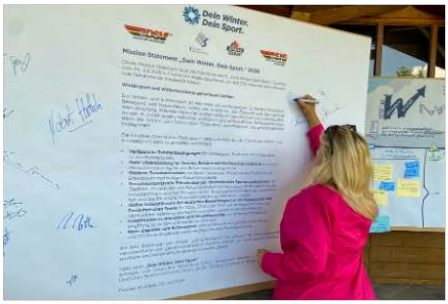
DOKUMENTATION

Vortrag, Impulse & Graphic Recording anlässlich des DWDS summit am 9.7.2026 in Fischen/Allgäu













Vortrag

Univ.-Prof. Dr. rer. nat. Ralf Roth
German Sport University

9. Juli 2026 · Dein Winter. Dein Sport. summit · Fischen im Allgäu

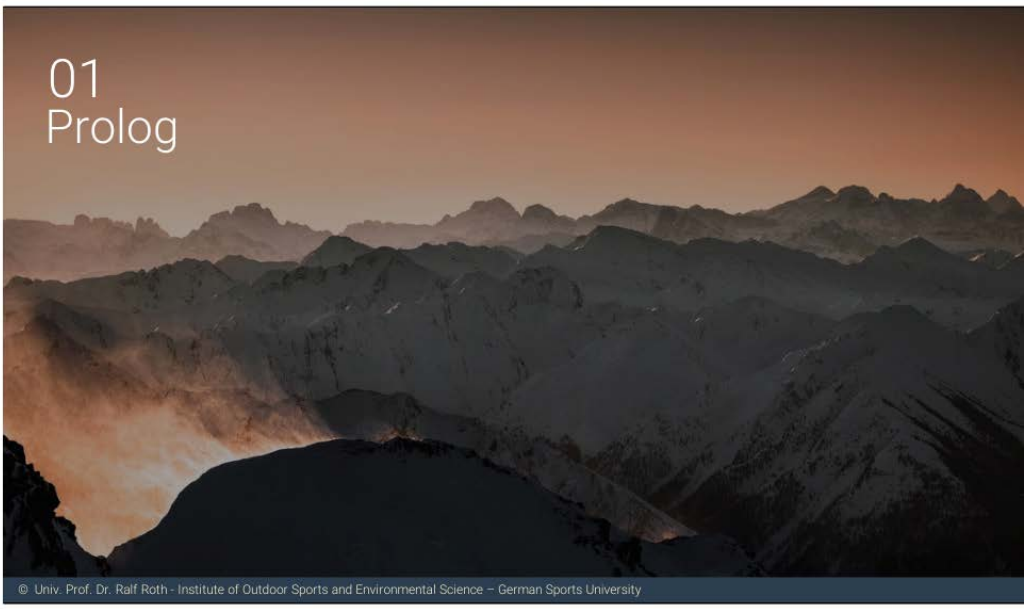
Die nachfolgende Zusammenfassung verdichtet die zentralen Aussagen, Einschätzungen und Impulse des Vortrags. Sie steht zugleich für den offenen fachlichen Austausch, der den Summit prägt.

Ein besonderer Dank gilt allen Akteurinnen und Akteuren, Partnern und Mitwirkenden von Dein Winter. Dein Sport., die ihre Expertise, Erfahrungen und Perspektiven eingebracht haben. Erst durch das gemeinsame Engagement und die Vernetzung über Organisations-, Branchen- und Disziplingrenzen hinweg entsteht die Grundlage, um die Zukunft des Wintersports gemeinsam und nachhaltig zu gestalten.

Univ.-Prof. Dr. rer. nat. Ralf Roth
Head of
Institute of Outdoor Sports and Environmental Science
Master Programm "Sports Tourism and Destination Management"
German Sport University Cologne
Mail: roth@dshs-koeln.de
LinkedIn - connect with me



Veränderte Nutzererwartungen, gesellschaftlicher Wandel, ökologische Herausforderungen und ökonomischer Druck verändern die Rahmenbedingungen des Systems. Schnee bleibt die materielle Grundlage des Wintersports; seine langfristige Zukunftsfähigkeit hängt jedoch davon ab, Menschen emotional für den Winter zu gewinnen.
Begeisterung erzeugt Nachfrage, stärkt Vereine und Wertschöpfung und schafft damit zugleich Voraussetzungen für den Leistungssport und dessen Vorbildfunktion. Dies ist der Kreislauf von Dein Winter. Dein Sport..
Transformation ist deshalb nicht nur als technische Aufgabe, sondern als Stärkung eines zusammenhängenden Wirkungs- und Beteiligungskreislaufs zu sehen.



Die Attraktivität des Wintersports lässt sich nicht hinreichend über technische und infrastrukturelle Merkmale erklären. Die Wintersport-Motive verweisen vielmehr auf soziale Nähe, mentale Distanz zum Alltag, Freiheit und gemeinschaftliches Naturerleben. Berge und winterliche Landschaften sind emotionale Erfahrungsräume. Diese Perspektive verschiebt den Fokus von der reinen Infrastrukturqualität auf die subjektive Erlebnisqualität: Entscheidend ist, welche Resonanz, Erinnerung und Bindung wintersportliche Erlebnisse erzeugen.



Wintersport ist als sektorübergreifendes Ökosystem zu begreifen. Tourismus, Wirtschaft, Gesundheit, Bildung, Vereine, Ehrenamt, Bergbahnen, Sportfachhandel, Kommunen, Destinationen und Hochschulen wirken in einem gemeinsamen Netzwerk. Im Zentrum dieses Systems steht der Mensch. Transformation ist folglich keine Aufgabe einzelner Organisationen, sondern erfordert koordinierte Anpassungsleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungs- und Wirkungskette. Zukunftsfähigkeit entsteht dort, wo die beteiligten Akteure ihre jeweiligen Funktionen als Teil eines gemeinsamen Entwicklungsprozesses verstehen.



Traditionelle Erfolgsindikatoren wie Skitage, Übernachtungen und monetäre Wertschöpfung bilden die gesellschaftliche Wirkung des Wintersports nur teilweise ab. Wir brauchen eine erweiterte Perspektive: Relevant ist, wie viele Menschen dauerhaft zu Bewegung, Gemeinschaft und sportlicher Teilhabe aktiviert werden. Diese “soziale” Rendite umfasst Lebensqualität, generationenübergreifende Teilhabe und gesellschaftliche Integration. Der gesellschaftliche Auftrag des Wintersports liegt damit nicht allein im Absatz von touristischen Leistungen oder im Medaillenerfolg, sondern in der nachhaltigen Aktivierung von Menschen.



Aus dieser erweiterten Wirkungslogik folgt eine veränderte Produktdefinition. Wintersportorganisationen stellen nicht lediglich Lift-, Kurs- oder Infrastrukturleistungen bereit; sie schaffen Zugänge zu Bewegung, Kompetenzentwicklung und Gemeinschaft. Begeistern, befähigen und verbinden werden damit zu zentralen Funktionen. Die Zukunftsfähigkeit des Wintersports hängt entsprechend davon ab, ob aus einem einmaligen Konsumkontakt eine positive, kompetenzfördernde und sozial eingebettete langjährige Erfahrung entsteht. Skischulen und Vereine besitzen in dieser Logik eine Schlüsselstellung. Ihre Akteurinnen und Akteure vermitteln nicht nur sporttechnische Kompetenzen, sondern erzeugen Resonanzmomente und emotionale Bindungen. Sie übersetzen Infrastruktur in konkrete Erfahrung und können insbesondere bei Neueinsteigenden Zugehörigkeit, Selbstwirksamkeit und Freude fördern. Damit sind sie zentrale Schnittstellen zwischen individueller Motivation, sozialer Gemeinschaft und langfristiger Bindung an den Wintersport.



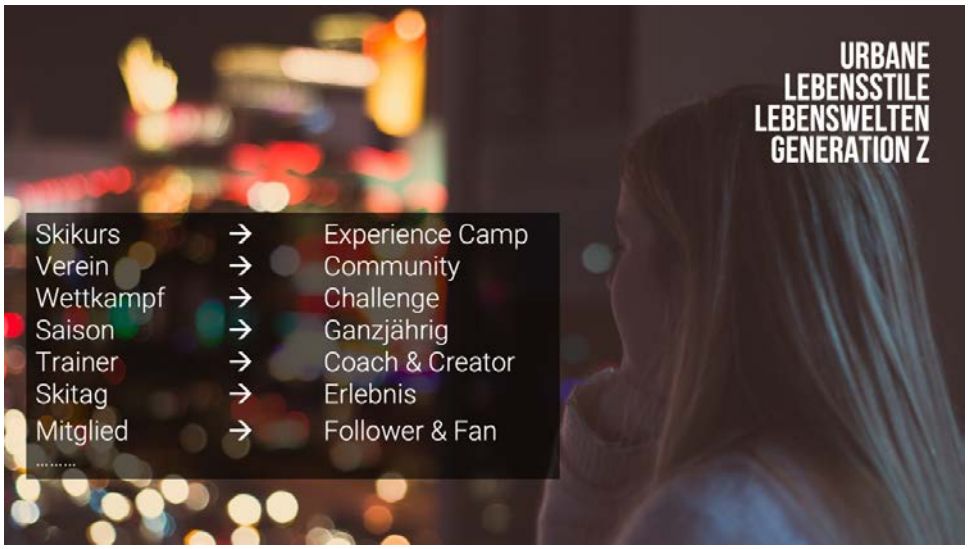
Die Generation Z ist nicht grundsätzlich sportfern. Vielmehr verändern sich ihre Erwartungen an Zugänge, Formate und Bedeutungen des Sports. Gemeinschaft, Erlebnis und Sinn gewinnen gegenüber tradierten Organisationslogiken an Gewicht. Daraus folgt eine strategische Umkehr der Perspektive: Nicht die junge Generation muss sich bestehenden Strukturen anpassen; die Strukturen des Wintersports müssen ihre Relevanz für veränderte Lebenswelten neu begründen und geeignete Beteiligungsformen entwickeln.
Die demografische Ausgangslage erhöht den Transformationsdruck. Der Wintersport profitiert gegenwärtig noch von geburtenstarken Jahrgängen, muss jedoch gleichzeitig bestehende ältere Zielgruppen binden und nachfolgende Generationen integrieren. Zukunftssicherung erfordert deshalb eine doppelte Strategie: Kontinuität für etablierte Nutzergruppen und Innovation bei Ansprache, Angebotsformaten und Zugängen für jüngere Kohorten. Demografischer Wandel wird so zu einer zentralen Managementaufgabe.



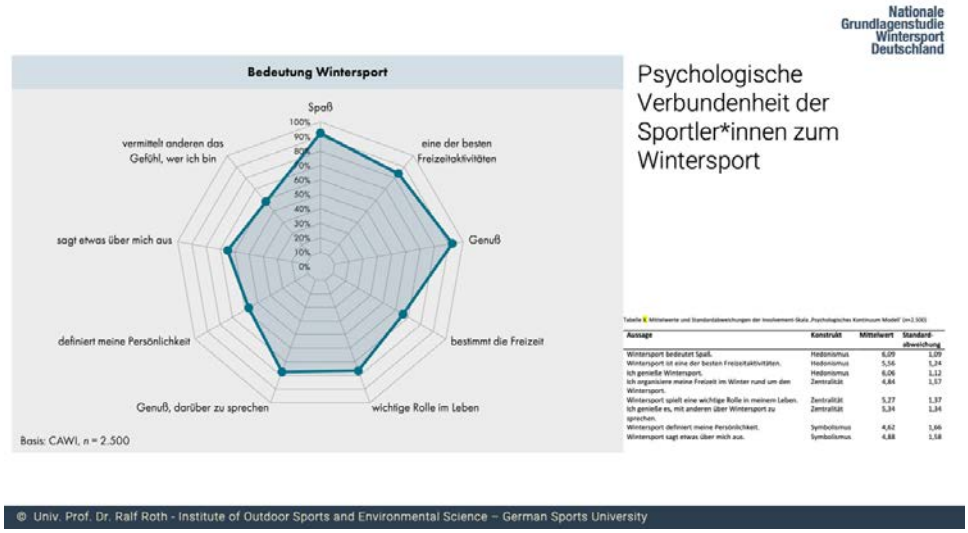
Der zweite Vortragsteil richtet den Blick auf Forschung, empirische Befunde und Transformation. Ausgangspunkt ist die These, dass der Wintersport stärker ist, als öffentliche Niedergangsnarrative häufig vermuten lassen, zugleich aber substanzielle Anpassungen benötigt. Eine sachgerechte Bewertung muss deshalb zwischen gegenwärtiger Stärke und zukünftiger Transformationsnotwendigkeit unterscheiden. Die zentrale Frage lautet nicht, ob Wintersport verschwindet, sondern wie seine Strukturen unter veränderten gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Bedingungen weiterentwickelt werden.



Die dargestellten Kennzahlen der nationalen Grundlagenstudie dokumentieren die gegenwärtige Reichweite des Wintersports in Deutschland. Genannt werden unter anderem 7,2 Mio. aktive Skifahrerinnen und Skifahrer, 4,5 Mio. Langläuferinnen und Langläufer, 0,8 Mio. aktive Snowboarderinnen und Snowboarder, rund 800.000 Vereinsmitglieder sowie jährliche Konsumausgaben von 17 Mrd. Euro. Hinzu kommen 2.870 DSV-Skivereine, 590 Skischulen, 290 Nordic-Zentren und 1.320 Liftanlagen. Diese Größenordnung widerspricht einer pauschalen Niedergangthese, begründet jedoch keinen Bestandsschutz: Stärke und Transformationsbedarf bestehen gleichzeitig.



Die künftigen Gäste und Mitglieder werden in erheblichem Maß durch urbane Lebensstile geprägt. Traditionelle Ansätze müssen als zeitgemäße Erfahrungsformate entwickelt werden: Aus dem Skikurs wird ein Experience Camp, aus dem Verein eine moderne Community, aus dem Wettkampf eine Challenge, aus der Saison ein ganzjähriger Bezug und aus dem Trainer zunehmend auch Coach und Creator. Diese Gegenüberstellung ist nur als strategischer Impuls zu verstehen. Organisationen müssen begründen, welchen konkreten Mehrwert Teilnahme für junge Menschen in ihren jeweiligen Lebenswelten besitzt.



Die Befragung von mehr als 2.500 Wintersportlerinnen und Wintersportlern richtet den Blick auf die sehr starke psychologische Verbundenheit mit dem Wintersport. Im Vordergrund stehen Freude, Genuss, Gemeinschaft und Lebensqualität; die wissenschaftliche Studie der DSHS bündelt diese Motive unter dem Begriff Hedonismus beziehungsweise Spaß. Für die Angebotsentwicklung ist dieser Befund bedeutsam: Langfristige Bindung entsteht nicht ausschließlich über Leistung, Wettkampf oder technische Perfektion, sondern wesentlich über positiv bewertete Erlebnisse und subjektive Lebensqualität.



Befunde aus der DSHS-Studie *Die Magie des Schnees – wie tickt der deutsche Wintersportler?* (Roth, R., Beaufils, M.; FDSnow, 55, S. 08-15, Planegg (2020)):
Mit fortschreitender Digitalisierung, steigender Bildschirmzeit und virtuellen Arbeits- und Lebenswelten gewinnen reale Naturerfahrungen, unmittelbare Begegnungen und körperliche Bewegung an relativer Bedeutung. Der Wintersport kann hierfür herausragende Erfahrungsräume bereitstellen. Seine Relevanz liegt damit auch in einem Kontrastangebot zu einem stark technisierten und verdichteten Alltag. Natur, Bewegung und soziale Interaktion werden zu eigenständigen Qualitätsdimensionen des wintertouristischen und sportlichen Angebots.



Metapher des Übergangs von Alltagsbegrenzung zu Freiheit. Schnee und winterliche Berglandschaft fungieren nicht nur als physische Voraussetzung, sondern als Träger eines subjektiven Freiheits- und Distanzierungserlebens. Strategisch bedeutet dies, dass die Erlebnisqualität des Wintersports wesentlich aus dem Wechsel des Erfahrungsraums entsteht. Die emotionale Wirkung der Umgebung ist damit Bestandteil des Produkts und nicht lediglich dessen Kulisse.



Aus der Erlebnisorientierung folgt ein strategischer Wandel der Produktlogik: Nicht der Ski als Gegenstand oder die Infrastruktur als solche stehen im Zentrum, sondern Lebensgefühl und Identifikation. Als Erfolgsfaktoren nennt der Vortrag Wintersport als Erlebnis, die Erschließung neuer Zielgruppen über Lifestyle-Ansätze sowie Gesundheit, Achtsamkeit und Individualisierung. Für die Generation Z bedeutet dies, Angebote stärker über Bedeutung, Zugehörigkeit und persönliche Erfahrung zu positionieren.

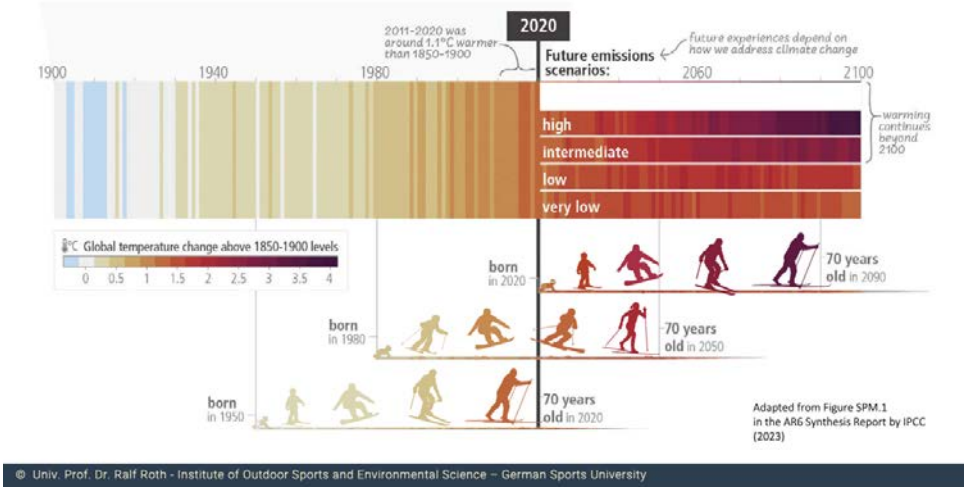
Sport und Bewegung werden als sozial verbindende Praxis beschrieben. Wintersport kann Werte wie Leistungsorientierung, Toleranz und Solidarität vermitteln und diese mit intensiven Naturerfahrungen verbinden. Die Metapher des 'wärmenden Lagerfeuers' verweist auf die gemeinschaftsstiftende Funktion sportlicher Praxis. Damit erweitert sich der Blick von der individuellen Aktivität auf soziale Kohäsion und Wertevermittlung in Vereinen, Skischulen und weiteren Gemeinschaftsformaten.



Leistbarkeit ist eine zentrale Zugangsvoraussetzung. Der Vortrag weist darauf hin, dass hochwertige Wintersport- und Tourismusangebote besonders für einkommensstarke Haushalte erreichbar sind und benennt innerhalb der Generation Z ein relevantes Teilsegment. Zugleich wird die soziale Grenze deutlich: Steigende Kosten können Teilhabe beenden. Zukunftsfähige Strategien müssen daher nicht nur zahlungskräftige Zielgruppen adressieren, sondern auch preiswerte, siedlungsnahe und niedrigschwellige Zugänge berücksichtigen.



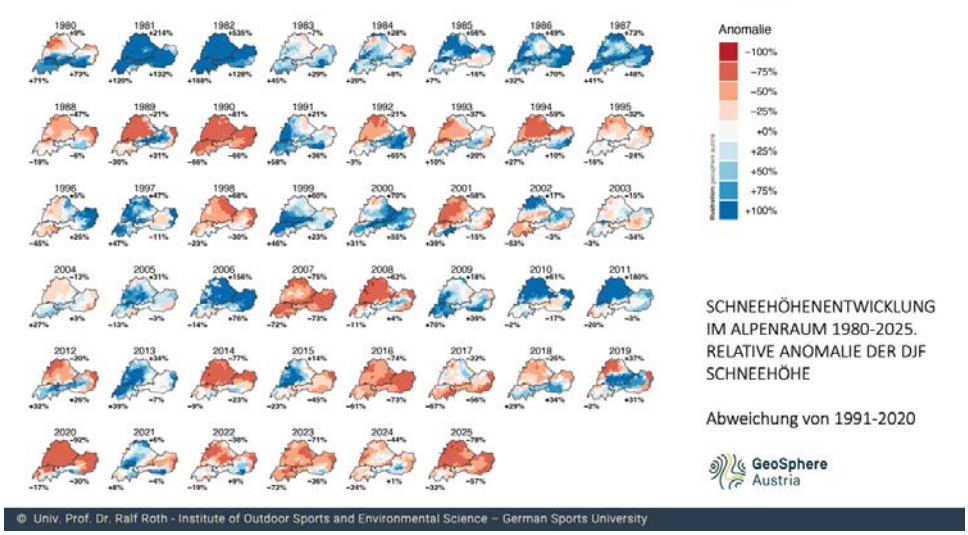
Klimawandel bildet eine zentrale Rahmenbedingung für die Zukunft des Wintersports. Die klimatische Veränderung ist Realität und richtet den strategischen Fokus auf Klimaanpassung und Klimaschutz. Aus der Erwärmung folgt nicht automatisch das vollständige Verschwinden des Wintersports; wohl aber ein wachsender Anpassungsbedarf. Klimaschutz und Klimaanpassung sind zentrale komplementäre Handlungsfelder: Emissionen drastisch zu reduzieren bleibt im Fokus, gleichzeitig müssen Angebote und Infrastrukturen an veränderte Bedingungen angepasst werden.



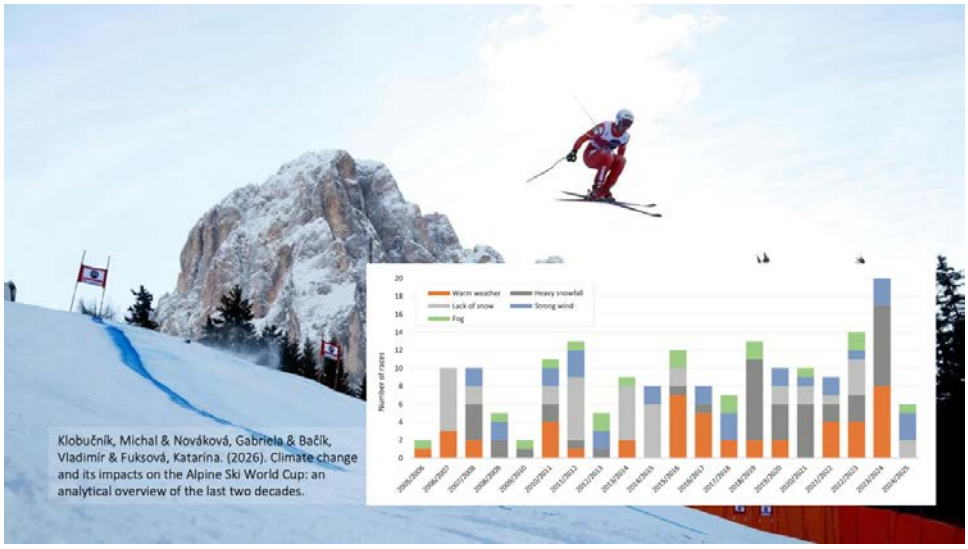
Die IPCC-basierte Darstellung verknüpft historische Erwärmung, zukünftige Emissionspfade und die unterschiedlichen Lebensspannen heutiger Sportgenerationen. Sie verdeutlicht, dass heutige Entscheidungen über Emissionen langfristige klimatische Rahmenbedingungen prägen. Für den Wintersport folgt daraus eine doppelte Verantwortung: kurzfristig resiliente Strukturen zu entwickeln und langfristig zum Klimaschutz beizutragen. Anpassung ersetzt Klimaschutz nicht, sondern ergänzt ihn angesichts bereits eingetretener und weiterer erwartbarer Veränderungen.



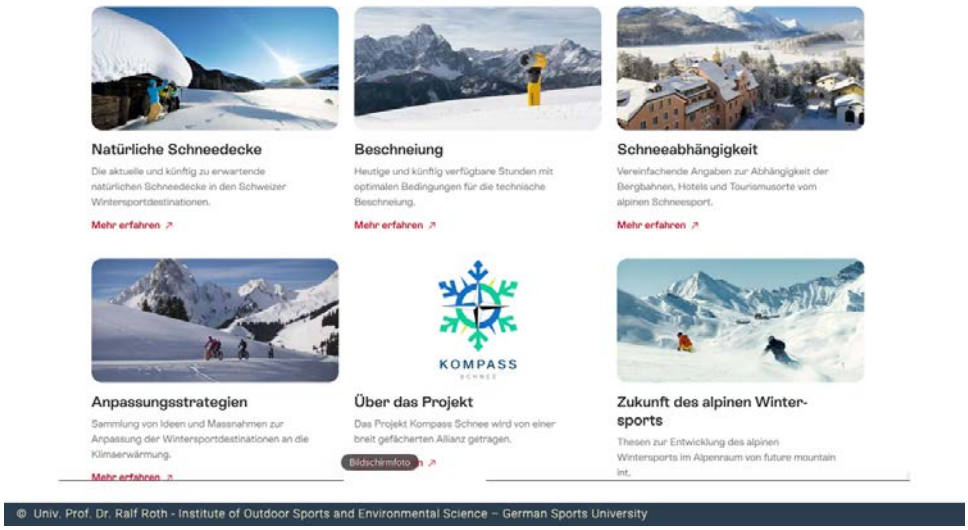
Das Expertenforum Klima.Sport.Schnee bündelt die Expertise von 21 Klima- und Umweltwissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien sowie mehrerer meteorologischer Dienste. Vertreten sind unter anderem Meteorologie, Hydrologie, Glaziologie, Geographie und Schneeforschung. Ziel ist nicht eine punktgenaue Vorhersage der Zukunft, sondern die wissenschaftlich fundierte Entwicklung von Anpassungs- und Klimaschutzstrategien. Der interdisziplinäre Ansatz trägt der hohen räumlichen und systemischen Komplexität des Themas Rechnung.



Die dargestellte Schneehöhenentwicklung im Alpenraum 1980-2025 basiert auf Messdaten und zeigt Veränderungen insbesondere in tieferen Lagen. Gleichzeitig zeigt sie die ausgeprägte regionale und saisonale Variabilität in den Wintermonaten. Daraus folgt, dass der Alpenraum nicht als homogener Zukunftsraum behandelt werden kann. Anpassungsstrategien müssen standortbezogen sein und lokale Höhenlage, klimatische Entwicklung, Infrastruktur und Angebotsstruktur berücksichtigen. Eine pauschale Aussage über 'den' alpinen Wintersport ist wissenschaftlich zu undifferenziert.



Eine analytische Übersicht zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den alpinen Ski-Weltcup über die vergangenen zwei Jahrzehnte zeigt, dass unterschiedliche Wetter- und Schneebedingungen organisatorische Auswirkungen auf internationale Wettkampfveranstaltungen haben. Auch hier zeigen sich saisonale Anforderungen. Verletzlichkeit kann durch technische, räumliche und zeitliche Anpassungsmaßnahmen erheblich begrenzt werden.



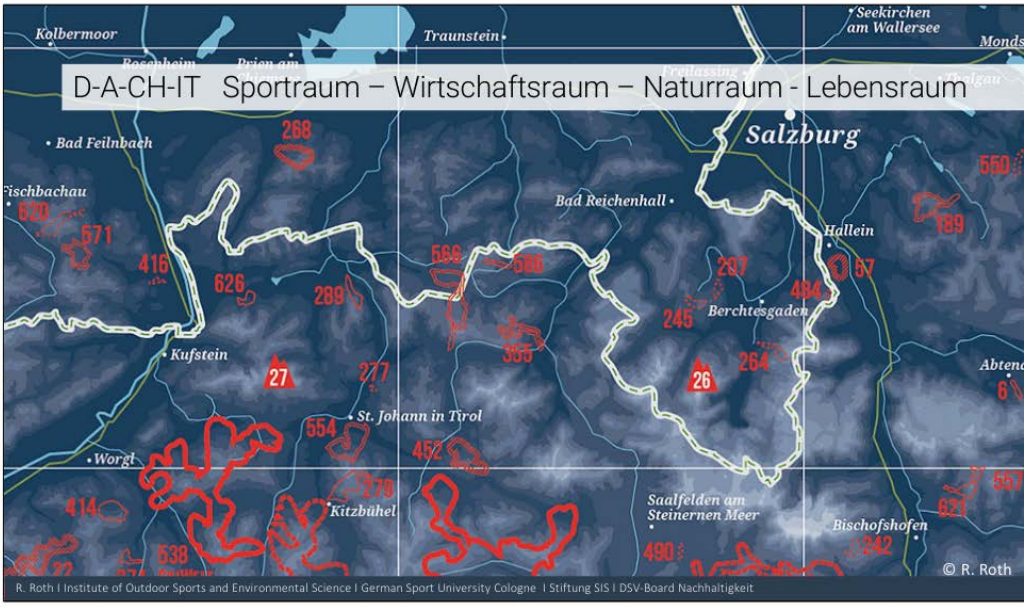
Die Plattform “Kompass Schnee” zeigt für die Schweiz die Entwicklung relevanter Faktoren, wie natürliche Schneedecke, Beschneiung, Schneebedeckungsdauer, Anpassungsstrategien und die Zukunft des alpinen Wintersports. Damit wird deutlich, dass Schneesicherheit nicht auf eine einzelne technische Variable reduziert werden kann. Natürliche Prozesse, technische Optionen und strategische Anpassungspotenziale können betrachtet werden – ein herausragendes Hilfsmittel zur Versachlichung der Diskussion.



Resilienz entsteht durch die fortlaufende Anpassung von Strukturen und Prozessen an veränderte Bedingungen. Entscheidend ist ein Portfolio statt einer Einzelmaßnahme: effizientere Beschneiung, Modernisierung und gegebenenfalls Verlagerung, bessere Erreichbarkeit, schneeunabhängige Angebote, Ganzjahresnutzung sowie ressourceneffiziente Infrastruktur. Hinzu kommen digitale Angebote und neue Erlebnisräume. Zukunftsfähigkeit bedeutet damit nicht, Veränderung zu verhindern, sondern Anpassungsfähigkeit systematisch aufzubauen und Entwicklung aktiv zu gestalten.



Die grafische Dokumentation 'Allgäu im Winter - attraktiv und relevant bleiben' visualisiert eine Vielzahl miteinander verknüpfter Handlungsfelder und Akteure im Allgäu. Die Darstellung unterstreicht den Netzwerkcharakter regionaler Transformation: Attraktivität im Winter entsteht nicht durch eine isolierte Einzelmaßnahme, sondern durch abgestimmte Beiträge aus Tourismus, Sport, Mobilität, Infrastruktur, Naturraum und regionaler Kooperation. Das Allgäu ist hier Modellregion für Dialog und Veränderungsprozesse.



Für den D-A-CH-IT-Raum argumentiert der Vortrag gegen Abschottung und territoriales Denken zwischen Quellmärkten und Zielgebieten. Offene Märkte, grenzüberschreitende Zusammenarbeit und die gegenseitige Anerkennung von Qualifikationen werden als Voraussetzungen für Wettbewerb, Innovation und Wertschöpfung beschrieben. Der Alpenraum erscheint damit zugleich als Sport-, Wirtschafts-, Natur- und Lebensraum. Zukunftsfähige Entwicklung verlangt folglich Kooperation über administrative Grenzen hinweg.



Im Take-away werden die zentralen Argumentationslinien zusammengeführt. Erstens bildet Begeisterung die Voraussetzung für Bewegung, Nachwuchs und Leistungssport. Zweitens bleibt Schnee die materielle Grundlage, deren Zukunft Klimaschutz und Anpassung erfordert. Drittens besitzt der Leistungssport eine Leuchtturm- und Identifikationsfunktion. Viertens sollen Innovation und moderne Infrastruktur Tradition nicht verdrängen, sondern ihre Fortführung ermöglichen. Fünftens wird Zukunft als aktive Gestaltungsaufgabe verstanden: Investition, Innovation und Kooperation entscheiden wesentlich darüber, ob Wintersport für kommende Generationen attraktiv bleibt.

Die strategische Botschaft lautet.

Langfristiger Erfolg wird nicht durch die absolute Schneemenge bestimmt, sondern durch die Fähigkeit, aus den verfügbaren natürlichen Voraussetzungen ein überzeugendes, zugängliches und identitätsstiftendes Erlebnis zu entwickeln.

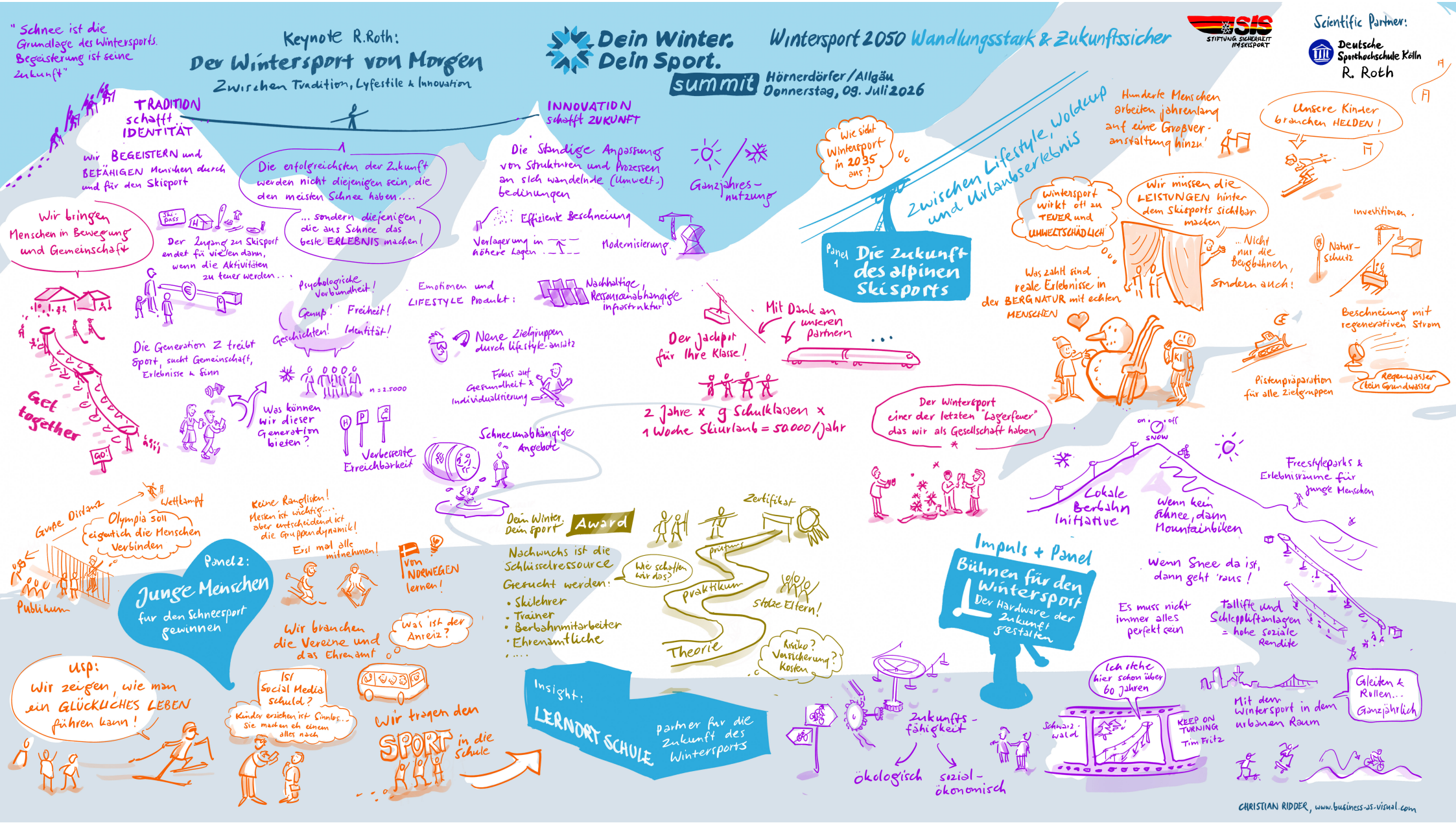
DOKUMENTATION

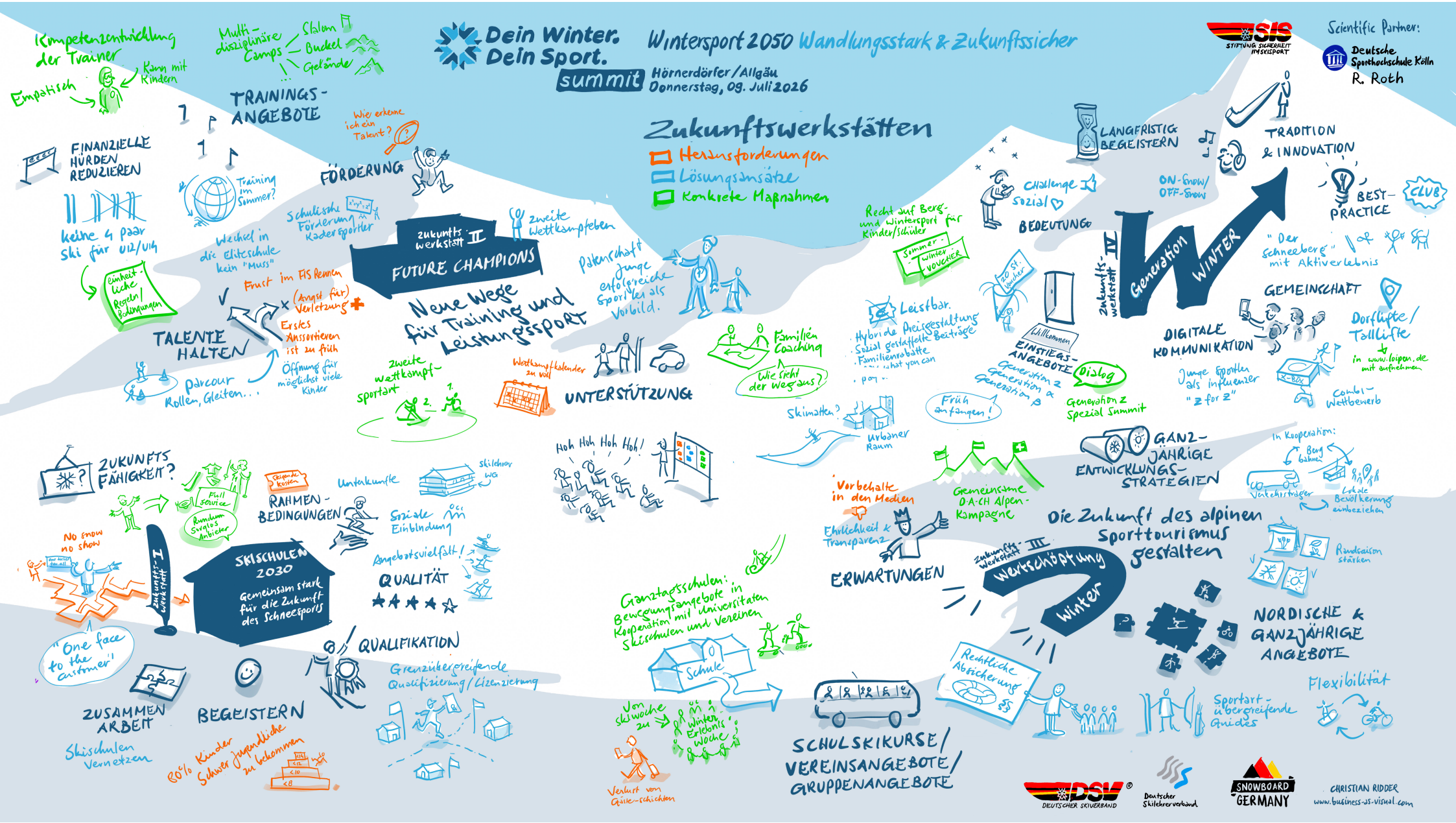
Impulse & Graphic Recording
anlässlich des DWDS Summit in Fischen



Die folgenden **Graphic Recordings von Christian Ridder** visualisieren die zentralen Impulse und Ergebnisse des **DWDS Summit**.

Die Graphic Recordings sind auch als **Poster** erhältlich und können **kostenfrei bei der SIS bestellt** werden:
https://www.stiftung.ski/bestellung


"Schnee ist die Grundlage des Wintersports. Begeisterung ist seine Zukunft"
Keynote R.Roth:
Der Wintersport von Morgen
Zwischen Tradition, Lyfestile & Innovation
Dein Winter. Dein Sport.
summit
Wintersport 2050 Wandlungsstark & Zukunftssicher
Hörnerdörfer/Allgäu
Donnerstag, 09. Juli 2026
SIS STIFTUNG SICHERHEIT IM SKISPORT
Scientific Partner:
Deutsche Sporthochschule Köln
R. Roth
TRADITION schafft IDENTITÄT
wir BEGEISTERN und BEFÄHIGEN Menschen durch und für den Skisport
INNOVATION schafft ZUKUNFT
Die Ständige Anpassung von Strukturen und Prozessen an sich wandelnde (Umwelt-) bedingungen
Ganzjahres-nutzung
Effizient Beschneiung
Verlagerung in höhere Lagen
Modernisierung
Die erfolgreichsten der Zukunft werden nicht diejenigen sein, die den meisten Schnee haben...
... sondern diejenigen, die aus Schnee das beste ERLEBNIS machen!
Wir bringen Menschen in Bewegung und Gemeinschaft
Der Zugang zu Skisport endet für vielen dann, wenn die Aktivitäten zu teuer werden...
Die Generation Z treibt Sport, sucht Gemeinschaft, Erlebnisse & Sinn
Get together
Was können wir dieser Generation bieten?
Psychologische Verbundheit!
Gemeinschaft! Freiheit!
Geschichten! Identität!
n = 2.5000
Emotionen und LIFESTYLE Produkt:
Nachhaltige, Ressourcenabhängige Infrastruktur
Neue Zielgruppen durch lifestyle-ansatz
Fokus auf Gesundheit & Individualisierung
Schneeunabhängige Angebote
Verbesserte Erreichbarkeit
Panel 1
Die Zukunft des alpinen Skisports
Zwischen Lifestyle, Wokeup und Urlaubserlebnis
Wie sieht Wintersport in 2035 aus?
Hunderte Menschen arbeiten jahrelang auf eine Großveranstaltung hinzu.
Unsere Kinder brauchen HELDEN!
Wintersport wirkt oft zu TEUER und UMWELTSCHÄDLICH
Wir müssen die LEISTUNGEN hinter dem Skisports sichtbar machen
...Nicht nur die Bergbahnen, sondern auch!
Was zählt sind reale Erlebnisse in der BERGNATUR mit echten MENSCHEN
Investitionen
Natur-Schutz
Beschneiung mit regenerativen Strom
Regenwasser (kein Grundwasser)
Pistenpräparation für alle Zielgruppen
Der Jackpot für Ihre Klasse!
Mit Dank an unseren partnern ...
2 Jahre x 9 Schulklassen x 1 Woche Skiurlaub = 50.000/Jahr
Der Wintersport einer der letzten "Lagerfeuer" das wir als Gesellschaft haben
Panel 2:
Junge Menschen für den Schneesport gewinnen
Olympia soll eigentlich die Menschen Verbinden
Große Distanz
Wettkampf
Publikum
Keine Ranglisten! Messen ist wichtig.... aber entscheidend ist die Gruppendynamik!
Erst mal alle mitnehmen!
Von NORWEGEN lernen!
Wir brauchen die Vereine und das Ehrenamt
Was ist der Anreiz?
USP: Wir zeigen, wie man ein GLÜCKLICHES LEBEN führen kann!
Ist Social Media schuld?
Kinder erziehen ist Sinnlos... Sie machen eh einem alles nach
Wir tragen den SPORT in die Schule
Dein Winter. Dein Sport. Award
Nachwuchs ist die Schlüsselressource
Gesucht werden:
• Skilehrer
• Trainer
• Bergbahnmitarbeiter
• Ehrenamtliche
• ....
Wie schaffen wir das?
Zertifikat
prüfung
praktikum
Theorie
90% stolze Eltern!
Risiko? Versicherung? Kosten
Insight:
LERNORT SCHULE
partner für die Zukunft des Wintersports
Impuls + Panel
Bühnen für den Wintersport
Der Hardware der Zukunft gestalten
Zukunfts-fähigkeit
ökologisch
sozial-ökonomisch
Lokale Bergbahn Initiative
on snow off
Wenn kein Schnee, dann Mountainbiken
Freestyleparks & Erlebnisräume für junge Menschen
Wenn Snee da ist, dann geht 'raus!
Es muss nicht immer alles perfekt sein
Tellifte und Schleppliftanlagen = hohe soziale Rendite
Ich stehe hier schon über 60 Jahren
Schwarz-wald
KEEP ON TURNING Tim Fritz
Mit dem Wintersport in dem urbanen Raum
Gleiten & Rollen... Ganzjährlich
CHRISTIAN RIDDER, www.business-as-visual.com



Dein Winter. Dein Sport.
summit
Wintersport 2050 Wandlungsstark & Zukunftssicher
Hörnerdörfer/Allgäu
Donnerstag, 09. Juli 2026
SIS STIFTUNG SICHERHEIT IM SKISPORT
Scientific Partner:
Deutsche Sporthochschule Köln
R. Roth
Zukunftswerkstätten
Herausforderungen
Lösungsansätze
Konkrete Maßnahmen
Kompetenzentwicklung der Trainer
Empatisch
Kann mit Kindern
Multi-disziplinäre Camps
Slalom
Buckel
Gelände
TRAININGS-ANGEBOTE
Wie erkenne ich ein Talent?
FINANZIELLE HÜRDEN REDUZIEREN
Training im Sommer?
FÖRDERUNG
keine 4 paar Ski für U12/U14
einheitliche Regeln/Bedingungen
Wechsel in die Eliteschule kein "Muss"
Schulische Förderung Kadersportler
Zukunftswerkstatt II
FUTURE CHAMPIONS
Neue Wege für Training und Leistungssport
zweite Wettkampfeben
Patenschaft Junge erfolgreiche Sportler als Vorbild.
Frust im FIS Rennen
(Angst für) Verletzung
Erstes Aussortieren ist zu früh
TALENTE HALTEN
Parcour Rollen, Gleiten...
Öffnung für möglichst viele Kinder
zweite Wettkampf-sportart
Wettkampfkalender zu voll
UNTERSTÜTZUNG
Familien Coaching
Wie sieht der Weg aus?
Hoh Hoh Hoh Hoh!
Skimatten?
Urbaner Raum
Früh anfangen!
Recht auf Berg- und Wintersport für Kinder/Schüler
Sommer-winter-VOUCHER
Leistbar.
Hybride Preisgestaltung
Sozial gestaffelte Beiträge
Familienrabatte
Willkommen
EINSTIEGS-ANGEBOTE
Generation z
Generation α
Generation β
Dialog
Generation z Spezial Summit
Challenge
Sozial
BEDEUTUNG
LANGFRISTIG BEGEISTERN
ON-Snow/OFF-Snow
TRADITION & INNOVATION
BEST-PRACTICE
CLUB
Zukunftswerkstatt IV
Generation WINTER
"Der Schneeberg" mit Aktiverlebnis
GEMEINSCHAFT
Dorflifte/Talllifte
in www.loipen.de mit aufnehmen
DIGITALE KOMMUNIKATION
Junge Sportler als Influenzer "z for z"
Combi-Wettbewerb
ZUKUNFTS FÄHIGKEIT?
Full service
Rundum Sorglos Anbieter
Steigende Kosten
RAHMEN-BEDINGUNGEN
Unterkünfte
Skilehrer WG
Soziale Einbindung
Angebotsvielfalt!
QUALITÄT
No snow no show
Zukunftswerkstatt I
SKISCHULEN 2030
Gemeinsam stark für die Zukunft des Schneesports
"One face to the customer"
QUALIFIKATION
Grenzübergreifende Qualifizierung/Lizenzierung
ZUSAMMEN ARBEIT
Skischulen Vernetzen
BEGEISTERN
80% Kinder Schwer Jugendliche zu bekommen
Ganztagsschulen: Bewegungsangebote in Kooperation mit Universitäten Skischulen und Vereinen
Schule
Von Skiwoche zu Winter Erlebnis Woche
Verlust von Gäste-schichten
SCHULSKIKURSE/VEREINSANGEBOTE/GRUPPENANGEBOTE
Vorbehalte in den Medien
Ehrlichkeit & Transparenz
ERWARTUNGEN
Gemeinsame D-A-CH Alpen-Kampagne
GANZ-JÄHRIGE ENTWICKLUNGS-STRATEGIEN
In Kooperation:
Berg bahnen
Verkehrsträger
Lokale Bevölkerung einbeziehen
Die Zukunft des alpinen Sporttourismus gestalten
Zukunftswerkstatt III
Wertschöpfung Winter
Randsaison stärken
NORDISCHE & GANZJÄHRIGE ANGEBOTE
Rechtliche Absicherung
Sportart-übergreifende Guides
Flexibilität
DSV DEUTSCHER SKIVERBAND
Deutscher Skilehrerverband
SNOWBOARD GERMANY
CHRISTIAN RIDDER
www.business-as-visual.com