

Schneesportinitiative

Mehr Kinder und Jugendliche im Schnee

Bericht über zwei Workshops im Oktober 2013 und Januar 2014



Teil 1 Ausgangslage

1. Vorbemerkungen

Die wirtschaftliche Bedeutung des Wintertourismus in unserem Land ist hoch. Es ist naheliegend, dass auch das Interesse der einheimischen Bevölkerung am Schneesport von grosser Relevanz ist. Einheimische Gäste machen einen wichtigen Anteil am Gästeaufkommen der Tourismusdestinationen und Bergbahnen aus. Das Interesse am Schneesport nimmt jedoch vor allem bei der jüngeren Generation tendenziell ab. Untersuchungen haben gezeigt, dass in den letzten Jahren fünf Prozent weniger Kinder und Jugendliche Ski oder Snowboard fahren. Auch führen Schulen immer weniger Schneesportlager durch. Diese Entwicklung ist im Hinblick auf die Zukunft des Wintertourismus der Schweiz bedenklich.

Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig und es beschäftigen sich aktuell sowohl private als auch öffentlich-rechtliche Organisationen mit der Frage, wie man Kinder und Jugendliche dazu bringt, wieder vermehrt Schneesportarten zu betreiben. Zahlreiche Massnahmen und Projekte wurden bereits diskutiert, initiiert und umgesetzt. Was bezüglich all dieser Bestrebungen aber bisher fehlte, ist eine koordinierte Vorgehensweise. Die vorliegende Initiative soll den Ausgangspunkt für ein koordiniertes Vorgehen darstellen.

2. Initiative des Seilbahnenverbandes Schweiz

Seilbahnen Schweiz und der Schweizer Tourismus-Verband haben in diesem Zusammenhang eine Schneesportoffensive für Jugendliche gestartet und im März 2013 eine Auslegeordnung präsentiert sowie politische Forderungen gestellt. Die Broschüre¹ der beiden Akteure legt eindrücklich dar, dass ein Rückgang bei den Jugendlichen festzustellen und die Verkehrserträge der Seilbahnen schmelzen. In Anbetracht der touristischen Bedeutung der Seilbahnen und weiterer Teilbranchen des Tourismus (u.a. Unterkunfts- und Restaurationsbetriebe, Schneesportschulen sowie Sportgeschäfte) in peripheren Regionen der Schweiz, ist nach Ansicht der beiden Akteure dringender Handlungsbedarf gegeben.

Die beiden Akteure haben denn auch verschiedene Massnahmen identifiziert, um den Inlandmarkt besser zu bearbeiten. Diese Massnahmen zielen zum Teil auf die Branche selbst. Überwiegend werden aber Bund, Kantone und Gemeinden angesprochen. Auf Ebene Bund wurde am 21. Juni 2013 eine entsprechende Motion² eingereicht. Diese muss von den Räten noch behandelt werden.

Um dem politischen Prozess ein Stück weit bereits vorzugehen, haben die hauptsächlich betroffenen Kreise (Schweizer Tourismusverband, Seilbahnen Schweiz, Swiss Ski, Swiss Snowsports, Staatssekretariat für Wirtschaft seco, Bundesamt für Sport BASPO) beschlossen, dass unter Einbezug möglichst vieler Stakeholdern gemeinsame Zielsetzungen formuliert und entsprechende Massnahmen für ein koordiniertes Vorgehen identifiziert werden sollten. Als weitere zentrale Stakeholder wurden identifiziert: Schulen, Lehrkräfte, Beherbergungs- und Restaurationsbetriebe, Vertreter weiterer Wintersportaktivitäten und Transportdienstleister (SBB und Privatbahnen sowie Postauto und private Busunternehmungen).

3. Dialog mit Stakeholdern

In Absprache mit den unter Ziffer 2 erwähnten hauptbetroffenen Kreisen hat sich das BASPO bereit erklärt, in Magglingen zwei Workshops mit allen interessierten Stakeholdern zu organisieren. Diese Workshops dienten dazu, eine umfassende Auslegeordnung zu erstellen und gestützt darauf eine gemeinsame Stossrichtung festzulegen sowie Massnahmen zur Umsetzung zu definieren. Im Vorfeld des Workshops konnten die Teilnehmenden bestehende Projekte zur Förderung des Schneesports einreichen. Dabei gingen insgesamt über 50 Projekte ein (Sammlung der eingegangenen Projekte³).

Im Rahmen des Workshop I vom 29./30. Oktober 2013 wurde in verschiedenen Referaten eine Auslegeordnung erstellt. Im Anschluss daran diskutierten die knapp 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in verschiedenen Arbeitsgruppen fünf Thesen⁴. Mit den Thesen 1 bis 4 wurde eine gemeinsam akzeptierte Ausgangslage abgesteckt. Im Rahmen der These 5 wurde versucht, Erfolgsfaktoren für die verschiedenen Settings zu definieren. Zum Abschluss des Workshop I hatten sich die Teilnehmenden damit einverstanden erklärt, dass ein Steuerungsausschuss bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern von Schweizer Tourismusverband, Seilbahnen Schweiz, Swiss Snowsports, Swiss Ski, Lehrerinnen und Lehrer Schweiz, Kantonen, seco und BASPO eingesetzt wird, der die Arbeiten begleitet und inhaltlich den 2. Workshop II vorbereitet. Dieser Steuerungsausschuss hat zu Handen des Workshop II insgesamt fünf Festlegungen⁵ verabschiedet.

Am Workshop II vom 27./28. Januar 2014 erfolgten die Diskussionen entlang den vorgegebenen Festlegungen. Ziel des Workshops bestand darin, gemeinsame Stossrichtungen und Massnahmen zu identifizieren und das weitere Vorgehen festzulegen. Die Teilnehmenden beschlossen, den Steuerungsausschuss mit einer Vertretung der Sportartikelbranche und der Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Sportämter zu ergänzen und eine Medienmitteilung⁶ zu verabschieden.

¹ <http://www.seilbahnen.org/de/Branche/Kampagnen-mit-Partnern/Schneesportoffensive>

² Motion 13.3616 de Bumann; Lancierung und Umsetzung einer Schneesportinitiative (http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20133616)

³ <http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/aktuell/dossiers/schneesport-initiative/dokumentation.html>

⁴ Vgl. Anhang.

⁵ Vgl. die Zusammenfassung der Diskussionen unter Ziffer 7 und den Anhang mit dem Wortlaut der Festlegungen.

⁶ <http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/de/home/aktuell/medieninformationen/medieninfo.51822.nsb.html>

Teil 2 Grundlagen

1. Bisherige Förderaktivitäten

IG Schnee

Seilbahnen Schweiz, Swiss-Ski, Swiss Snowsports, der Schweizerische Tourismusverband, Schweiz Tourismus und das BASPO gründeten vor gut zehn Jahren die IG Schnee, die das Ziel hatte, eine nachhaltige Schneesportförderung zu betreiben. Grundlage für die Arbeiten der IG Schnee bildeten Ideen und Projekte, die an einem runden Tisch mit Vertretern sowohl der Angebots- wie auch der Nachfrageseite gemeinsam erarbeitet wurden. Die Projekte wurden gegenseitig ideell und teilweise auch finanziell unterstützt. «IG-Schnee-Projekte» erhielten zum Teil Beiträge des seco aus dem Fördertopf INNOTOUR und des BASPO. Die bis heute regelmässigen Treffen im Rahmen der IG Schnee brachten immer wieder gute Ideen und punktuelle Erfolge mit sich aber nicht den gewünschten, breit abgestützten und national wirk samen Erfolg. Der gegenseitige Austausch im Rahmen der IG Schnee ist auch in Zukunft vorgesehen.

Förderaktivitäten des Bundes

Die Förderaktivitäten im Rahmen von J+S stützen sich grundsätzlich auf drei Säulen: Ausbildung, Leihmaterial und Beiträge. Im Rahmen der Ausbildung sind aktuell rund 33 000 Personen als J+S-Leiterinnen und -Leiter in den Sportarten Skifahren, Snowboard und Skilanglauf oder Skispringen anerkannt. Fast alle begleiten jährlich über 90 000 Jugendliche innerhalb von mehr als 2000 in J+S angemeldeten Winter-Lagern oder innerhalb von Vereinen bzw. Verbänden in regelmässig stattfindenden Trainings. Die von J+S vorliegenden Zahlen bilden aber nicht zwingend das effektive Bild der durchgeföhrten Schneesportlager durch Schulen, Gemeinden oder Kantone ab. Es finden auch Schneesportlager statt, die nicht bei J+S gemeldet und damit auch nicht erfasst sind. Die genaue Anzahl der Lager ist nicht bekannt.

Ein Leihmaterial-Angebot besteht im Schneesport aktuell nur im nordischen Bereich: 300 Langlaufsskisets stehen in Thun für die J+S-Kurse und Lager bereit.

Jugend+Sport unterstützt die Aus- und Weiterbildung von J+S-Experten und -Leitern. Für die Ausbildung in allen J+S-Sportarten werden Grundlagen-Lehrmittel und Modulbroschüren zur Verfügung gestellt. In den Schneesportarten wird der sportartspezifische Teil des Grundlagen-Lehrmittels mit den (ins Handbuch-Set integrierten) offiziellen Lehrmittel von Swiss Snowsports, die auch für die Schneesportlehrerausbildung eingesetzt werden, abgedeckt.

2. Gründe für den Rückgang im Schneesportbereich

Die Fragen über den effektiven Umfang des Rückgangs⁷ an schneesporttreibenden Kinder und Jugendlichen sowie die näheren Gründe für einen solchen Rückgang wurden wissenschaftlich nicht vertieft abgeklärt. Es handelt sich aber zweifelsohne um ein Multifaktorenphänom. Zahlreiche Einflussfaktoren lassen sich aufführen, die vermutlich alle ihren Beitrag zum Rückgang leisten. Im Verlauf des kommenden Jahres sind vertiefende Studien geplant, die sich näher mit den Einflussfaktoren im Bereich von Schullagern befassen werden.

In verschiedenen Beiträgen anlässlich des ersten Workshops wurden mögliche Gründe aufgeführt. Die folgende Liste, gruppiert nach Hauptfaktoren, ist nicht abschliessend und nicht gewichtet:

Familien

- Auf der individuellen Ebene bzw. auf Ebene der Familien lässt sich feststellen, dass heute wesentlich mehr Angebote an schneesportfernen Ferien zur Verfügung stehen. Im Winter eine Woche in die Wärme zu fliegen ist zudem oft günstiger, als Schneesport zu treiben.
- Das frei verfügbare Geld von Familien reicht oft nicht, um sich den verhältnismässig teuren Schneesport leisten zu können.
- Viele Migrantfamilien haben keinen Bezug zum Schneesport.
- Kinder und Jugendliche ziehen ihre elektronischen Gadgets Schneesportangeboten vor.

Schulen

- Schulen organisieren immer weniger Schneesportlager. Schullager finden demgegenüber entweder im Sommer oder Herbst statt.
- Lehrerinnen und Lehrer sind weniger oft gewillt, die Verantwortung für die Durchführung von Schullagern zu übernehmen. Dies hat wiederum vielfältige Gründe. So nehmen etwa die Anforderungen der Eltern an die Schule zu. Lehrer und Lehrerinnen werden rascher in Verantwortung genommen. Ein 24-Stunden-Einsatz im Lager wird kaum mehr honoriert. Falls nicht die ganze Schule in der gleichen Zeit ihr Lager durchführt wird die Organisation vor allem mit Teilzeitlehrkräften schwierig. Der Stoffdruck lässt kaum mehr zu, dass es zu einem «Ausfall wegen eines Schneesportlagers kommt.
- Die Verantwortung der Lehrkräfte hat sich im Vergleich zu früher nicht verändert. Es lässt sich aber die Tendenz feststellen, dass Eltern und letztlich auch die Öffentlichkeit bei Unfällen sofort nach Schuldigen suchen. Diese Tendenz verunsichert und führt dazu, dass sich Lehrkräfte immer öfter nicht mehr dazu bereit erklären, ausserhalb des ordentlichen Unterrichts die Verantwortung für ihre Schülerinnen und Schüler zu übernehmen.

Leiterpersonen

- Leitertätigkeit wird komplizierter.
- Die Entschädigung für Leiterpersonen eines Lagers sind oft wenig attraktiv während die Verantwortung demgegenüber hoch ist.

Gemeinden/Kantone

- Gemeinden verkaufen ihre Lagerhäuser.
- Schneesportwochen sind für Schüler heute kaum mehr obligatorisch. Auf die Eltern kann daher nur sehr bedingt Druck für eine Teilnahme ausgeübt werden.
- Seitens der Kantone oder Gemeinden bestehen teilweise Vorgaben, wie hoch die Beiträge ausfallen dürfen, die den Eltern für die Durchführung von Lagern in Rechnung gestellt werden können. Die Ansätze sind oft so tief, dass die Durchführung eines Schneesportlagers nicht mehr möglich ist. So legt zum Beispiel die Erziehungsdirektion des Kantons Bern fest, dass sich Kostenbeiträge der Eltern an Sportlager in vernünftigen und zumutbaren Grenzen halten müssen. Dabei gelten Ansätze in der Höhe von 14 bis 20.50 CHF pro Tag an obligatorische Sportlager für Unterkunft, Verpflegung, Hin- und Rückreise als zumutbar. Beim Entscheid über die Zumutbarkeit der Überwälzung der Kosten von Skiliftabonnementen besteht für die zuständigen Schulbehörden ein gewisser Ermessensspielraum.

Klima

- Skihalbtage werden wegen des Klimawandels für Kinder und Jugendliche aus den städtischen Agglomerationen zunehmend schwieriger.

Teil 3 Ergebnisse des ersten Workshops

1. Thesendiskussion

These 1

Als Wintersport- und Tourismusland benötigt die Schweiz eine alle Altersgruppen umfassende im Schneesport aktive Bevölkerung.

Diese These war in den Arbeitsgruppen weitgehend unbestritten. Zum Wortlaut wurde angemerkt, dass nebst Altersgruppen explizit auch die verschiedenen Bevölkerungsgruppen angesprochen werden sollten.

Die Teilnehmenden waren sich darüber einig, dass die Schweiz eine wintersportaktive Bevölkerung benötigt, wenn sie sich weiterhin als das Tourismusland schlechthin für den Wintersport positionieren will. Zwar werde sicher nie die ganze Bevölkerung Schneesport treiben. Es sei aber wichtig, dass wieder mehr Kinder und Jugendliche mit dem Schneesport beginnen, damit letztlich nach der Adoleszenz mehr aktive Wintersportler übrigbleiben.

Es wurde im Weiteren betont, dass nicht nur Tourismus und Seilbahnen vor Ort von einer schneesportaktiven Bevölkerung profitieren. Rund um den Schneesport gruppieren sich weitere Branchen, die für das wirtschaftliche Wohlergehen in unserem Land von Bedeutung sind. Zu denken sei in diesem Zusammenhang an die Produzenten von Schneesportbekleidung und -material sowie an Geschäfte, die diese Produkte vertreiben. Und auch die Erbauer von Seilbahnanlagen würden letztlich davon profitieren. Eine funktionierende Wintersportinfrastruktur kann zudem der Abwanderung in den peripheren Lagen der Schweiz entgegenwirken. Vereinzelt wurde gar die Auffassung vertreten, man könne den Schneesport als Teil des schweizerischen Kulturgutes verstehen.

Im Zusammenhang mit den Diskussionen wurde allerdings auch darauf hingewiesen, dass man nicht ausschliesslich auf Kinder und Jugendliche fokussieren sollte. Familien und insbesondere auch kaufkräftige Seniorinnen und Senioren müssten mit guten Angeboten gewonnen werden. Zudem sei der Begriff Schneesport sehr eng gefasst. Viele Gäste würden eher das Winter(sport)erlebnis suchen. Es ist daher wichtig, dass Wintersportorte dieses Erlebnis auch effektiv vermitteln können. Das führe möglicherweise dazu, dass sich die Orte noch stärker diversifizieren müssen, um auch künftig attraktiv zu bleiben.

These 2

Eine alle Altersgruppen umfassende im Schneesport aktive Bevölkerung setzt voraus, dass bereits Kinder und Jugendliche positive Erfahrungen mit dem Schneesport machen und entsprechend Spass daran haben. Durch die Kinder können auch deren Eltern für den Schneesport begeistert werden.

Auch in These 2 sollten nebst den Altersgruppen auch die Bevölkerungsgruppen angesprochen werden. Längere Diskussionen entfachte der zweite Satz. Letztlich war man aber der Meinung, dass er so stehen bleiben könne. Gerade bei Bevölkerungsgruppen mit keinem Bezug zum Schnee können u.U. Kinder und Jugendliche der entscheidende Faktor sein, um auch Erwachsene zu motivieren, Schneesport zu treiben bzw. sich in ein Skigebiet zu begeben. Hingewiesen wurde auch auf den Umstand, dass der Begriff «Spass» zu eng gefasst sei. Man müsse stärker die Elemente «Begeisterung», «Freude», «Erlebnis» in den Vordergrund rücken.

Bezüglich Inhalt der These bestand insofern Einigkeit, als die Kinder als einfachster Ansatzpunkt für eine langfristige Verhaltensänderung betrachtet werden. Je früher mit dem Schneesport begonnen wird, desto grösser ist die Chance, dass man auch später dabei bleibt. Allerdings wird in diesem Zusammenhang auch auf die Bedeutung der Eltern verwiesen. Unterschiedliche Gründe können dazu führen, dass Eltern ihre Kinder nicht für den Schneesport motivieren. Das können einerseits finanzielle Gründe (Schneesport verursacht verhältnismässig hohe Kosten) aber auch schlicht Angst vor Verletzungsgefahren sein. Eltern bleiben demnach Schlüsselfiguren, wenn eine Verhaltensänderung bewirkt werden soll.

Ein weiterer kritischer Punkt wird darin gesehen, dass viele Jugendliche zwischen 16 bis 25 Jahren das Interesse verlieren. Bei dieser Bevölkerungsgruppe muss die Motivation für die Ausübung von Schneesport wieder belebt werden. Dazu können auch geschickte Kommunikationsmassnahmen beitragen. Insbesondere seien hierfür die neuen Kommunikationsformen der Jugendlichen sinnvoll zu nutzen.

Verschiedene Interventionen machten auf die Bedeutung von kleinen Skigebieten aufmerksam. In einem verhältnismässig geschützten Rahmen können hier Kinder und Jugendliche zum Teil auch halbtagsweise den Sport ausüben. Diese Gebiete müssten vom Staat finanziell unterstützt werden.

Im Zusammenhang mit These 2 wird auch auf die Bedeutung der Schule hingewiesen. Die Schule ist nach wie eine zentrale Institution, um Kinder mit dem Schneesport vertraut zu machen. Deshalb müssten auch die Lehrerinnen und Lehrer motiviert werden, Leistungen ausserhalb der Schulzeit im Rahmen von Lagern oder Schneesporttagen zu erbringen.

These 3

Die positiven Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen mit dem Schneesport müssen nachhaltig sein, damit sie später auch als Erwachsene regelmässig Schneesport betreiben und Ferien in Schneesportdestinationen buchen.

Bezüglich der Formulierung der 3. These wird moniert, dass der Begriff «Nachhaltigkeit» eher schwammig und besser mit Begriffen wie «langfristig» oder «regelmässig» zu ersetzen sei. Im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit wurde allerdings auch angemerkt, dass die Nachhaltigkeit und zwar in allen Dimensionen ein zentrales Thema des Tourismus darstelle. Gerade weil das Image des Schneesports in Anbetracht der Klimaerwärmung eher schlecht sei, müsse man dem Thema viel Bedeutung beimessen. Eine Gruppe identifizierte drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Auf der persönlichen Ebene seien diese positive Erlebnisse, die tiefe Eindrücke hinterlassen und damit in der Regel auch zu einer regelmässigen Ausübung des Schneesports führen. Auf der sozialen Ebene wurde das Gruppenerlebnis im Rahmen von Lagern angeführt und auf der systemischen Ebene die Erkenntnis, dass der Schneesport eine Zukunft brauche, da er einen wichtigen Wirtschaftszweig in den peripheren Regionen darstelle.

In allen Gruppen wurde die Frage, ab wann Schneesporterlebnisse «nachhaltig» sind, teilweise kontrovers diskutiert. Einigkeit bestand darin, dass ein Tag sicher nicht ausreiche. Hingegen müssen es auch nicht zwingend Lagerwochen sein. Eine gewisse Regelmässigkeit sei von Bedeutung, damit auch die notwendige Fertigkeit für die Ausübung des Sports gelernt wird. Diese könne aber auch an mehreren Einzeltagen verteilt über eine bestimmte Zeitperiode erworben werden. Wichtig seien emotionale oder technische Erfolgsergebnisse, die letztlich zu einem höheren Kompetenzgefühl führen würden. Dieses wiederum erhöhe die Motivation für das regelmässige Ausüben des Schneesports.

Thema im Rahmen der Diskussionen zu dieser These war auch die Frage, wie man junge Leute zwischen 16 bis 25 dazu motiviert, Schneesport zu treiben.

Es wurde schliesslich festgestellt, dass sich die Situation in Kantonen mit räumlich nahen Skigebieten anders als im Mittelland verhalte. Während bei letzteren die Annäherung an den Schneesport über Schullager erfolgen würde, sei dies im Gebirge viel eher über die Vereine resp. deren Jugendorganisationen der Fall. Diese unterschiedlichen Voraussetzungen müssten auch bei der Erarbeitung von Lösungen beachtet werden.

These 4

Kinder und Jugendliche treiben Schneesport mit der Familie, im Rahmen der Schule, zusammen mit Gleichaltrigen und in Clubs. Auf diese Settings (Familien, Schulen, Gruppen Gleichaltriger, Clubs) müssen die Angebote ausgerichtet sein. Den Angeboten für den Einstieg in den Schneesport (Settings Familien und Schulen) muss besondere Bedeutung beigemessen werden.

Bezüglich der Formulierung sollte der Begriff «Gleichaltrige» mit «Peers» ersetzt werden. Zudem wurde allgemein die Meinung vertreten, dass man auf die zweite Klammer verzichten könne, da ein Einstieg in den Schneesport in allen Settings möglich sei. Wichtig sind zielgruppenspezifische, kreative und gebündelte Angebote und zwar für alle Settings.

Von verschiedenen Teilnehmenden wurde festgehalten, dass die ersten Erfahrungen immer mit den Eltern gemacht werden, weshalb der Familie eine hohe Bedeutung zukomme. Es brauche daher ein Nebeneinander von zahlreichen Angeboten, mit denen alle Settings angesprochen würden. Zu prüfen sei auch, ob nicht die Sportvereine und Jugendorganisationen vermehrt als Multiplikatoren genutzt werden könnten. So könnten z.B. Vereine mit Sommersportarten im Winter als Ausgleich Schneesportwochenenden anbieten.

Bei der Diskussion wurde auch verschiedentlich darauf hingewiesen, dass die Tarifsysteme der Bergbahnen zu wenig innovativ seien und noch vermehrt Kundenbindung betrieben werden sollte. Als Idee wurde etwa vorgebracht, dass die Bahnen jedem Lagerteilnehmer nach Abschluss der Lagerwoche eine Gratiswochenkarte oder eine Karte für die «Restsaison» zur Verfügung stellen sollten. Dies könnte dazu führen, dass der Jugendliche mit seinen Eltern nochmals ins Skigebiet zurückkehrt.

Die These wurde auch zum Anlass genommen, um auf die teils schlechten Rahmenbedingungen hinzuweisen, die zu immer weniger Schullagern führen (vgl. dazu auch Ziffer 5). Die Schulen dürften allerdings nicht überlastet werden. Deshalb sei es unter Umständen fragwürdig, wenn ihnen nebst den an sich schon erheblichen Zusatzaufgaben auch noch die Verpflichtung auferlegt werde, für den Schneesportnachwuchs zuständig zu sein. Zu prüfen sei vielmehr zusätzliche Unterstützungen für Lehrkräfte.

2. Erfolgsfaktoren eines Angebots

Nachfolgend findet sich eine Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse zu den Erfolgsfaktoren je Setting. Diese Zusammenfassung soll als Grundlage für die weiteren Diskussionen insbesondere hinsichtlich der Entwicklung von möglichen Massnahmen dienen.

Planung/Organisation	Bedürfnisse der Zielgruppe	Erfolgsfaktoren der Settings			
	Kleinkinder (KK) Kinder (K) Jugendliche (J)	Familien	Schulen	Gruppen Gleichaltriger	Clubs Jugendorganisationen
	<p>KK, K und J haben das Bedürfnis, möglichst wenig mit der Organisation zu tun zu haben</p> <p>Informationen auf neuen Medienkanälen</p> <p>One-stop-Shop</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lift • Bergbahn • Material • öV • Verpflegung 	<ul style="list-style-type: none"> • Leicht zugängliche Organisationshilfen, aktuelle Informationen an zentraler Stelle • Fixfertige Eventangebote für die ganze Familie • Breites Angebot an Komplettpaketen mit verschiedenen Optionen • Übersicht über Hotspots 	<ul style="list-style-type: none"> • Geringer Planungsaufwand • Leicht zugängliche Organisationshilfen: Leitfäden, Checklisten, Lagerprogramme, Rekognoszierung • Buchungsplattform für Lager • Angebote: Halbtages, Tages- und Wochenprogramme als Package • Modulare/variable Angebote • Key account management 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote zentral abrufbar und buchbar (Internet) • Angebote für Gruppen Gleichaltriger, z. B. Events vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote für Clubtrainings • Ansprechperson für Pistenreservation • Einfache Festlegung vor Ort, wer für was zuständig ist • Unterstützung der Eltern (Einbindung) • Gute Planung im Verein
Material	<p>Eigenschaften</p> <p>Aktuell, modern/trendy (Design und neue Sportarten), gut gewartet, unterstützend, funktionell, einfache Handhabung und leichtes und bequemes Material (Tragkomfort), Einfacher Zugang, Kompletttausrüstung</p> <p>Angebote</p> <p>Materialtransport</p> <p>Leihmaterial vor Ort (Testcenter), Sportgerätewechsel ermöglichen, inklusive Beratung</p> <p>KK: Schlittenhuckepack</p> <p>Material stark vergünstigt, evtl. gratis für Einsteiger</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Handling, passend, sicher, gute Qualität, Verfügbarkeit (Wachstum der Kinder) • Einfacher Zugang 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Handling, evtl. Instruktion, sicher • Einheitlich, pflegeleicht und robust • Verfügbarkeit in grossen Mengen und nach Bedarf, einfacher Zugang, einfache Logistik, organisierter Materialtransport 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuell, trendgemäß, eigenständig, anders, grosse Auswahl • Online buchbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Handling
Anreise/Rückreise	<p>Eigenschaften</p> <p>ÖV: unkomplizierte Reise nahe ans Pistengebiet, möglichst wenig Umsteigen, schnelle Verbindungen, Platz für Material, bequem, genügend Sitzplätze</p> <p>Angebote</p> <p>Weg als Erlebnis</p> <p>Begleitung, Aufsicht</p> <p>Parkmöglichkeiten</p> <p>Günstige Kombitickets</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unkomplizierte Reise, wenig Umsteigen, nahe an Piste, ausreichende Anzahl an Sitzplätzen • ÖV und Bus mit Unterhaltung für Familie 	<ul style="list-style-type: none"> • Möglichst direkte Verbindung ins Skigebiet 	<ul style="list-style-type: none"> • Unabhängige An-/Rückreise muss möglich sein, z. B. Snow&rail • Einfach und online buchbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfach und möglichst direkte Verbindungen, evtl. ab Wohnort mit Bus
		<ul style="list-style-type: none"> • Kombitickets mit Bergbahnen, Vergünstigungen für Familien, Studentarife • Lösung für Gepäcktransport Tür – Piste – Tür 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitzplatzreservation • Günstige Packages, alles aus einer Hand, Gruppenrabatte • Organisierter Materialtransport bis zur Hütte 	<ul style="list-style-type: none"> • Weg als Erlebnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausreichend Platz für Gepäck

Bedürfnisse der Zielgruppe		Erfolgsfaktoren der Settings			
Kleinkinder (KK) Kinder (K) Jugendliche (J)	Familien	Schulen	Gruppen Gleichaltriger	Clubs Jugendorganisationen	
Bergbahnen Kurze Wartezeiten Familieneingang «Children-line» beim Lift Sicherheit Bahnen, die ohne Begleitung benutzt werden können (bereits ab geringeren Körpergrößen, v. a. bei Sesselliften) Übersichtlichkeit der Gebiete und Transportanlagen Freundlich	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgeprägte Dienstleistungsmentalität • Schutz für Familien vor Gedränge und Gehetze • Familienrabatte • Kombitickets 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine oder gestaffelte Wartezeiten • Packages Bergbahnangebote/Unterkünfte • Preis inkl. Leiter → einfache Absprache • «VIP Status» für Lager 	<ul style="list-style-type: none"> • Transport aller Geräte (Freeskis usw.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Package – Bahn – Unterkunft • Günstige Bedingungen • Separate Pisten • Zusammenarbeit mit Pistendienst 	
Pisten und Snowparks Eigenschaften Einfache Pisten, die spielerisch, sicher, vielseitig (flach/steil, präpariert/unpräpariert, angeleitet/frei, multimedial), übersichtlich sind. Abgetrennte Levels	<ul style="list-style-type: none"> • Sicher • Übersichtlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicher (Ski und Schlitten Kreuzungen) • kontrolliert, überschaubar • selbst gestaltbar, lehrreich • abwechslungsreich • verschiedene Levels 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicher • herausfordernd, • top Zustand, • vielfältig • für jedes Level • Bezug zu Vorbildern schaffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Leitsystem, • übersichtlich • abwechslungsreich 	
Verpflegung Angebote Park+Pipe sind offpiste, Beschäftigungsanlage für Kinder, einfacher Parcours, Stangen, Rodelpiste, Kinderhort, eigenes Rayon, Kinderanimation, Entlang der Piste Cafés und Verpflegungsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Kinderland, • Spass- und Lernpark, Family Pistenpark • Pistenzugang für Nichtskifahrer • Kidsweg 	<ul style="list-style-type: none"> • Verfügbares Material (Stangen usw.) • Auswahl an ausgebildeten Skilehrern 	<ul style="list-style-type: none"> • Wireless sound • Carte d'agrégation 	<ul style="list-style-type: none"> • Trainingsstrecke mit Material • Rennpiste • Geschwindigkeitsmessung 	
Eigenschaften Lagerhaus am Mittag erreichbar, warme Verpflegung, zielgruppengerechter Geschmack, zweckmäßig aber gut, unterschiedliche Größen der Portionen, gesunde und erschwingliche Nahrung	<ul style="list-style-type: none"> • Vielseitig, gesund und günstig, • Familiengerecht (Lärm, Platz) • einfach zugänglich • saubere Toiletten 	<ul style="list-style-type: none"> • Mit minimalem Aufwand organisierbar • zentral • einfache Menüs • schneller Service 	<ul style="list-style-type: none"> • Günstig • Schnell • gesund 	<ul style="list-style-type: none"> • Als Pause und Erlebnis • schnell und günstig 	
Angebote Picknick Raum, Familienraum mit Spielecke, geheizte Gruppenräume mit Spielen, Verpflegung im Lagerhaus mit Koch	<ul style="list-style-type: none"> • Picknick Raum • Schnitzel Pommes frites • Familienecken • Wickeltische 	<ul style="list-style-type: none"> • Picknick Raum • Selbstbedienung • All inclusive Angebote (Übernachtung und Verpflegung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooler Raum mit Spielkonsolen • Chill-out Zone • WLAN • Selbstbedienung • Aufenthaltsraum • Fast Food 	<ul style="list-style-type: none"> • Separate Räumlichkeiten 	

Bedürfnisse der Zielgruppe		Erfolgsfaktoren der Settings			
Kleinkinder (KK) Kinder (K) Jugendliche (J)	Familien	Schulen	Gruppen Gleichaltriger	Clubs Jugendorganisationen	
Eigenschaften Zentral gelegen, Nähe Piste, einfach		<ul style="list-style-type: none"> • Günstige Preise • einfache Buchungsmöglichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Überschaubar, kontrollierbar • exklusive Verfügbarkeit, zentral gelegen 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfacher Zugang zum Angebot • online buchbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Einfach, günstig • zentral gelegen
Angebote Massenlager, Jugendherberge, Familienzimmer, Unterhaltung, anstellbare Kinderbetten, kleine Einheiten, moderne Infrastruktur, WLAN Rückzugsmöglichkeiten Mehrbettzimmer mit Dusche/WC		<ul style="list-style-type: none"> • Packages mit Material, Bahn und Unterkunft • Familienzimmer • Familiengerechte Leistungen wie Kinderbetreuung • Jugendherbergen • Kinderanimation • Rückzugsmöglichkeiten und Begegnungsorte 	<ul style="list-style-type: none"> • Wochenend-Packages, • Bahn-Unterkunft-Material-Packages, • Gruppenpreise für Unterkünfte • Jugendherbergen 	<ul style="list-style-type: none"> • Haus oder Appartement • Wochenendpackages • Unterhaltungsangebot am Abend 	<ul style="list-style-type: none"> • Package-Bahn-Unterkunft • Mehrbettzimmer
Alternative Sportmöglichkeiten, Wellness, Spiele, Musik Geschwindigkeit erleben Bergfahrt zum Erlebnis machen anderes/mehr als zu Hause Überraschendes Kinderfiguren (Snowly, Fabelwesen), Aktivitäten für den Après-Ski Motivierte Skilehrer		<ul style="list-style-type: none"> • Begegnungsorte • Rückzugsmöglichkeiten • Kinderbetreuung 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusatzangebot vor Ort, die benutzt werden können (Hallenbad usw.) • Ohne Medien 	<ul style="list-style-type: none"> • Disco, Filme & Sportaktivitäten, z.B. Tischtennis oder Tischsoccer • Self DJ Set • Music Room • Art-Room • Skate Park • Schnitzelgrube • Events • Wettkampfsessions • Trendecke • Peertreff 	
Eigenschaften Altersgerecht, freundlich, verständnisvoll, vorbildlich, geschult, motiviert Spass/Lernerfolg förderlich		<ul style="list-style-type: none"> • Kompetent, • motiviert 	<ul style="list-style-type: none"> • Jung, motiviert • Unabhängig • begleitend und fördernd • einfache Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Gut ausgebildet (Qualität) 	<ul style="list-style-type: none"> • Skilehrer • ausgebildete Leiter • Wertschätzung der Leiter

Bedürfnisse der Zielgruppe		Erfolgsfaktoren der Settings			
	Kleinkinder (KK) Kinder (K) Jugendliche (J)	Familien	Schulen	Gruppen Gleichaltriger	Clubs Jugendorganisationen
Sicherheit	Wird vorausgesetzt Überall Beschilderungen durchgehendes Handynetz fertig ausgebildetes Fachpersonal als Betreuung vertrauenswürdige Leiterpersonen sichere Pisten	<ul style="list-style-type: none"> • Sicheres Skifahren • Beschilderung und Information 	<ul style="list-style-type: none"> • Zentral ist die Betreuung • politische Rahmenbedingungen • Versicherung/Haftung • Rechtssicherheit/juristische Unterstützung bei Bedarf • Merkblätter • Hoher Standard • Lehrpersonen müssen Sicherheit gewährleisten können • Angst vor der Verantwortung nehmen • Bewertung der Schwierigkeit der angebotenen Kurse 		<ul style="list-style-type: none"> • Absicherung • Betreuung
Finanzielle Tragbarkeit	Alle Kinder sollen die Möglichkeit erhalten, die Angebote zu nutzen Günstige Jugendtarife bis mindestens 18 oder 20 Jahre Skipass, ÖV, Verpflegung Subventionen	<ul style="list-style-type: none"> • Kinder gratis bis x Jahre oder ab 2./3. Kind gratis • Günstige Kinder-/Jugendtarife bis mind. 18 oder 20 Jahre • Mieten statt Kaufen • Packages all inklusive • Familientageskarten • Regelmässig tragbar • Spezialangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Angebote schnüren • Lagermaximalbetrag für Eltern analysieren • Tiefe Kosten • Unterstützung (J+S, Stiftungen usw.) • Regelungen zur finanziellen Unterstützung 	<ul style="list-style-type: none"> • Rabatte für Gruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Seilbahnen GA sehr günstig
Kommunikation	Erinnerungen wecken an die positiven Erlebnisse von früher	<ul style="list-style-type: none"> • Familienerlebnis im Vordergrund • Elternmagazine und direkte Mails • Zentral (für Vergleichbarkeit) 	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Infos • Packageangebote für Lehrpersonen, Sportämter und Coaches 	<ul style="list-style-type: none"> • Digital • Communities bilden • Tickets4you • Freestyle.ch 	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Infos • Packageangebote an Komm Verein
Inspiration	Lifestyle Erlebnisse und Vorbilder	<ul style="list-style-type: none"> • Erlebnis im Vordergrund nicht Sportart • Gemeinsames Erlebnis in der Natur 	<ul style="list-style-type: none"> • Schulkultur 	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsames Erlebnis • Vorbilder 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorbilder • aktuelle Weltmeister • Testimonials (jemand der eine Marke verkörpert, Skimaterial, Ort)
Diverses	Geschenke Give aways	<ul style="list-style-type: none"> • Auszeichnungen • Medaillen 	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzielle Unterstützung durch Gemeinde oder Schule • Unterstützungsfonds • Engagierte Leiterpersonen 		

3. Fazit erster Workshop

Die Diskussionen anlässlich des 1. Workshops haben ergeben, dass sich die Teilnehmenden hinsichtlich der verschiedenen Thesen im grossen und ganzen einig sind. Mehr Kinder und Jugendlich im Schnee bedeutet letztlich auch langfristig eine schneesportaktive Bevölkerung. Damit kann der Schneesport in seinen unterschiedlichen Facetten auch zu einer gesunden und sportlichen Bevölkerung beitragen. Für tendenziell eher strukturschwache Randregionen geht aber die Bedeutung des Schneesports weit über diese gesundheitlichen oder sportlichen Aspekte hinaus. Schneesport ist Kern einer umfassenden Tourismusindustrie. Für die Schweiz, die sich als eine der Wiegen des Schneesports versteht, ist dies von hoher Relevanz. Man kann somit den Schneesport auch als elementares Kulturgut der Schweiz verstehen. Kulturgüter müssen aber gepflegt und weitergegeben werden: Hierfür eignet sich in erster Linie die Schule.

Damit die verschiedenen definierten Settings (Familien, Schulen, Peers sowie Clubs) effektiv Gebrauch von Schneesportangeboten machen, müssen deren Bedürfnisse erfüllt werden. Hierfür wurde eine Reihe von Erfolgsfaktoren zusammengetragen (Ziffer 7). Vereinfacht lässt sich sagen, dass für eine konkrete Angebotsgestaltung die Wünsche der Zielgruppe möglichst genau identifiziert sein müssen. Klar erfolgversprechend erscheinen Package-Angebote.

Für die weitere Bearbeitung im Hinblick auf die Entwicklung von Massnahmen drängt sich eine Konzentration auf die Settings Familie und Schule auf. Für diese beiden Settings lassen sich gewisse Verallgemeinerungen treffen, da bei den Anspruchsgruppen ähnliche Bedürfnisse anzutreffen sind. Damit können auch verhältnismässig einfach Package-Angebote geschnürt werden.

Die Diskussionen haben ebenfalls gezeigt, dass für das Setting Schule nicht nur die Angebotsgestaltung entscheidend ist. In diesem Bereich müssen auch die Rahmenbedingungen für die Durchführung von Schneesportaktivitäten verbessert werden.

Unter anderem ist an folgende Massnahmen zu denken:

- Wesentliche Erweiterung der Perioden für die Durchführung von Schullagern. Eine Konzentration auf den Monat Februar ist nicht zielführend.
- Einführung von obligatorischen Schneesportlagern für die einzelnen Schulstufen durch die Kantone. Für alle Schülerrinnen und Schüler verpflichtende Schneesporttage kennt zum Beispiel der Kanton Basel-Stadt.
- Lehrer in der Lager-Planung und -Gestaltung besser unterstützen (Ausbildungsangebote J+S und Lehreraus- und weiterbildung).
- Verbesserung der Betreuung von Lehrpersonen während des Aufenthalts im Schneesportlager.
- Bessere Entschädigung von Hilfskräften/Leiterteam.

Schliesslich muss man sich auch Gedanken über eine verbesserte Koordination der bereits bestehenden Ansätze machen. Die verschiedenen Angebote müssen vernetzt und letztlich auch kommuniziert werden. Hierzu ist die Frage einer nationalen Plattform zu prüfen.

In der Abbildung auf der nächsten Seite wurde versucht, die bisherige Diskussion zusammenzufassen.

Konkrete Angebotsgestaltung

Planung/Organisation, Material, An-/Rückreise, Bergbahnen, Pisten und Parks, Sicherheit, Verpflegung, Unterkunft, Unterhaltung, Betreuung/Instruktion, Finanzielle Tragbarkeit

Massnahmen zur PACKAGE-Entwicklung

Erfolgsfaktoren

Zielgruppe genau kennen!
PACKAGE-Angebote

Familie

Schule

Peers

Clubs
Schnee

Clubs
Sport

Rahmenbedingungen optimieren!

z. B. Schullager-Perioden besser abstimmen
z. B. Schneesportlager-Obligatorien etablieren

Teil 4 Ergebnisse des zweiten Workshops

1. Diskussion der Festlegungen

Festlegung 1

Zur Festlegung 1, wonach die in Berichtsform formulierten Ergebnisse des Workshop I als zielführend und Grundlage für die Weiterarbeit dienen sollen, wurde im Rahmen einer Plenumsdiskussion rasch Einigkeit erzielt. Die Mitglieder des Steuerungsausschusses unterstrichen mit kurzen Statements die hohe Bedeutung, die dem Thema Schneesportförderung zuzumessen ist. Schneesport sei nicht nur ein eminent wichtiger Tourismus- und damit auch Wirtschaftsfaktor. Schneesport sei auch aus pädagogischer, sozial-integrativer und sportlicher Sicht von erheblicher Bedeutung. Zudem könne diesem der Charakter eines Kulturgutes zugeschrieben werden. Die Schweiz sei ein Alpenland und nirgends sonst werde das so stark zum Ausdruck gebracht wie im Schneesport.

Festlegung 2

Grossmehrheitlich wurde der Festlegung zugestimmt, wonach der Hauptfokus bei der Entwicklung nationaler Massnahmen auf die obligatorische Schule und hier insbesondere auf Package-Angebote für diesen Kundenkreis gelegt werden sollte. Man war sich einig, dass sich der Zugang zu den Kindern und Jugendlichen über die Schule weitaus einfacher gestaltet als über die Familien. Es reiche aber nicht, den Fokus nur eng auf Schule und Lehrkräfte zu richten. Schulbehörden und Gemeinden müssten ebenfalls einbezogen werden. Letztlich würden die Rahmenbedingungen für die Durchführung von Schneesportanlässen wesentlich durch diese geprägt. So sei beispielsweise die Durchführung von obligatorischen Schneesportlagern ohne substantielle finanzielle Beiträge der Gemeinden oder der Kantone gar nicht möglich. In diesem Zusammenhang wurde mehrfach und in aller Deutlichkeit darauf hingewiesen, dass die politischen Verantwortungs- und Entscheidungsträger im Umfeld der Schule von der Notwendigkeit von Schneesporttagen und -lagern überzeugt werden müssten.

Vertreter der Schule wiesen darauf hin, dass die Schule in erster Linie einen Erziehungsauftrag habe und mit der Erfüllung dieses Auftrags bereits stark ausgelastet sei. Zu diesem Auftrag gehöre zwar auch die Ausrichtung von Schulsportlagern – doch dies nicht um jeden Preis. Es wurde daher angeregt, nicht mit Forderungen an die Schule heranzutreten, sondern ihr Unterstützung anzubieten. Wie das Beispiel von Österreich zeige, müsse man mit einer abgestimmten Marketingstrategie auf die einzelnen Schulen zugehen, um diese für Schneesporttag oder -wochen zu motivieren. Evtl. müssten auch an den Schulen institutionelle Rahmenbedingungen geschaffen werden, die die Durchführung von Lagern erleichtern. Genannt wurde hier etwa das Amt des Sportkoordinators einer Gemeinde und oder eines J+S-Schulcoaches in der Schule. Diese Person könnte bei der Organisation von Schullagern eine zentrale Rolle übernehmen. Ins Spiel gebracht wurde auch der Gedanke, dass Lehrkräften die Durchführung von Lagern als Weiterbildung angerechnet werden könnte.

In verschiedenen Gruppen wurde die Frage aufgeworfen, ob nicht zuerst die Ursachen für einen Rückgang der Lager zu eruieren wären. Im Rahmen dieser Diskussion wurden verschiedene Faktoren ins Feld geführt, die für eine tendenzielle Abnahme sprechen könnten:

- Finanzielle Engpässe in vielen Gemeinden liessen nicht zu, dass Schneesportlager durchgeführt würden.
- J+S-Leitende hätten zunehmend Mühe, für ihre Tätigkeit im Rahmen eines Schullagers Urlaub zu erhalten.
- Lehrkräfte hätten Angst vor der rechtlichen Verantwortung, die ihnen bei der Durchführung von Lagern auferlegt werde.
- Die pädagogischen Hochschulen würden ihren Bildungsauftrag zu Gunsten der kommenden Lehrergenerationen nicht mehr zwingend auf den Schneesportbereich ausrichten.

Daraus wurde gefolgt, dass man vermehrt aktiv auf die Lehrkräfte zugehen sollte und diese mit dem Hinweis auf den «pädagogischen Wert» von Schneesportlagern überzeugen müsste.

Paketlösungen wurden als wichtiger Beitrag zur Erleichterung der Organisation von Schneesporttagen oder -lagern aufgeführ. Allerdings müssten solche Pakete im Baukastenprinzip aufgebaut sein, da nicht jede Schule die gleichen Bedürfnisse habe. Es reiche jedoch nicht, wenn die Schulen von guten Packages profitieren könnten. Um eine nachhaltige Bindung an die Destination und den Schneesport sicherzustellen, müssten z.B. auch die Familien der Schüler eingebunden werden. Als Anregungen wurden erwähnt:

- Die Vergünstigung des Leihmaterials müsste über das eigentliche Lager hinaus möglich sein.
- Schüler und Lehrkräfte sollten mit Gutscheinen der Destinationen für weitere Tage im Schnee motiviert werden (z.B. in Form von Skipässen, die den Lagerteilnehmenden gratis bis Saisonschluss abgegeben werden [Saisonschluss-Skipässen]).

Festlegung 3

Die Diskussionen um die Festlegung 3 (Lager und Events als Package-Angebote) fokussierten um die Frage der konkreten Ausgestaltung solcher Packages, damit diese für Schulen interessant sind. Auch in diesem Zusammenhang wurde in verschiedenen Arbeitsgruppen die Frage aufgeworfen, ob effektiv die Tatsache fehlender Packages als Grund für eine Abnahme der Schneesportlager angeführt werden könne. Verschiedene Stimmen wiesen darauf hin, dass Package-Angebote alleine nicht genügen. An vielen Orten müssten die politischen Rahmenbedingungen geändert werden um die Durchführung von Schneesportlagern zu erleichtern bzw. gar zu ermöglichen. Lehrkräfte, Schulbehörden und Gemeinden müssten daher stärker in die Pflicht genommen werden, so dass entweder eine obligatorische oder dann aber zumindest eine Art von freiwilliger, resp. moralischer Verpflichtung entstehe, Lager durchzuführen.

Bezüglich der konkreten Ausgestaltung von Package-Lösungen wurden folgende Überlegungen angeführt:

- Eine wichtige Rolle spielt die Preisgestaltung. Diese sei sehr unterschiedlich und hängt von verschiedenen Konstellationen ab. Bei obligatorischen Schullagern könnte der Preis nicht beliebig festgelegt werden, da die meisten Kantone einen maximalen Betrag bestimmen würden, der den Eltern für die Durchführung eines Lagers verlangt werden dürfe. Bei den freiwilligen Schullagern bestehen mehr Spielraum. Allerdings müsste im Interesse einer möglichst hohen Beteiligung an Lagern bzw. an Schneesporttagen der Preis so festgesetzt werden, dass er von den Eltern noch bezahlt werden könne. Dies verlange auf Stufe Gemeinde auch fallweise Verbilligungen für die einzelnen Familien.
- Die Preisgestaltung der Packages würde sehr stark von der gewählten Destination, der Saison und dem Standard der angebotenen Unterkunft abhängen. Auf einer Plattform müsste daher Vergleichbarkeit hergestellt werden. In diesem Zusammenhang wurde auch der Hinweis angebracht, dass in den Februarwochen in der Schweiz kaum freie Gruppenunterkünfte zur Verfügung stünden. Es müsste daher in Betracht gezogen werden, die Lager auch in den DIN-Wochen 1 bis 4 und im März durchzuführen. Einigkeit bestand darin, dass die Preisgestaltung nur in Form von Bandbreiten erfolgen könne. Die Kalkulation der Preise dürfe allfällige Subventionen der Standortkantone und -gemeinden der Schulen nicht einschliessen. Nur so liesse sich die nötige Transparenz zwischen den verschiedenen Angeboten herstellen.
- Bei Schullagern sei klar, dass die Lehrkraft die Gesamtverantwortung trage. Eine Teilverantwortung könne für den Bereich Schneesport an Profis oder qualifizierte Leiterpersonen abgegeben werden.
- Wichtig sei eine Kontaktperson vor Ort, die zur Lösung anstehender Fragen beitragen könne.
- Gutes Material müsste für sämtliche Schneesportarten vor Ort zur Verfügung gestellt werden.
- Die Packages für Tagesangebote müssten in erster Linie für die Unterstufe angeboten werden. Zudem sei zentral, dass solche Tagesangebote nicht isoliert dastehen. Sie müssten in der Schullaufbahn von Folgeangeboten begleitet werden. Ansonsten sei keine nachhaltige Förderung gegeben.

Schliesslich wurde verschiedentlich betont, dass ein einziges Schneesportlager im Verlauf der obligatorischen Schulzeit kaum ausreichen werde, um eine nachhaltige Bindung zum Schneesport zu schaffen. Bereits während der Durchführung des Lagers müssten die Destinationen die Voraussetzungen schaffen, damit die Schülerinnen und Schüler später auch als Gäste wiederkommen. Möglichkeiten wären etwa Rabattangebote bzw. Saison-schluss-Skipässen für Lagerteilnehmerinnen und -teilnehmer. Für eine effektive Förderung brauche es eine gute Zusammenarbeit aller Anbieter innerhalb der Destinationen. Im Rahmen dieser

Diskussionen wurde allerdings zu bedenken gegeben, dass es sich bei der Schweiz um eine Hochpreisinsel handle und daher Verbilligungen nur in beschränktem Umfang realistisch seien.

Festlegung 4 und 5

Die Diskussionen um diese Festlegungen folgten im Anschluss an die Ausführungen von Vertretern des BASPO (Matthias Remund), seco (Davide Codoni) und Seilbahnen Schweiz (Ueli Stückelberger) zu einer möglichen nationalen Plattform.

Allgemein erachteten die Teilnehmenden des Workshop II die Idee der Schaffung einer Plattform als sinnvoll. Die strategische Führung einer solchen Plattform sollte von einem Steuerungsausschuss wahrgenommen werden, in dem sämtliche Stakeholder vertreten sind. Die effektive operative Einheit wäre bei einem der Stakeholder anzusiedeln. Als weitere Stakeholder wurden ins Spiel gebracht:

- COHEP (Schweizerische Konferenz der Rektorinnen und Rektoren der pädagogischen Hochschulen)
- SVSS (Schweizerischer Verband für Sport in der Schule)
- Branchenorganisation für Gruppenunterkünfte (CONTACT groups.ch)
- Transportgewerbe
- Gastrouisse und Hotellerie Suisse

Wichtig sei vor allem, dass die Anbieter die Plattform mittragen und mit ihren Angeboten exklusiv dort vertreten seien.

In verschiedenen Gruppen wurde darauf hingewiesen, dass man sich an bestehenden Modellen orientieren sollte. Als Vorbilder wurde etwa das Beispiel von Österreich (www.wispowo.at) oder die Webseite der Gruppenunterkünfte in der Schweiz (www.groups.ch) erwähnt. Zu planen sei nicht eine weitere Buchungsplattform. Der Aufbau einer solchen wäre mit erheblichen Risiken verbunden. Solche Plattformen seien komplex, teuer und zudem bereits in ausreichender Anzahl in Betrieb (z.B. myswitzerland, lokale Tourismusdestinationen und groups.ch). Die Plattform sollte vielmehr eine Informations- und Kommunikationsplattform sein, die in erster Linie den Direktkontakt zwischen Anbietern und Nachfragern ermöglicht, selbst aber nicht zwingend buchbare Angebote vertreibt. Erfolge könnten letztlich nur erzielt werden, wenn die Plattform als Unique selling proposition USP daherkomme. Dafür müsste auch mit Ambassadoren zusammen-gearbeitet werden, die die Idee der Plattform in den Schulen und bei den Behörden verbreiteten. Die Idee von zertifizierten Angeboten wurde als nicht zielführend erachtet, da eine Zertifizierung in der Regel grossen Aufwand mit sich bringt und eher hohe Kosten verursacht, die dann kaum abgewälzt werden könnten. Es sei effizienter, wenn die Plattform Kriterien festlegen und sämtliche Angebote auf ihre Tauglichkeit hin beurteilen würde.

Man war sich einig, dass die Plattform eine sinnvolle Lösung darstellen könnte, um den Nachfragern (Schulen) die Angebote näher zu bringen. In allen Arbeitsgruppen wurde hingegen betont, dass ohne intensive Bearbeitung der Nachfrageseite keine neuen Lager generiert werden können. Es müsste im Prinzip eine Schneesportlageroffensive gestartet werden. Das bedinge eine Verbesserung des Images der Schneesportlager und die Schaffung einer Schulkultur, in der die Durchführung von Lagern als Selbstverständlichkeit betrachtet werde. Dabei wurde jedoch betont, dass die Durchführung von Schneesportlagern nicht zur Tourismusförderung verkommen dürfe. Im Vordergrund bleibe immer der pädagogische Mehrwert.

Wie bereits anlässlich der Diskussionen zu den Festlegungen 2 und 3 wurde nochmals betont, dass man sich eigentlich erst Klarheit darüber verschaffen sollte, warum heute weniger Schneesportlager durchgeführt werden. Die Gründe seien nämlich je nach Ort und je nach Schule sehr unterschiedlich. Man könne daher auch kaum mit einheitlichen landesweiten Lösungen operieren. Einige Forderungen wurden allerdings klar platziert:

- Die Ausbildung an den pädagogischen Hochschulen zur Leitung von Lagern und insbesondere von Schneesportlagern müsse wieder höher gewichtet werden.
- Lager müssten wieder ihren Platz im Lehrangebot finden und die Gemeinden/Kantone hätten dafür die benötigen Ressourcen zur Verfügung zu stellen.
- Absolventinnen und Absolventen von pädagogischen Hochschulen müssten selbst obligatorisch mindestens eine Schneesportausbildungswöche besuchen.
- Bearbeitung von Schulleitungen und politischen Behörden für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Durchführung von Lagern (Finanzierung der Lager und Bestimmung des Zeitpunktes für die Durchführung von Schneesportlagern).

Zustimmung fand die Auffassung, dass der Schneesports im Alterssegment «Kinder und Jugendliche» durch die Schaffung einer Plattform nachhaltig gestärkt werden könne. Die Arbeit und erzielten Resultate müssten allerdings laufend evaluiert werden. Letztlich sei die Branche selbst gefordert. Die Destinationen und sämtliche Anbieter in den Destinationen müssten darauf hinwirken, Skitage, Lagerwochen oder Ferien so attraktiv zu vermarkten, dass das Interesse bei der Kundschaft zunimmt.

2. Fazit zweiter Workshop

Es lässt sich festhalten, dass die Teilnehmenden am zweiten Workshop den vom Steuerungsausschuss erarbeiteten Festlegungen grossmehrheitlich zustimmten. Der Aufbau einer Plattform wurde als zielführend gesehen. Allerdings ortete man grossen Handlungsbedarf bei den Rahmenbedingungen, denen für die Durchführung von Schneesportlagern eine eminent hohe Bedeutung zukommt. Man war sich einig, dass diese Rahmenbedingungen eher schwierig zu beeinflussen sind. Entsprechend kam deutlich zum Ausdruck, dass alle Betroffenen aufgefordert sind, vor allem auf Stufe Gemeinde (Schulkommissionen, Schulleitungen, Lehrerschaft und weitere politische Behörden) und bei den pädagogischen Hochschulen darauf hinzuwirken, die Verantwortungs- und Entscheidungsträger mit pädagogischen Argumenten von der Wichtigkeit der Schneesportlager zu überzeugen.

Teil 5 Schlussbemerkungen

In der Einladung wurden die Ausgangslage und der Handlungsbedarf bezüglich der Schneesportförderung und die entsprechenden Zielsetzungen der beiden Workshops wie folgt umschrieben:

Die Ursachen für diese Entwicklung (immer weniger Kinder, Jugendliche und Schulen im Schnee) sind vielfältig und es beschäftigen sich aktuell sowohl private als auch öffentlich-rechtliche Organisationen mit der Frage, wie man Kinder und Jugendliche dazu bringt, wieder vermehrt Schneesport (Skifahren, Snowboarden und Skilanglauf) zu betreiben. Es sind auch schon zahlreiche Massnahmen und Projekte diskutiert, initiiert und umgesetzt worden. Was bezüglich all dieser Bestrebungen aber bisher fehlt, ist eine koordinierte Vorgehensweise.

In Anbetracht dieser Ausgangslage sind verschiedene Akteure (Schweizer Tourismusverband, Seilbahnen Schweiz, Swiss Ski, Swiss Snowsports, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bundesamt für Sport BASPO) zur Auffassung gelangt, dass unter Einbezug möglichst breiter Kreise gemeinsame Zielsetzungen formuliert und entsprechende Massnahmen für ein koordiniertes Vorgehen identifiziert werden sollten.

In Absprache mit dem SECO ist das BASPO dazu bereit, sich dieser Aufgabe im Rahmen von zwei Workshops anzunehmen. Inhaltlich ist vorgesehen, dass im Workshop I vor dem Hintergrund einer Einführung und einer umfassenden Auslegeordnung Thesen erarbeitet werden sollen. Diese Thesen sollen in der Folge unter der Leitung eines Steuerungsausschusses zu einem Bericht verarbeitet werden. Anlässlich des Workshop II soll dieser Bericht zu Festlegungen weiterentwickelt werden, auf deren Grundlage schliesslich gemeinsame Stossrichtungen und Massnahmen definiert werden können.

Die Frage, ob die Ziele der beiden Workshops erreicht werden konnten, lässt sich folgendermassen beantworten:

Das Interesse an den beiden Workshops war sehr gross und es nahmen Vertreterinnen und Vertreter der meisten relevanten Stakeholder daran teil. Dadurch konnte im Rahmen des Workshop I Ende Oktober 2013 einerseits eine sehr breite und differenzierte Auslegeordnung erstellt werden. Dazu dienten insbesondere auch die Beschreibungen der zahlreichen bereits bestehenden Projekte zur Förderung des Schneesports. Gleichzeitig wurden in ebenso differenziert und engagiert geführten Diskussionen fünf Thesen erarbeitet, welche dazu verhalfen, die Erfolgsfaktoren sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite zu identifizieren. Während angebotsseitig vor allem modularartig aufgebaute Package-Angebote mit möglichst bedürfnisgerechten Angebotskomponenten definiert wurden, standen nachfrageseitig schwergewichtig die Rahmenbedingungen zu Debatte. Angesprochen wurden dabei insbesondere die Haltungen der bildungspolitisch zuständigen Behörden und Institutionen zur Durchführung von Schneesporttagen und

-lagern. Ein wesentliches Resultat der Diskussionen war schliesslich das Commitment, dass Schneesport im Alpenland Schweiz ein Kulturgut sei und Massnahmen zur Schneesportförderung für Kinder, Jugendliche und Schulen deshalb nur dann erfolgreich und nachhaltig seien, wenn sie die sport-, wirtschafts- und bildungspolitischen Aspekte des Schneesports gleichermaßen berücksichtigen würden.

Die im Workshop I erarbeiteten Grundlagen erwiesen sich als geeignet, um im Workshop II über Festlegungen zum weiteren Vorgehen bzw. über konkrete Massnahmen zu diskutieren. So blieb Ende Januar 2014 der Vorschlag des Steuerungsausschusses, wonach der Fokus bezüglich der Angebote vorderhand auf die obligatorische Schulzeit und auf Package-Angebote zu richten sei, weitgehend unbestritten. Es bestand Einigkeit darüber, dass in diesem Bereich die grösste Hebelwirkung erwartet werden dürfe. Ebenfalls positiv aufgenommen wurde der Massnahmenvorschlag, eine von den Stakeholdern finanziell getragene und von einem Ausschuss aus Vertreterinnen und Vertretern dieser Stakeholder inhaltlich gesteuerte nationale Plattform zur Schneesportförderung zu schaffen. Über die Aufgaben und Ausgestaltung dieser Plattform wurden im Lichte der vielfältigen sport-, wirtschafts- und bildungspolitischen Aspekte umfassend diskutiert. Dabei kam zum Ausdruck, dass die Plattform zum einen Qualitätsicherungsaufgaben bezüglich der Angebote wahrzunehmen und die Koordination zwischen der Angebots- und Nachfrageseite zu gewährleisten habe. Zum anderen wird von der Plattform aber auch erwartet, dass sie aktiv Kommunikation betreibt und bei den zuständigen Behörden und Institutionen darauf hinwirkt, die Rahmenbedingungen für die Schneesportförderung im Schulbereich zu verbessern. Entsprechend wurde dem Steuerungsausschuss am Schluss des Workshops II der Auftrag erteilt, die Konzeption und die Umsetzung der nationalen Plattform in diesem Sinn rasch an die Hand zu nehmen. Der Steuerungsausschuss nahm diesen Auftrag entgegen und stellte in Aussicht, in geeigneter Form über die künftigen Entwicklungen zu informieren.

Angesichts der konstruktiven Diskussionen sowie der erzielten Commitments zu den Thesen und Festlegungen kann der Zielerreichungsgrad durchaus als hoch und erfreulich bezeichnet werden. Diese Beurteilung wird auch durch die gute Stimmung unterstrichen, welche bei den Teilnehmenden jeweils am Ende der beiden Veranstaltungen herrschte. Zentral wird nun sein, wie und in welchem Zeithorizont es gelingen wird, die nationale Plattform zu konzipieren und umzusetzen. Eine der Schlüsselerkenntnisse aus den beiden Workshops lässt sich wie folgt zusammenfassen: Schneesportförderung kann nur von allen gemeinsam erfolgreich betrieben werden. In Erwägung dieser Erkenntnis wird entscheidend sein, ob alle Stakeholder bereit sind, ihren inhaltlichen und finanziellen Beitrag zu dieser zukunftsweisenden Plattform zu leisten.

Anhang

1. Überarbeitete Thesen nach den Gruppenarbeiten

1. These

Als Wintersport- und Tourismusland benötigt die Schweiz eine alle Altersgruppen **und Bevölkerungsschichten** umfassende im Schneesport aktive Bevölkerung.

2. These

Eine alle Altersgruppen **und Bevölkerungsgruppen** umfassende im Schneesport aktive Bevölkerung setzt voraus, dass bereits Kinder und Jugendliche positive Erfahrungen mit dem Schneesport machen und entsprechend Spass daran haben. Durch die Kinder können auch deren Eltern für den Schneesport begeistert werden.

3. These

Die positiven Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen mit dem Schneesport müssen nachhaltig sein, damit sie später auch als Erwachsene regelmässig Schneesport betreiben und Ferien in Schneesportdestinationen buchen.

4. These

Kinder und Jugendliche treiben Schneesport mit der Familie, im Rahmen der Schule, zusammen mit Gleichaltrigen und in Clubs. Auf diese Settings (Familien, Schulen, Peers, Clubs) müssen die Angebote ausgerichtet sein. Den Angeboten für den Einstieg in den Schneesport (Settings Familien und Schulen) muss besondere Bedeutung beigemessen werden.

5. These

Für Kinder und Jugendliche bzw. für die Settings Familien, Schulen, Gruppen Gleichaltriger und Clubs besteht ein positives und nachhaltiges Schneesporterlebnis aus einer zielgerichteten Kombination folgender Angebotskomponenten:

- Planung/Organisation
- Material
- Anreise/Rückreise
- Bergbahnen
- Pisten und Snowparks
- Sicherheit
- Verpflegung
- Unterkunft
- Unterhaltung
- Betreuung/Instruktion
- Finanzielle Tragbarkeit

2. Vorschläge für Festlegungen

Arbeitsblatt Gruppenphase Montag

Fokus Schule und Package-Angebote (Festlegung 2)

Bei der Entwicklung nationaler Massnahmen zur Schneesportförderung liegt der Hauptfokus im Bereich der obligatorischen Schule und auf Package-Angeboten. Auf diese Art und Weise ist die Hebelwirkung am grössten.

Lager und Tagesevents als Package-Angebote (Festlegung 3)

Es sollen zwei Formen von Angebots-Paketen ausgearbeitet werden:

- Tagesevents für Schulen/Schulklassen (Schneesporttage) ab 3. Klasse
- Lagerangebote für Schulen/Schulklassen ab 5. Klasse

Die verbindlichen Eckwerte für die Angebotsgestaltung könnten wir folgt aussehen:

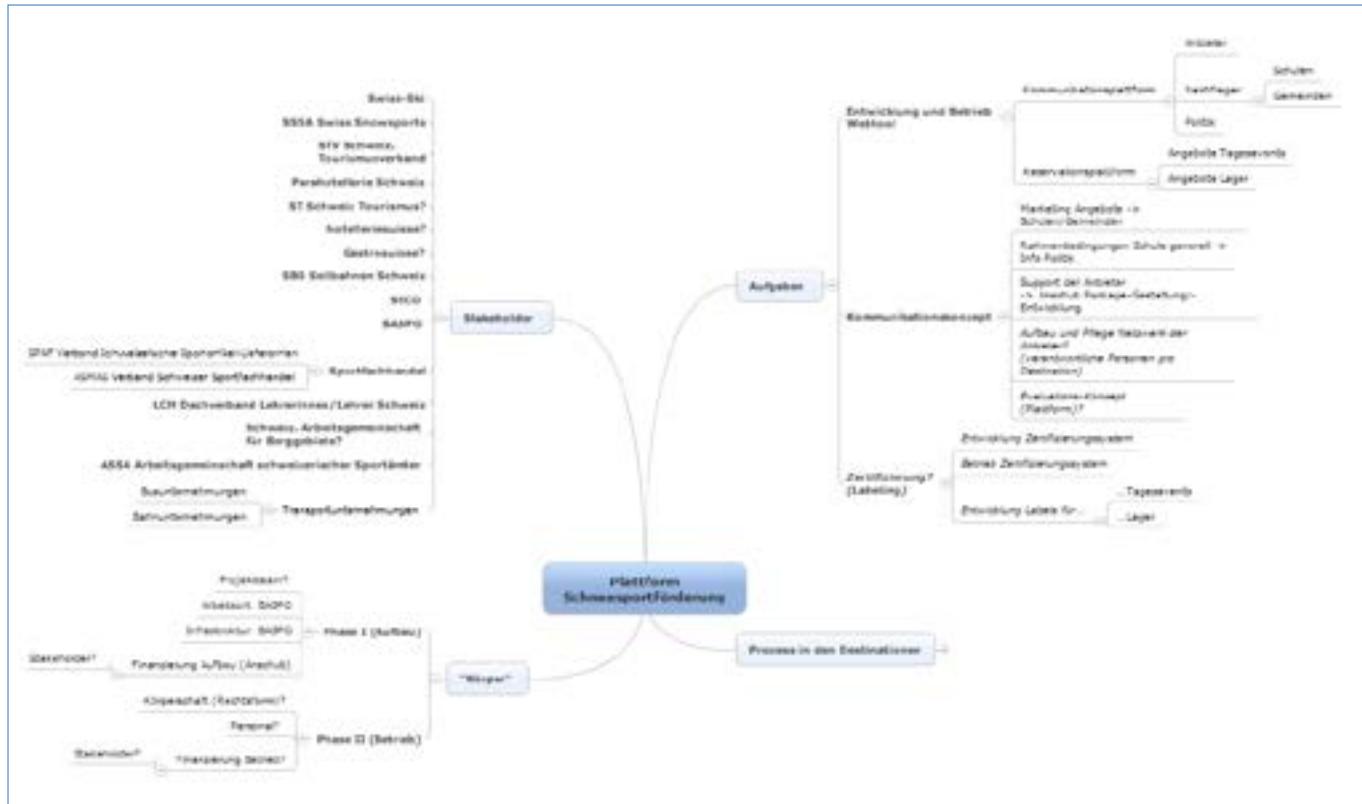
Angebots-Package «Lager»

Angebotskomponenten (gem. These 5 aus WS 1)	Leistungen (Grundlage: Erfolgsfaktoren aus WS 1)	Minimalstandard (Qualitätsanspruch)
Planung/Organisation	Plattform: Buchung von Package-Angeboten (mit Offerten für alle Angebotskomponenten)	Einfach Handhabung
Material	Ski/SB, Ski/SB-Schuhe, Helm, Kleidung	Aktuelles Material
Anreise/Rückreise	Bahn/Autobus – Pauschalpreis	Standard ÖV
Bergbahnen	Abonnement-Varianten (diverse Mehrtagesmodelle)	Standard SBS/SKUS
Pisten/Parks	Inbegriffen	Standard SKUS
Sicherheit	Inbegriffen	Standard SBS/SKUS
Verpflegung	Verpflegungsvarianten (VP, HP, Selbst-Verpflegung)	
Unterkunft	Lagerunterkunft mit Mehrbettzimmern	Max. 8-Bettzimmer
Unterhaltung	Ergänzungs-Sportarten; Lagerevents	Mind. 1x pro Lagerwoche
Betreuung/Instruktion	Kompetente Leitung im Haus und auf der Piste	J+S-Leiter- oder mindestens gleichwertige Ausbildung
Gesamtpreis pro Kind pro Woche		CHF ???

Angebots-Package «Tagesevent» (Schneesporttag)

Angebotskomponenten (gem. These 5 aus WS 1)	Leistungen (Grundlage: Erfolgsfaktoren aus WS 1)	Minimalstandard (Qualitätsanspruch)
Planung/Organisation	Plattform: Buchung von Package-Angeboten (Pauschalangebot: alle Angebotskomponenten inklusive)	Einfach Handhabung
Material	Ski/SB, Ski/SB-Schuhe, Helm, Kleidung	Aktuelles Material
Anreise/Rückreise	Bahn/Autobus – Pauschalpreis	Standard ÖV
Bergbahnen	Abonnement-Varianten (Tageskarte)	Standard SBS/SKUS
Pisten/Parks	Inbegriffen	Standard SKUS
Sicherheit Schneesport	Inbegriffen	Standard SBS/SKUS
Verpflegung	Verpflegung (Znuni, Mittagessen, Zvieri)	«Gesunde» Ernährung
Unterhaltung	Informationen und Unterhaltung während der Reise	Schülergerecht
Betreuung und Instruktion	Kompetente Leitungspersonen im Haus und auf der Piste	J+S-Leiter- oder mindestens gleichwertige Ausbildung
Gesamtpreis pro Kind pro Tag		CHF ???

Arbeitsblatt Gruppenphase Dienstag



Diskussionsgrundlage: Siehe Mindmap-Dokument.

Nationale Plattform (Festlegung 4)

Zur Koordination aller Massnahmen zur Schneesportförderung soll eine nationale Plattform geschaffen werden.

Weiteres Vorgehen (Festlegung 5)

- Der Steuerungsausschuss instituiert sich als Cockpit eines Netzwerks, das die Oberaufsicht über die nationale Plattform innehat. Das Netzwerk sichert die minimale Qualität aller publizierten Angebote ab, beaufsichtigt die Aktivitäten der Plattform und fördert den regelmässigen Informations-Austausch unter den Stakeholdern.
- In einer ersten Phase soll die Plattform gemäss den Richtlinien des Netzwerkes aufgebaut und in einer zweiten in definitive Strukturen für den nachhaltigen Betrieb übergeführt werden.
- Eine erfolgreiche Schneesportförderung mit dem Hauptfokus im Bereich der obligatorischen Schule setzt die politische Bereitschaft und die entsprechenden rechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere auf Stufe der Gemeinden und der Kantone voraus. Die Mitglieder des Netzwerks setzen sich im Rahmen ihrer institutionellen und rechtlichen Möglichkeiten dafür ein, diese Bereitschaft zu fördern.

Teilnehmende

Name	Vorname	Organisation	Funktion
Aellen	Gaby	Swiss Snowsports	Head of Marketing
Ammann	Daniel	Swiss Snowsports	Präsident Ski- + SB Schulenverband GR
Arkin	Rachel	PostAuto Schweiz AG Entwicklung und Mobilitätslösungen	Produktmanagerin Freizeitverkehr
Bättig	Christian	Verband Schweizerischer Sportartikel- Lieferanten SPAF	Vorstandsmitglied
Bergamin	Domenico	HTW Chur ITF	Wiss. MA Tourismus
Bigler	Hans	Swiss-Ski	Projektleiter Breitensport
Bignasca	Marco	G+S Ticino	capoufficio cantonale G+S
Bösch	Roland	Swiss Jugend-Langlauflager	Präsident
Botfield	Christophe	Etat de Vaud, Service de l'éducation physique	Conseiller pédagogique EPS
Brin	Martin	Abteilung Sport BSM Kt. Bern	Abteilungsleiter Sport
Bruggmann	Peter	Verband Schweizer Sportfachhandel	Präsident
Brunner	Mariette	Loipen Schweiz/Swiss Ski	Präsidentin
Cadlolo	Timo	Ticino Turismo	
Caflisch	Michael	Amt für Wirtschaft und Tourismus GR	Leiter Tourismusentwicklung
Campell	Riet R.	Swiss Snowsports	Direktor
Cerny	Marco	Servicestelle Wintersportwochen	Projektmanager (Referent)
Cholinski	Andrew	FIS	World Ski Day
Christen	Markus	Abteilung Volksschule Deutsch AKVB Kt. Bern	STV. Abteilungsleiter Sport
Codoni	Davide	SECO	Stv. Ressortleiter
Conrad	Judith	Swiss Olympic	
De Buman	Dominique	Remontées Mécaniques Suisses	Präsident, Conseiller national
Diermeier	Nicole	Schweiz Tourismus	Leiterin Marketing
Duc	Marc-Henri	Swiss Snowsports	Präsident des ESS du canton de Vaud
Ebenegger	Vincent	Etat du Valais	Responsable sport-école
Ehrler	Hansueli	Sport Kanton Schwyz	Leiter Abteilung Sport
Frapolli	Elia	Ticino Turismo	Direttore
Friche	Michel	Canton du Jura, Responsable Tourisme	Responsable Tourisme
Furrer	Gary	Swiss-Ski	Chef Breitensport
Furrer	Reto	Verband Schweizerischer Sportartikel- Lieferanten SPAF	Vorstandsmitglied
Gisi	Barbara	Schweizer Tourismusverband STV	Direktorin
Grolimund	Roger	Schifti Foundation	Co-Geschäftsführer
Grunder	Ueli	Amt für Sport Kt SG	Amtsleiter Stv.
Gschwend	Marcus	Bergbahnen Graubünden	Geschäftsführer
Haldemann	Olivia	Schweiz Tourismus	Projet Manager Winter
Haldi	Daniel	Schweizerische Bundesbahnen	Projektleiter Kundenentwicklung
Hartmann	Philipp	Kanton Nidwalden	Leiter Abteilung Sport
Heiniger	Stephan	Verband Schweizer Sportfachhandel	Zentralvorstandsmitglied
Jeanneret	Thierry	Kanton Graubünden	Leiter Graubünden Sport
Jenny	Pascal	Arosa Tourismus	Tourismusdirektor
Jirillo	Grégoire	Etat du Valais	Chef de l'office du sport
Kägi	David	Schifti Foundation	Projektleiter Gorilla Bergwelt
Kälin	Markus	Kanton Luzern, Sportförderung	Leiter
Kämpf	Richard	SECO	Leiter Ressort Tourismus
Kaufmann	Rolf	Juskila, Swiss-Ski	Lagerleiter
Kehrli	Beat	FSB Letzi Sportamt der Stadt Zürich	SV und Leiter FSB SK Letzi
Keller	Karl	Swiss-Ski	10 Jahre Lagerleiter Juskila
Keller	Heinz	Schweiz Tourismus	Tourismusexperte
Kimmig	Peter	Schweiz. Bergführerverband	Präsident Ausbildungskommission

Name	Vorname	Organisation	Funktion
Kiser	André	Abteilung Sport Obwalden	Abteilungsleiter
Kobi	Christian	Schneezüri.ch (ASSA)	Präsident
Kolb	Irene	Schweiz. Schneesport Berufs- und Schulverband SSBS	
Kollegger	Daniela	Heinzenberg Tschappina	Schneesportschule
Kronenberg	Urs	PH St. Gallen	Doz. Sport
Lazzarotto	Boris	Service cantonal du sport	Responsable Jeunesse+Sport
Lehmann	Therese	Universität Bern	Stv. Leiterin der Forschungsstelle Tourismus
Leimgruber	Jean-Baptiste	Etat de Vaud, Service de la promotion économique et commerce	Adjoint DECS
Lüscher	Ueli	Gemeinde Lager	–
Meuli	Daniela	Lamprecht&Stamm SFB	–
Moshfegh	Yves	Pädagogisches Zentrum Basel-Stadt	Fachexperte Sport
Müller	Christian	Kanton Aargau, Sektion Sport	Verantwortlicher Bewegte Schule
Niederberger	Lukas	Kanton Uri, Abteilung Sport	Fachperson Sport
Pauchard	Michel	SBB RailAway	Leiter Geschäftsbereich Tourismus
Pilloud	Vincent	République et Canton du Jura	Chef de service
Polloni Rohner	Gisela	Volksschulamt Zürich	Wiss. MA
Poo	Andri	Swiss Snowsports	Chef Ausbildung
Primus	Roland	Schweizer Schneesport Berufs- und Schulverband SSBS	
Raab	Christian	Volkswirtschaftsdirektion Kanton Uri	Abteilungsleiter Abt. Wirtschaft und Tourismus
Rapin	Maurice	Seilbahnen Schweiz SBS	Vizedirektor, Leiter Tourismus & Mitgliederservice
Ray	Jean-Claude	Swiss Olympic	Verbandsmanager
Repond	Fabienne	Schweiz Tourismus	Leiterin Content Management
Reymond	Sébastien	ASSA	Generalsekretär
Righenzi	Simone	Swiss Olympic	Verbandsmanager
Rogenmoser	Roman	Swiss-Ski	Projektleiter GPM
Rossetti	Claudio	Sport Ferien Resort Fiesch	Direktor
Schegg	Roland	HES-SO Valais-Wallis	Prof. + Forschungskoord.
Schlyja	Philipp	Schweizerische Bundesbahnen	Leiter Kundenentwicklung
Schmellentin	Andri	FIS Alpine Ski WM St. Moritz 2017	Dep. Leiter Marketing
Schmid	Ruedi	SVSS	Präsident
Schötzau	Stefan	Sportamt Kanton Zürich	Chef Sportamt
Steiger	Kathrin	Schifti Foundation	Operative Geschäftsleitung
Stettler	Jürg	Hochschule Luzern – ITW	Forschungsleiter
Stöckli	Ralph	Swiss Olympic	Leiter Abteilung Leistungssport
Stoffel	Berno	touristische Unternehmung Grächen AG	CEO
Stückelberger	Ueli	Seilbahnen Schweiz SBS	Direktor
Stückelberger	Alexis	Sportamt Basel-Stadt	Leiter J+S
Stutz	Armin	LCH Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer	Präsident der LCH-Stufenkommision Sek I
Trombitas	Mila	HES-SO Valais-Wallis	Leiterin Studiengang Tourismus
Tschanz	Fritz W.	Erziehungsdirektion Kt. Bern	
Vetterli	G.Beato	Unione Transporti Pubblici-Turistici TI	Presidente
Vögeli	Pascale	Cleven Stiftung	Geschäftsführerin
Walser	Roger	Ostschweizer Verband der Seilbahnunternehmungen	Geschäftsführer
Wellauer	Urs	Schweiz. Bergführerverband	Präsident
Wiegand	Doris	Lamprecht&Stamm SFB	–
Wüthrich	Daniel	beco – Standortförderung	Leiter Tourismus und Regionalentwicklung
Zanetti	Dayana	G+S Ticino	
Zenhäusern	Dr. Josef	FIS	Verantwortlicher Development Programme
Züger	Albi	Skiclub Beverin	Skiclub Beverin
Zwahlen	Walter	PL Berner Schneespasstage	Projektleiter Schneesportförderung

