

Regionale Dimension von Innovation in Hinblick auf 2014+

Blizzard Sport
Helmut Exenberger



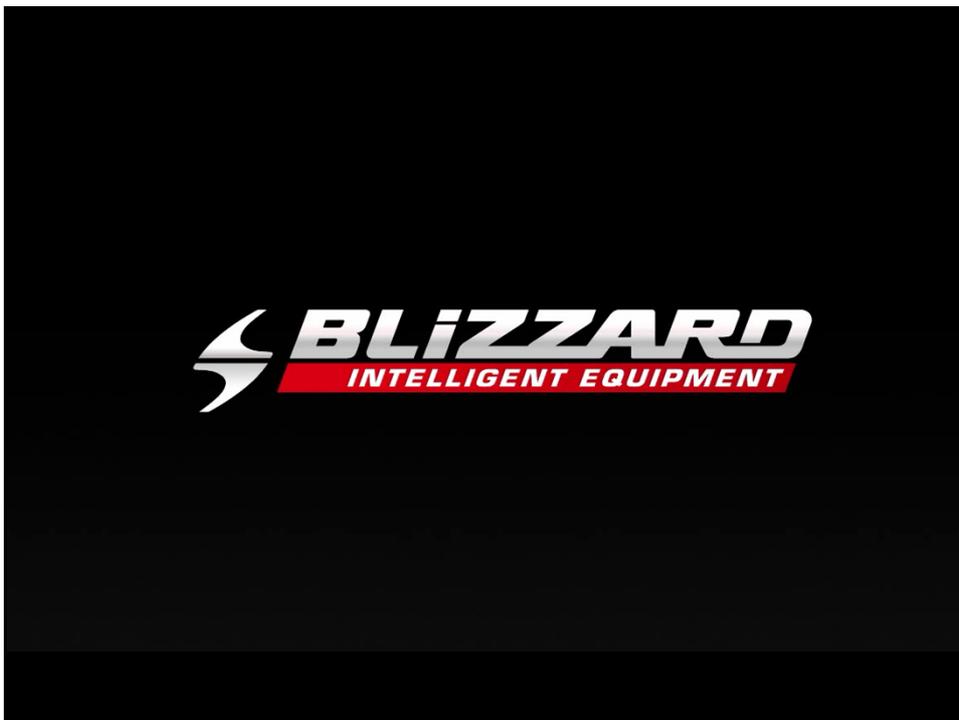
TECNICA NORDICA DOLOMITE LOWA BLIZZARD ROLLERBLADES Bladerunner MOON BOOT T-SHOES THINK



Helmut Exenberger
CEO Blizzard Sport

- Impressionen Blizzard: „Hi-Tech Emotion“ – Vorsprung durch Innovation
- Tecnica Gruppe
- Skikompetenzzentrum Mittersill: 40 Jahre Skientwicklung - Skitestergebnisse
- Markt – Mitarbeiter - Region
- Kernkompetenz Innovation: aktuelle Herausforderungen & Ziele





 		Kennzahlen der Tecnica-Gruppe
	1.200.000 Paar Skischuhe #1	
	2.100.000 Paar Freizeitschuhe #1	
	1.200.000 Paar Inline Skates #1	
	320.000 Paar Outdoor Schuhe (#1 in DACH)	
	Über 1.000.000 Bekleidungsartikel	
	+ 400.000 Paar Ski	
	Über 200.000 Snowboards und Snowboardschuhe	
	+2.000 Beschäftigte	
	210 Beschäftigte in F&E	
	In über 10.000 Shops weltweit vertreten	

40 Jahre Ski-Entwicklung in Mittersill





1971 mod. Total

Der erste Glas Fiber Ski



1980 mod. Thermo

Der erste temperatur gesteuerte Ski

Skiliegenden wie Klammer und Nadig hatten große Erfolge mit diesem Ski.



1983 mod. Quattro

Der „Thermo-Ski“ mit Abfahrtsautomatik



1989 mod. V20

Der erste Ski aus der elektronik Produktion



1999 mod. Sigma



2010 mod. R-Power Full Suspension

Blizzard wird für den R-Power Full Suspension zum ersten Mal in der Firmengeschichte der ISPO- Award verliehen





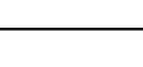
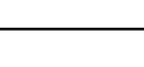
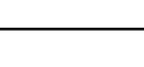
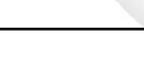




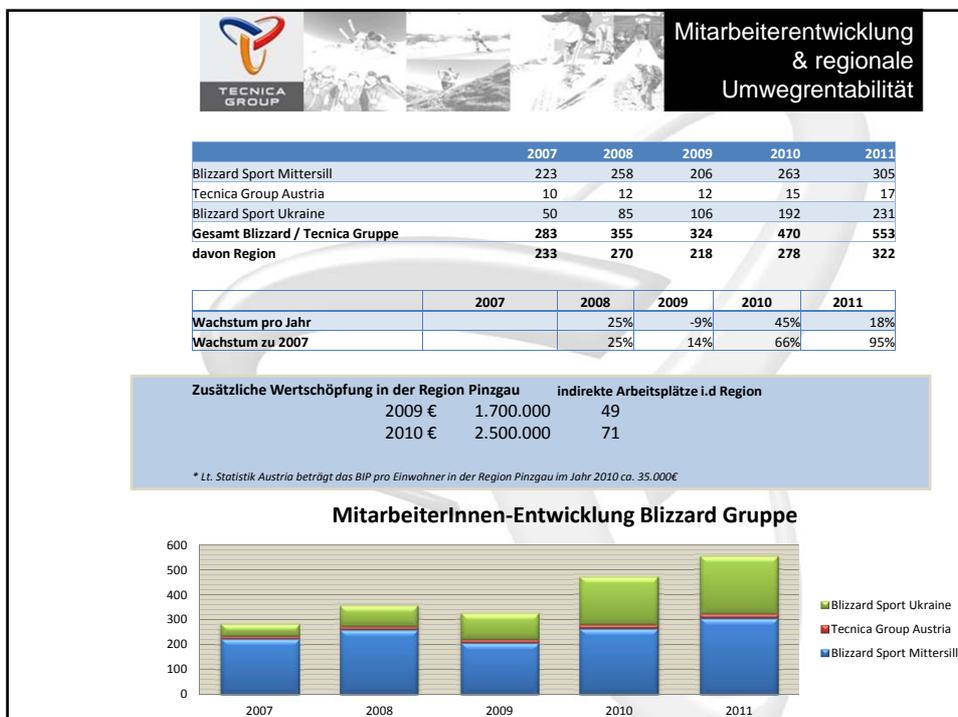
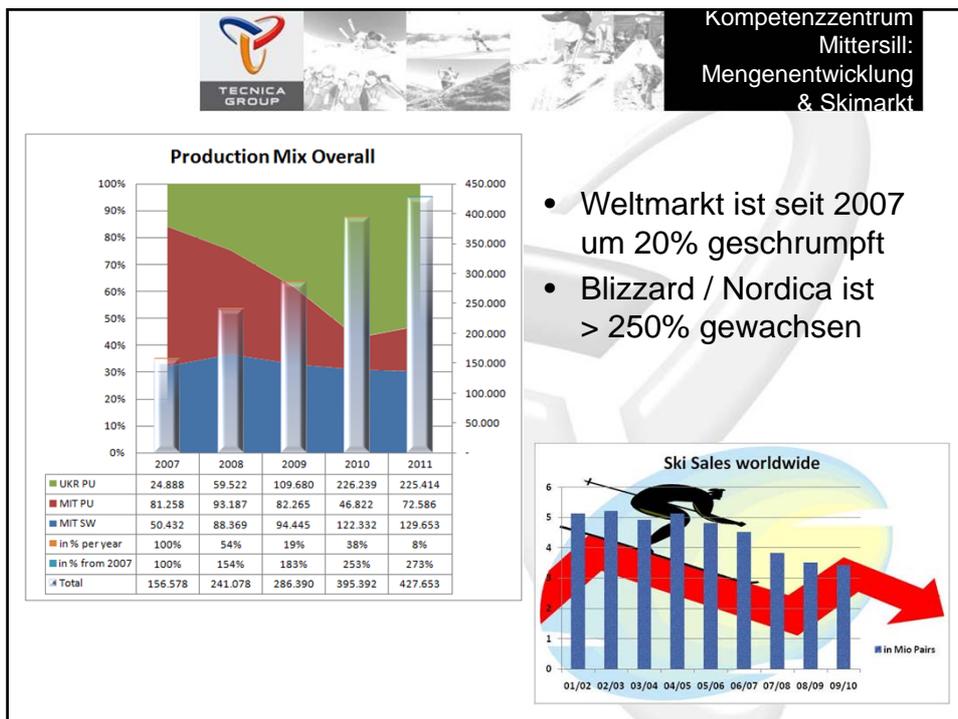

Skikompetenz: Testergebnisse 2005 - 2011





2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
					
					
					
					
					
					
					

Innovation: exzellente internationale Skitestergebnisse





Spezialisierung - Kernkompetenz

- **Skikompetenzzentrum der Tecnica Gruppe**
 - „Italien = Schuh – Mittersill = Ski !“
 - Kernkompetenz Innovation
 - Zitat Giancarlo Zanatta 21.12.2006 – Salzburger Nachrichten:
 - „Wir wollen Blizzard in den nächsten drei bis fünf Jahren als internationale Firma relaunchen“
 - „Wir benötigen ein Unternehmen, das Ski unter unserer Führung baut. Blizzard kann uns das Know-how geben, in Italien haben wir das nicht“









Was sind die aktuellen Herausforderungen und Ziele – wo wollen wir hin ?

- Was ist unsere Strategie
 - Positionierung als starke hochinnovative Marke
 - Modernste Technik und höchste Qualität
 - „Hi-Tech-Emotion“ – Vorsprung durch Innovation
- Innovations- und Entwicklungsprojekte
 - Materialtechnik / Verfahrenstechnik / Skibau-Technik (zB. Holzverleimung)
- Strategischer Forschungsschwerpunkt (Vision 2015)
 - Ski – Bindung – Schuh als „Einheit“ (FFG Headquarter Projekt)
- Wie können wir das trotz der peripheren Lage bewältigen – was hilft uns dabei ?
 - Global denken – lokal handeln !
 - „Peripherie“ ist für uns nur eine Geisteshaltung
 - Die Region Oberpinzgau im Zentrum des alpinen Skisports
- Herausforderungen Humanressourcen
 - Professionalität & Kreativität
 - Attraktiv sein für qualifizierte Fachkräfte (zusätzliche Initiativen wichtig; USP)
 - Mitarbeiter „entwickeln“
- **Über die eigenen Grenzen hinweg denken ... oder was hat ein Stier mit Skifahren zu tun**

was hat ein Stier mit
Skifahren zu tun?