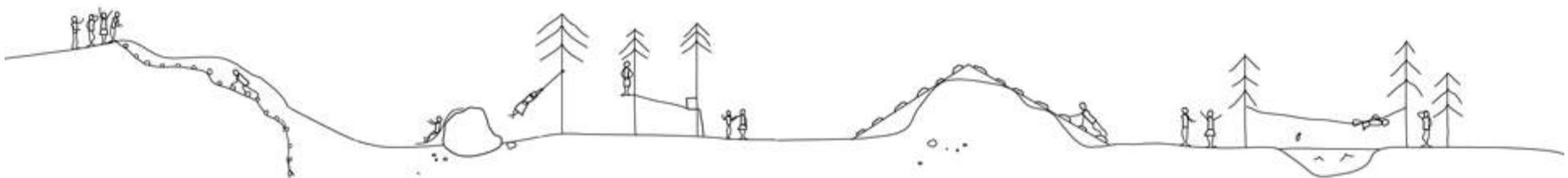




ADVENTURE PARK SOLUTIONS



Warum die **Erlebnis – Inszenierung** überlebenswichtig sein kann



# Megatrend

Soziologen nennen es einen Megatrend: Immer mehr Menschen, egal ob alt oder jung, reich oder arm, Mann oder Frau; alle wollen raus aus dem Alltag. Skifahren, Skitouren, Wandern, Klettern, Raften, Biken usw.

Welches Bedürfnis hat unsere Spezies generell?  
„wir sind einfach gestrickt“ und haben das Talent uns anzupassen.  
Aktuell passen wir uns an die Folgen der Digitalisierung an!

Trend und Gegen Trend

- \* Gemeinschaft (vs Einzelhaft, Singlehaushalt, Arbeitsplatz am Rechner)
- \* Bewegung - Entdecken – Erleben



ADVENTURE PARK SOLUTIONS

## Was bedeutet das für die urbane Freizeitbranche?



### **FREIZEIT TEMPEL**

Leistungsstarke Infrastruktur für Lifestyle Aktivitäten

Fliegen – Klettern – Surfen – Boarden – Biken – Ziplinen – Skaten – usw.

Ein Platz an dem man **aktiv sein kann** und gesehen werden will!

**Gemeinschaft und Gastfreundschaft erfahren kann !**



ADVENTURE PARK SOLUTIONS



## Multi – Erlebnis Destination



# Es braucht einen Ort mit vielen Optionen

„artgerecht“ – den Zielgruppen entsprechend konfiguriert



ADVENTURE PARK SOLUTIONS

## Was bedeutet das für die alpine Freizeitbranche?



### **Gemeinsam draußen** (Inszenierung Berg, Tal, See, Fluß,...)

Leistungsstarke Infrastruktur für Lifestyle Aktivitäten

Fliegen – Klettern – Raften – Erlebniswandern – Biken – Ziplinen – usw.

Ein Platz an dem man **aktiv sein kann!**

**Gemeinschaft und Gastfreundschaft erfahren kann !**



## Was kann der Berg, was andere nicht können?

### Der Berg

- inszeniert die Kraft der Natur - des Natürlichen
- stillt Sehnsüchte der Menschheit
- Ist Monument und Majestät
- Ist Platz für Ruhe und Sturm
- Schafft Raum für Business
- Bringt Millionen von Gästen
- Bringt Millionen von €



## Was hat den Berg erfolgreich gemacht?

Die Schaffung von Infrastruktur:

- Bergbahnen
- (und damit) die Hotels, Gaststätten, Discos, Sportgeschäfte, Straßen usw.

Die touristische Zukunft hat längst begonnen:  
Söll, Serfaus, Ischgl, Sölden, Davos, Oberstdorf, Imst,  
Immenstadt, Tannheimer Tal, uvm.

Andere Bergbahnen und Liftbetreiber sterben aus  
Stanz usw.

## Was macht den Berg künftig erfolgreich?

- Die Auseinandersetzung mit dem Thema  
(Trend, Klima, Gesellschaftlicher Wandel, Bedürfnisse,...)
- Die Schaffung eines neuem Leitbildes der touristischen Region/des Ortes und Anpassung der Infrastruktur.  
Wer wollen wir sein – wer können wir sein?
- Konsequente Umsetzung des Leitbildes  
Hier ist die enge Abstimmung mit dem Ort nötig



ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Erlebnisse die im Gehirn bleiben



# Zurück zu den Bedürfnissen

- \* Gemeinschaft (vs Einzelhaft, Singlehaushalt, Arbeitsplatz am Rechner)
- \* Bewegung - Entdecken – Erleben

Der Berg: ein Erlebnisplatz

Das Tal: ein Versammlungsplatz

Die Bahn: ein Motor



## ADVENTURE PARK SOLUTIONS

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

faszinatour GmbH

**Werner Vetter**

[www.faszinatour.de](http://www.faszinatour.de)

BERATUNG / ANALYSE / RISKOMANAGEMENT



KONZEPTION / PLANUNG



FINANZIERUNGSBERATUNG



BAU / BETRIEB





ADVENTURE PARK SOLUTIONS

## Warum ?

- Konkurrenzfähigkeit (Fortbestand, Wachstum)
- Umbruch von Winter zur Sommer Destination
- Finanziell hoch attraktiv (ROI)
- Hohe Awareness (Leuchtturm Projekt)
- Folgt dem klaren Trend des Freizeit- und Konsumverhaltens
- Lifestyle Produkt
- Imageverjüngung für Kommune/Stadt/Region
- Nachhaltige Freizeitgestaltung für Körper – Seele – Geist

Weil es immer mehr gebraucht wird in unserer digitalen Welt !



ADVENTURE PARK SOLUTIONS

## Investitionsvolumen

Das Vorhaben sieht die Bereitstellung und Bespielung vieler Attraktionen vor. Die Wertigkeit besteht darin, dass der Parkgedanke (Arena, Stadion) von den Zielgruppen erfasst wird - eine Multi Erlebnis Destination.

Kern- und Nebenattraktionen sind je nach Zielgebiet, Örtlichkeit, Platzangebot usw. zu erstellen. Investoren (und idealerweise Betreiber) erarbeiten unter der Leitung der Projektverantwortlichen (faszinatour/Jochen Schweizer) ein schlüssiges Konzept mit dem idealen Mix an Attraktionen sowie des gastronomischen Angebots.

### Das Investitionsvolumen bestimmen Sie selbst,

immer in Abhängigkeit Ihrer regionalen Marktoraussetzungen, strategischen Ausrichtung und Finanzierungsmöglichkeiten. Je nach Zielgebiet können Erweiterungsstufen von Anfang an eingeplant werden.



ADVENTURE PARK SOLUTIONS

## Erfolgsfaktoren

- Einzugsgebiet
- Konkurrenzsituation
- Marktsituation
- Strukturentwicklung
- Profitabilität
- Klimatische/Saisonale Einflussfaktoren
- Partner



## ADVENTURE PARK SOLUTIONS



### Referenz Destination *Jochen Schweizer, Taufkirchen bei München*

Über 300.000 Besucher und mehr als 200 Firmenveranstaltungen sind das Ergebnis des ersten Betriebsjahres 2017 der *Jochen Schweizer Arena*. Neben den Indoor Erlebnissen Fliegen und Surfen bietet die Arena im Außenbereich spannende Aktivitäten wie Hochseilpark, Zipline, Quickjump, Abseilen und einen speziell entwickelten Team Parcours mit weiteren spannenden Herausforderungen.

Das Gesamtkonzept bietet neben den Aktivitäten eine hervorragender Gastronomie Indoor (Bistro, Restaurant, Beachbar) nebst einem Biergarten outdoors sowie ein Konferenzzentrum. 2020 soll in einem weiteren Entwicklungsschritt ein Hotel mit ca. 160 Zimmern und 600 qm zusätzlicher Tagungsfläche entstehen.

Jochen Schweizer Projects und faszinatour agieren als Partner in der erlebnisorientierten Destinationsentwicklung.