut das sehr langsam aus, da spielt sich irgendwie nichts ab.  
145 Vielleicht ist auch das der Grund, warum das auf der Piste kaum jemand betreibt.

146

147 I: Hat Alpin-Snowboardfahren nochmals Chancen auf ein „Comeback“?

148 E5: Ich glaube, dass es gesamt nicht mehr weniger wird, denn es gibt es ja wie vor.  
149 Ich weiß auf alle Fälle von Schulen, wo 80 Prozent der 10- bis 11-Jährigen noch nie  
150 Ski oder Snowboard gefahren sind. Wenn man die fragt, was sie tun wollen,  
151 überwiegt dort das Snowboarden. Snowboarden wird da offensichtlich für cooler  
152 gehalten, weil sich da die meisten Anfänger für Snowboarden melden. Wir  
153 verkaufen sehr viel Verleihmaterial in Regionen, wo es viele Schulschikurse gibt.  
154 Unsere Befürchtung ist aber, dass es bei den meisten bei Einmal-Kontakten mit  
155 Wintersport bleibt, vor allem weil die Möglichkeiten vom Elternhaus fehlen.

156

157 I: Du hast den Verleih-Bereich angesprochen. Wie stark ist dieser Bereich bei euch  
158 im Vergleich zu den restlichen Boards?

159

160 E5: Bei uns ist dieser Bereich sehr stark. Das ist einerseits eine  
161 margengeschichtliche Sache. Zum anderen hat ein Mitbewerber komplett aufgehört  
162 und da haben wir sehr viel kompensiert. Mittlerweile kann man sagen, dass wir im

163 Snowboardbereich 80 Prozent im Verleih verkaufen und der restliche Teil sind eher  
164 hochwertige Sachen.

165

166 I: Wie sieht deiner Meinung nach die Zukunft des Snowboardsports aus?

167

168 E5: Meiner Meinung nach wird der Snowboardmarkt sicher nicht mehr kleiner. Ich  
169 sehe sogar eine Möglichkeit, so wie es beispielsweise beim Tennis war, dass in 10  
170 Jahren wieder mehr Leute mit Snowboards unterwegs sind, aus welchen Gründen  
171 auch immer. Die Jungen strömen jetzt rein und entscheiden sich für einen Bereich.  
172 Es gibt so viele Möglichkeiten, wo ich jetzt hingehere. Der Mensch ist ein sogenanntes  
173 Herdentier. Und da sieht man immer wieder. Wenn jetzt von unten beginnend die  
174 Jugend aus irgendeinem Grund Snowboarden wieder cooler findet, strömen wieder  
175 mehr in den Kanal hinein. Da kann es mitunter sein, wenn ein Trend entsteht, dass  
176 es in 10 - 15 Jahren wieder mehr Snowboarder gibt. Die Spitze von 97/98 kann man  
177 nicht mehr erreichen, aber eine Steigerung um 10 - 20 Prozent ist durchaus  
178 möglich.

179

180 I: Ist die finanzielle Belastung ein Grund, warum es immer weniger Wintersportler  
181 gibt?

182 E5: Unsere Analyse ist da ganz klar. Wir haben vor zwei Jahren im Rahmen des  
183 Inter-Ski-Kongresses analysiert und herausgefiltert, dass Ski- und  
184 Snowboardausrüstungen innerhalb der letzten 20 Jahre, real gesehen, günstiger  
185 geworden sind. Ein Top-Ski beispielsweise hat vor 40 Jahren hochgerechnet ohne  
186 Bindung 1200,- gekostet, mit Bindung bist du unter 1500 - 1600,- nicht  
187 weggekommen. Die Bereitschaft der Leute, dafür Geld auszugeben, war wesentlich  
188 höher. Heute ist jeder den Preisverfall von Smartphones usw. gewohnt. Jetzt gibt es  
189 Top-Ski um 400 - 500 Euro zu kaufen. Die Leute wollen aber vielleicht nur 100,-  
190 dafür ausgeben, weil sie diese Preisverfälle aus anderen Bereichen gewohnt sind.  
191 Bei den Liftkarten zeigt sich ein ähnliches Bild, aber die Gegenleistung ist weit  
192 größer als früher. Worauf wir keinen Einfluss haben, sind die Gastronomie und die  
193 Transportkosten. Gesamtgesehen haben sich unserer Meinung nach einfach die  
194 Wertigkeiten verschoben dafür Geld auszugeben. Wenn wo Abstriche gemacht  
195 werden, dann beim Wintersport. Skifahren und Snowboarden ist aber auch mit

196 einem gewissen Aufwand verbunden, nicht finanziell sondern arbeitsmäßig. Man  
197 muss das Auto einpacken, usw. Die Leute sind einfach zu bequem. Darum fahren  
198 sie dann auch lieber in den Türkei-Urlaub um 399,-. Das ist bei vielen Österreichern  
199 so. Bei den Kindern mit Migrationshintergrund kommt dazu, dass Wintersport kein  
200 Kulturgut ist. Da fehlt der Bezug.

201

202 I: Danke für das Interview!

## Transkript Experte 6

Gesprächspartner: Robert Schönwetter  
Datum: 29.01.2014  
Uhrzeit: 15.40 - 16.00 Uhr  
Ort: Geschäft des Interviewten

### Beteiligte Personen:

I: Martin Ponweiser

E6: Experte 6

### Notation:

... Gesprächspause länger als 4 Sekunden  
xxx anonymisierte Eigennamen  
\*\*\* nichtsprachliche Kommunikationshandlungen, wie  
nicken, seufzen, lachen, Kopfschütteln

1 I: Danke Robert, dass du deine wertvolle Zeit als Geschäftsführer opferst. Bitte  
2 erzähl mir etwas über deinen persönlichen Bezug zum Schneesport!

3

4 E6: Schneesport betreibe ich seit ewig und doppelt so lange, wie lange, das sage  
5 ich jetzt nicht. Seit 1993 betreibe ich ein Snowboardgeschäft.

6

7 I: Wann bist du das erste Mal mit Snowboarden im Kontakt gewesen?

8

9 E6: Ich denke, so 1980/81. Auf selbstgebastelten Snowboards. Wir haben das in  
10 irgendeinem Surfmagazin gesehen und gesagt, dass wir das auch ausprobieren.

11

12 I: Wann hattest du dann das erste wirkliche Snowboard?

13

14 E6: 1985/86. Da konnte man Boards schon in Österreich kaufen.

15

16 I: Ich habe mir das Jahr 1998 hergenommen, weil zu dieser Zeit am meisten  
17 Snowboards verkauft wurden. Was hat sich deiner Meinung seit damals verändert  
18 bzw. entwickelt?

19

20 E6: Der Vorteil war zu dem Zeitpunkt noch, dass Snowboarden komplett zwei  
21 Sportarten waren. Es hat Softboot- und Hardboot-Fahren gegeben. Das hat sich in  
22 den Verkaufszahlen niedergeschlagen. Es war eine Sportart, die sich aber komplett  
23 aufgesplittet hat und dadurch waren halt viel mehr Snowboarder am Berg. Der  
24 komplette Alpinmarkt ist weggefallen und Softbootfahren ist geblieben. Es ist  
25 alpinorientiertes Softbootfahren gekommen, aber das fällt jetzt auch weg. Es gibt  
26 jetzt eigentlich nur mehr dieses klassische Freestylen und dadurch ist Snowboarden  
27 einfach viel weniger geworden.

28



29 I: Was fallen dir dazu für Gründe ein?

30 E6: Also, für uns, vom Shop her, war der Einbruch viel später. Den Einbruch nach  
31 1998 hat es bei uns definitiv nicht gegeben. Bei uns ist es bis 2003/2004 eigentlich  
32 stärker geworden. Aber wahrscheinlich auch deswegen, weil sich viele  
33 Sportgeschäfte eigentlich wieder davon distanziert haben. Der Einbruch auf dem  
34 Komplettmarkt ist sicher dadurch entstanden, weil einfach dieser Jugendsport und  
35 die Jugendförderung weggefallen sind. Keine Schulsikurse bzw. sie wurde immer  
36 weniger, d.h. der Zugang zu Wintersport ist schlechter geworden. Wenn du nicht mit  
37 10-12 den ersten Kontakt mit Wintersport hast, wirst du ihn wahrscheinlich auch  
38 später nicht schaffen. Ob das dann Skifahren oder Snowboarden ist, ist dann  
39 komplett egal. Es fehlt ganz einfach die breite Masse, die von unten nachrückt. Der  
40 ältere Snowboarder, der zuerst Skifahren gelernt hat, hat dann irgendwann einmal  
41 gesagt, dass ihn Skifahren nicht mehr interessiert. Der wollte einfach wieder etwas  
42 Neues machen und ist aber jetzt vielleicht wieder zum Skifahren zurückgewandert.  
43 Die, die mit dem Snowboarden gleich begonnen haben, die sind eigentlich dabei  
44 geblieben. Aber es fehlt ganz einfach die Jugend, die nachrutscht.

45

46 I: Fährst du selber auch noch Snowboard?

47

48 E6: Nicht mehr viel!

49

50 I: Wie muss der Schnee sein, dass du noch gehst?

51

52 E6: Tiefschnee! Es kommt aber dazu, dass im Freundeskreis und das ist  
53 wahrscheinlich auch komplett so zu sehen, dass halt alle, die Kinder haben und die  
54 auch noch Skifahren gelernt haben, mit den Kindern einmal Skifahren lernen. Die  
55 Kinder können zwar nebenbei Snowboarden, aber grundsätzlich heißt es für die  
56 Kinder Skifahren. Als Snowboarder kannst du mit kleinen Kindern nicht Skifahren  
57 gehen. Das ist fast unmöglich und deshalb greift man selber wieder zu Ski. Das ist  
58 aber ein kleiner Prozentsatz. Das größte Problem ist aber, wie schon erwähnt, das  
59 Thema Schulsikurs. Berührungen mit Schnee sind nicht da und dadurch kommt

60 nichts nach. Ich glaube, der Teil, der wegfällt, ist im Vergleich zu dem, was nicht  
61 nachrutscht, wesentlich größer.

62

63 I: Am Materialsektor wird jedes Jahr versucht etwas Neues auszuprobieren. Jetzt  
64 hat es vor ein paar Jahren diesen „Rocker-Hype“ gegeben und eine neue Einteilung  
65 der Boardtypen! Hast du da im Shop gemerkt, dass dadurch wieder mehr Boards  
66 verkauft werden?

67

68 E6: Nein, überhaupt nicht. Der komplette normale Rocker-Hype war sogar negativ  
69 für den ganzen Sport, weil ganz einfach der sportliche Snowboarder gesagt hat, das  
70 interessiert mich nicht mehr. Das war zwar anfängertauglich, freestyletauglich und  
71 vielleicht freeridetauglich, aber gerade in Ost-Österreich, wo es viele Jahre mit nur  
72 harten Pisten gibt, war das für viele ein Argument, dass sie gesagt haben, dass es  
73 dieses Snowboard nicht gibt, welches sie eigentlich wollen. Raceboarden ist zum  
74 Teil weg gewesen. Die alten Raceboarder sind immer sehr harte Freeride-Boards  
75 gefahren, mit Vorspannung. Auf einmal haben alle Firmen gesagt, „brauchen wir  
76 nicht“, Vorreiter Burton, wir brauchen kein Raceboard, wir bauen nur mehr Rocker,  
77 Rocker, Rocker, und viele haben sich dann aufgrund des Hypes ein Brett gekauft.  
78 Dann haben sie aber gesagt, das wäre katastrophal zu fahren und sie gingen lieber  
79 Skifahren. Also für uns war der anfängliche Nur-Rocker-Hype sogar negativ!

80

81 I: Glaubst du, dass man am Materialsektor auf Innovationen hoffen kann, dass das  
82 Snowboarden wieder spannender wird?

83

84 E6: Nein, das ist komplett ausgereizt. Das ist eine reine Verlagerungsgeschichte. Im  
85 Freestyle-Bereich ist dieses Thema auch ausgereizt. Wenn nicht irgendjemand  
86 etwas extrem Cooles einfällt, dann ist der Snowboardbereich ausgereizt. Vielleicht  
87 ist im Bindungs- und Schuhbereich noch etwas zu holen, garantiert sogar.

88

89 I: Was genau ist deiner Meinung nach im Bindungs- und Schuhbereich noch  
90 möglich?

91

92 E6: Ich bin zwar überhaupt kein Flow-Fan. Aber was diese Firma in den letzten 2 - 3  
93 Jahren weitergebracht hat, ist extrem gut. Schnürsysteme sind sicher noch nicht  
94 ausgereizt. Es gibt sicher noch ein paar Firmen, die gerade irgendwo herumbasteln.

95

96 I: Das sind dann aber eher Entwicklungen in Richtung Komfort?

97

98 E6: Es geht nur mehr um den Komfort. Also, fahren wirst du mit einer Bindung nicht  
99 besser und nicht schlechter, aber der Komfortbereich ist alles.

100

101 I: Wirkt sich der Einfluss der Skiindustrie auf den Snowboardmarkt aus?

102

103 E6: Es ist immer von zwei Seiten zu betrachten. Es gibt da die Generation  
104 Snowboarder, die zuerst Skifahren gelernt haben. Die waren bis 15, 16, 17, 18  
105 Skifahrer und sind dann umgestiegen und waren jetzt 10 oder 20 Jahre  
106 Snowboarden. Die sagen jetzt, dass sich die Skier komplett verändert haben und  
107 sind für überall zu verwenden. Ich könnte das wieder einmal ausprobieren. Der fängt  
108 dann damit an, dass er aufgrund mangelnder Bretter für die harte Piste bei diesen  
109 Verhältnissen Skifahren geht. Das ist wieder der erste Berührungspunkt und dann  
110 kommt er drauf, dass das wirklich sehr gut und einfach funktioniert. Dann geht er  
111 halt weiter mit dem Snowboard Tiefschnee fahren, aber dann kommt er irgendwann  
112 einmal drauf, dass es auch breite Ski gibt und probiert das auch einmal aus. Dann  
113 kommt er drauf, dass das auch wahnsinnig einfach ist. Das kann jeder. Und  
114 zusätzlich ist man im Gelände viel mobiler als mit dem Snowboard. Und da gibt es  
115 dann viele, die dabei bleiben. Und das ist die eine Art von Kunden, die wieder zum  
116 Skifahren zurückgehen. Bei der Jugend gibt es im New-school und Freestyle-  
117 Bereich eigentlich gar nicht diesen Markt für den Handel. Es gibt zwar extrem viel  
118 Kids, die im Park herumfahren, aber das ist alles kein Markt für den klassischen  
119 Handel. Da geht es nur um Billigprodukte, weil die Ski werden alle schnell kaputt. In  
120 Ost-Österreich gibt es das noch weniger, weil dafür, dass man im Park gut fahren  
121 kann, muss man gut Skifahren können. Die Jugend, die gut Skifahren kann, ist  
122 garantiert nicht die, welche auch Snowboarden gelernt hat. Kids, die am

123 Stangenfahren nicht mehr interessiert sind, gehen zum Freestyle-Skibereich. Ob sie  
124 auch vielleicht zum Snowboarden gewechselt hätten, kann man nicht sagen.

125

126 I: Dadurch, dass es jetzt dieses Angebot gibt, könnte das also ein Mitgrund sein?

127

128 E6: Das kann durchaus sein! Da sind wir wieder bei den Schulsikikursen! Die, die  
129 Schulsikikurse machen, dürfen nicht mehr Snowboarden. Da gibt es Paradebeispiele  
130 von großen Schulen. Die sagen zwar, es gibt Schulsikikurse, aber es gibt kein  
131 Snowboarden mehr. Da hat man schon mal den Kontakt verloren. Der gute  
132 Skifahrer mit 12 - 14 Jahren, den das Skifahren im klassischen Stil nicht mehr  
133 interessiert, geht halt jetzt Ski-Freestylen und fängt nicht zum Snowboarden an. Die  
134 fehlen sicher auch.

135

136 I: Warum sieht man das Alpin-Snowboardfahren kaum mehr auf der Piste, obwohl  
137 es nach wie vor olympisch ist und auch ein wenig in den Medien transportiert wird?

138

139 E6: Das Problem ist, dass es für die Jugend uncool ist. Man hat Grenzen mit diesem  
140 Sport. Die ganzen Raceboarder, die 10 - 15 Jahre Raceboard gefahren sind, haben  
141 einfach keine Ziele mehr. Im Tiefschnee, was halt im Moment einfach der Hype ist,  
142 ist es nicht unbedingt das ideale Material. Die Pisten werden immer voller und  
143 Raceboarden ist auf einer vollen Piste einfach gefährlich. Keine Ziele mehr, kein  
144 oder nur wenig Material am Markt. 95 Prozent der Sportgeschäfte sagen, dass es  
145 das gar nicht mehr gibt, dass dieser Sport tot sei und dadurch kauft das auch  
146 niemand mehr. Das ist aussterbend. Es hat definitiv damit begonnen, dass Burton  
147 als Marktführer das Raceboarden tot geredet hat. Man hat einfach gesagt, dass  
148 Raceboarden strategisch gesehen so uninteressant ist. Es gibt zwar Mitteleuropa,  
149 Japan und Korea, aber für den restlichen Markt ist für uns sogar eigentlich schlecht,  
150 wenn wir Raceboards im Programm haben. Wir streichen das einmal. Dann haben  
151 sich halt viele aus der Skiindustrie vom Snowboarden wieder distanziert, da gibt es  
152 Unmengen an Beispielen. Dann sind 2 - 3 Marken übrig geblieben, die im extrem  
153 hochpreisigen Segment verkaufen. Es kommt auch noch dazu, dass die ganze  
154 Freeride-Ausrüstung auch besser geworden ist. Vor 20 Jahren war Softboot-Fahren  
155 wirklich soft und mittlerweile gibt es extrem harte Softboots, steife Bindungen und

156 gute Bretter. Da ist sicher ein Teil dieser ehemaligen Race-Boarder mit einem sehr  
157 steifen Freeride-Board unterwegs.

158

159 I: Sieht du beim Alpin-Snowboarden Chancen für ein „Comeback“?

160

161 E6: Vielleicht, aber in absehbarer Zeit nicht. Wenn es vielleicht wieder einmal cooler  
162 werden sollte und es irgendwelche Heros gibt, die man nachmachen kann. Aber der  
163 ganze Raceboard-Markt besteht im Endeffekt aus alten, arrivierten Fahrern.

164

165 I: Zukunft des Snowboardsports. Wo siehst du als Händler am meisten Potential im  
166 Snowboardsport?

167

168 E6: Es wird sicher noch in diesem Freeride-Bereich Zuwächse geben. Vielleicht im  
169 Splitbereich, wobei das meiner Meinung nach im Moment komplett überbewertet ist.  
170 Splitboards werden im Moment schon gut verkauft, aber nicht in dem Maße, wie es  
171 im Moment überall propagiert wird. Es ist auch wieder ein gewisses Klientel, die im  
172 Gelände unterwegs sein können, weil sie das Wissen und die Basis vom  
173 Snowboarden haben. Einen unerschöpflichen Markt wird es dafür nicht geben.

174

175 I: Siehst du im Splitboard-Bereich noch Verbesserungspotential?

176

177 E6: Sicher, aber das soll langsam gehen. Alles was sich langsam entwickelt, ist für  
178 den Markt besser.

179

180 I: Sieht du sonst noch wo Entwicklungen oder wird sich der Markt halten?

181

182 E6: Es wird sich jetzt einfach halten. Es wird jetzt zwar Verlagerungen geben.  
183 Freestyler, die älter werden, werden vielleicht mehr in den Freeride-Bereich

184 reingehen. Vielleicht gibt es auch ein paar, die sagen, dass sie wieder einmal Race-  
185 Boarden gehen. Das wird einfach so ein Zyklus sein und von der Menge hoffentlich  
186 gleich bleiben.

187

188 I: Gibt es deiner Meinung nach auch Chancen auf Zuwächse?

189

190 E6: Das wäre jetzt eine Grundsatzdiskussion über die Zukunft von Wintersport. Ich  
191 glaube, dass ist das größere Problem. Wenn der Wintersport auch wieder für den  
192 Österreicher in wäre, dann würde damit auch wieder das Snowboarden steigen.  
193 Und im Moment ist Wintersport nicht in.

194

195 I: Warum ist Wintersport nicht mehr in?

196

197 E6: Das Freizeitangebot wird eben größer und Wintersport ist einfach für viele  
198 mühsam. Man muss sich warm anziehen, man muss irgendwo hinfahren, es ist  
199 wetterabhängig. Da sind wir wieder bei dem Problem, wenn die Kinder den Kontakt  
200 nicht haben, dann werden sie es im Alter auch nicht machen. Das hat vor 10 - 15  
201 Jahren begonnen und diese Generation geht uns jetzt ab. Die, welche jetzt vielleicht  
202 18, 20, 22, oder 25 Jahre alt sind, sieht man auf den Pisten nicht und das wird noch  
203 schlimmer werden.

204

205 I: Danke für das Interview!

## Lebenslauf

### Persönliche Daten

Martin Ponweiser  
Bachgasse 286  
2832 Thernberg  
martin.ponweiser@univie.ac.at

Geburtsdaten: 04.07.1980, Neunkirchen (NÖ)  
Familienstand: verheiratet; zwei Töchter

### Ausbildung

Seit 2004 Lehramtsstudium mit der Fächerkombination:  
„Bewegung und Sport“  
am Zentrum für Sportwissenschaft und Universitätssport,  
Universität Wien  
„Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung“  
Universität Wien

2001-2004 Lehramtsstudium mit der Fächerkombination:  
„Bewegung und Sport“  
am Zentrum für Sportwissenschaft und Universitätssport,  
Universität Wien  
„Geographie und Wirtschaftskunde“  
Universität Wien (nicht abgeschlossen)

1999-2001 Magisterstudium Sportwissenschaften  
am Zentrum für Sportwissenschaft und Universitätssport,  
Universität Wien (nicht abgeschlossen)

1998-1999 Präsenzdienst

1998 Matura am BORG Wiener. Neustadt, Schwerpunkt Sport

### Berufserfahrung

2002-2005 Trainer bei der Snowboardbase East-Austria  
Seit 2003 diverse freie Dienstverträge im Bereich Snowboarden am  
Universitätssportsinstitut Wien

Seit 2004 Staatlich geprüfter Snowboardlehrer  
2004 bis 2012 Ausbilder beim Wiener Ski- und Snowboardlehrerverband  
Seit 2005 Lehrbeauftragter am Universitätssportinstitut Wien; Kursleiter für  
Floorball

Seit 2009 Staatlich geprüfter Snowboardführer  
Seit 2011 Lehrbeauftragter an der BSPA Innsbruck im Rahmen der staatlichen  
Snowboardlehrausbildung

Seit 2012 externer Lektor an der FH Technikum Wien – Sportgerätetechnik  
Seit 2013 Ausbilder beim Niederösterreichischen Skilehrerverband





## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst habe und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde weder an einer anderen Stelle eingereicht noch von anderen Personen vorgelegt.

Wien, 2014