

# More Thrill – no Skill!

Von Mike Partel

Das 3. Mountain-Management-Symposium musste wegen der USA-Krise leider auf April 2002 verschoben werden. Um wenigstens einige der Inputs für den heurigen Saisonbeginn „zu retten“, veröffentlichen wir als kleines Trostpflaster Auszüge des Einführungsvortrags.

Mehr Spannendes, Sensationelles, Hinreißendes, Begeisterndes, Erregendes mit einem Schuss Nervenkitzel, so könnte man „thrill“ übersetzen. Das ist es, was wir in Zukunft viel stärker noch in unseren Überlegungen für die Weiterentwicklung unserer Produktwelten am Berg berücksichtigen müssen. Parallel dazu: No skill (Technik, Können). Wir im Mutterland der Entwicklung von Skisport und Skiindustrie generell haben aufgrund unserer 120 – 140 Schneetage einen ganz anderen Bezug und Zugang zum Produkt Schnee. Und logischerweise sind auch die Techniken für das Erlernen des Geräts Ski hier in den Alpenregionen entstanden. Denken wir hier nur an Prof. Kruckenhauser oder Prof. Hoppichler – die Aushängeschilder der österreichischen Skilernerntechniken. Unser Hauptaugenmerk richtet sich nach wie vor darauf, unseren Gästen das Skifahren und Snowboarden beizubringen. Natürlich – und das zeigt ja die Entwicklung des Skisports sehr deutlich – kann diese

Form des Zugangs zum Wintersport als erfolgreich bezeichnet werden.

Warum können wir nicht mehr Leute von der Bergwelt faszinieren? Im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung – nehmen wir hier nur die umliegenden wichtigsten Industrieländern als Basis – spielt der Wintersport keine besondere Rolle. Es gibt eben nur Österreich, die Schweiz, Teile von Frankreich und Oberitalien, wo zwischen 20 – 35 % der Bevölkerung den Wintersport aktiv betreiben. In sehr vielen anderen Ländern betragen diese Anteile nicht einmal 5 %!

Was sind die Gründe dafür? Wir bieten viel zu wenige Möglichkeiten, Spaß und Erlebnis mit Schnee außerhalb unserer Bergwelt sichtbar zu machen. Die Ansätze der Events in Großstädten oder die jetzt im Trend liegenden Skihallen, das sind die ersten Versuche hier direkt vor Ort – also in den Großstädten/Ballungsräumen – Skispaß live zu zeigen.

Speziell die Jugendlichen – also unsere möglichen Gäste von morgen – müssen in jungen Jahren für unsere Erlebniswelten begeistert werden. Gelingt dies nicht, so wissen wir aus der Marktforschung, ist der Zug abgefahren.

Also, was müssen wir tun, um in Zukunft diese sehr wichtige Zielgruppe zu gewinnen? Wir müssen den Zugang erleichtern. Einerseits Möglichkeiten bieten, um sich im Vorfeld einstimmen zu können, zu

**MOUNTAIN MANAGER ONLINE**  
[www.seilbahn.net](http://www.seilbahn.net)

testen etc.. Das beginnt wahrscheinlich schon im Kindesalter mit dem ganz einfachen Spielen im und mit Schnee. Vielleicht bald in Kindererlebniswelten, die ganzjährig geöffnet sind?!



Das Snowbiken bereichert das Spaßangebot am Berg ebenfalls.  
Foto: Vail



## Erlebniselwelten für Non-Skiers

Jugendliche reisen in der Regel als Gruppe. Haben wir es geschafft „in“ zu sein, so ist ein weiterer wichtiger Aspekt, für alle diese Jugendlichen etwas am Berg anbieten zu können! Da gibt es sehr viele davon, die eigentlich mit Lernen nichts am Hut haben. Die wollen „Thrill und Kick“ ab der ersten Minute. Also wird es – und die ersten Tests in einigen innovativen Skigebieten zeigen dies – neue Erlebniselwelten/-parks für diese Non-Skier geben (nicht nur für Jugendliche). Ganz neue Herausforderungen kommen da auf uns zu. Denken wir hier nur an den Transport innerhalb solcher „Fun-/Action-Points“.

Also: Bereit fürs Neue! Wenn Sie neue Leute auf ihren Berg bekommen wollen, sind das Themen für die Zukunft. Je früher Sie sich damit beschäftigen, desto wahrscheinlicher zählen Sie zu den Siegern. Traditionell werden hier immer wieder die Amerikaner als Vordenker aufgeführt. Tubing ist ein gutes Beispiel. Vor einigen Jahren noch fast belächelt, heute auch bei uns fast ein Muss. Schauen Sie sich bei uns das fast vergessene Rodeln an. Was hat sich da in den letzten 5 – 6 Jah-

ren getan! Unsere Gäste wollen ein breiteres Angebot an Spaß/Fun, aber ohne Risiko und Gefahr! Und so kommen auch die neuen Trends wie Snowbikes etc. wieder aus den Staaten. Alles Impulse um die Attraktivität des Wintersports zu heben.

## Schnüren Sie attraktive Packages

Schon seit einiger Zeit hat das Wort „Package“ auch bei uns Einzug gehalten. Auch da sind wir gefordert. Ein richtiges Package beinhaltet z. B. 1 Woche Hotel, eventuell Anreise, Skipaß, Skischule, Ausrüstung – also ein All-inclusive-Angebot mit der Garantie, auf alle Fälle viel Spaß zu erleben. Hier bedarf es einer

Die Erlebnisphilosophie „More Thrill - no Skill“ lässt sich bei den neuen Fun-Sportarten gut erkennen.

Foto: Bruckschlägl

noch intensiveren Zusammenarbeit der Leistungsanbieter. Da müssen wir uns als Bergbahn viel stärker engagieren. Nicht nur unser Ticket billiger dazugeben! Aktiv ein tolles Produkt mitgestalten und es erfolgreich vermarkten!

Der Gast kauft keine Einzelprodukte. Er kauft einen Tag Spaß. Oft werden sogar Vergnügungsparks als Vorbilder zitiert. Wir haben zwar mehr zu bieten in unserer „real world“. Aber wir können dennoch sehr viel von der Präsentation, der Organisation und vor allem dem Faktor Spaß/Unterhaltung/„Thrill“ dieser Parks lernen. In einem solchen Park werde ich bedient. Ich brauche da keine Vorkenntnisse, weder eigene Geräte noch besondere Bekleidung etc.. Ich muss nur hingehen und konsumieren.

## Walk in your customers shoes

Jetzt haben wir ganz sicher am Berg eine andere Situation. Um sie zu erkennen, sollten wir der Aufforderung „Walk in your customers shoes“ folgen. Übersetzt: Wandere in den Schuhen deiner Gäste! Wenn wir dies verstärkt berücksichtigen, also die Gästebedürfnisse kennen und sie optimal erfüllen, dann wird es auch gelingen, künftig mehr Gäste für unsere Berge zu begeistern.

Unsere Qualität am Berg – und das sehen wir aus dem Mountain-

Quality-Check sehr deutlich – hat sich die letzten Jahre „step by step“ verbessert. Die Bereiche Fun und Action nehmen an Bedeutung zu. Also ist dies eine der nächsten Aufgaben, die wir zu meistern haben. Die permanente Weiterentwicklung des Berges ist wohl die Zauberformel.

mp



Die Kindererlebniselwelt Igloo lässt die Kleinen den Schnee spielerisch erleben.