



#VERNETZUG #ALPEN #LIFTBETREIBER #ERFOLG

Harald Pechlaner | Manuel Demetz | Michael Volgger

Handelskammer Bozen, 03. November 2015



## Wintertourismus & alpine Destinationen

**In den entwickelten europäischen Kernmärkten wird der Skitourismus zu einem herausfordernden Geschäft werden. Stagnation bzw. Rückgang der Nutzer, Ökologie, Preissensibilität und Alternativangebote verschärfen den Wettbewerb.**

**Der Wintertourismus war stets Motor der Internationalisierung des Tourismus und diese Rolle wird er auch in Zukunft wahrnehmen müssen. Die Seilbahnunternehmen sind hierfür einer der zentralen Akteure.**



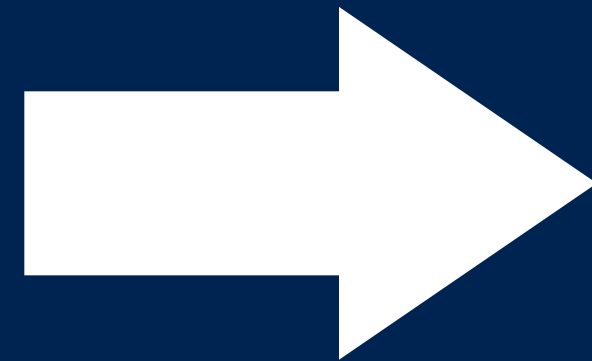
## Sommertourismus & alpine Destinationen

**Der Erholungsraum Berg verliert an allgemeiner Attraktivität („andare in montagna“). Aber als spezifischer Erholungsraum gewinnt er für bestimmte Zielgruppen an Bedeutung (Wandern, Klettern, Mountain Biking, ...). Der Berg erlebt eine Fragmentierung der Attraktivität ... mit der Konsequenz, dass unterschiedliche Zielgruppen ganz bestimmte Anforderungen geltend machen.**



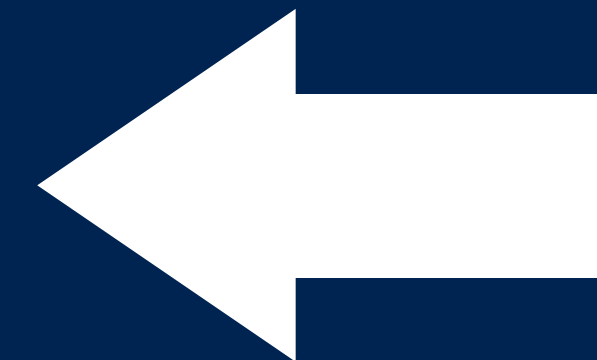
# Strategischer Erfolgsfaktor – der Unterschied, der den Unterschied macht

---



Kundennutzen im Fokus

Kernkompetenz als Hebel



# Erfolgsfaktoren und strategische Implikationen





# Bergkompetenz

Fähigkeit mit dem besonderen Lebensraum Berg umzugehen. Der Versuch einer Arbeitsdefinition...



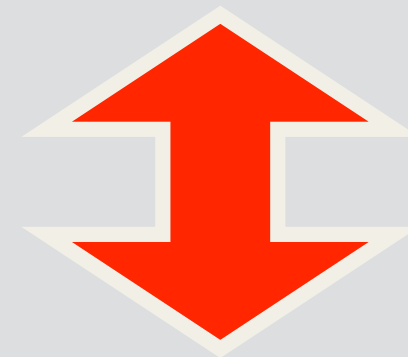
Leben, Wohnen und Arbeiten am Berg

## **Makrothemen der Bergkompetenz**

**Wirtschaften am  
Berg**

**Wohnen und  
Gestalten von  
Landschaft am  
Berg**

**Konsum und  
Freizeit am Berg**



**Werte am Berg**

**Bergkultur  
(Sprache,  
Spiritualität etc.)**



# Alpen, Aufstiegsanlagen und Kundennutzen



# Kundennutzen Winter

---

- Schneesicherheit
- Auswahl an Pisten
- Pistenpräparation
- Image der Destination (ich war in Kitzbühel..)
- kurze Wege im Urlaub (Hotel, Anlagen, Spa, Verleih, etc,)
- Attraktives Alternativprogramm Wintersport
- Attraktives Alternativprogramm in anderen Bereichen
- Preis-/Leistung
- komfortable und sichere Anlagen
- alpine Gastfreundschaft



# Kundennutzen Sommer

---

- Verfügbarkeit der Anlagen (Fahrplan)
- Zugang zur Bergwelt/Blick von oben
- harmonische Einbettung in die Landschaft (being invisible)
- Teil eines ganzheitlichen, übergeordneten Mobilitätsangebotes
- Verfügbarkeit von geeigneten Produktpaketen (Kombinationen)
- Angebot für Mountain Biking (Trails, Park mit Aufstiegsanlagen)



# Kundennutzen Allgemein

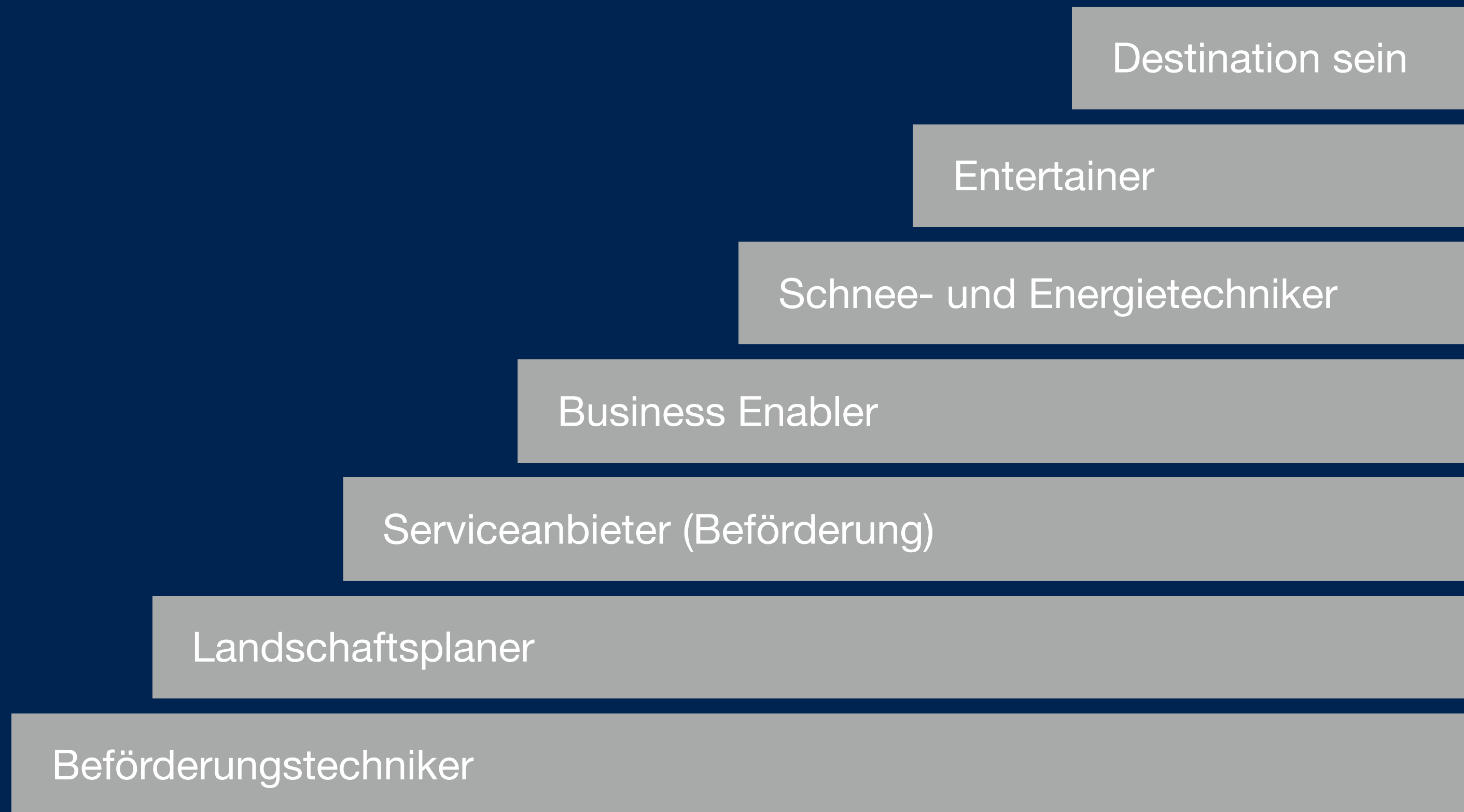
---

- Qualität und Vielfalt der indirekten Serviceangebote (bspw. Hotellerie, Gastronomie)
- Erreichbarkeit der Destination mit eigenem PKW oder anderen Verkehrslösungen (Schiene, Flug)
- benutzerfreundliche und transparente Preisgestaltung und Ticketing
- ökologische Legitimation



# Alpen, Aufstiegsanlagen und Kernkompetenzen





---

## Kernkompetenzen Seilbahnunternehmen



## Szenario Vernetzung – Von der Marktanforderung zur Organisationsentwicklung

Kundennutzen  
**Schneesicherheit**



Weiterentwicklung  
Kernkompetenzen

- **Zusammenarbeit mit Forschung & Industrie**
- **Skaleneffekte Einkauf Technologie**
- **Zusammenarbeit Umweltbehörden und anderen alpinen Organisationen**
- **Betreuung Medien**



## Szenario Vernetzung – Von der Marktanforderung zur Organisationsentwicklung

### Kundennutzen **Kurze Wege im Urlaub**



### Entwicklung Kernkompetenzen

- **Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Nahverkehr**
- **Zusammenarbeit mit Unterkunftsbetrieben**
- **Integrierte Service-Kette (Ticketing, Web-Services, etc.)**
- **Kooperation F&E in den Bereichen Mobilität und ICT**



## Szenario Vernetzung – Von der Marktanforderung zur Organisationsentwicklung

### Kundennutzen **Produktenerweiterung**



### Entwicklung Kernkompetenzen

- **Kooperation mit kulturellen Einrichtungen**
- **Kooperation mit anderen Sportanlagen (Thermen, SPAs, Schwimmbäder, etc.)**
- **Kooperation bei Events bzw. Initiator sein**
- **Integrierte Mobilitätsdienstleistungen (ÖPNV, Car-Sharing, etc.)**



## Szenario Vernetzung – Von der Marktanforderung zur Organisationsentwicklung

### Kundennutzen **Alpine Gastfreundschaft**



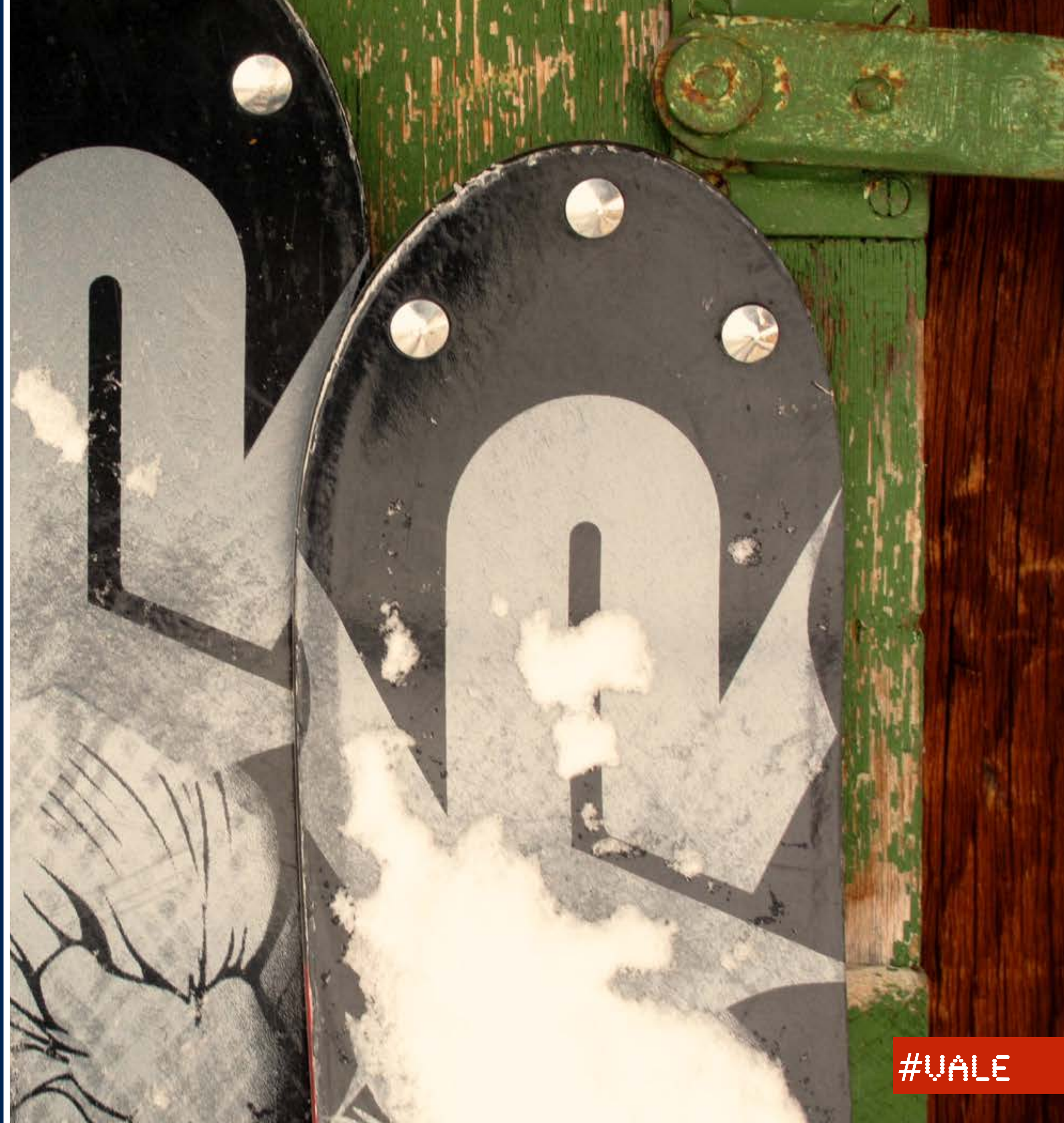
### Entwicklung Kernkompetenzen

- **Förderung des Tourismusbewusstseins**
- **Einheimische aktivieren (vor allem Wintersport)**
- **Zusammenarbeit mit Gastronomie/regionale Produkte**
- **Community-Destination vs. Resort-Destination**



Risiken → Chancen

Wachsende Zielgruppe  
Freeride-Ski?





Risiken → Chancen

Müssen Skilehrer morgen  
chinesisch sprechen?





Risiken → Chancen

Marktpotenzial  
„Neue Minderheiten“?





Risiken → Chancen

Neue  
Wertschöpfungspotenziale  
abseits der Anlagen?





Risiken → Chancen

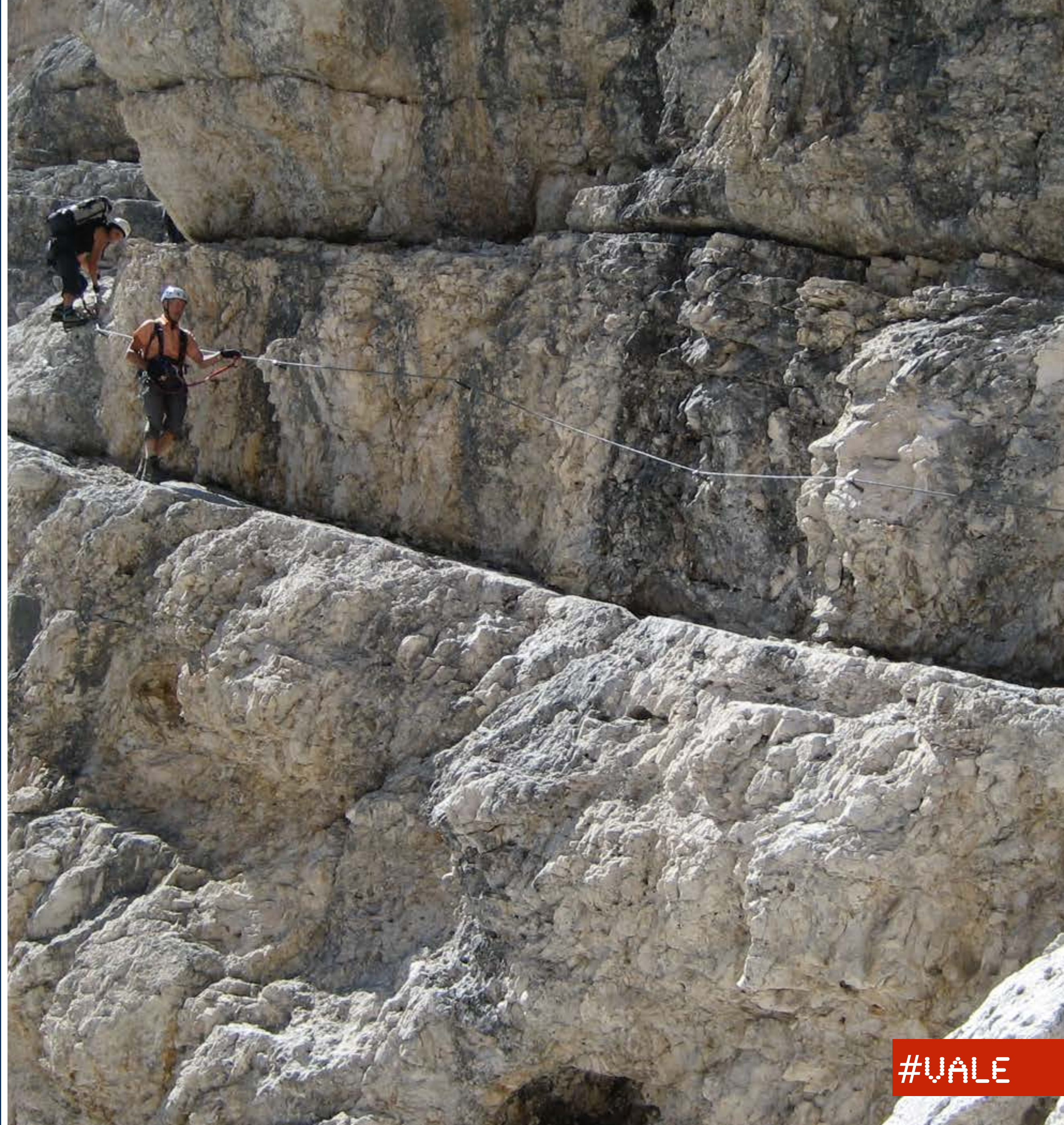
„Sanfter Winter“ ein  
Ersatz für das Kerngeschäft  
Skiurlaub?





Risiken → Chancen

Wertschöpfung von Winter  
Richtung Sommer?





Risiken → Chancen

Vom Service zum Erlebnis?





# Danke

**EURAC research**

Institut für Regionalentwicklung und  
Standortmanagement

Harald Pechlaner | Manuel Demetz | Michael Volgger

[www.eurac.edu](http://www.eurac.edu)

<http://regdev-blog.eurac.edu/>