

# Mit Infovideos Gäste und Marketingziele erreichen

*YouTube verzeichnet unglaubliche 60% Zuwachs im Jahr und hat mittlerweile weltweit über eine Milliarde Nutzer, die täglich mehr als fünf Milliarden Videos anschauen. Auch sehr viele Entscheidungen bezüglich Freizeitaktivitäten und Reisen werden auf Grund von YouTube-Videos getroffen, besonders dann, wenn diese über Social Media von Bekannten und Verwandten zugespielt wurden. Neben YouTube sind es vor allem die Plattformen Facebook, Instagram und Twitter, welche Botschaften in Form von Bewegtbildern einfach, gezielt und kostengünstig verbreiten lassen.*



Infografiken ergänzen inspirierende Bilder zu einem umfassenden Serviceerlebnis.

Laut einer Google Studie suchen 65% der Urlauber bereits beim Gedanken an eine Reise nach Inspirationen auf Online-Videoplattformen. Dabei erfolgt die Suche vorrangig nach persönlichen Interessen und weniger nach bestimmten Destinationen. Mit mehr als drei Milliarden Suchanfragen pro Monat ist YouTube die zweitgrößte Suchmaschine der Welt und somit eines der wirkungsvollsten Werkzeuge, um schnell seine Zielgruppe zu erreichen. Videos mit hohem Informationsgehalt haben daher großes Potenzial. Als sogenannte Erklärvideos bringen sie auch touristische Produkte den Gästen näher. „Sie sind hilfreich, um

in kurzer Zeit relevante Informationen zu bekommen. Viele Gäste sehen sich lieber ein Video an, anstatt in einer Broschüre zu blättern,“ meint dazu der Destinationsmanager von Sölden, Dominik Linser.

Info-(Erklär-)videos liefern zudem wertvolle Hinweise für die Urlauber vor Ort und unterstützen an Terminals die Kassa- und Schaltermitarbeiter. Der Mehrwert bei zusätzlicher Verwendung auf diversen Social-Media-Kanälen steht außerdem in einem ausgezeichneten Verhältnis zu den Kosten. Ein professionelles, zweiminütiges Video kann be-

reits ab 1.500,- EUR produziert werden. Matej Kurzweil vom Online-Marketing der Tiroler Zugspitz Arena setzt auf Infotrailer. „Wir haben nach neuem Online-Content gesucht, der unseren Gästen bei der Urlaubsentscheidung hilft und die Interaktionen auf Social Media erhöht. Denn 3 von 5 Urlaubern nutzen Videos, um ihre Reiseentscheidungen einzuschränken“, sagt er.

Infotrailer-Filme, wie sie das Tiroler Unternehmen motasdesign für zahlreiche Tourismusdestinationen produziert, können Wanderwege, Bike- und Laufstrecken realistisch vorstellen und

beschreiben, genauso aber alle anderen wegbasierten Freizeitaktivitäten. Dazu wird die Route begangen und mit der Kamera professionell begleitet, um Wegbeschaffenheit, interessante Stationen, Einkehrmöglichkeiten oder Sehenswürdigkeiten im Bewegtbild darzustellen. Die Details wie Gehzeit, Streckenlänge oder Schwierigkeitsgrad, werden in Form von grafischen Elementen eingeblendet und ergänzen das Gefilmte so perfekt. „Wir haben uns entschieden, Info-Trailer verstärkt einzusetzen, um unser Wanderangebot noch attraktiver zu präsentieren. Der Gast erhält eine reale Voransicht über die gewählte Route, deren Attraktionen und Schwierigkeitsgrade. So kann er effizienter und zielgerechter planen. Damit ist die zielgruppengenaue Präsentation des Outdoorangebots für uns als Tourismusorganisation gewährleistet“, sagt Maria Maier vom Marketing der Destination Wiener Alpen.

## Orientierung durch Timeline, Symbole oder Flurnamen

Für mehr Service werden in einem Infotrailer-Film Symbole, Orts-/Hütten-/Flurnamen oder sonstige Bezeichnungen eingebaut. Das kann in einer kostengünstigen, standardisierten Variante oder dem CI der Seilbahn bzw. Region entsprechend erfolgen. Eine Timeline informiert zu jeder Zeit im Video darü-



Mit 360-Grad Videos entstehen neue Erzählformen, die auf Social Media steigende Zugriffe erzielen.

ber, an welchem Punkt auf der Gesamtstrecke sich der gerade gezeigte Ort befindet. So entsteht für den Gast ein authentisches Bild des Weges und eine gute Entscheidungsgrundlage für den nächsten Ausflug. Musik und O-Töne sowie diverse Effekte können die Attraktivität des Videos nochmals steigern. Für ein Videoprojekt zur Königsetappe des E5 Weiterwanderweges zwischen Ötztal und Passeiertal hat zum Beispiel der Tiroler Musiker Manu Delago ein eigenes Stück arrangiert, das Landschaft auch über Musik in Szene setzt.



Aus bestehenden, gemalten oder digitalen Panoramakarten entstehen animierte, informative Videos.

## Info- und Servicecharakter mit vielen Einsatzmöglichkeiten und Vorteilen

Videos machen nicht nur Vorab- und Vorort-Information für den Gast lebendiger und attraktiver und helfen ihm bei seiner Urlaubsentscheidung, sie bringen vor allem viele Vorteile für den touristischen Betrieb: Servicemitarbeiter werden entlastet und erhalten schnelle sowie effiziente Unterstützung in der Kundenbetreuung. Der Verkauf wird effizient gefördert. Neuer Content für Marketingaktivitäten entsteht. In der Kommunikation können neue Zielgruppen bespielt und mehr Reichweite generiert

### Infotrailer Factbox

- ab 1.500,- EUR professionell gefilmt produzierbar
- Panoramakarten sind als Video animierbar
- noch kostengünstiger mit bestehendem Bildmaterial
- grafische Elemente als Standardeinheit oder im CI
- Logos, Symbole, Timeline usw. integrierbar für alle wegbasierten Freizeitaktivitäten





Infotrailer zeigen den barrierefreien Ausflug mit der Schauinslandbahn in Freiburg.



Ausgewählte grafische Symbole informieren Wanderer entlang des Höhenpanoramawegs im Ötztal.

werden. Die Social-Media-Kanäle bekommen zusätzliche Highlights. Die moderne Generation der Freizeitsportler und Familien, die mit Smartphone und anderen Gadgets ausgestattet die Berge erobern, ist zu jeder Zeit bestens informiert. Die Kundenbindung wird somit fester. Matej Kurzweil vom Online Marketing der Tiroler Zugspitz Arena meint, dass sich gerade im Bereich Social Media die Stärke von Videos zeige. „Gäste kommentieren, verlinken ihre Freunde und teilen das Video, um anderen zu zeigen, welche Wanderung sie schon erlebt haben. So werden die Reichweite und die Interaktion der Posts messbar gesteigert. Wer also Videomarketing in seinen Marketingplan integriert, kann Budget und Ressourcen effizient einsetzen und seinen Verkaufserfolg steigern, die Gäste mehr an sich binden und jederzeit auf schnelle, effiziente Werkzeuge zur Kundenbetreuung zurückgreifen.

PR



#### Über motasdesign – die Spezialisten für Raum- und Informationsdesign

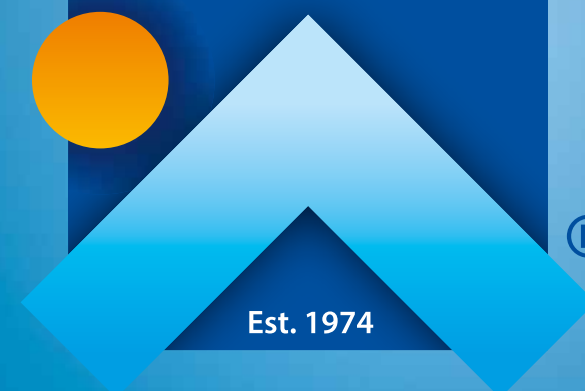
Wenn Raum und Information zusammentreffen, dann sind die Spezialisten von motasdesign mit Sitz in Kematen in Tirol gefragt. Ganzheitliche Besucherlenkung, räumliche Informationsvermittlung, Orientierung für Sportarten und grafisches Design sind die Stärken der Agentur. Informationsdesigner Markus Scheiber und Servicedesigner Christian Lunger haben die Firma 2004 gegründet und widmen sich seither vor allem der Gestaltung von Informationserlebnissen in Gebäuden, Orten und dem Naturraum. Sie entwickeln Leitsysteme, Themenwege sowie di-

gitale Erzählformate in Form von Infotrailern, Virtual-Reality-Inszenierungen und Augmented-Reality-Anwendungen. In den Jahren 2016/2017 erhielt motasdesign für die Produktentwicklung von Infotrailern die Innovationsförderung des Landes Tirol und kann diese seitdem durch einen intelligenten Produktionsablauf kostengünstig produzieren. Für das neue Pistenleitsystem des Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn ging der internationale UNIVERSAL DESIGN EXPERT AWARD 2019 vor kurzem an motasdesign. Treffen Sie uns auf der InterAlpin 2019, Stand F1!

[motasdesign.com](http://motasdesign.com)  
[vimeo.com/motasdesign](https://vimeo.com/motasdesign)

[interalpin.eu](http://interalpin.eu)

**INTERALPIN**  
INNSBRUCK INTERNATIONAL



SEIT 1974 BIS HEUTE – DIE FÜHRENDE INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR ALPINE TECHNOLOGIEN

# INTERALPIN '19

8.–10. Mai 2019

Messe Innsbruck

#### NEU: INTERALPIN INSPIRATION DAYS

zu den Themen Innovation, Marketing und Digitalisierung, 9.–10. Mai 2019  
[www.interalpin.at/de/inspiration-days](http://www.interalpin.at/de/inspiration-days)

#### INTERALPIN.TV

Neuigkeiten und Informationen aus der Seilbahnindustrie

#### Rückblick INTERALPIN 2017

→ über 26.400 Besucher aus 86 Ländern  
→ 40.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche  
→ rund 650 Aussteller aus ca. 50 Nationen

# Gut orientiert durchs Skigebiet

*Rot, Blau und Schwarz; 8er-Sessellifte, Seilbahnen, Zauberteppiche; Schilder, Monitore, LED-Anzeigen: Wer sich im Skigebiet orientieren will, sieht sich mit einer großen Vielfalt an technischen Einrichtungen, Symbolen und Wegweisern konfrontiert. Etliche Skigebiete in den Alpen sind über Jahrzehnte gewachsen, oft auch mit anderen zusammengewachsen und präsentieren sich nun als hochmoderne, weitläufige und abwechslungsreiche Regionen mit Hunderten Pistenkilometern. Die Pistenleit- und Gästeinformationssysteme sind zwar mitgewachsen, oft jedoch auf Kosten der Übersichtlichkeit.*



Fotos: motasdesign (3)

*Jedes Detail, jedes Piktogramm wurde bei motasdesign auf Lesbarkeit und Verständlichkeit überprüft. Selbst kleine Veränderungen zeigen große Wirkung.*

## Up to date in allen Bereichen

Genau diese Schere zwischen modernsten Anlagen und einem teilweise überholten Leitsystem galt es im Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn zu schließen, erzählt Marketingleiter Sebastian Schwaiger: „Wir haben in den letzten Jahren viel in neue Bahnen und Beschneiungsanlagen investiert und dachten: Wir müssen das Pistenleitsystem genauso professionell angehen.“ Das Projekt, das insgesamt rund siebzig Anlagen betrifft, wurde 2017 in einem geladenen internationalen Wettbewerb mit einer Jury aus Fachjuroren und Fachleuten des Skicircus ausgeschrieben, den das Innsbrucker Designforum Weisraum koordinierte.

## Funktionell und robust

Funktionell, einfach, rasch erkennbar und widerstandsfähig sollte das System sein. Zu unterscheiden sei dabei zwischen dem Pistenleitsystem und dem Gästeinformationssystem, sagt Harald Fersterer, Betriebsleiter der Saalbacher Bergbahnen: Das erste betreffe die „Wegeschilder entlang der Skipiste“, das zweite die „Skipanoramatafeln, Zugangsportale bei den Sessel- und Seilbahnen sowie jegliches elektronisches Informationssystem für aktuelle Meldungen zur Sicherheit oder Warnhinweise“. Aufgrund der unterschiedlichen Wind- und Wettersituationen zwischen Talsohle und Berggipfel war für die Höhenlagen, so Sebastian Schwaiger, „analog first“ vorgeschrie-

ben. Darüber hinaus müssen die einzelnen Elemente von ein bis zwei Personen einfach montiert werden können, ergänzt Harald Fersterer.

Mit motasdesign von Christian Lunger und Markus Scheiber wurde im Wettbewerb eine Agentur ermittelt, die über viel Erfahrung im Bereich Orientierungssysteme verfügt, beispielsweise bei Gebäude- und Fußgängerleitsystemen, Themenwegen sowie spezifischen Video- und Digitallösungen. Ihr Entwurf für das Pistenleitsystem für den Skicircus orientiert sich an Modellen aus dem Straßenverkehr. Bedenkt man, dass Skifahrer laut einer Studie des ÖSV im Durchschnitt mit 45 km/h, im schnellsten Fall mit 90 bis 120 km/h unterwegs sind, ist das nur logisch.



## Vom Ist zum Soll

Zunächst jedoch galt es, den Ist-Zustand zu erheben und festzustellen, was gebraucht wird. Nach einer von motasdesign entwickelten Methode wurden Hunderte Schilder auf den Pisten und andere Info-Elemente im Skigebiet aufgenommen und ihre „Platzierung hinterfragt: einerseits aus Sicht des Gastes, der sich auf der Piste zurechtfinden und dessen Sicherheit gewährleistet sein muss, andererseits aus der Sicht der Pistenpräparation, für die Schilder ein Hindernis darstellen können“, erklärt Harald Fersterer.

## Zonen, Zahlen, Buchstaben

In einem weiteren Schritt wurde der Skicircus neu zoniert und nach einem alphanumerischen System gegliedert. Intern habe diese Umbenennung für intensive Diskussionen gesorgt, meint Fersterer, schließlich habe man aber auf „internationale Erfahrungen und die Expertise von motasdesign vertraut“. Denn traditionelle Bezeichnungen, die sich z. B. von Flurnamen ableiten, helfen zwar Einheimischen bei der Orientierung, sind aber gerade für nicht deutschsprachige Gäste manchmal schwer verständlich.

Mit der neuen Einteilung in Zonen und der Benennung mit einer Kombination aus Buchstaben und Zahlen zusätzlich zu den tradierten Namen können nun alle im Skigebiet auf einen Blick feststellen, wo sie sich gerade befinden und wie sie rechtzeitig wieder zum Ausgangspunkt zurückkommen. Dazu trägt auch bei, dass auf den Schildern – wie auf einer Autobahn – zuerst das nächstgelegene Fernziel angegeben ist und erst an diesem die weiterführenden Verbindungen.

## Jedes Detail muss passen

Auch im Detail musste viel bedacht werden. In einem Farbtest mit Skibrillen ermittelte motasdesign, dass die klassischen Pistenfarben – Blau, Rot, Schwarz – aufgehellt besser erkennbar



Nur sieben Farben sind durch Skibrillen gut unterscheidbar – wie ein Test mit verschiedenen getönten Skibrillen zeigte. (<http://bit.ly/motasFarbtests>)

sind, zudem setzten die Designer auf Farbflächen statt farbiger Symbole auf weißem Grund. Die Wahl der Schrift, von Groß-/Kleinschreibung, die Gestaltung von Pfeilen und die zusätzliche Kennzeichnung der farbigen Pisten Schilder mit einem runden, quadratischen oder sechseckigen Rahmen für „leicht“, „mittel“ und „schwer“ sind weitere Verbesserungen. Viel Detailarbeit steckt in den Piktogrammen: Kleine sind etwa anders gestaltet als große und über Sesselliftkapazitäten gibt eine Zahl statt vieler Männchen Auskunft.

## Wichtiges zuerst

Auch auf den Panoramakarten und Portalen im Skigebiet soll nichts vom Wichtigsten ablenken. Die behördliche Beschilderung wurde zusammengefasst und auf den Portalen untergebracht. Auf Logobranding wurde verzichtet, LED-Anzeigen sind Warnhinweisen und anderen wichtigen Nachrichten zum Beispiel zu Wetter und Windsperrungen vorbehalten. Die Panoramakarten wurden farblich so zurückgenommen, dass die eingezeichneten Lifte, Piktogramme und Bezeichnungen besser sichtbar

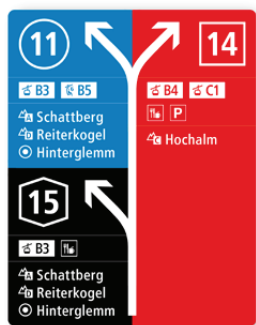


Arbeit an den neuen Panoramakarten.

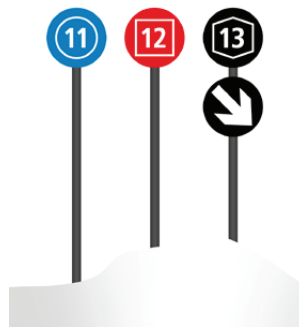


Fotos, Grafiken und Screenshot: motas design (6)

Eine neue Zonierung erleichtert die Orientierung im Skicircus.



Kleine und große Piktogramme unterscheiden sich. Zahlen geben Auskunft über Liftkapazitäten.



Bei den neuen Pistenmarkierungen geben Farben und Formen die Schwierigkeitsgrade an.

Auf den neuen Tafeln ist alles Wichtige auf einen Blick zu sehen: Pistennummern und -schwierigkeit, erreichbare Bahnen, Abfahrten und Orte, Gastronomie und Parkplätze.

sind, zudem gibt es an den zentralen Stationen eine große Gesamtschau und ein kleineres Detailbild aus idealer Perspektive, an weniger zentralen Orten tritt hingegen das Detailbild in den Vordergrund.

### Vom Musterbeispiel ...

Wie sich das neue System bewährt, wird derzeit getestet: Das betrifft die mechanischen Montageelemente, Testtafeln, an denen die Lesbarkeit überprüft wird, sowie „zwei Varianten der Zutrittsportale für die Seilbahnen und Lifтанlagen“, berichtet Harald Fersterer. Technisch sei das System weitgehend ausgereift, die grafische Gestaltung sei bei beiden Varianten sehr gut gelungen und eine Entscheidung „nur eine Frage des persönlichen Geschmacks“.

### ... auf den internationalen Markt

Die Umsetzung des Pistenleitsystems ist schrittweise im gesamten Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn geplant. Es ist viel, aber lohnende Arbeit, da sind sich alle Beteiligten einig. Schließlich haben Auftraggeber und Designagentur nicht nur dieses einzige Skigebiet im Blick, sondern wollen internationale Standards setzen, die auch in anderen Skigebieten anwendbar sind.

[motasdesign.com](http://motasdesign.com)



Die bisherige Verteilung der Schilder im Skigebiet erhob motasdesign mit einem eigens entwickelten Verfahren.



Markus Scheiber und Christian Lunger.

### motasdesign

Die Agentur motasdesign mit Sitz in Kematen in Tirol ist spezialisiert auf ganzheitliche Besucherlenkung, räumliche Informationsvermittlung und Environmental Graphic Design.

Gegründet 2004 vom Designer Markus Scheiber und dem Wirtschaftswissenschaftler Christian Lunger, hat sie sich vor allem bei der Gestaltung von Informationserlebnissen in Gebäuden, Orten und dem Naturraum einen Namen gemacht – von Leitsystemen über Themenwege bis hin zur Konzeption und Umsetzung von digitalen Erlebnissen in Form von Infotrailern für Wanderwege, Virtual-Reality-Inszenierungen und Augmented-Reality-Anwendungen.

Zu den neuesten Entwicklungen von motasdesign zählt der Quick-Check für Pistenleitsysteme, derzeit führen sie einen solchen in Serfaus Fiss Ladis durch. Weitere Projekte für Sportregionen umfassen Arbeiten für den Pitztaler Gletscher, den Ötztal Tourismus, die Tiroler Zugspitz Arena, die Destination Wiener Alpen, den Semmering und St. Corona. 2017 konnte motasdesign den Wettbewerb für das neue Leitsystem des Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn für sich entscheiden und arbeitet im Zuge dessen auch an der Entwicklung internationaler Standards für Pistenleitsysteme.