

Dossier – Wintersport

Fortsetzung von Seite 26

Die staatlich geprüfte Skilehrerin und zugleich leidenschaftliche Querdenkerin wurde zur begeisterten Userin und zur Propagandistin des von Fischer inzwischen in Zusammenarbeit mit einer kleinen deutschen Ski-Manufaktur (VR) entwickelten allerersten Radikal-Carving-Skis namens „Snowrider“. Nicola im Originalton: „Reinhard Fischers Idee hat das Skifahren wieder spannend gemacht. Wir sind aber erst am Anfang einer Entwicklung.“ Dass der prototypische Carving-Ski „VR Snowrider“ jedoch mangels adäquater Vermarktung keine breitere Bekanntheit erlangte, diese Tatsache empfand Nicola als überaus schmerzhaft.

Dennoch: Genau dieser persönliche Zugang zu den ursprünglichen Wurzeln des Carving gepaart mit ihrer Rennläufer-Kompetenz und der nunmehr wieder ungebremsten Freude am Skilauf ließ Nicola Werdenigg erkennen, wie zukunftsicher Fischers Original-Konstruktion bereits Anfang der 90er Jahre angelegt war. Nämlich als 162 bis 172 Zentimeter kurzer „Allmountain“ Carving-Ski, der durch seine Sandwich-

Bauweise aus hochwertigen Materialien und seinen relativ breiten „Shape“ von allem Anfang an für einen größtmöglichen Einsatzbereich konzipiert wurde. Kurz: Ein Ski, der von seinen „historischen Genen“ her die Fahrfreude eines Snowboards mitbringt, mit einem Radius von zwölf bis 13 Meter bei allen Pistenverhältnissen extrem wendig und spritzig reagiert, durch seine Breite wiederum wunderbar durch pulvrigen Tiefschnee gleitet. Und trotz alledem auch bei hoher Geschwindigkeit ganz ruhig – fast wie auf unsichtbaren Schienen – seine Spur in den Schnee schneidet.

Alles in allem eine seltene Kombination von Eigenschaften, deren Letztere die Ex-Rennläuferin besonders freute, liegt doch ihre persönliche Downhill-Höchstgeschwindigkeit bei atemberaubenden 140 km/h.

Der Kunde wird Produzent

Was also lag näher, als diese vielseitige Konstruktion von Reinhard Fischer als Basis für einen ebenso alltagstauglichen wie hoch performanten Ski zu nehmen, mit individuellen Designs für den Kunden zu veredeln und in neuartigem Stil zu vermarkten. Die Marke „Edelwiser“ war damit geboren. Und wäre ohne das gleichermaßen



Individuelles Edelwiser-Design: Hier die Flowers.

Fotos: Edelwiser/Max Werdenigg

visionäre wie handfest-praktische Marketing-Talent des Mitbegründers, namentlich Erwin Werdenigg, wahrscheinlich eine technologisch fein gesponnene Idee geblieben.

Aus seiner gewachsenen Kompetenz als Kaufmann und Medienkonsultent war ihm eines klar: Das Konzept eines individualisierten Skis ist der klare Beweis für die These des US-Business-Vordenkers Alvin Toffler, dass der Kunde im Zeitalter des Internet tendenziell zu einem neuen Typus eines Produzenten wird. Denn: Er kann online in eine Reihe konstituierender Faktoren der Herstellung (in der Causa „Edelwiser“ eben in das Oberflächen-Design) eingreifen und sein Produkt relativ preisgünstig personalisieren.

Skier als Medienflächen

Erwin Werdenigg entwickelte daher unter Hochdruck eine eigene Website, die nicht nur als kostengünstige Marketing-Plattform die Edelwiser-Message in weiteste Kundenkreise auszustrahlen vermag, sondern dem Kaufwilligen in Form des „Interactive Ski Designer“ zusätzlich ein Online Tool zur Hand gibt, seinen persönlichen Ski auch gleich zu entwerfen. Der industrielle Produktionsprozess muss, so Werdenigg, quasi aus

der Natur der Sache heraus von einem mindestens ebenso innovativen Kommunikationsprozess begleitet werden. Zugleich wird der eigenhändig entworfene Ski zu einer probaten Medienfläche für den Eigentümer, auf der er seine subtilen oder plakativen Botschaften senden kann, was wiederum den Wert des Skis über seine Nutzung als Freizeitgerät hinaus in eine neue Dimension hebt.

In der derart gesteigerten Identifikation erkennt Werdenigg einen beiderseitigen Nutzen für Kunden und Produzenten: Zufriedene Kunden werden freiwillig zu emotional engagierten Kommunikatoren. Zumal sie oft spontan angesprochen werden, woher sie „ihren außergewöhnlichen Ski“ denn hätten? Die Kundenbegeisterung bezieht Werdenigg in sein Marketing gezielt mit ein. Denn: Der potenzielle Kunde wird durch einen überzeugten „Edelwiser“ meist gut beraten. Und bei einem Verkaufsabschluss lukrieren beide: Der Neukunde bekommt einen Preisvorteil und der „Botschafter“ einen Bonus. Kurz: ein klug angelegtes Konzept einer lebendigen Kunden-Community, das durchaus aufgehen könnte.

Jakob Steuerer
www.edelwiser.com
www.kunstpiste.com

KÖNNEN MOTOREN DIE LUFT VERBESSERN?

Innovationen aus Österreich geben Antworten auf die Fragen der Zukunft. Ein gutes Beispiel: Österreichische TechnikerInnen haben Ventile erfunden, die Motoren von morgen unvorstellbar sauber machen. Fragen Sie jetzt, was Forschung aus Österreich noch alles möglich macht!

innovatives-oesterreich.at
FORSCHUNG. WISSEN. ZUKUNFT.

innovatives-oesterreich.at ist ein Dialogprogramm, um das Verständnis für den Nutzen von Innovation, Forschung und Technologieentwicklung zu erhöhen. Das Dialogprogramm wird getragen von



bm:bwk
Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur

bm:vti
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie

BMA
BUNDESMINISTERIUM für WIRTSCHAFT und ARBEIT

und unterstützt von
IBM