

Ischgl Fragen

„ISCHGL, „NEUER FREIZEIT-THEMENPARK IN DEN ALPEN“

Ein Konzept aus dem WORKSHOP ISCHGL

„TOURISMUS IN ZUKUNFT“

(Magazin von Günther Aloys – Erscheinung Juli 2000)

Konkrete Projekte zur Belebung des Tourismus in den Alpen.

Im Mittelpunkt steht der Berg und seine schlafende Energie.

DIE NEUEN FRAGEN **im Ischgl-Tourismus der Zukunft?**

Fragen, deren Antworten im „Showroom of the future“ mit Modellen, konkreten Plänen, Skizzen und Konzepten vorgestellt werden.

Wie sieht die Seilbahn der Zukunft aus?

Wie sieht das Skilaufen der Zukunft aus?

Was ist Neo-Authentik?

Was ist Poptourismus wirklich?

Wie soll Ischgl draußen in der Welt gesehen und vermarktet werden?

Soll Ischgl das launige Entertainment- und Après Ski Image ablegen oder forcieren?

Welches sind die 7 wichtigen Berge von Ischgl, die den Ort in den nächsten Quantensprung hieven werden?

Wie kann ein Fun-Urlaub auch im Seniorenmarkt punkten und reichlich Geschenke wie Glück, Erlebnis und Freude verteilen.

Warum wir aufhören müssen Marketing und Werbung zu betreiben.

Wie Ischgl die absolute Nr.: 1 im Tourismus- und

Freizeitmarkt werden wird?

Welches sind die konkreten Pläne, um den Berg von oben nach unten zu erschließen?

Was ist der Las Vegas Effekt?

Wie macht man neue Lust auf Berg in Millionen von Wohnzimmern?

Welches sind die neuen Vertriebswege von Ischgl: Reisebüros, Incomingbüros, Callcenters oder gibt es einen viel besseren Weg?

Kann es ein neues Gourmet-Ischgl geben?

Wird Sport- Musik- Mode- Entertainment oder Kunst den Ort in Zukunft am meisten profilieren?

Kann es ein Frauenmarketing geben, ohne hohl und billig zu wirken und welches könnten geeignete Maßnahmen sein?

Warum das Wort Winter ausgedient hat und nicht mehr verwendet werden darf und welches das neue Zauberwort ist um Menschenherzen höher schlagen zu lassen?

Was kann eine neue Ischgl-Mystik sein, ohne die Zukunft flach und wenig Inhalt hat?

Warum Ischgl ein Sonne-Wärme Konzept braucht, nach dem sich die Menschheit so sehr sehnt?

Brauchen wir eine irrationale Strategie oder genügt ein logisches reales, vernünftiges und überschaubares Ischgl?

Warum Ischgl jetzt dringend neue Geschichten erzählen und schreiben muss?

Wie sieht das neue Ischgl für Nichtskifahrer aus?

Wie kann Ischgl im Sommer dasselbe Image wie im Winter bekommen?

Was ist ein senkrechter Badensee, um das Thema

Wasser strategisch für den Ort zu nützen?

Warum ein Ischgl-light so notwendig wie ein Coca Cola-light ist?

Welches sind die Konzepte, um die jüngste Zielgruppe, die Kinder in den ersten Lebensjahren von Ischgl zu begeistern?

Wie sieht das brandneue Entertainment-Ischgl aus?

Wie können Skirennen attraktiviert werden, so, dass sie wieder ein Millionenpublikum an die Fernsehschirme bringen?

Warum braucht Wandern telegenen Wettkampf?

Warum verwandeln sich Urlaubsorte wie Ischgl immer mehr in Shoppingcenters für Glück?

Welches sind die Attraktionen im Grenzbereich, um körpereigene Glückshormone frei zusetzen?

Was ist power-vacation in der Praxis?

Wie wirkt sich die soziale Veränderung der neuen Jugend in der Gesellschaft auf Tourismus in Ischgl aus?

Wie gewinnen wir diese neue Jugend mit ihrem Hyper-Verhalten für unsere Berge?

Warum ist die inszenierte Stille so spektakulär, aber bisher touristisch unentdeckt geblieben?

Warum müssen Stardesigner und zeitgenössische Architekten für Ischgl eingesetzt werden?

Wie schaffen es die langweiligen Alpen ihre Bio-Menthalität abzustreifen und sich neu und zeitgemäß dem 500 Mio. großen Europa-Markt positiv zu nähern und neue Umsätze und Gewinne zu erzielen?

Wie müssen wir das Element Schnee einsetzen, um restlos alle Kinder zu faszinieren?

Wie sieht der Berg der Zukunft wirklich aus?

Wie schafft man ein neues Bewusstsein für die größte Sportart der Welt, das Wandern?

Warum braucht Ischgl Convenience-Bergsteigen?

Wie sieht die Future-Mountain-Hardware aus?

Wie und warum müssen sich Events künftig vollkommen verändern?

Warum braucht Ischgl enormes Wachstum, um in Zukunft erfolgreich sein zu können?

Was ist die positive Wirkung von Schnee auf die Psyche des Menschen?

Welches sind die bio-gentechnischen Maßnahmen, um langfristig die Lawinenkatastrophen abzuwenden?

Warum im Skigebiet von Ischgl wenig Verletzungen geschehen?

Warum die Alpen / Tirol / Innsbruck dringend ein neues Wahrzeichen brauchen?

Die Antworten wurden in vielen Workshops, unter Beteiligung von Freizeitforschern, Touristikern und Trendscouts erarbeitet. Sie werden im Juli 2000 im WORKSHOP ISCHGL beantwortet und bearbeitet werden.

Günther Aloys
WORKSHOP ISCHGL
Innovationen für Freizeit und Tourismus
Denken jenseits von Normen