



*innovations
manufaktur.*

KEINE ANGST VOR TAUWETTER!

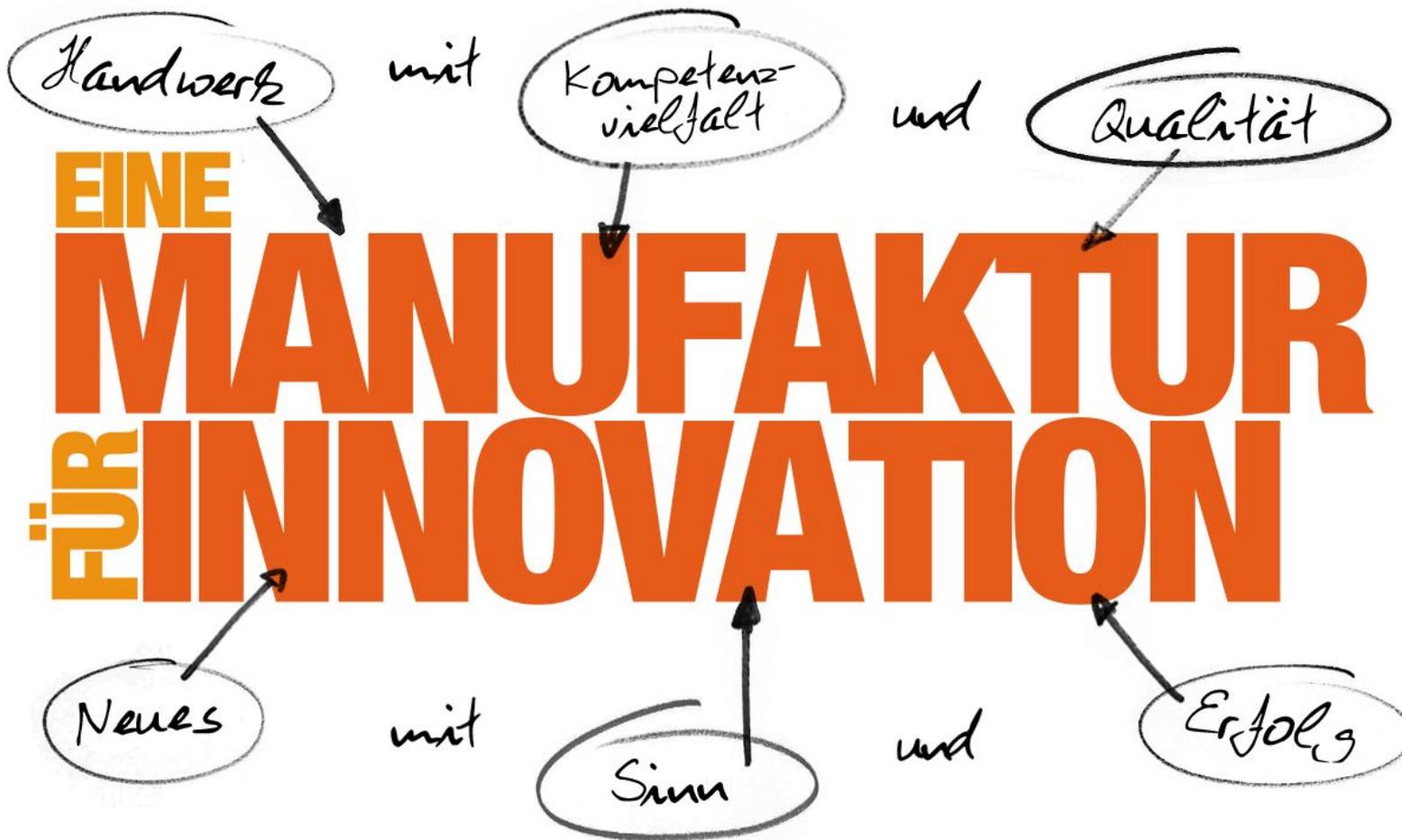
DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS IN SÜDTIROL

INGO P. VALTINGOIER
INNOVATIONSMANUFAKTUR GMBH

12. NOVEMBER 2012



- 1 PROFIL
- 2 ZUKUNFT VORAUSDENKEN
- 3 DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS
- 4 INNOVATIONSPOTENZIALE & PERSPEKTIVEN





PROFIL TEAM

dynamisch

interdisziplinär



heterogen

kreativ



ZUKUNFT VORAUSDENKEN

KONZEPTE ENTWICKELN

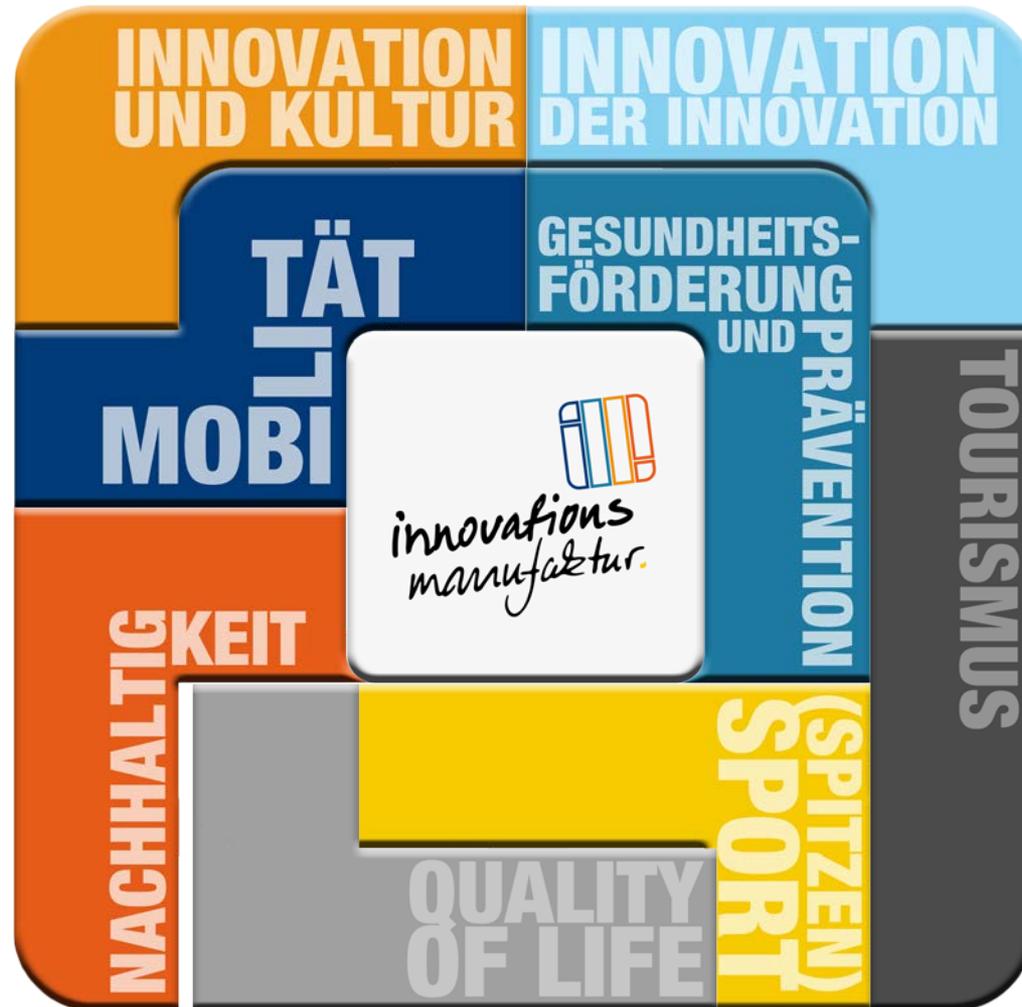
INNOVATIONEN REALISIEREN

STRUKTUREN GESTALTEN



PROFIL

THEMEN





ZUKUNFT VORAUSDENKEN

WARUM EIGENTLICH?

- Richtung und Orientierung geben
- Zukunft aktiv gestalten statt reagieren
- Sinn und Nutzen stiften
- Risiken minimieren
- Effizienz der Innovationsaktivitäten insgesamt erhöhen

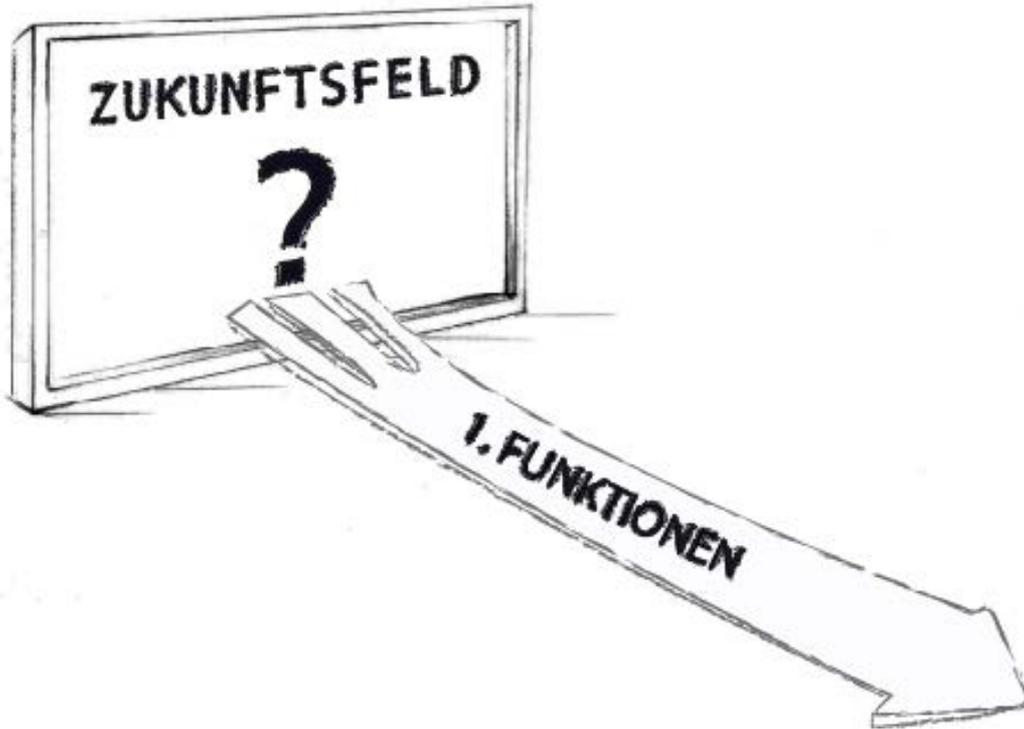


- JA!
- mit der geeigneten Methodik
- Zukunftsvisionen als Systemgrafik
- wir experimentieren mit weiteren Darstellungsmöglichkeiten

2.

ZUKUNFT VORAUSDENKEN WIE SOLL DAS FUNKTIONIEREN?





Naturerleben

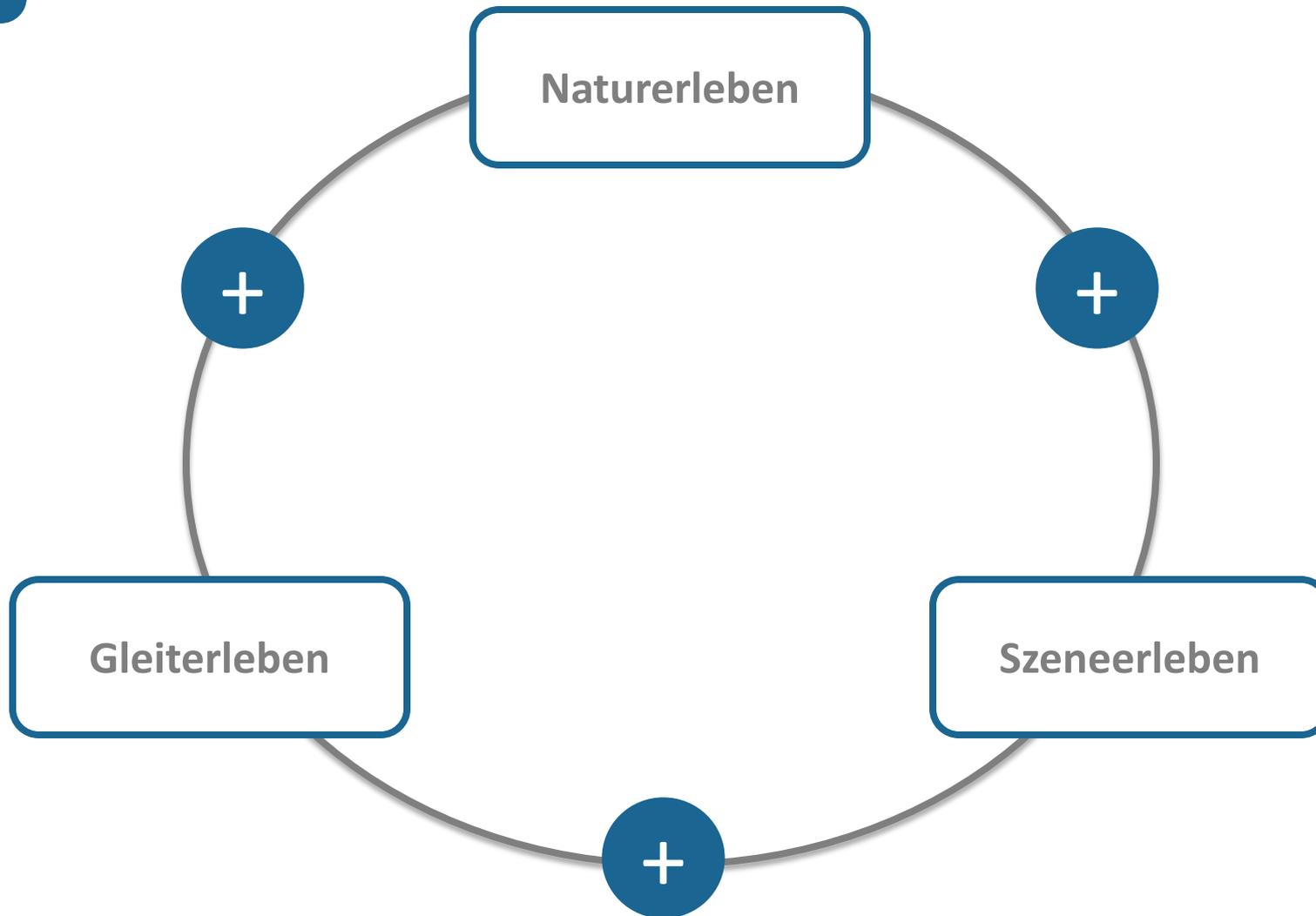
Gleiterleben

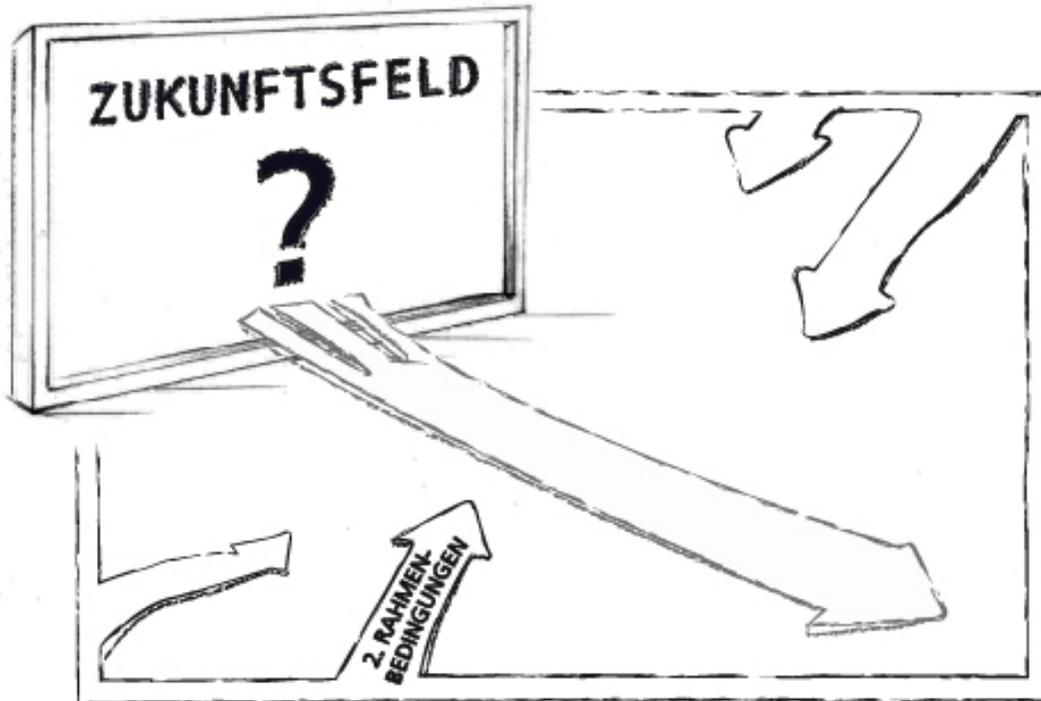
Szeneerleben



ZUKUNFT VORAUSDENKEN

WINTERSPORT IST...





Digitalisierung

Wertewandel

Ressourcenknappheit

Gesetzliche Rahmenbedingungen

Temperaturerhöhung

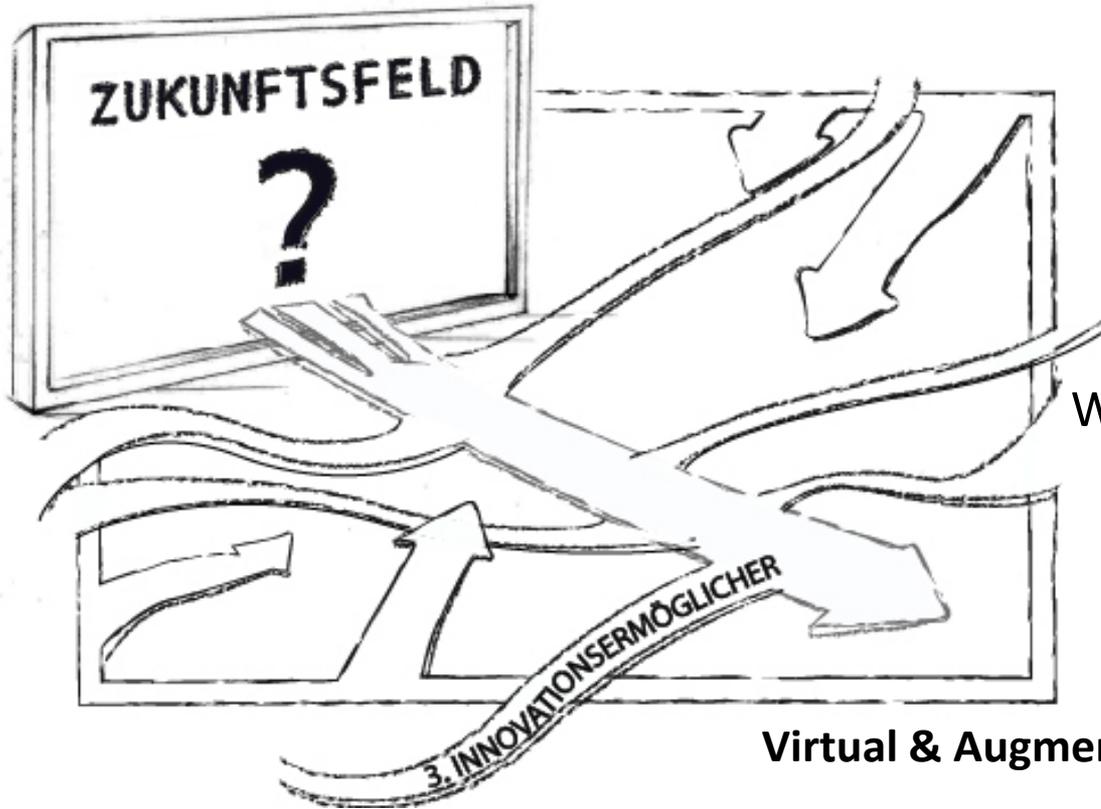
Urbanisierung

Sport-Zapping

Demografischer Wandel

Individuelle finanzielle Möglichkeiten

Bedeutung der Frauen



Vernetzung

Nutzen statt Besitzen

Ressourcenschonung

Wearable Technologies

Intermodalität

Beschneigungstechnologie

Communities

Virtual & Augmented Reality

Neue Sportarten

Social Networks

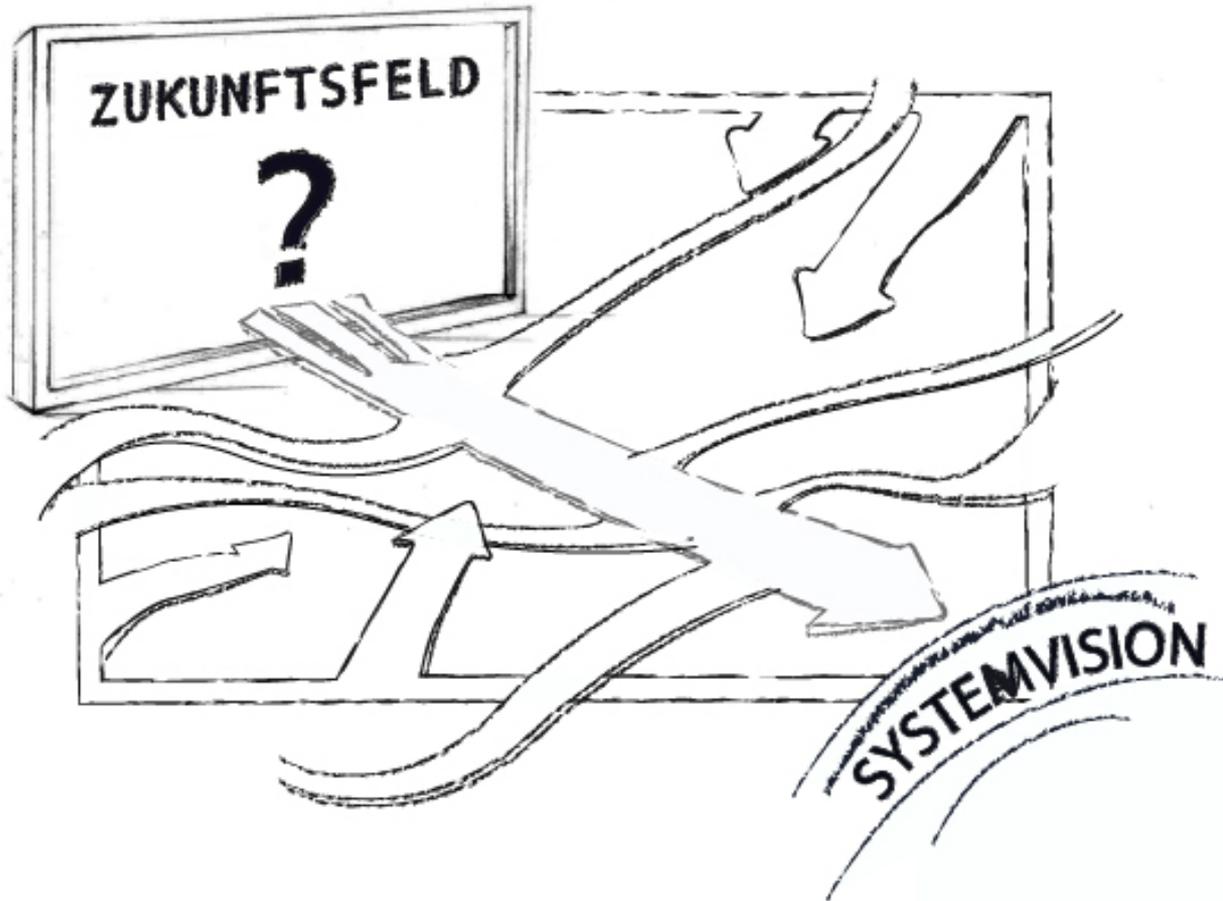
Künstliche Gleitflächen

Neue Zielgruppen

2.

ZUKUNFT VORAUSDENKEN

FORMULIERUNG UND VISUALISIERUNG DER SYSTEMVISION



DIE ZUKUNFT DES SKIFAHRENS - EINE HOLISTISCHE VISION

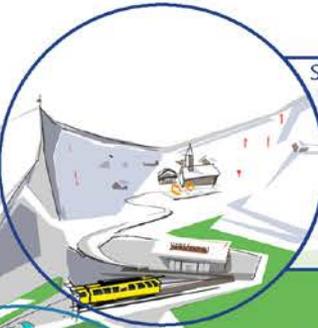
Neue Skigebiete

- Russland
- China & Mongolei
- Osteuropa
- ...



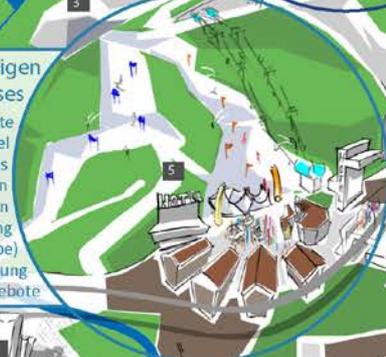
Skifahren als ein Naturerlebnis

- Hochalpine Regionen
- Isolierte und geschützte Gebiete
- Minimalistische und öko-effiziente Infrastrukturen ("low impact or no impact")
- Produkte ausgelegt auf Funktion, Sicherheit, Haltbarkeit & Navigation/Kommunikation
- Wenige, begeisterte Natursportler



Skifahren als Teil eines ganzjährigen Bergerlebnisses

- Bestehende Skigebiete
- Gute Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel
- Geeignet für Massentourismus
- Energieoptimierte Infrastrukturen
- Sport- und Unterhaltungszentren
- Künstliche Beschneieung
- Höchst differenzierte Produkte (Preis, Zielgruppe)
- Orientierung an Spaß, Bewegung, Erholung
- Neuartige Sommer-Angebote



Skifahren als ein virtuelles Erlebnis

- Virtuelle Bergwelten in Städten
- Ski-Simulatoren
- Virtual Skiing Communities
- Lern- und Trainingszwecke
- Radikal neue Produkte und Dienstleistungen
- Neue Zielgruppen und -märkte



Skifahren als ein Stadterlebnis

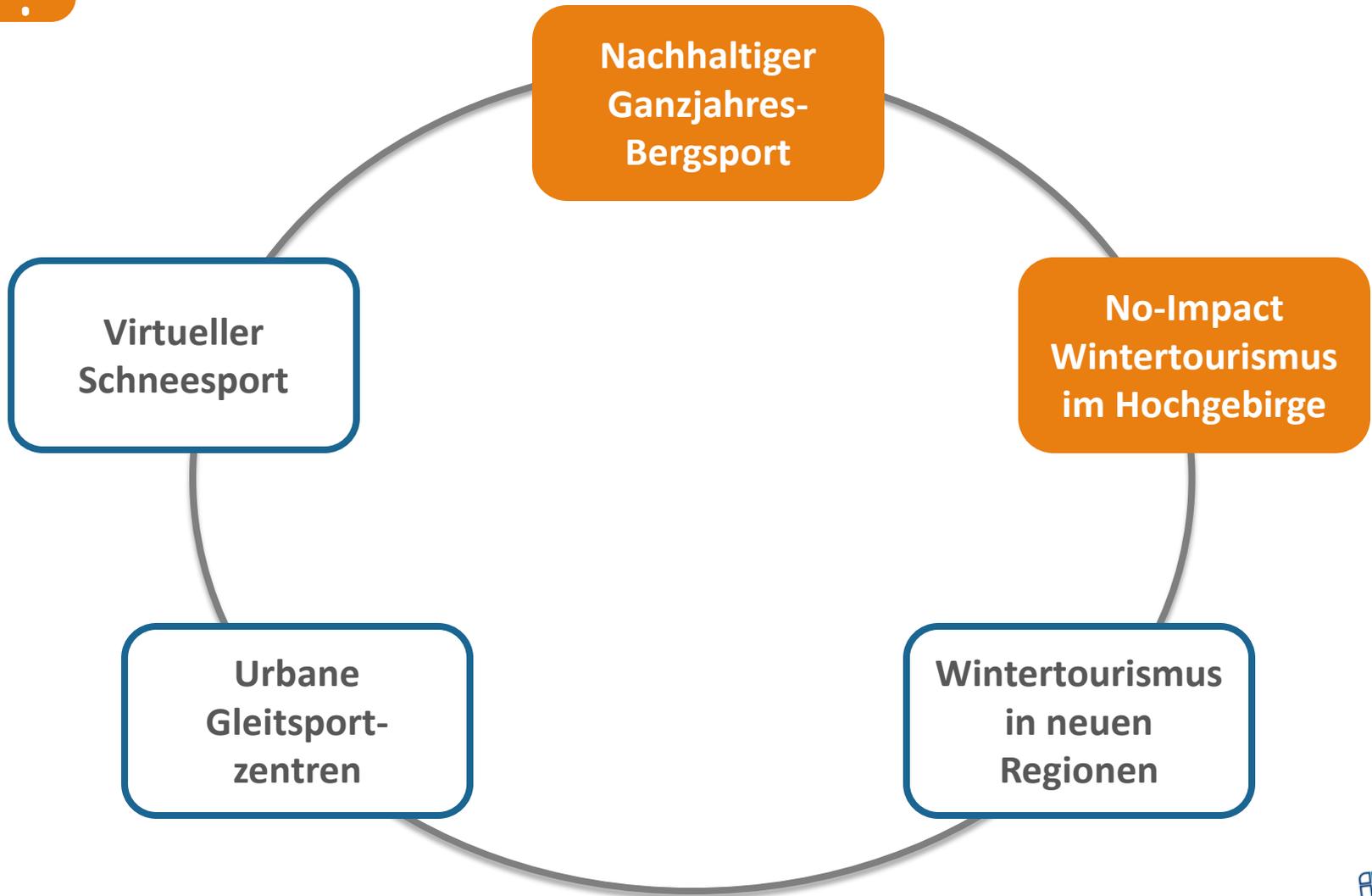
- Leicht zugänglich
- Unabhängig von Tages- und Jahreszeit
- Multifunktionale Gleit-Arenen (Funpark, Alpin, Nordisch...)
- Künstliche Untergründe
- Großes Angebot an Leih-Ausrüstung
- Kombination mit anderen Sportarten und Angeboten (Wellness, Gastronomie, Konzerte...)
- Neue Zielgruppen



- 1 "6,7 Milliarden Menschen leben heute auf der Erde. Im Jahr 2050 werden es voraussichtlich 9,2 Milliarden sein. 4,9 Milliarden Menschen werden 2030 in Stadtgebieten leben." (UNO, State of the world population, 2007)
- 2 "Ein Drittel der CO2-Emissionen in den Alpen sind auf Touristen-Ausflüge mit dem Auto zurück zu führen." (IPHA, Alpamedia 2005)
- 3 "In Regionen, in denen die Untergrenze der natürlichen Schneesicherheit derzeit bei 1050m liegt, wird sie bei der Erwärmung um 1°C, 2°C und 4°C auf 1200m, 1350m bzw. 1650m steigen." (OECD 2007, Klimawandel in den Alpen)
- 4 "Der Skisport fasziniert weltweit viele Millionen Menschen; seine Vorzüge liegen in seinem hohen Freizeitwert. Er vermittelt eine Fülle von Bewegungsabläufen, die der Einzelne mit einfachen Mitteln bewältigen kann." (Mahnauer Manfred, FIS 1994)
- 5 "Der Tourismus bringt einen jährlichen Umsatz von nahezu 50 Milliarden Euro in den Alpen und schafft 10-12% der dortigen Arbeitsplätze." (European Environment Agency, 2005)

3.

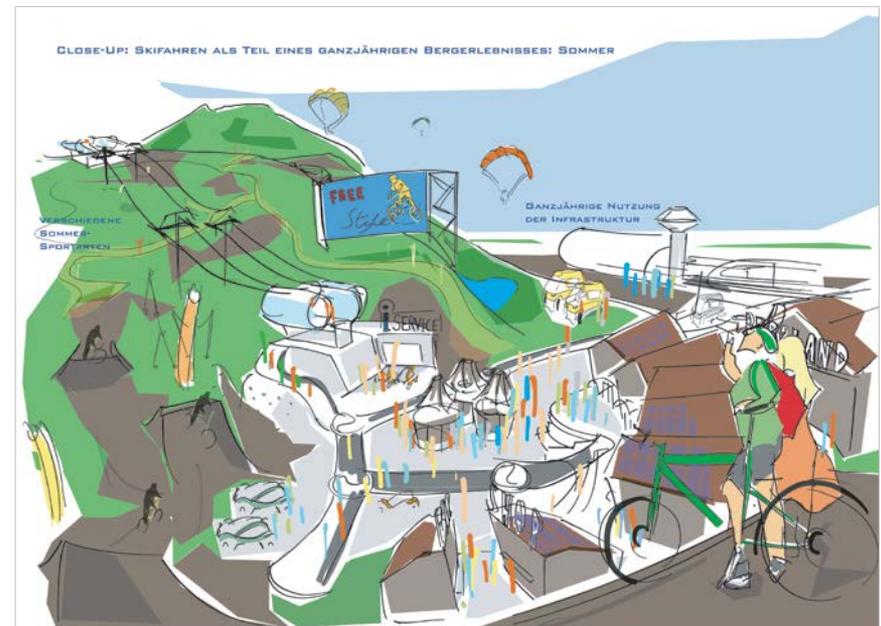
DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS SZENARIEN



3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS SZENARIO 1: NACHHALTIGER GANZJAHRES-BERGSPORT

GLEITERLEBEN + NATURERLEBEN + SZENEERLEBEN



3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 1: NACHHALTIGER GANZJAHRES-BERGSPO

ZENTRALE VISIONSBAUSTEINE UND MERKMALE

- Bestehende Skigebiete
- Gute Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel
- Geeignet für Massentourismus
- Energieoptimierte Infrastrukturen
- Sport- und Unterhaltungszentren
- Künstliche Beschneigung
- Höchst differenzierte Produkte (Preis, Zielgruppe)
- Orientierung an Spaß, Bewegung, Erholung
- Neuartige Angebote für den Sommer und die Übergangszeit

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 1: NACHHALTIGER GANZJAHRES-BERGSPOURT

HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

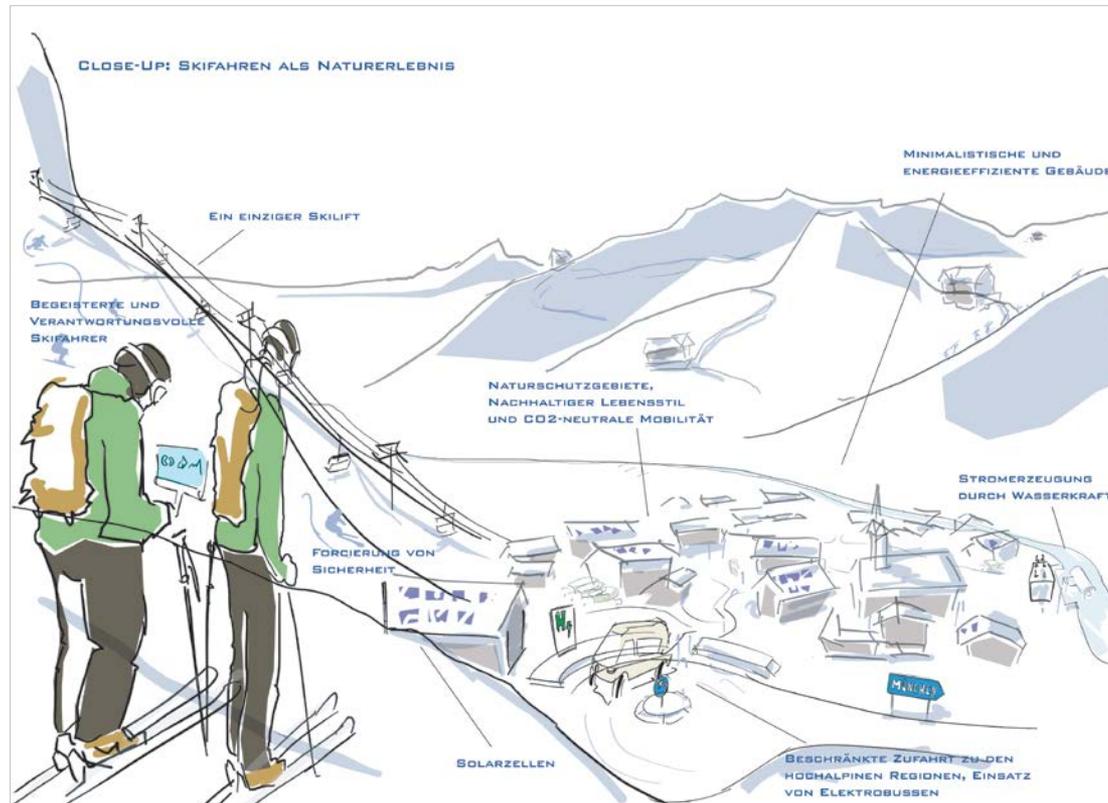
- Neue Positionierung und Marketing
- Differenzierung und lokaler Flair
- Spaß im Freien in der „Matschzeit“
- Neue Materialien auch in Bau und Infrastruktur
- Energieeffizienz

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 2: NO-IMPACT WINTERTOURISMUS IM HOCHGEBIRGE

GLEITERLEBEN + NATURERLEBEN + SZENEERLEBEN



3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 2: NO-IMPACT WINTERTOURISMUS IM HOCHGEBIRGE

ZENTRALE VISIONSBAUSTEINE UND MERKMALE

- Hochalpine Regionen
- Isolierte und geschützte Gebiete
- Minimalistische und öko-effiziente Infrastrukturen (“low impact or no impact”)
- Wenige, begeisterte Natursportler
- Produkte ausgelegt auf Funktion, Sicherheit, Haltbarkeit & Navigation/Kommunikation

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 2: NO-IMPACT WINTERTOURISMUS IM HOCHGEBIRGE

HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

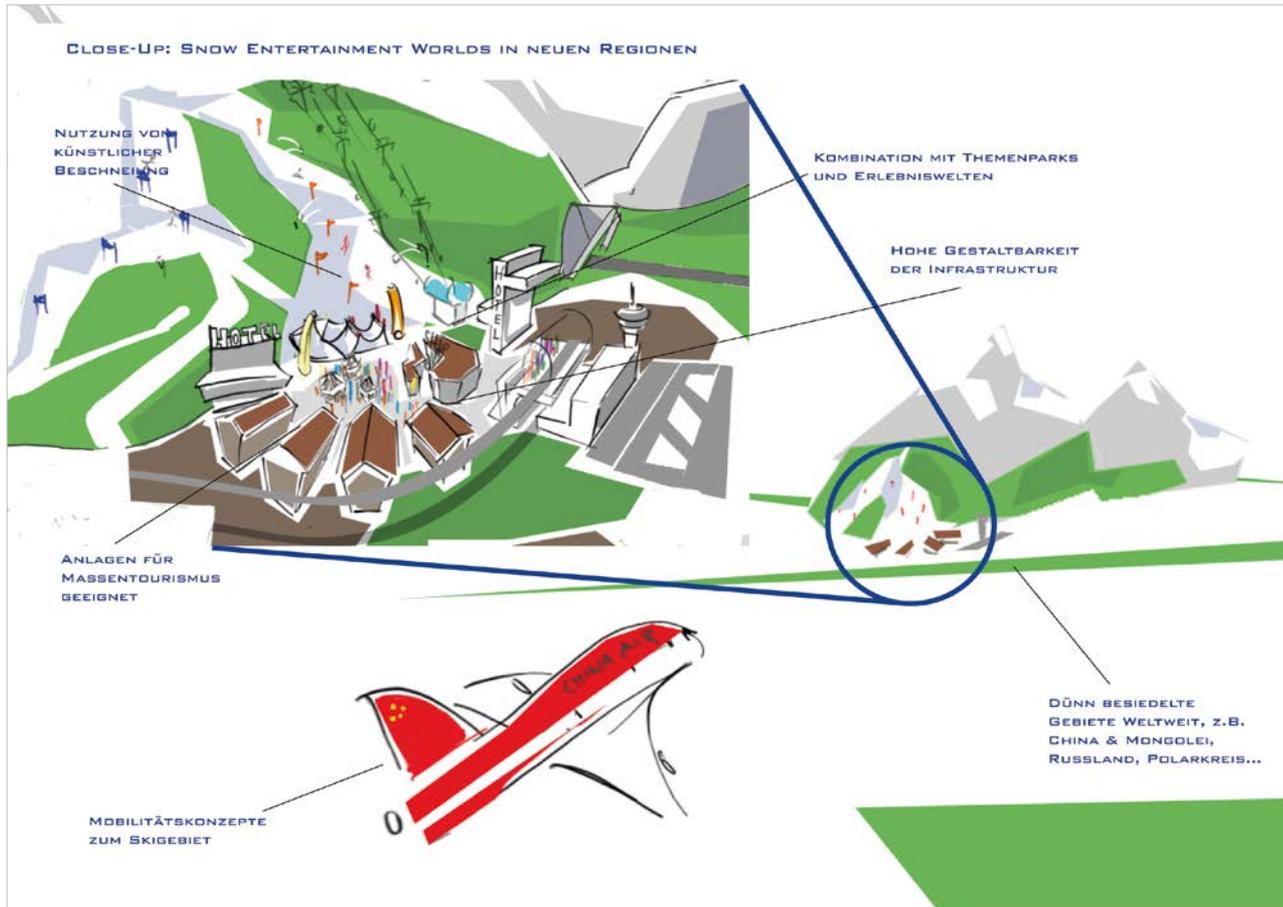
- Nachhaltige Mobilität zum Zielort
- Natur pur attraktiv machen
- Aufstiegsunterstützung
- Mikrounterkünfte
- Lawinensicherheit
- Energy Harvesting
- Orientierung

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 3: WINTERTOURISMUS IN NEUEN REGIONEN

GLEITERLEBEN + NATURERLEBEN + SZENEERLEBEN



ZENTRALE VISIONSBAUSTEINE UND MERKMALE

- Ansiedlung von Skigebieten in dünn besiedelten Regionen weltweit, insbesondere auch in polaren und subpolaren Gebieten
- Vorhandensein von Naturschnee bzw. günstiger Voraussetzungen für künstliche Beschneigung (Kälte, Wasser, Möglichkeiten zur natürlichen Energiegewinnung)
- Hohe Gestaltbarkeit der Infrastruktur
- Kombination mit Themenparks und Erlebniswelten
- Klimaneutraler, autarker Betrieb
- Transfer von Südtiroler Know-how für Konzeption und Umsetzung

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 3: WINTERTOURISMUS IN NEUEN REGIONEN

HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

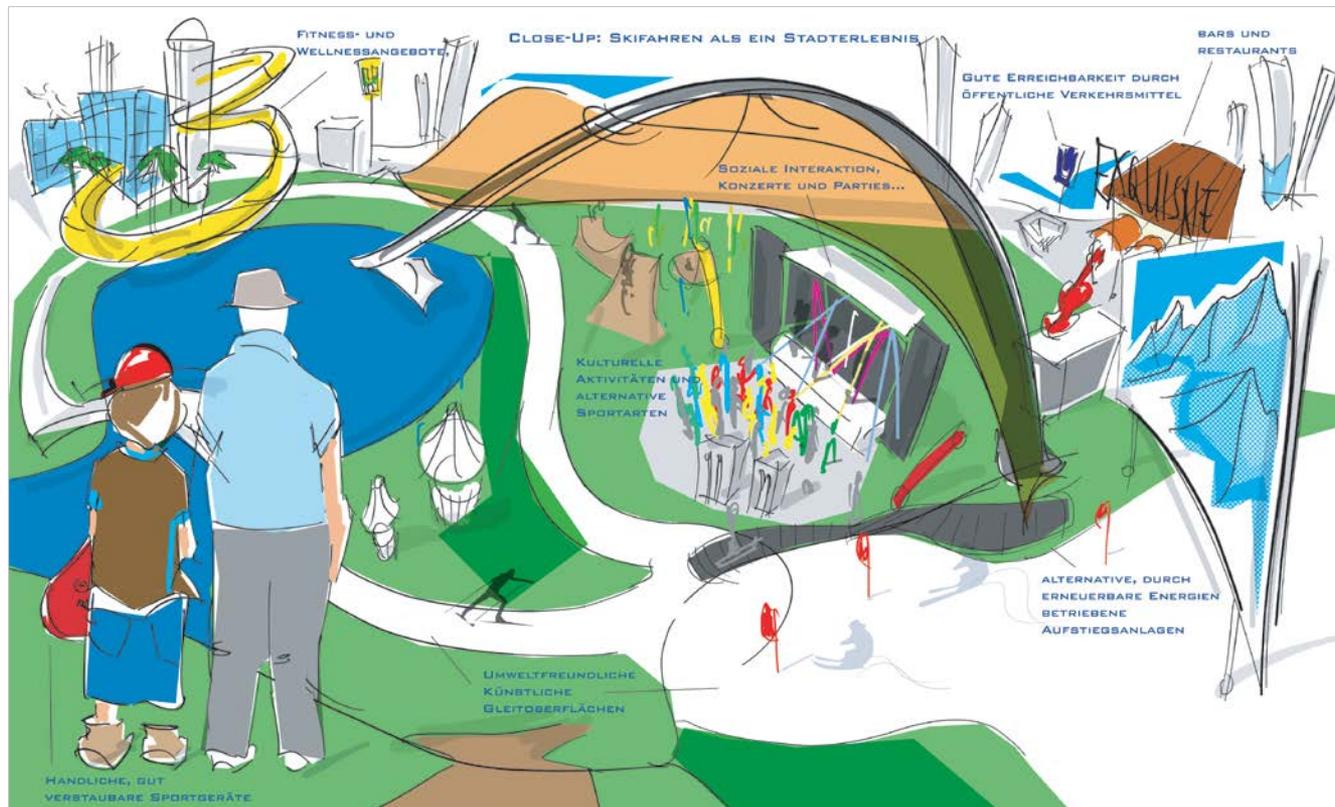
- Schlüsselfertige Erlebnisorte
- Konzeption und Umsetzung von Themenparks
- Kooperation mit lokalen Akteuren
- Nachhaltige Mobilität zum Zielort
- Objektive und subjektive Sicherheit

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 4: URBANE GLEITSPORTZENTREN

GLEITERLEBEN + NATURERLEBEN + SZENEERLEBEN



3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 4: URBANE GLEITSPORTZENTREN

ZENTRALE VISIONSBAUSTEINE UND MERKMALE

- Leicht zugänglich
- Unabhängig von Tages- und Jahreszeit
- Multifunktionale Gleit-Arenen (Funpark, Alpin, Nordisch...)
- Künstliche Untergründe
- Großes Angebot an Leih-Ausrüstung
- Kombination mit anderen Sportarten und Angeboten (Wellness, Gastronomie, Konzerte...)
- Neue Zielgruppen

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 4: URBANE GLEITSPORTZENTREN

HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

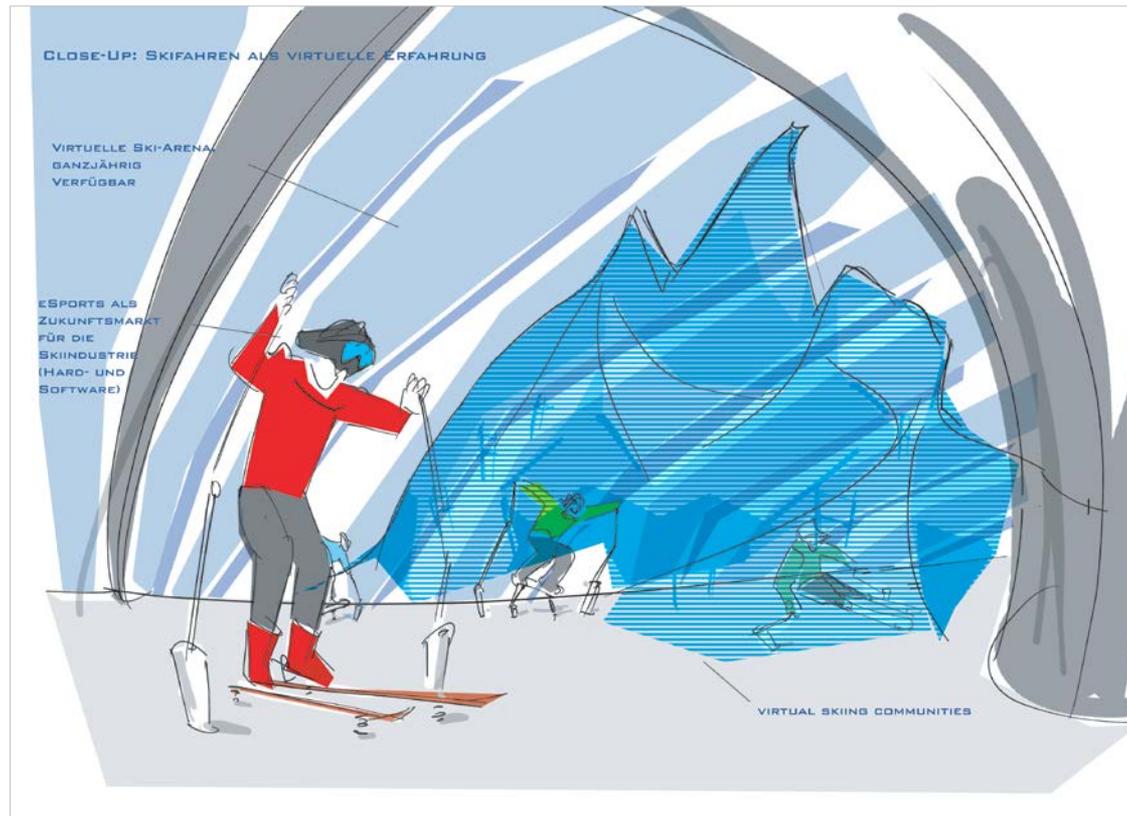
- Natur ohne Natur?
- Zielgruppe: Metropolregionen im „Sonnengürtel“
- Verknüpfung mit Destinationsmarketing in Südtirol
- Entwicklung neuer Formate
- Erlebniswelten

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 5: VIRTUELLER SCHNEESPORT

GLEITERLEBEN + NATURERLEBEN + SZENEERLEBEN



3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 5: VIRTUELLER SCHNEESPORT

ZENTRALE VISIONSBAUSTEINE UND MERKMALE

- Virtuelle Bergwelten in Städten & bei Veranstaltungen
- Ski-Simulatoren
- Virtual Skiing Communities
- Lern- und Trainingszwecke
- Radikal neue Produkte und Dienstleistungen
- Neue Zielgruppen und -märkte

3.

DIE ZUKUNFT DES WINTERTOURISMUS

SZENARIO 5: VIRTUELLER SCHNEESPORT

HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

- Integration in Destinationsmarketing
- Entwicklung und Umsetzung Pilotanwendungen
- Kombination mit Training und naturnahen Simulationen
- Kreation von Erlebniswelten

ZUSÄTZLICHE INNOVATIONSPOTENZIALE

- Kultur und Natur erleben in Südtirol
- Gesundheit und Wohlfühlen in/durch Schnee und Eis
- Schnee als Bestandteil von Lebens- und Genussmitteln
- Neue Bewegungsformen am Hang
- Transfer des Wissens über Schnee in die Entwicklung synthetischer Gleitflächen
- Wearable Technologies für Sicherheit, Komfort und Entertainment im Schnee
- Innovationen für Bergmobilität
- ...

Standorte: Der Winter- bzw. Schneesport wird sowohl an bestehenden – eventuell in abgewandelter Form – als auch an verschiedenen neuen Orten stattfinden.

Infrastrukturen: Wintertourismus wird mit weiteren Sport- und Freizeitaktivitäten kombiniert werden. Neuartige Untergründe werden sich für die Ausübung von Gleitsport durchsetzen

Dienstleistungen: Neue Standorte, Produkte und Angewohnheiten im Wintertourismus eröffnen zahlreiche Möglichkeiten für neue Dienstleistungen.

4

INNOVATIONSPOTENZIALE UND PERSPEKTIVEN SCHLUSSFOLGERUNGEN - II

Produkte: Die Ausrüstung wird für den Leihbetrieb und den Einsatz auf künstlichen Oberflächen optimiert werden müssen; neue Produkte werden für den Einsatz in neuen Umgebungen angepasst werden, umweltverträgliche Produkte werden nachgefragt werden, die Integration von virtuellen Erlebnissen wird nötig sein.

Geschäftsmodelle: Neue Akteure werden die aktuelle Struktur des Wintertourismus verändern – Skihallen werden an Popularität gewinnen, die Unterhaltungsindustrie wird sich im Feld der urbanen und virtuellen Szene positionieren, starke Tourismusregionen weltweit werden authentische Erfahrungen und neue Angebote entwickeln.

4

INNOVATIONSPOTENZIALE UND PERSPEKTIVEN SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Schneesicherheit geht zurück – Berge, Sonne und Herzlichkeit bleiben!

Innovationen sichern Freude und Arbeitsplätze!

Auf geht's!

LET'S DO FUTURE.

INGO P. VALTINGOIER

IPV@INNOVATIONSMANUFAKTUR.COM

WWW.INNOVATIONSMANUFAKTUR.COM