

## Die Schnee-Gewinner im südhessischen Flachland



Die Fototapete im Hintergrund: Daniel Mikushek von MB Sports & Entertainment organisiert Tagesfahrten in Skigebiete und blickt auf die erfolgreichste Saison überhaupt. Hier steht er vor einem ausrangierten Skilift in seinem Büro. Foto: Torsten Boor

DARMSTADT/GRIESHEIM/HEPPENHEIM - Wer Ski fährt, der lässt sich das Vergnügen oft gerne etwas kosten. Alpine Wintersportarten wie Ski- und Snowboardfahren sind im Vergleich zu anderen Sportarten kostenintensiv - und damit ein großer Wirtschaftsfaktor. Für alle Wintersportarten zusammen werden nach einer Untersuchung des Bundeswirtschaftsministeriums jährlich 16,4 Milliarden Euro ausgegeben. Das entspricht 20 Prozent der Konsumausgaben für aktiven Sport, allein 13 Prozent macht das Skifahren aus. Einen großen Anteil machen die Sportreisen aus (die Daten stammen allerdings aus dem Jahr 2010).

In diesem Jahr haben die ausgiebigen Schneefälle in den Alpen viele Wintersportler angezogen, wobei es von den Verbänden noch keine Zahlen gibt. Die Hotel- und Liftbetreibern in den Wintersportgebieten dürften zufrieden sein, aber auch Firmen in Südhessen profitieren von den guten Bedingungen. Daniel Mikushek, Geschäftsführer der MB Sports & Entertainment GmbH in Darmstadt rechnet durch die laufende Saison mit 20 Prozent Umsatzwachstum.

### Marketingagentur mit 20 Prozent mehr Umsatz

Das Unternehmen organisiert Tages- und Wochenendfahrten für Skifahrer, die unter dem Namen "Schneebeben" vermarktet werden. Dabei versteht man sich nicht als Reiseveranstalter, sondern als Marketingagentur. Mikushek und seine 25 Mitarbeiter

organisieren die Fahrten, in erster Linie bringen sie aber Skibegeisterte und Werbepartner zusammen.

Die Fahrten nach Ischgl, ins Stubaital, Zillertal oder nach Montafon werden übers Internet oder über Partner wie Sport Hübner in Darmstadt angeboten. Dort können die Teilnehmer dann gleich die Ausrüstung leihen oder kaufen. "Die Teilnehmer werden morgens um 3 Uhr mit dem Bus abgeholt und können um 9 Uhr auf die Piste gehen", erklärt Mikuschek. Im Bus gibt es einen Beutel, in dem sich ein Snack und kleine Werbegeschenke wie etwa Duschgel befinden, dazu Werbeflyer und -broschüren. Die Marketingagentur bietet die Fahrten vergleichsweise günstig an (eine Tagesfahrt kostet 49,90 Euro). Das funktioniert, weil auch die Werbepartner für die Leistungen zahlen. Ein wichtiger ist der Einkaufsverband Intersport, der immerhin 13 Prozent seines Jahresumsatzes mit dem Wintersport macht. Aber auch für Versicherungen oder Hersteller von Müsliriegeln macht Mikuschek Werbung, der Ski-Hersteller Rossignol gehört ebenfalls zu den Werbepartnern. Neu ist die Unternehmensberatung Star Cooperation, die unter anderem auf Brötchentüten um "High Potentials", also junge und gut ausgebildete Menschen, als Mitarbeiter wirbt.

### **Für Mario's Skiwerkstatt in Griesheim läuft die Saison gut**

Zum Abschluss wird am Skiort eine große Party organisiert - das sogenannte Schneebeben, das der Geschäftsidee den Namen gab. In dieser Saison hat die Agentur bereits 40 000 Teilnehmer verbucht. Mittlerweile bietet MB Sports & Entertainment 200 Abfahrtsorte in ganz Deutschland an. Im Jahr 2011 hat man mit einer Firma in Augsburg fusioniert und damit die Präsenz in Süddeutschland verstärkt. Was das Konzept für den Unternehmer besonders reizvoll macht: "Tages- und Wochenendfahrten werden auch bei schlechten Bedingungen gebucht. Wer Ski fährt, will auf sein Hobby nicht verzichten. Statt eines zweiten Skiurlaubs bucht man dann ein oder zwei Kurztrips." Einziger Wermutstropfen seien die Warnungen vor Lawinen und der an vielen Orten ausgelöste Katastrophenalarm gewesen. "Unsere Servicehotline hatte noch nie so viel zu tun", sagt Mikuschek. Gefahr für die Reisenden habe aber nicht bestanden.

Karl-Heinz Dambier bietet in Heppenheim seit 24 Jahren Skiservice und -verleih an und freut sich ebenfalls über großen Zulauf. Um die 1500 Skier hat er bisher geschliffen und repariert und auch der Verleih "ging sehr gut". Für Mario's Skiwerkstatt in Griesheim läuft die Saison ebenfalls gut. Das Wetter in den Alpen sieht Inhaber Mario Penninger aber nicht als Hauptgrund. "Wenn es wenig schneit, fahren die Leute eben auf Kunstschnee", so Penninger. Auch er bietet Service und Verleih an. Für Kunden, die nicht oft fahren, lohnt sich das Leihen. Wahrscheinlich ist das ein Grund, weshalb 2002 weltweit 4,5 Millionen Paar Ski verkauft wurden, 2015 aber nur noch 3 Millionen.