

Meinung

Werner Stark



Eine Plattform macht noch keinen Sommer

Der „AlpspiX“ hat Wellen geschlagen: Die spektakuläre Aussichtsplattform auf der Alpspitze in Garmisch-Partenkirchen (Bayern, D) ist seit Juli das neue Highlight im Erlebnisangebot der Bayerischen Zugspitzbahn und hat für ordentlichen medialen und touristischen Rummel gesorgt. „Wir setzen solche Landmarks bewusst, um Aufmerksamkeit zu erregen“, erklärt Werner Stark, Geschäftsführer von pronatour, Schöpfer des Landmarks. „Entscheidend ist aber ein nachhaltiges Gesamtkonzept mit aufeinander abgestimmten Attraktionen.“ 11 Jahre Erfolgsarbeit in der Konzeption und Realisierung von Erlebnisprojekten am Sommerberg machen pronatour dafür zum Spezialisten.

Geschäftsführer Werner Stark berichtet von 10 Jahren Erfolgsarbeit von pronatour am Sommerberg. Foto: pronatour

MM-Frage: „Herr Stark, pronatour hat in vielen, erfolgreichen Projekten gezeigt, dass für Bergbahnen auch der Sommerbetrieb attraktiv und vor allem lukrativ sein kann. Was zeichnet den ‚AlpspiX‘ und die anderen Best-practice-Beispiele aus?“

Werner Stark:

„Der ‚AlpspiX‘ ist ein wunderbares Beispiel für ein touristisches Highlight, das sich perfekt für Marketingaktivitäten nutzen lässt – die Inszenierung ist spektakulär und einzigartig, damit gewinnst du Auf-

merksamkeit und alle wollen die Plattform sehen. Der springende Punkt ist aber: Wie gehst du vor, damit die Gäste auch länger bleiben, als die 15 Minuten, die sie sich dem Nervenkitzel 1000 m über dem Höllental hingeben? Wir sind der festen Überzeugung, dass es immer einen Mix aus vielfältigen Erlebnisangeboten geben muss, der auch die Aufenthaltsdauer verlängert und damit die Wertschöpfung in der Region erhöht. Der ‚AlpspiX‘ ist der Leuchtturm, der die Besucher anlockt. Damit Sie aber auch Zeit hier verbringen, haben wir ein stimmiges Gesamtangebot unter anderem mit einem Gipfel-Erlebnisweg und einem Genuss-Erlebnisweg entwickelt.“

MM-Frage: „Aber ist es nur das Gesamtkonzept, das den Erfolg ausmacht? Braucht es nicht einfach ein paar zugkräftige Attraktionen, wie



Spiel, Spaß und Action im Forschercamp des Triassic Parks auf der Steinplatte in Waidring (Tirol). Foto: pronatour

Am Gipfel-Erlebnisweg von pronatour entdecken Groß und Klein die Bergwelt und ihre Bewohner (Garmisch-Partenkirchen, D). Foto: Bayerische Zugspitzbahn



wusst zu sehen, hören, riechen, schmecken, spüren und die eigenen Sinne zu sensibilisieren. Mit dem sechsten Sinn gelangt man dabei an die Grenzen der Wahrnehmung. Dieses Konzept ist einzigartig.“

MM-Frage: „Einzigartig heißt aber nicht automatisch erfolgreich. Schlagen diese herausragenden Konzepte auch in der Praxis an? Bzw. anders gefragt: Zahlen sich die Investitionen, die ich als Betreiber in Sommerattraktionen stecke, überhaupt aus?“

Stark: „In Serfaus sind die Rückmeldungen von Bergbahn und Gastronomie enorm positiv. Sie können sich nicht vorstellen, wie begeistert die Besu-

cher sich unter die ‚Telepathie-Haube stellen‘ und versuchen, ihre Gedanken an ihr Gegenüber zu übertragen. Das macht einen Riesenspaß – obwohl jeder weiß, dass das natürlich nicht funktioniert. Aber allein das Spiel mit dem Übersinnlichen fasziniert.“

MM-Frage: „Gibt es auch messbare Erfolgsparameter?“

Stark: „Für unsere Kunden auf jeden Fall: Der ‚Triassic Park‘ auf der Steinplatte in Waidring (T) beispielsweise hat die Besucherzahlen bereits im ersten Jahr mehr als verdoppelt! Nicht zuletzt wegen der hervorragenden Frequenzen wurden schon erste Erweiterungen des höchstgelegenen Sandstrands der Alpen realisiert. Zudem wurde im vergangenen Jahr ebenfalls eine einzigartige Aussichtsplattform – die ‚Fächerkoralle‘ – fertiggestellt. Das Erlebnisangebot und auch die Koralle sind keine aufgesetzten, künstlichen Inszenierungen, wir spielen mit der Geschichte des Orts (die Steinplatte ist ein urzeitliches Korallenriff).

Interessant wird auf jeden Fall auch die Entwicklung in der Erlebniswelt Garmisch-Classic in Garmisch-Partenkirchen. Hier hat schon allein die Ankündigung des ‚AlpspiX‘ im August ein deutliches Beförderungplus bewirkt. Jetzt bin ich gespannt auf die kommenden Besucherzahlen.“

MM-Frage: „Das nach den Berichten in Fernsehen und Presse viele

Leute kommen, um sich persönlich vom Adrenalinkick am luftigen ‚X‘ zu überzeugen, ist gut vorstellbar. Aber wird dieser erste Ansturm nicht abreißen, und kommen die Gäste auch wieder?“

Stark: „Die Kunst der Erlebnisinszenierung ist es, die Erwartungen zu übertreffen. Nur wenn ich meinen Gast positiv überrasche, wird er nicht nur zufrieden, sondern auch begeistert nach Hause fahren, von seinen Erlebnissen berichten und selbst wieder kommen. Das Begeisterungsangebot ist das Tüpfelchen auf dem ‚i‘. Nur so bringe ich meine Erfolgspirale ins Laufen, erreiche ich das viel zitierte Empfehlungsmarketing durch meine Gäste, erzeuge ich den Wiederkommeneffekt. Habe ich das geschafft, dann bin ich an der Spitze, dort oben arbeite ich wirklich exzellent.“

MM-Frage: „Und geht die Erfolgspirale auch für pronatour weiter?“

Stark: „Wir haben jedenfalls alle Hände voll zu tun, besonders auch um den stark wachsenden Markt in der Schweiz und in Deutschland zu bedienen. So planen wir beispielsweise im Lötschental (Wallis, CH) eine Reihe von Projekten, ein erstes kleines Teilprojekt in Form eines Tschäggättä-Abenteuerspielplatzes ist bereits fertig. Auch im Skigebiet Sörenberg (Luzern, CH) sind wir an der Entwicklung eines Gesamtkonzepts. Und die Bayerische Zugspitz-

„Six Senses – Genuss-Erlebnisweg der Sinne“ in Serfaus (Tirol): Das Begeisterungsangebot überrascht, bietet Unerwartetes und macht sichtlich Spaß. Foto: pronatour





Eröffnung des „AlpspiX“: Atemberaubende Perspektiven in der Erlebniswelt Garmisch-Classic (Garmisch-Partenkirchen, D). Foto: Bayerische Zugspitzbahn

eine Aussichtsplattform einen Wasserpark oder ähnliches?“

Stark:

„Wichtig ist, dass alle Angebote durch ein thematisches und strukturelles Dach miteinander verbunden sind und so ein harmonisches, authentisches Ganzes ergeben. In unseren touristischen Masterplanungen in Österreich, Deutschland und der Schweiz arbeiten wir als erstes immer am roten Faden – der muss sich vom ersten Willkommensschild, über die Bergfahrt bis zu den einzelnen Erlebnisangeboten durchziehen. Das ist ganz wesentlich, um wirklich eine nachhaltige ‚Marke‘ für meine Destination zu schaffen. Darüber hinaus ist es für das Budget enorm von Vorteil, wenn ich nicht wahllos Geld in Einzelprojekte stecke, sondern nach einem durchdachten, modular aufgebauten Umsetzungsplan schrittweise vorgehe. Der Masterplan ist der Schlüssel für den Erfolg – in jeder Hinsicht.“

MM-Frage: „Und muss es immer so Aufsehen erregend sein, wie beim ‚AlpspiX‘?“

Stark:

„Wir arbeiten ja bei weitem nicht nur für Bergbahnen. Wir entwickeln und realisieren auch weit kleinere Projekte für Ge-

meinden, Tourismusverbände, Nationalparks und Naturparke. Aber auch wenn keine Aussichtsplattform im Spiel ist, so sind doch all unsere Planungen auf ihre eigene Art Aufsehen erregend. Und vor allem einzigartig.“

MM-Frage: „pronatour hat eine Reihe außergewöhnlicher Projekte konzipiert und umgesetzt. Was macht diese Erlebniswege, Themenparks, Ausstellungen, Aussichtsplattformen etc. so einzigartig?“

Stark:

„Das Neue, das Einmalige, das noch nicht Erlebte. Erfolgreiche Erlebnisprojekte sind immer individuell und authentisch. Die Inszenierung baut auf den Ressourcen des jeweiligen Standorts auf und schöpft aus der Identität der Region. Neben der perfekten Konzeption ist für exzellente Projekte aber auch eine ebenso detailverspielte und kreative Umsetzung wichtig! In Serfaus (Tirol) haben wir einen unserer bekanntesten Erlebniswege gebaut. Auf dem ‚Genuss-Erlebnisweg der Sinne – Six Senses‘ durchwandern die Besucher ein Reich aus Sinneseindrücken, Illusionen und übersinnlichen Erfahrungen. Aufregende Stationen und Erlebnishöhepunkte inspirieren dazu, die herrliche Umgebung be-

Der Skywalk an der Kölnbreinsperre (Malta, Kärnten): pronatour inszeniert den Tiefblick ins Tal der „fallenden Wasser“. Foto: Hirner



bahn setzt ebenfalls weiter auf eine Zusammenarbeit: Auf der Zugspitze soll das Sommerangebot attraktiviert werden. Die Masterplanung für den höchsten Berg Deutschlands ist bereits abgeschlossen, die ersten Umsetzungsschritte werden gerade angegangen. pronatour kann auch hier als einer der weni-

gen Anbieter von der Idee bis zur fertigen Realisierung alles liefern. Die nächste Plattform-Sensation ist übrigens auch schon da: Am 20. August hat der Skywalk an der Kölnbreinsperre, dem mit 200 m höchsten Sperrerbau Österreichs, eröffnet – die weltweit erste Plattform auf einer Staumauer!“

MM: „Herr Stark, wir danken für das Gespräch.“

i Infos zur Arbeit von pronatour und eine umfangreiche Referenzliste gibt es auf www.pronatour.at