

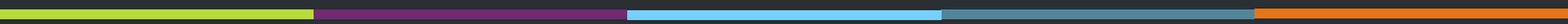


AREA 47
THE ULTIMATE OUTDOOR
PLAYGROUND **ÖTZ** **SÖLDEN** TIROL

SPORT, SPASS & ADRENALIN ALS TOURISTENATTRAKTION
CEO Christian Schnöller



AGENDA

1. VORSTELLUNG AREA 47, ENTSTEHUNG & INNOVATIONSENTWICKLUNG
 2. OUTDOOR & ACTION SPORT ALS AUSSERGEWÖHNLICHE KONSUMERLEBNISSE
 3. ZAHLEN & ENTWICKLUNGEN
 4. ONLINE & SOCIAL MEDIA MARKETING
- 

1. VORSTELLUNG AREA 47, ENTSTEHUNG & INNOVATIONSENTWICKLUNG

- Größter Outdoor Park Europas
- 9,5 Hektar großes Areal

„Wir sind Europas trendigste, verrückteste und sportlichste Spielwiese für Besucher jeder Altersklasse!“

Hansi Neuner (Gründervater der AREA 47)

- „Action – und Trendsportarten“ in sicherem Ambiente probieren
- Weltweit einzigartiges Konzept & Angebot
- 35 Outdoor & Sommer Trendsportarten
- Verschiedene Bereiche / AREAs → Synergieeffekt

1. VORSTELLUNG AREA 47, ENTSTEHUNG & INNOVATIONSENTWICKLUNG

- Anfang 80er Jahre: erste kommerziellen Raftingtouren am Inn
- **1988** Jahre – Gründung Bruno Pezzey Outdoor Camp & Crazy Eddy Gastronomie
- Nachfrage nach Action & zusätzlichem Outdoor Programm nach den Touren
- Idee eines Playgrounds für Adrenalinhungrige & sportliche Erwachsene
→ Alternativer Sommertourismus (Trendsportarten)
- **2009**: Baubeginn | Mai **2010**: Eröffnung
- **2012**: Erweiterung Unterkünfte DZ = Schlüssel zum Erfolg



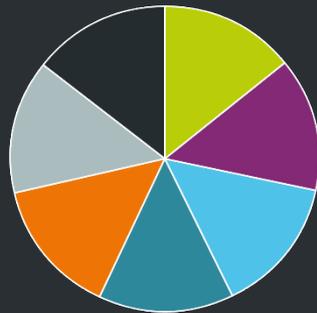
1. VORSTELLUNG AREA 47, ENTSTEHUNG & INNOVATIONSENTWICKLUNG

- Nach **2012** ständige Veränderungen & Ausweitungen Angebot
- Eventhalle Umstrukturierung → Offroad Halle
- Wakeboard Anlagen (Start Little Bro 2013 | 2016 neuer See & Wakeboardanlage)
- Seit **2016** Camps neu im Angebot
- Ausweitung Angebot im Bike Bereich – AREA 47 Bike Academy



1. VORSTELLUNG AREA 47, ENTSTEHUNG & INNOVATIONSENTWICKLUNG

- Verschiedene Bereiche / AREAs → Synergieeffekt



- Outdoor
- Climbing
- Water AREA
- Wake AREA
- Offroad
- Living
- Gastronomie | Events



Outdoor

- Rafting (Einsteiger- und Fortgeschrittenentour)
- Canyoning (Einsteiger und Fortgeschrittentour)
- Caving



Climbing

- Hochseilgarten (in 27 Metern Höhe unter der Brücke)
- Flying Fox (400 Meter Flug über das Gelände)
- Mega Swing (Sprung aus 27 Metern – 5-8m freier Fall inklusive)
- 27m hohe Sportkletterwand
- Boulder - Cave



Water AREA

- 20.000 m² Wasserpark
- Badesee mit zahlreichen Attraktionen
- Rutschenturm, Blob, Canonball, Deepwatersoling Boulder Wand, Anfängerwakeboardanlage, Slip'N'Slide uvm.



Wake AREA

- Großprojekt 2016
- Erste Wakeboardanlage Westösterreichs
- 420 Meter Liftlänge | Seegröße 2 Hektar
- 6 Mitnehmer | 5 Obstacles
- Wake Cafe



Freeride

- Offroad Halle - Elektro Motocross Touren
- MTB-, Freeride- und E-Bike Touren



Living & Gastronomie

- 2 Restaurants & 1 Cafe
Lakeside Restaurant, River Haus Bar&Grill und Wake Cafe
- 3 Unterkunftsarten: Doppelzimmer, Tipis und Lodges
(insgesamt 400 Betten)



3. OUTDOOR & ACTION SPORT ALS AUSSERGEWÖHNLICHE KONSUMERLEBNISSE

- AKE (aussergewöhnliche Konsumerlebnisse) = ungewöhnliche, nicht alltägliche Erlebnisse, die eine hohe Emotionalität & Intensität mit sich tragen und persönliche Interaktion voraussetzen *(Tumbat & Belk 2011)*
- Aktivitäten wie River Rafting bringen Merkmale von AKE mit sich *(Rebecca Scott et. all, 2017)*
- Emotionen von AKE basieren auf Beziehung Kunde & Dienstleister *(Arnold and Price 1993)*
- Keine andere Serviceindustrie hat so viel Potential, starke Emotionen und Reaktionen von Seiten des Kunden hervorzurufen wie der Tourismusbereich *(Otto & Bret Ritchie 1996)*

OUTDOOR & ACTION SPORT ALS AUSSERGEWÖHNLICHE KONSUMERLEBNISSE

Warum besteht die Nachfrage nach außergewöhnlichen Konsumerlebnissen wie Outdoor & Action Aktivitäten?

- Adrenalin & körperliche Herausforderungen fehlen in industrialisierten Zivilisation
- AKE Ventil um Monotonie des alltäglichen Lebens & Verpflichtungen zu entfliehen
- Aktivitäten wie River Rafting helfen Langeweile & Routine zu durchbrechen

(Rebecca Scott et. all, 2017)



OUTDOOR & ACTION SPORT ALS AUSSERGEWÖHNLICHE KONSUMERLEBNISSE

- Studien zeigen, dass AKE die in der Natur stattfinden → Regeneration mit sich bringen
- Neue Körperliche Herausforderungen & Bewegung *(Rebecca Scott et. al, 2017)*
- Konzept der AREA 47 knüpft an diesen Bedürfnissen (Komfort Zone verlassen, Ausbruch aus dem Alltag, „wieder einen Tag Kind sein“, etc.) an
- Wichtige Faktoren: Sicherheit, Ausrüstung, Vertrauen der Kunden & Lage



OUTDOOR & ACTION SPORT ALS AUSSERGEWÖHNLICHE KONSUMERLEBNISSE

- **Sensationslust / Risikobereitschaft** => Sensation Seeking, Emotion Regulation and Agency Scale (Barlow et al. 2013) | (n=392)





4. ZAHLEN & ENTWICKLUNGEN

Nächtigungszahlen

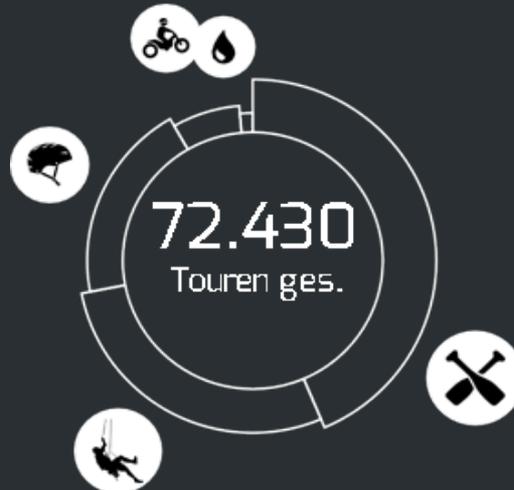


Zusätzlich
ca. 25.000 Nchtigungen
in der Umgebung



Nchtigungen im Vergleich zum Jahr 2010

+ 272 %



Tourenbuchungen im Vergleich zum Jahr 2010

+ 312 %



5. ONLINE & SOCIAL MEDIA MARKETING

- Website (Relaunch 2016)
3.056.738 page visits (27.04. – 30.09.2018)

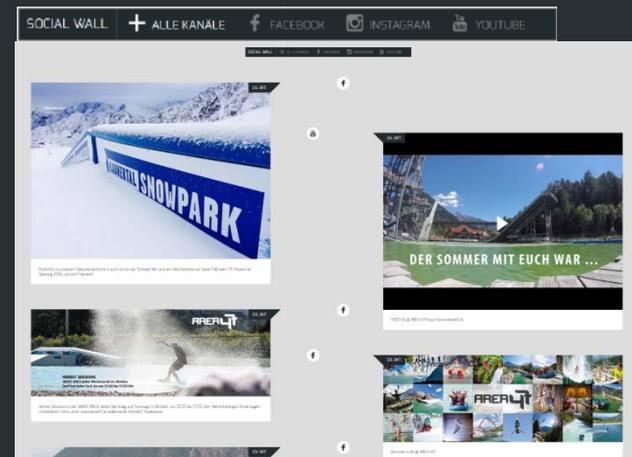
- Online Kampagnen

- Social Media

 44.600 Follower

 28.000 Follower

 8 Mio Views

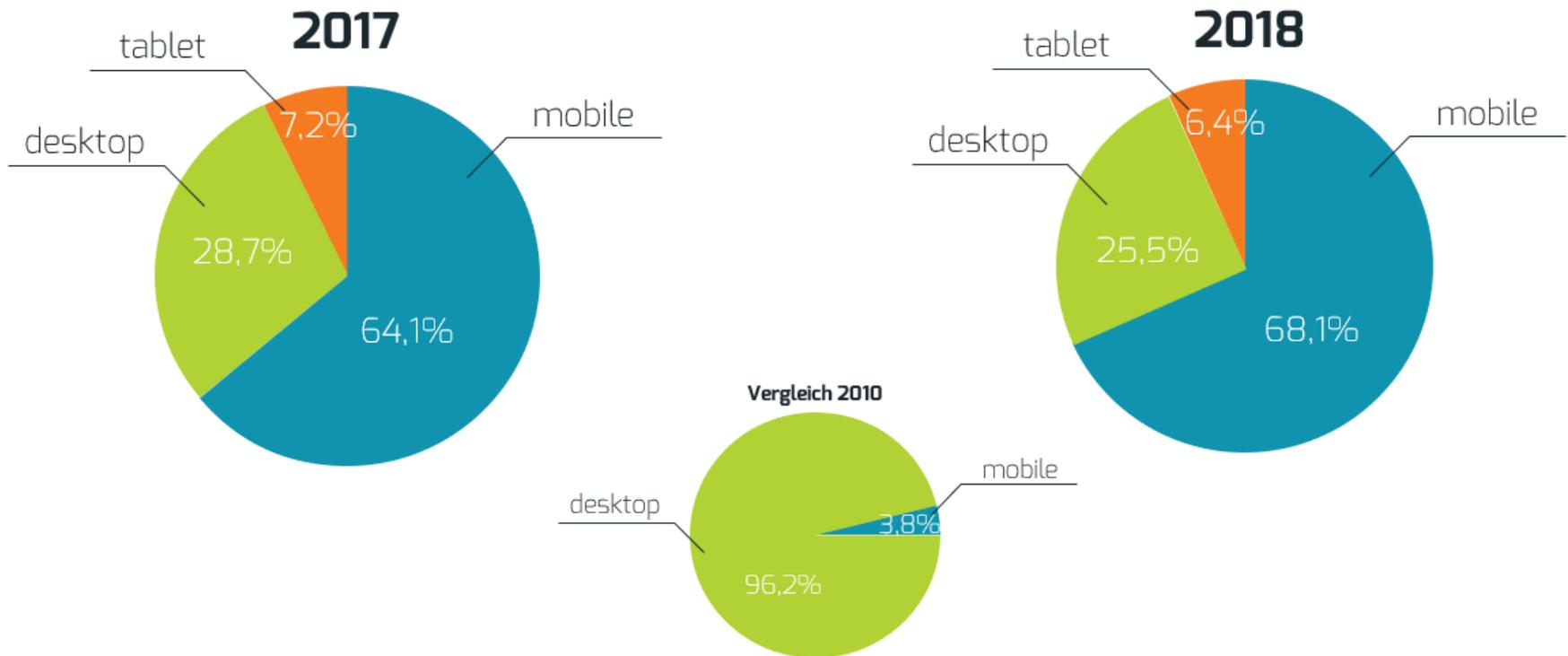


Social Wall auf der Webseite

- Fokus: User Generated Content

Website

Die mobilen Zugriffe auf die Homepage sind im Vergleich zu 2017 gestiegen. Die Anzahl der Desktop sowie Tablet-Zugriffe nehmen weiterhin ab.





DANKE & Film ab 😊

<https://www.facebook.com/AREA47/videos/2249767501753562/>

FOLLOW US ON

