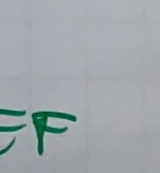


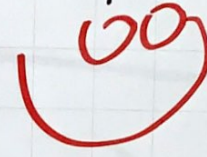
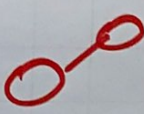


BERG.BAHN.CAMP

→ TEILNEHMER VORSTELLUNG
MITARBEITER-BEKLEIDUNG 
KEYNOTE, FORSTWIRT, EVENT
SCHISCHULE WIEN-DUBAY
TRAC-PARK , PRESSE,
SKI-PRODUZENT  
Hochseilgarten, ABENTEUERGESCHICHTEN
ERLEBNISSE
REALISIEREN → TOURIST
ALS BERUF, QUEREINSTEIGER
DOPPELTAKT, LEITNER-EROTION
STANDORT TIROL, ZUKUNFT,
VORSTAND BERGDANN; EXIL
OSTERREICHIN, ARCHITEKTIN,
Bd-STICKEREI, BIKE AN BERG 
TOURISMUSWISSEN QUARTERLY
GF+LANDSCHAFTSPLANER, PISTENHEF

GEHEINSAT SIND
WIR GSCHIEDER

SCHÖNES, SINNLICHES

→ **EROTION**
ROMANTIC
SINNERFÜLLES

→ ZUKUNFT
MEIN BERG

GÄSTE



NORDKETTE

BERG ALL NOVUM

40% TIROL

60% INTERNATIONAL

MITARBEITER

Dienstleistung
VERBESSERUNG

PROJEKT -
ENTWICKLUNG
ARCHITEKTUR
ZUKUNFT

2017-17

2017-17

MACHT DER MEGA

MEGA

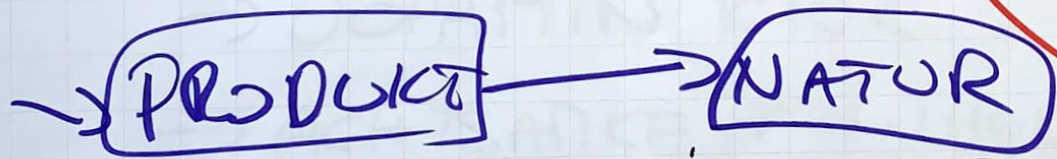
TRENDS

KEYNOTE
TRISTAN
HORX

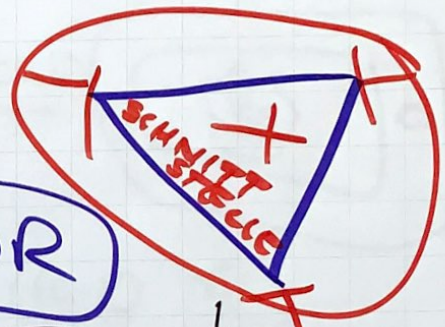
→ REVOLUTION IN ZEITLICHE
20-100 JAHRE

- LINEARER ZUKUNFTSFEHLER
- MODELL AUS DER SYSTEMFORSCHUNG
→ WAS IST KRISE?
- TREND VS. ZUKUNFTSFORSCHUNG
↳ GEGENWART

→ NEURO-FUTURISMUS



HEBEKRÄFTE



→ KONNEKTIVITÄT
NACHFOLGER → ~~VON DIGITALISIERUNG~~

→ REKURSIONSMODELL

→ INDIVIDUALITÄT → GEMEINSCHAFT

→ 7-PHASEN MODELL

→ LEBENSSTILE ALS DIFFERENZIERTE KUNDEN/GÄSTE

→ KONNEKTIVITÄT

- DIGITALE EINSAMKEIT
- VERBINDUNGSSTRAGEN + BEZIEHUNGSSTRAGEN
- LEADERSHIP
- BULLSHIT FILTER

→ OMLINE: DIGITALE ACHTSAMKEIT

- ANALOGE BEZUGSPUNKTE
- SIEGESZUS DER EMOTION
- VERHALTEN WIRD "GEHACKT"

→ DOPAMIN KICK

→ ACHTSAMKEIT WIRD EU

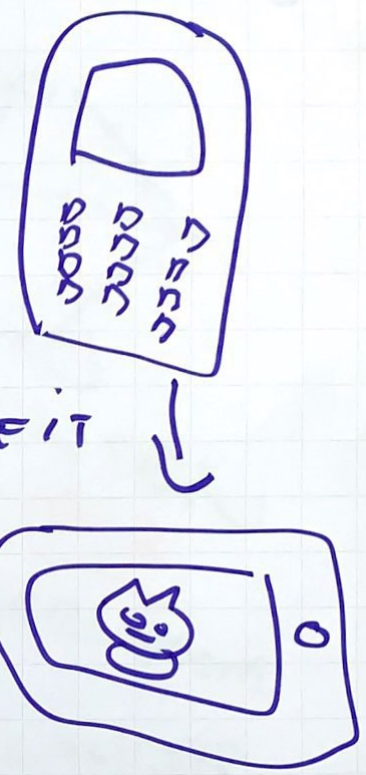
RESONANZ

TOURISMUS

→ SLOW TRAVEL

→ ANTI-OVERTOURISMUS

HOSPITALITY



→ TRANSFORMATION

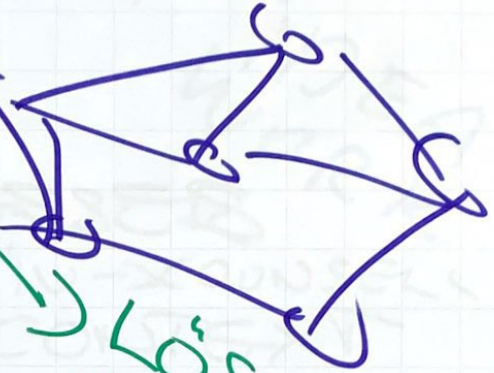
SOZIALE GLOBA LISIERUNG

- GLOCALISIERUNG
- CLUSTER NETWORK STRUCTURES

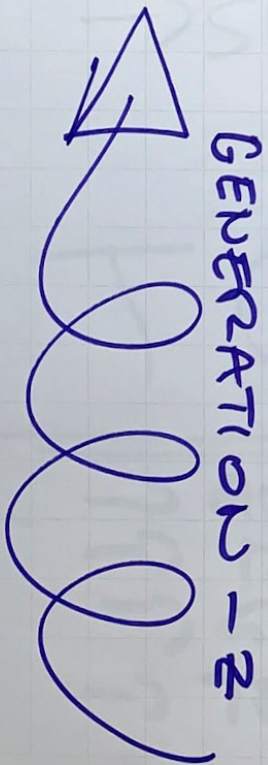
WIFI AM BERG

GLOCALITÄT

MISCHTORN



- DIE PROGRESSIVE LÖSUNGEN PROVINZ
- DIE VERDÖRFLECHUNG DER STADT
- CO.....



- URBANISIERUNG DES LANDES
- REGIONALE IDENTITÄTEN VERMARKTEN

- AKTIVE HEIMKEHREN
- LOKALE VISIONÄRE
- BRANDING
- NUTZLICHE PROJEKTE
- WERTÖFFENHEIT
- WINN-WINN-WILLE
- SELBSTVERTRAUEN

100% DER KUNDEN

DISKUSSION

INNOVATIVES DESIGN AM BERG SNØHETTA

→ NAME SNØHETTA

→ PEOPLE + PROCESSES

↳ COLLECTIVE COUNSEL

→ ARCHITEKTUR IN CONTEXT
MIT LANDSCHAFT

→ SNØHETTA PROCESS

↳ TRANSDISZIPLINARITÄT

IDEA
WORK

CREATIVE
DRIVERS

TOOLS

→ AUSBRUCH DENKSCHEMA

→ MEDIENBRÜCHE

→ GEMEINSAMES ESSEN

→ TECHNOLOGIE

→ METHODENVIELFALT

BAU → INSZENIERUNG

ARCHITEKTUR +
NORDISCH-ALPINE LANDSCHAFT

- KONZEPTE
- PROTOTYPING
- HANDWERKER
- BEBEHALICHKEITEN NEU INTERPRETIERT
- POWER HOUSE → PRODUZIERT MEHR ENERGIE, ALS ES VERBRAUCHT
- DESIGN ALS ERLEBNISKETTE
- SCHAUEN, STAUNEN
→ BEWEGEN, SPIELEN
- GESTALTUNG IST KINDERN ZUNUTZBAR
 - ↳ KEIN PLASTIK
 - ↳ KEINE PRIMÄRFARBEN
 - ↳ GUTE RÄUME
- SCHNITTSTELLE LANDSCHAFT + ARCHITEKTUR
- ÖFFENTLICHER RAUM SCHAFFEN

ARCHITEKTUR IN ALPINEN RAUM

ARCH. OBERMAYER

→ BSP ZENTRUMSBahn SÖLDEN

→ TECHNISCHE NOTWENDIGKEITEN + DESIGN

→ KAPAZITÄTEN → LÄNGEN VON
BAHNHÖFEN → LEICHTIGKEIT, TRANSPARENZ
→ FOLIE → REGENSCHIRM

TECHNIK SICHTBAR MACHEN

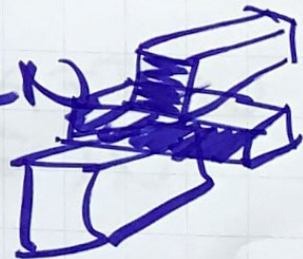
→ PERIFEROST UND TECHNIK

→ BSP Ice Q → LANDSCHAFT IST DER STAR

Ice Q → BALKÖRPER STAPELN

→ STEINE, HOLZ
→ 100 RESTAURANT
→ 1. STOCK

→ FUNKTIONIERE WIRTSCHAFTLICH



→ KULINARIK → AZU

→ SB-RESTAURANT

→ ARCHITEKTUR → MEDIEN → JAMES BOND

→ BRAND ARCHITEKTONISCH
VERWIRKLICHEN

PROJEKT OOT Elements

→ ENTWURFS PHASE

→ PRÄ ENTWICKLUNG

→ INTEGRATION KUNDE

→ LANGJÄHRIGER PROZESS

→ LANDSCHAFT + DREHORTE INSZENIEREN

FLOW 1h

DISKUSSION

→ LANDSCHAFTSCHARAKTER

→ INTAKTE ALPENLANDSCHAFTEN

→ ES MUSS ALLES GLATT SEIN

START UP
PRÄSENT.

Textilile

GOTS
ZERTIFIZIERT

TOP OF INKB

TOI

NATURPARK
KARWENDEL

RUHE + ADRENALIN

MARKENKONZEPT

→ VERNETZUNGS-HUB

JUWEL DER ALPEN

INTERNATIONAL

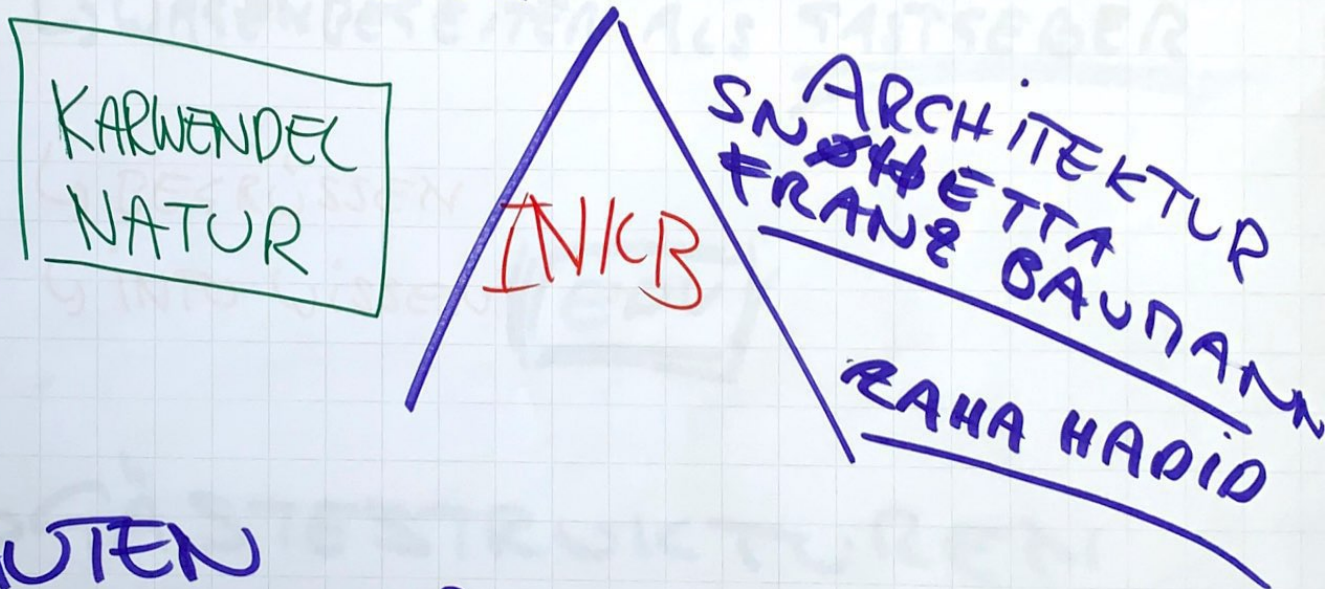
DER BERG IN DER STADT

- INTERNATIONALE
VERMARKTUNG TOP OF
- GIBT DEN GAST DEN GRÖSSTEN
MEHRWERT
- SEHNSUCHTSORT

2025
VISION

VISION UMSETZEN

- NATUR + ARCHITEKTUR
- RESPEKT
- INKB STELLT PARKENKERN VON INNSBRUCK DAR



BAUTEN

⇒⇒⇒ BLICKWINKEL

⇒⇒⇒ DENKMALSCHUTZ
INTEGRATION

⇒⇒⇒ 3 JAHRE SERVICE DESIGN
⇒⇒⇒ DIENSTLEISTUNG
⇒⇒⇒ "GUTER MORGEN"

FÜR SERVICE DESIGN IST
KENNTNIS DES KUNDEN WICHTIG

FACILITY DESIGN

→ ALLES WAS DER GAST

SIEHT ⇒ PIKODELLO MUS ES
AUSSCHAUEN

→ CUSTOMER PROCESS DESIGN

↳ WAGENBESEITEN ALS TASTSEBER

↳ BEGRÜSSEN

↳ INFO WISSEN **EDU**

→ GÄSTESTRUKTUREN

- NATIONAL

- INTERNATIONAL

- REVISION IN DER NACHT

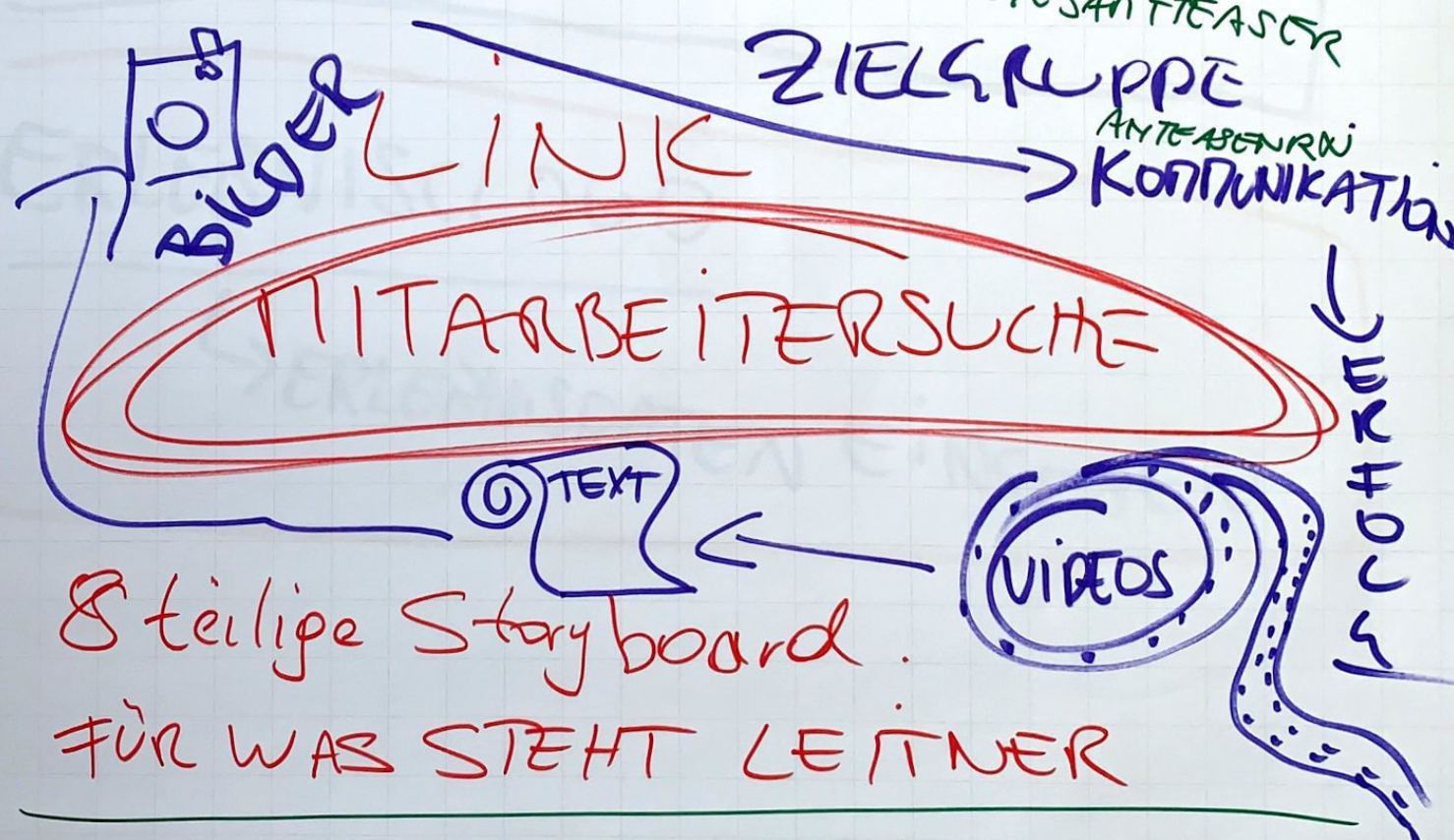
SOUND Leitner

We move...

- WAS BEWEGT MITARBEITER ?
- ENDKUNDEN ?
- STORYTELLING

WER SIND DIE HELDEN ?

→ PHYSISCH + EMOTIONAL
GESAMTTEAMER



8 teilige Storyboard.

FÜR WAS STEHT LEITNER

MARKE TREU
EMOTIONEN → KINDHEITSERLEBNISSE
→ BIS ZU KRIEGS-
EREBNISSE MIT
SARAJEVO
→ FREIRAUM FÜR DEN ERZÄHLER

Giggle you up

Erlebnisse emotional
kommunizieren...

ERLEBNISCLOUD

↳ ERLEBNISDATEN EINGEBEN

VORSTAND
Mag. Franz BAD RASTEIN
Schafelinger

GÄSTE ALS INVESTOREN

EINHEIMISCHE ALS PROJEKTREISER
SCHLUSSAUMAHA

- UUB OFFENSIV IN KOMMUNIKATION

- SEILBAHN ABBRUCH, NEUBAU

→ PISTEN ERWEITERUNGEN BAUSTELLE + SONNERSGESCHÄFT
→ ZOKA NEUE PISTEN

→ 400-500 PERSONEN BÜRGERBETEILIGUNG

→ FINANZIERUNG 1200000€ als Botschafter

↳ PARZELARISCHE DARLEHENS AFS
EIGENKAPITAL; EURIBOR + 3% + BONUS

→ VORRECHT AKTIONÄRE UND DANN ANDERE
BOTSCHAFT
→ GESCHICHTENERZÄHLUNG

→ ERWOLDFUNDING

→ NAX 5.000,- als sei den HÖHERES EINKOMMEN

WIRTSCHAFTS
STRATEGIE

⇒ KOMMUNIKATION
⇒ SAISONKARTE
KUNDENNUTZEN
⇒ ENKEL FÜR GROSSELTERN

⇒ VORVERKAUFSMODELL

ERÖFFNUNG
FEST-SOUND +
SNOW RASTEIN

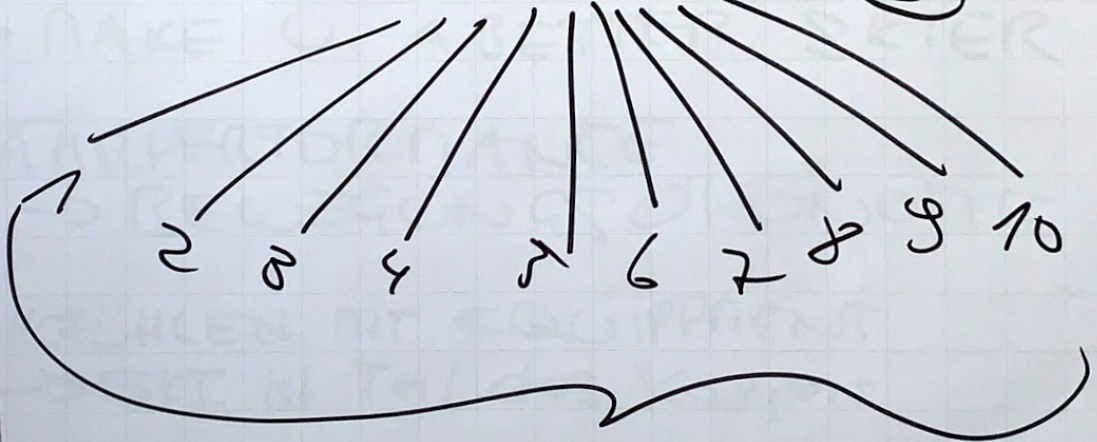
BIKE.NATURE.

SOUL

CAREZZA → 4 SÄULEN

- BIKE → VIELE GÄSTE
- FRÜHLING BIS HERBST
- FESTIVAL ANFANG JONNER
- DRUCKBARE KURSE
 - FAHRTTECHNIK → (1)
 - STÜCKEN → (2)

KONZERTS



X8PAX

ERINNERUNGEN
ERLEBNISSE

Original | plus



Sigi Rumpfhuber

→ SKI NACH MASS

→ JÄHRLICH 1400 neue Modelle

SCHLIENSTENFALLS SERVICEWÜSTE

→ BIKE FITTING

Anpassung an Körper + Können

→ PERFECTES SETUP

+ NAKE U A BETTER SKIER

→ FAHRPERFORMANCE

→ BEWEGUNGSÖKONOMIE

→ WOHLFÜHLEN MIT EQUIPPMENT

→ SKI ist Teil des Körpers

→ PREISTRAGE?!

→ CUSTOMIZING + DIGITALISATION

→ AI → PRODUKTION

25. Mio SKIFAHRE R WELTWEIT

3. Mio Kaufen pro Jahr

Besucherströme am Berg mittels Influencer

- Zielgruppen angepasste Influencer
- > Qualität vor Quantität
- > NUDGE-MARKETING
- > WIR GEB ANDEREN PERSONEN ANREIZE, DASS DIESE KOMMUNIZIEREN
- > INSTARRANDABILITY
 - ↳ SIGNATURE DISHES
- > DESTINATIONSANARENENT
- > STRATEGIE -> ZIEL-
UMSETZUNG
- > WIEDERERKENNUNG

TICK-TOCK

INSTARRAND

E-TRIALS

↳ VERSUCH

→ SPASS, BEWEGUNG
SICHERHEIT

→ TRIAL-PARK

→ TRAINER

→ ERLEBNISSE MIT ERFOLG
VERBINDEN → HIER
MÜSSEN WIE ER WIEDER HER

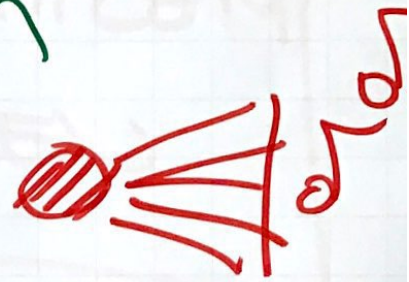
→ E-TRIAL-INDOOR-PARK

— OSET BILDET ALLE
ARTEN AN
GRÖSSEN

→

Spielend begeistern

Locandy



PORTAL-HEISST LOCANDY

- KAUNERTAL-PIONIER
- TOURISMUS VERSTÖRKT

SPIEL

MIXED REALITY MEDIA PLAYER

→ EDUTAINMENT

→ DIE EINHEINISCHEN SIND

STOLZ DARAUFG + FREIEN SICH

⇒ TOURISTISCH AUCH
VERWERTBAR

6-7 Monate

APP = GESCHÄFTS
MODELL

X Handlungsbogen

NICHT ALLES

ÜBER

WEB-Beitrag

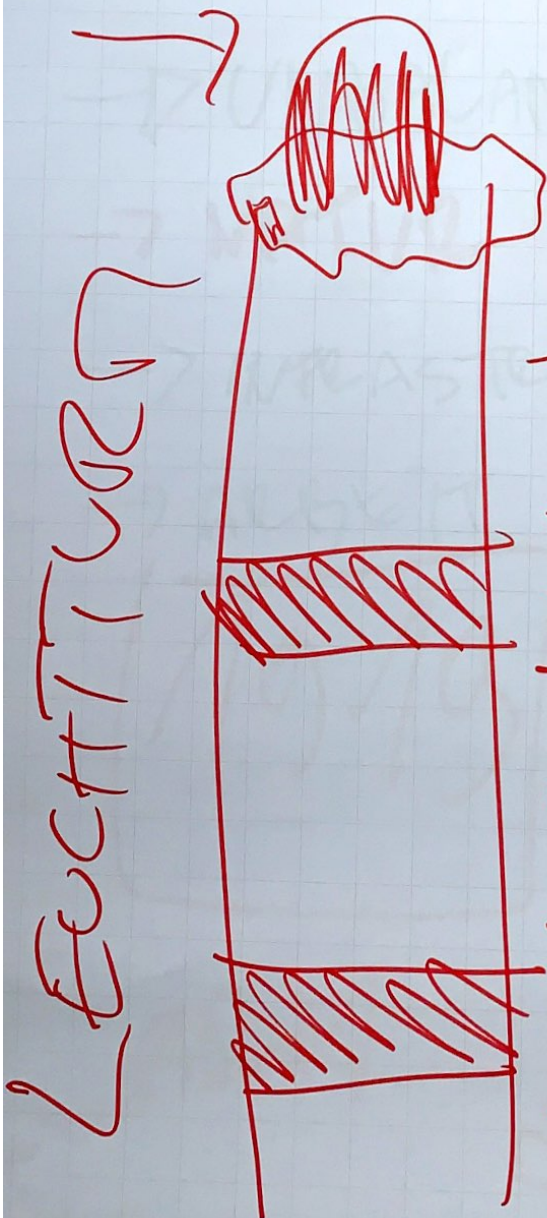
X DREHBUCH

⋮

GESCHICHTEN ERZÄHLEN EMOTIONEN WECKEN

STEINER SARNER

→ BEWEGLICHKEITEN WECKEN



- SCHIFF SOLL RECHNEN HIN AUF

- DREHBUCH

→ HEIßT ALPHELONIS

→ GESCHICHTE → OPERATIONS

→ GESCHICHTEN → BEZIEHUNG

→ MÜSSEN WERDEN

→ WO IST ES ANSCHLIESSEN

→ INTUITIV ZUSÄTZLICH
NACHTRAGEN!

→ VERSTÄRKUNG

VITALPINA

WERTIGKEIT TOURISMUS IN DEN ALPEN

- CHANCE TOURISMUS
- UNBALANCED TOURISM
- NATUR
- INFRASTRUKTUR
- ARBEIT

SCHÜSSEL INDUSTRIE

1919

ADM

BEFÄHRUNGSGEIT

2019

LEBENSRAUM

CHECK-OUT

KRAFT D. NATUR,

PLATTFORMEN, PROFESSIONALISIERUNG

GESCHICHTEN, EMOTIONEN,

ZUVERSICHT, ARCHITEKTUR.

TOLLE INHALTE, KONTAKTE

ATMOSPHERE, MITARBEITER

SOFTFAKTOREN, TECHNIKAUSBAU

UNFANGREICH, HOCHWERTIG

POSITIVITÄT; MITEINANDER

NEUE ANSÄTZE; ALLE

INTEGRIEREN; EINSTIEG

TRENDS; INSPIRATIONEN;

STELLENWERT, WIDERSPRÜCHLICHKEIT

LOCATION VERBESSERN
ORGANISATION; WAS KANN
ICH MITNEHMEN; VERNETZEN
EMOTIONEN (POSITIV GEFÜHLUNG)
IDEEEN MITNEHMEN, TOLLE LEUTE
(INSPIRATIONEN), SPRACHE;
DANKBARKEIT → LANGFRISTIG PLANEN
UNNÖTIGES ENTFERNEN
FORMAT, REDEN, ALLES MITBEKOMMEN
UNFANGREICH, THEMEN