



BERGSTEIGER  
DÖRFER

Eine Initiative des



Wege ins Freie.



Ideen - Taten - Fakten Nr. 5

Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Johnsbach im Gesäuse, 29.9. - 2.10.2011

# Nachhaltiger Bergtourismus - Kernkompetenz der Bergsteigerdörfer

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND UND EUROPÄISCHER UNION



Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen  
Raums: Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete.



# Nachhaltiger Bergtourismus - Kernkompetenz der Bergsteigerdörfer

Jahrestagung Bergsteigerdörfer, Johnsbach im Gesäuse, 29.9. - 2.10.2011

Ideen - Taten - Fakten Nr. 5

**Herausgeber:** Oesterreichischer Alpenverein, Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz  
Olympiastr. 37, 6020 Innsbruck

**Titelbilder:** Christina Schwann und Hannes Schlosser

**Bilder der Tagung und Umgebung:** Hannes Schlosser, Christina Schwann, Andreas Kleinwächter

**Textbearbeitung:** Regina Stampfl, Christina Schwann

**Redaktion:** Christina Schwann

**Layout:** Christina Schwann

**Druck:** Samson, St. Margarethen

[www.bergsteigerdoerfer.at](http://www.bergsteigerdoerfer.at)

Innsbruck, März 2012



<b>Vorwort</b> - Auftakt der Projektphase II für die OeAV-Bergsteigerdörfer Christina Schwann, Projektteam Bergsteigerdörfer	7
<b>Johnsbach im Nationalpark Gesäuse</b> Zu Gast in Österreichs jüngstem Nationalpark	9
<b>Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention</b> Ewald Galle - Focal Point Alpenkonvention Österreich, Lebensministerium	11
<b>Die Alpen in der nationalen Tourismusstrategie</b> Katharina Mayer-Ertl, Tourismusektion, Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend	15
<b>4. Alpenzustandsbericht: Nachhaltiger Tourismus - aktueller Stand</b> Elisabeth Süßenbacher, Umweltbundesamt	19
<b>Angebotspalette „Tauern Alpin“</b> - Angebotsgestaltung in der Nationalpark-Region Hohe Tauern Kärnten Andreas Kleinwächter, Tourismusinformaton Mallnitz	23
<b>Podiumsdiskussion: Erwartungshaltung an die Bergsteigerdörfer - Auftrag, Bürde, Chance?</b> Moderation: Roland Kals	25
<b>Entwicklungskonzept Bergsteigerregion Karnischer Kamm</b> Georg Hauger, Technische Universität Wien	35
<b>Unsere Qualitätsmesslatte: die Kriterien und Qualitätsentwicklungskonzepte</b> Roland Kals, Projektteam Bergsteigerdörfer	39
<b>Eindrücke Bergsteigerfriedhof Johnsbach</b>	46
<b>Über die Ostwand (Grazer Weg, IV+ / VI-) auf das Hochtorn</b> Roland Kals und Andreas Kleinwächter	47
<b>Von der Hesshütte auf das Hochtorn</b> Eindrücke einer sehr schönen Bergtour	49
Teilnehmerliste	50
Referentenverzeichnis	51

## Auftakt der Projektphase II für die OeAV-Bergsteigerdörfer



Über den Wolken - am Hochtort, 2.370 m

„Nachhaltiger Tourismus - Kernkompetenz der Bergsteigerdörfer“ - schon im Grundsatzprogramm Naturschutz des Oesterreichischen Alpenvereins von 1994 ist der Gedanke verankert, dass sich der Alpenverein insbesondere um kleine Gemeinden, abseits der großen touristischen Zentren bemüht. Noch dazu, wo es gerade die klassischen Talschlussgemeinden sind und waren, in denen sich der Alpinismus entwickelt hat, die eine jahrhundertelange Tradition aufweisen können, wo die Zusammenarbeit zwischen Sektionen Alpiner Vereine und den Gemeinden ihren Anfang nahm. Dieser Grundgedanke deckt sich ganz nebenbei direkt mit den Zielen der Alpenkonvention, wie Peter Haßlacher, Leiter der Fachabteilung Raumanlage-Naturschutz des OeAV in seinen Begrüßungsworten anmerkt. Das sei gerade heuer - im Jahr 2011 - in dem die Alpenkonvention ihr 20-jähriges Jubiläum feiere, besonders erwähnenswert. Seit der Unterzeichnung der Alpenkonvention in Salzburg im Jahre 1991 anlässlich der zweiten Alpenkonferenz der Umweltminister, unterhalte der Oesterreichische Alpenverein sehr enge Kontakte zum Lebensministerium. Es sei - so Peter Haßlacher - äußerst angenehm, dass dort seit eher immer die selben Beamten als Ansprechpartner tätig sind. Diese im Laufe der Jahre gewachsene Zusammenarbeit habe schließlich zum OeAV-Projekt „Bergsteigerdörfer“ geführt und - nachdem die Projektphase I mit 30.6.2011 ausgelaufen sei - auch die Einreichung und Genehmigung der Projektphase II mit einem Fördervolumen von EUR 600.000.- bis Ende 2013 gesichert.

Zusätzlich wurde in den höchsten Gremien des Alpenvereins - Bundesausschuss und Präsidium - die Weiterführung des Projektes „Bergsteigerdörfer“ einstimmig beschlossen. In dieser zweiten Phase des Projektes, so Haßlacher, gehe es vor allem um die Vertiefung der Angebotsqualität, der Profilschärfe und der Breitenwirkung der Bergsteigerdörfer. Der sichtbare Mehrwert für die Gemeinden trage nicht zuletzt auch zu mehr Akzeptanz der Alpenkonvention bei. Gerade hinsichtlich des Tourismusprotokolls gebe es zahlreiche konkrete Anknüpfungspunkte, die dem Wohle der Bevölkerung dienen würden.

Auch die Vorträge über die nationale Tourismus-

strategie von Katharina Mayer-Ertl und die Ausführungen zum gerade in Ausarbeitung befindlichen 4. Alpenzustandsbericht zum Thema „Nachhaltiger Tourismus“ zeigen deutlich, dass der eingeschlagene Weg der OeAV-„Bergsteigerdörfer“ ein richtiger, nachhaltiger und zukunftsweisender ist. Georg Bliem von Steiermark Tourismus geht sogar noch weiter und sagt ganz klar, dass der Trend hin zur Spezialisierung weist. Generell waren sich alle Teilnehmer der Podiumsdiskussion, moderiert von Roland Kals, einig, dass das Nischenprodukt „Bergsteigerdörfer“ jedenfalls sehr viel Konsequenz in der Umsetzung brauche, damit die hohen Erwartungshaltungen der Gäste nicht enttäuscht werden. Dass vor allem die Partnerbetriebe dabei eine ganz wichtige Rolle spielen, zeigte auch die Diskussion am Samstag, wo es vor allem um die Kriterien der Bergsteigerdörfer, die leicht überarbeitet wurden, sowie der Umsetzung von klaren Qualitätsfaktoren ging. Auch wenn manch ein Gast eventuell „gar nichts mehr sucht“, wie Stephanie Geiger, Journalistin aus Berlin meint, braucht es in den Bergsteigerdörfern eine sehr hohe Servicequalität, von der Beherbergung und buchbaren Angeboten über Beschilderung und Kartenmaterial bis hin zur Mobilität. Große Aufgaben, die sich den Bergsteigerdörfern hier stellen und die es zu meistern gilt, um als Marke Fuß zu fassen und sich im starken Tourismusmarkt richtig behaupten zu können, ohne sich selbst zu verkaufen.

Im Rahmen der Diskussionen zeigte sich wieder einmal ganz deutlich, wie unterschiedlich weit die Gemeinden bei der Umsetzung der Philosophie „Bergsteigerdörfer“ sind. Hier braucht es einen festen Zusammenhalt der Gemeinden untereinander, das Ausschöpfen der Marketingmöglichkeiten der Gemeinden und des Alpenvereins und der starken Miteinbeziehung der Sektionen der Alpiner Vereine. Der Oesterreichische Alpenverein als Projektträger wird versuchen, seine Aufgaben so gut als möglich zu erledigen und die Plattform „Bergsteigerdörfer“ bestmöglich zu etablieren. So wird zum Beispiel im Rahmen der Jahreshauptversammlung des OeAV 2011 ein eigener Workshop zum Thema „Bergsteigerdörfer“ stattfinden. Gelebt werden müssen die „Bergsteigerdörfer“



Vertreter aus Lunz am See, Jonsbacher Bürgermeister Ludwig Wolf, Ewald Galle und das Projektteam

aber vor Ort von den einheimischen Leuten. Es braucht die Identifizierung mit den alpinen Traditionen, mit den Werten der Natur- und Kulturlandschaft. Es braucht Selbstvertrauen in die eigenen Stärken, es braucht den Zusammenhalt zwischen den Gemeinden.

In diesem Sinne hoffen wir, dass auch diese mittlerweile schon fünfte Tagung im Rahmen der OeAV-Bergsteigerdörfer die Gemeindevertreter, Touristiker und Sektionsfunktionäre wieder ein Stück weiter zusammen gebracht hat und die Kommunikation weiter verbessert werden konnte, damit die zweite Projektphase inhaltlich voll ausgeschöpft und gleichzeitig die Basis für ein Weiterbestehen nach 2013 gelegt werden kann. Gleichzeitig muss allen Referenten und Referentinnen sowie den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Podiumsdiskussion großer Dank für ihr Engagement und ihre positiven Stellungnahmen ausgesprochen werden.

Herzlichst bedanken wir uns natürlich bei unseren Gastgeber, der Gemeinde Jonsbach im Gesäuse, bei Bürgermeister Ludwig Wolf und seiner Frau sowie den weiteren Partnerbetrieben Ödsteinblick und Donnerwirt.

Für das Projektteam,  
Christina Schwann

# Johnsbach im Nationalpark Gesäuse

## Zu Gast in Österreichs jüngstem Nationalpark



Der Nationalpark Gesäuse ist der sechste Nationalpark und mit dem Gründungsdatum 26.10.2002 der jüngste in Österreich. Am 5.12.2003 erhielt der Nationalpark Gesäuse außerdem die internationale Anerkennung der IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) der Kategorie II - Nationalpark. Mit einer Fläche von 10.054 ha, davon 86% Naturzone und 14% Bewahrungszone, ist er der drittgrößte Nationalpark in Österreich.

Das „Gesäuse“ stellt eine äußerst urtümliche, bizzare Naturlandschaft in der Obersteiermark dar, die es in dieser Einzigartigkeit kaum anderswo gibt. Der mächtige Gebirgsstock, gebildet aus den Ennstaler Alpen, dem Buchsteinmassiv und der Hochtorgruppe, steht östlich des Toten Gebirges fast solitär in der Landschaft. Mitten hindurch fließt die Enns, die sich über Jahrhunderte in den Gebirgsstock gegraben hat und auf ihrem Weg durch das Massiv ihre Fließgeschwindigkeit dramatisch erhöht und rauschend und dröhnend durch die entstandene Schlucht sprudelt. Daher kommt auch der Ausdruck „Xeis“, wie die Einheimischen das Gesäuse nennen.

Die höchste Erhebung ist das Hochtor mit 2.370 m. Weitere wichtige Gipfel sind der Gr. Ödstein mit 2.335 m, der Admonter Reichenstein mit 2.251 m und die Planspitze mit 2.117 m. Regen und Wind haben bizzare Formen in den Dachsteinkalk und Ramsadulomit gewaschen, so dass es nicht verwundert, dass das Gesäuse schon in den 1920iger Jahren das Mekka für junge, wagemutige Kletterer aus Wien und Graz war. Legendäre Geschichten ranken sich um die so genannten „Jungen Wilden“, die die Kletterszene prägten. Die 1936 erstmals bezwungene Dachl-Rosskuppen-Verschneidung stellt auch heute noch eine alpinistische Herausforderung dar.

Viele dieser Kletterer sind allerdings in den Gesäuse-Bergen, die sie so sehr liebten, ums Leben gekommen. Sei es aufgrund von Schlechtwettereinbrüchen, Erschöpfung oder schlicht weg aus jugendlichem Leichtsin. Die

Geschichten, die sich am Bergsteigerfriedhof in Johnsbach widerspiegeln, könnten spannender nicht sein.

Johnsbach ist übrigens eine der sechs Nationalparkgemeinden und mit 51% auch jene, mit dem größten Anteil am Nationalpark. Daneben gehören noch Hieflau, St. Gallen, Weng, Admont und Landl dazu.

Vier Sektionen des Oesterreichischen Alpenvereins betreuen das Gebiet: die Sektionen Austria, Mödling, Reichenstein und Admont-Gesäuse. Dazu gehören drei Schutzhütten: die Heßhütte, die Mödlingerhütte und die Haindlkarhütte.

Heute, fast 10 Jahre nach der Gründung des Nationalparks Gesäuse, trägt dieser erste Früchte: Die gesamte Region setzt auf einen nachhaltigen Tourismus, zahlreiche Veranstaltungen tragen zu einem besseren Verständnis des sensiblen Ökosystems bei und mit den Nationalpark-Partnerbetrieben haben sich auch die Gastronomen zusammen geschlossen, um gemeinsam für ihre Region, regionale Produkte und das Naturerlebnis zu werben.

Die Gemeinde Johnsbach sticht dabei noch einmal hervor, da sie sich als OeAV-Bergsteigerdorf zusätzlich zu ihren alpinistischen Wurzeln bekennt und spätestens mit der Neuauflage des umfangreichen Kletterführers „Xeis-Auslese“ wieder zu den Top Kletterdestinationen im alpinen Bereich zählt.

Johnsbach ist unter den Bergsteigerdörfern eine der flächenmäßig größten Gemeinde, Einwohner mäßig mit rund 150 Bewohnern allerdings die kleinste. Wie Bürgermeister Ludwig Wolf selbst feststellt, die Einwohnerdichte entspricht jener von Kanada.

*Interessante Geschichten zur Alpingeschichte von Johnsbach können im Buch „Alpingeschichte kurz und bündig - Bergsteigerdorf Johnsbach im Gesäuse“ von Josef Hasitschka nachgelesen werden.*



*Die Enns bahnt sich ihren Weg durch den Gebirgsstock des Gesäuses. Foto: Andreas Hollinger, Nationalpark Gesäuse*



*Blick vom Tamischbachturm; Foto: Andreas Hollinger, Nationalpark Gesäuse*



*Gämse im Nationalpark Foto: Toni Kerschbaumer*



*Blick auf das Kalkmassiv des Gesäuses Foto: Andreas Hollinger, Nationalpark Gesäuse*

# Das Tourismusprotokoll der Alpenkonvention

Ewald Galle - Focal Point Alpenkonvention Österreich, Lebensministerium



## I.) Die Protokolle

Die Protokolle der Alpenkonvention sind quasi ihre Essenz, selbst wieder völkerrechtlich-verbindliche Verträge, welche die in der Alpenkonvention enthaltenen und größtenteils nur grob umrissenen Handlungsverpflichtungen weiter ausgestalten und konkretisieren.

Bislang ist dies zu acht Bereichen erfolgt: „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“ (1994), „Berglandwirtschaft“ (1994), „Naturschutz und Landschaftspflege“ (1994), „Bergwald“ (1996), „Tourismus“ (1998), „Bodenschutz“ (1998), „Energie“ (1998) sowie „Verkehr“ (2000). Heute wenden wir uns in weiterer Folge dem Tourismusprotokoll zu.

Ein Wort noch zur rechtlichen Qualität dieser Protokolle in Österreich: Sie sind, und ich höre nicht auf, es zu wiederholen, national unmittelbar anwendbar ab dem Zeitpunkt des Inkrafttretens, also ab Dezember 2002. Das hat zur Folge, dass die Protokolle innerstaatlich unmittelbar wirksam und demgemäß sowohl vom Gesetzgeber als auch von der Vollziehung entsprechend zu berücksichtigen sind. Ob nun eine Bestimmung unmittelbar anwendbar ist, hängt davon ab, ob sie hinreichend bestimmt ist, was wohl nur im Einzelnen von dem zur Anwendung zuständigen Organ beurteilt werden kann.

### Protokoll Tourismus

#### Allgemeines

Für die Ausarbeitung dieses Protokolls war Frankreich federführend verantwortlich. Grundsätzlich wäre festzuhalten, dass die zum Teil recht allgemein formulierten Handlungsvorgaben in diesem Protokoll nur bedingt Umsetzungsverpflichtungen im österreichischen Recht auslösen.

Das Tourismusprotokoll war einer der ersten Versuche, eine jahrzehntelange, von einer nicht unbedeutenden Lobby getragene Entwicklung zu hinterfragen. Trotz unbestreitbarer Schwächen hat dieses Protokoll ausreichend Potenzial, um zumindest der nachhaltigen und umweltverträglichen Tourismusentwicklung Impulse zu geben. Es ist zudem durch die Ratifikation seitens der EG europäisches Recht.

Es ist aber unbestreitbar, dass es in Österreich immer noch große Skepsis und viele Berührungsängste mit dem Protokoll gibt. Die Protokollbestimmungen werden immer noch als bloße Verhinderungswerkzeuge missverstanden und von einem Dialog mit der Tourismuswirtschaft sind wir noch weit entfernt. Schon dadurch erhält die seit Jahren beispielhafte Kooperation mit der Tourismussektion im ös-



Ewald Galle - Focal Point Alpenkonvention Österreich, Lebensministerium

*„Es ist aber unbestreitbar, dass es in Österreich immer noch große Skepsis und viele Berührungsängste mit dem Protokoll gibt. Die Protokollbestimmungen werden immer noch als bloße Verhinderungswerkzeuge missverstanden und von einem Dialog mit der Tourismuswirtschaft sind wir noch weit entfernt.“*



terreichischen Wirtschaftsministerium besonderes Gewicht.

Das Tourismusprotokoll ist nicht von VertreterInnen des Umweltministeriums ausgehandelt worden, sondern von ExpertInnen im Wirtschaftsministerium. Und dieser Verantwortung ist man sich auch immer bewusst gewesen. Es freut mich daher außerordentlich, dass die Tourismussektion nicht nur zu dieser Veranstaltung beiträgt, sondern permanent an der Implementierung mitarbeitet, sei es im Österreichischen Nationalen Komitee zur Alpenkonvention, sei es in der aktuellen Arbeitsgruppe zur Abfassung des 4. Alpenzustandsberichtes über den umweltverträglichen Tourismus im Alpenraum.

#### Art. 5, Geordnete Entwicklung des Angebots

Die Vertragsparteien **haben auf eine geordnete touristische Entwicklung durch einen umweltverträglichen Tourismus zu achten**. Zu diesem Zweck werden die Ausarbeitung und die Umsetzung von Leitbildern, Entwicklungsprogrammen sowie von sektoralen Plänen unterstützt. Durch dieses Maßnahmenbündel sollen Vor- und Nachteile von geplanten Entwicklungen nicht nur bewertet, sondern auch vergleichbar gemacht werden, wobei insbesondere den sozioökonomischen Auswirkungen auf die ansässige Bevölkerung, den Auswirkungen auf Boden, Wasser, Luft, Naturhaushalt und Landschaftsbild einschließlich jener auf öffentliche Finanzen besondere Beachtung geschenkt werden soll.

Da die vielerorts erstellten, örtlichen und regionalen Tourismusleitbilder dazu nicht ausreichen dürften, werden Anpassungen vor allem in den Raumordnungsgesetzen der Länder notwendig sein, um auf diesen Artikel des Tourismusprotokolls abgestimmte Konzepte zu verankern bzw. die die Raumordnungskonzepte betreffenden Bestimmungen zu adaptieren.

#### Art. 6, Ausrichtung der touristischen Entwicklung

Diese Bestimmung zielt auf eine nachhaltige Politik ab, welche die Wettbewerbsfähigkeit

des naturnahen Tourismus im Alpenraum stärkt.

In Abs. 3 wird zudem festgelegt, dass darauf zu achten wäre, dass in Gebieten mit starker touristischer Nutzung **ein ausgewogenes Verhältnis zwischen intensiven und extensiven Tourismusformen** angestrebt wird. Mag angesichts der Fülle von landschafts- und umweltschonenden Initiativen in Österreich ein konkreter Umsetzungsbedarf hier nicht erkennbar sein, so stellt aber dieser Berücksichtigungsaspekt ein begrenzendes Element für den technischen Ausbau dar, d.h. dass Behörden diesem Aspekt vor allem bei Interessensabwägungen in Naturschutzverfahren besondere Beachtung schenken sollten.

#### Art. 7, Qualitätsförderung

Es ist darauf zu achten, dass eine Qualitätsförderung, insbesondere durch Anpassungen von Anlagen und Einrichtungen an Natur und Landschaft, im Wege der Städteplanung und Architektur, aber auch bei Beherbergungseinrichtungen und touristischen Dienstleistungsangeboten sowie durch Diversifizierung des touristischen Angebots innerhalb des Alpenraumes und durch Aufwertung der kulturellen Aktivitäten in den jeweiligen Gebieten erreicht werden kann.

Auch diese Bestimmung kann zu Anpassungen in den Raumordnungsgesetzen führen.

#### Art. 8, Lenkung der Besucherströme

#### Art. 10, Ruhezonen

Die rechtlichen Regelungen betreffend die Lenkung von Besucherströmen oder die bereits im Rahmen des Naturschutzrechts vorgesehene verpflichtende Ausweisung von Ruhezonen, sind in die nationale Gesetzgebung eingeflossen.

**In diesen Ruhezonen ist auf touristische Erschließungen zu verzichten.** Dieser bereits im Naturschutz- und Raumplanungsprotokoll normierte Auftrag erfährt hier eine neuerliche Ausgestaltung, wobei aber ausschließlich auf die Vermeidung von touristischen Erschließungen abgestellt wird.

#### Art. 11, Politik im Beherbergungsbereich

Der Begrenztheit des verfügbaren Raumes durch Bevorzugung der kommerziellen Beherbergung und der Erneuerung und Nutzung der bestehenden Bausubstanz ist von den Vertragsparteien durch eine **umweltverträgliche Politik im Beherbergungsbereich** Rechnung zu tragen.

Derzeit bestehende Sonderflächenwidmungen für Beherbergungsgroßbetriebe werden den Anforderungen dieses Artikels nicht immer gerecht und wären gegebenenfalls zu adaptieren.

#### Art. 12 Aufstiegshilfen

Auch die **Rechtsvorschriften** betreffend die Naturverträglichkeit bei Bewilligungen von Aufstiegshilfen sind bereits **in die nationale Gesetzgebung eingeflossen und in Naturschutzverfahren unmittelbar anzuwenden**. Zu beachten ist, dass gemäß Art. 12 (2) neue Betriebsbewilligungen und Konzessionen den Abbau und die Entfernung nicht mehr gebrauchter Anlagen und die Renaturierung nicht mehr benutzter Flächen vorrangig mit heimischen Pflanzenarten vorzusehen haben. Damit tritt diese Bestimmung zu den bestehenden gesetzlichen Verpflichtungen hinzu und wäre in den entsprechenden Verfahren zu berücksichtigen.

#### Art. 14, Besondere Erschließungstechniken

Bezüglich des Baus, Unterhalts und Betriebes von Schipisten (Abs. 1) und den damit zusammenhängenden Bewilligungen wäre darauf zu achten, dass diese **möglichst landschaftschonend und unter Berücksichtigung der natürlichen Kreisläufe sowie der Empfindlichkeit der Biotope** erfolgen. Geländekorrekturen sind, so weit wie möglich, zu begrenzen und, sofern es die naturräumlichen Gegebenheiten zulassen, umgestaltete Flächen vorrangig mit heimischen Pflanzenarten zu begrünen. Die nationalen Bestimmungen, insbesondere im Naturschutz- und Wasserrechtsbereich, die Grundlage für die Erteilung von Bewilligungen sind, berücksichtigen diese Forderungen bereits.

Bei *Beschneigungsanlagen* (Abs. 2) können innerstaatliche Rechtsvorschriften die Erzeugung von Schnee während der jeweiligen Kälteperiode zulassen, insbesondere um exponierte Zonen zu sichern und wenn die örtlichen hydrologischen, klimatischen und ökologischen Bedingungen es erlauben. Damit wird dem Grundgedanken entsprochen, dass Beschneigungsanlagen im Wesentlichen der Entschärfung gefährlicher und exponierter Stellen dienen. Auch diese Bestimmung fließt in nationale naturschutzrechtliche Bewilligungsverfahren bereits ein.

#### Art. 15, Sportausübung

#### Art. 16, Absetzen aus Luftfahrzeugen

Für sportliche Aktivitäten und dabei insbesondere das ausdrücklich genannte **Absetzen von Touristen aus Luftfahrzeugen** werden **in Österreich grundsätzlich keine Landegenehmigungen** erteilt; Ausnahmen gibt es in Vorarlberg. In **einigen Bundesländern** ist überdies der **Betrieb von Motorschlitten außerhalb von Straßen mit öffentlichem Verkehr sogar untersagt**.

Insbesondere Art. 16 wäre von der zuständigen Luftfahrtbehörde im Rahmen ihrer Interessensabwägungen anzuwenden. Auch in diesem Fall ist eine ergänzende Berücksichtigung dieser Bestimmung, neben naturschutzrechtlichen auch in veranstaltungsbehördlichen Bewilligungsverfahren oder im UVP-Verfahren, erforderlich und denkbar.

#### Art. 18, Ferienstaffelung

Auch wenn bloß von einem „Bemühen“ der Vertragsparteien um eine **bessere räumliche und zeitliche Staffelung** der touristischen Nachfrage in den Feriengebieten gesprochen wird, so ist angesichts der sich ständig wiederholenden Verkehrszusammenbrüche, insbesondere während der Semesterferien, die **Notwendigkeit einer besseren und effizienteren Kooperation unter den Alpenstaaten unbestreitbar**. Allein aus dieser nur unverbindlichen Formulierung kann durchaus die Verpflichtung abgeleitet werden, sich zum Zweck der Ferienstaffelung intensiver

abzustimmen und flexiblere Rahmenbedingungen zu schaffen, nicht zuletzt angesichts der Tatsache, dass die Bestimmungen des Tourismusprotokolls europäisches Recht sind. Es wird aber nicht nur mit der Entzerrung von Ferienzeiten das Auslangen gefunden werden können, sondern es sollte das Bemühen im Vordergrund stehen, umfassende „sanft mobile“ Lösungen für den Tourismus- und Freizeitverkehr im (und in den) Alpenraum zu finden.

#### Art. 19, Innovationsanreize

Um geeignete Anreize für die Umsetzung der Anliegen dieses Protokolls zu entwickeln, besteht die Möglichkeit, einen **Wettbewerb der Alpenländer zu initiieren**, der sich durch **innovative touristische Initiativen und Projekte**, die den Zielsetzungen dieses Protokolls entsprechen, auszeichnen soll.

Ein nicht uninteressanter Gedanke, der gerade im Tourismusbereich, wo die Konkurrenz zwischen einzelnen Alpenregionen und Gebieten besonders stark ausgeprägt ist, möglicherweise ein Anstoß sein kann, die Anliegen des Umweltschutzes stärker als bisher zu berücksichtigen. Frankreich hat im Rahmen seiner Präsidentschaft diese Option bereits aufgegriffen und einen Wettbewerb initiiert, aus dem u.a. auch ein E-Bike-Projekt zur Solaren Mobilität in Südkärnten als Sieger hervorgegangen ist.

## II.) Tourismus in den Alpen

Die Alpen sind die *größte zusammenhängende Erholungsregion* im Zentrum Europas. Der Tourismus stellt jedoch in den Alpen nicht ein flächenhaftes, sondern ein überwiegend *punkt- und bandförmiges Phänomen* dar. Ein großer Teil der Betten konzentriert sich auf wenige Regionen. Generell besitzen nur ca. 10% aller Alpengemeinden große touristische Infrastrukturen und eine touristische Monofunktion.

Derzeit ist im alpenweiten Kontext eine *stag-*





nierende bis rückläufige Entwicklung der touristischen Nachfrage zu beobachten. Dies ist u.a. in der wachsenden Konkurrenz mit weltweiten Tourismuszielen begründet. Für viele kleine bis mittelgroße Betriebe führte diese Entwicklung bereits zu einer deutlichen Überschuldung und ernsthaften Bedrohung ihrer Existenz. Dennoch wird auf einen weiteren Ausbau der touristischen Infrastruktur, wie u.a. auf die Erschließung weiterer Skigebiete in z.T. noch naturnahen Räumen und die Errichtung von Beschneiungsanlagen inkl. der besserenverkehrlichen Anbindung touristischer Einrichtungen, keineswegs verzichtet. Damit werden zunehmend Überkapazitäten aufgebaut, die zu einer massiven Konkurrenz der einzelnen Fremdenverkehrsorte untereinander führen.

Eine weitere Anforderung, die sich heute für die touristischen Gemeinden und Einrichtungen stellt, sind schnell wechselnde Modetrends im Aktivsport und die Entstehung neuer Formen der Freizeitgestaltung. Sie erfordern die Bereitstellung spezieller Infrastrukturen und führen zu Veränderungen der Raum-Zeitmuster touristischer Nutzungen. Zudem hat eine stark geräteorientierte Freizeit- und Urlaubsgestaltung (Surfen, Snowboarding, Mountainbiking, Paragliding etc.) außerdem i.d.R. eine verstärkte Nutzung des privaten PKW zur Anreise an den Urlaubsort zur Folge.

Und gerade hier beginnt die Geschichte der **Bergsteigerdörfer**. Es sind kleine Gemeinden bzw. Regionen mit einer natürlichen Authentizität, einer harmonischen Dorfkultur und oft sehr unterschiedlichen Alpinkompetenzen, die die Renaissance des Bergsteigens nutzen und beweisen, dass umweltverträglicher Tourismus in den Bergen nicht nur möglich, sondern auch nachhaltig ausgeübt werden kann. Die Bergsteigerdörfer werden nie ein massenkompatibles oder massentaugliches Phänomen werden und die Idee dahinter ist auch nicht ohne weiteres auf andere Orte oder Gebiete übertragbar. Dass sich die Bergsteigerdörfer als exklusive und sich von anderen Projekten auch bewusst absetzende Initiative sehen, ist nur recht und billig.

Eine Dimension, auf die ich noch besonders hinweisen möchte und die in den Bergsteiger-

dörfern wie wohl in keinem anderen Projekt derart umgesetzt wird, stellt der Umgang mit der sozialökonomischen Rolle der Alpenkonvention und ihres bis dato noch viel zu wenig beachteten gesellschaftlich kulturellen Potenzials dar. Dieses Projekt fügt sich damit nahtlos in die Implementierung der Deklaration „Bevölkerung und Kultur“ ein.

Gerade ein Projekt inmitten des Tourismussektors, dem oft eine die sozialen Rahmenbedingungen verzerrende Rolle zugestanden wird, fungiert nun als Vorzeigebispiel für eine gelungene Miteinbeziehung gesellschaftlicher und sozioökonomischer Faktoren. Im konkreten Fall ist der Lebensmittelladen und der Friedhof hier in Johnsbach und vor allem die Darstellungen im Zuge der Reihe „Alpingschichte kurz und bündig“. Optisch und im Format klein, sind sie letztendlich Darstellungen von Menschen, die es im Einklang und oft auch im Kampf mit der Natur geschafft haben, diese Region weiter zu entwickeln. Diese Geschichten stehen für das Leben und Wirtschaften, für ihre Tradition und Herkunft. Mir war dieser hohe Identifikationsfaktor zugegebenermaßen am Anfang unseres Vorhabens noch gar nicht bewusst. Vielleicht kann ich es jetzt auch noch nicht richtig einschätzen, aber ich habe mit den Bergsteigerdörfern gelernt, welche Impulse, welche Kraft aus der Geschichte abgeleitet werden können.

### III.) Resümee

Es ist gerade der Tourismusbereich, der - wahrscheinlich mehr als andere Sektoren - geradezu prädestiniert ist, zu beweisen, dass sich Umwelt, wirtschaftliche Entwicklung und Verkehr, oder sozioökonomische Faktoren nicht gegenseitig behindern oder gar ausschließen, sondern sich gegenseitig bedingen. Die Alpenkonvention bietet mit den vorhandenen Grundlagen eine wohl einmalige Plattform, um diese integrative Sichtweise auch tatsächlich zu praktizieren, denn es bleibt wohl unbestreitbar, dass man die touristische Entwicklung den Alpen anpassen muss und nicht umgekehrt.

„Dass sich die Bergsteigerdörfer als exklusive und sich von anderen Projekten auch bewusst absetzende Initiative sehen, ist nur recht und billig.“



# Die Alpen in der nationalen Tourismusstrategie

Katharina Mayer-Ertl, Tourismussektion, Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

## Der Tourismus in Österreich - rechtliche Grundlage

In Österreich fallen grundsätzlich die Angelegenheiten des Tourismus gemäß der Kompetenzverteilung (Art. 10-15 B-VG) in Gesetzgebung und Vollziehung in die Zuständigkeit der Bundesländer. Da der Tourismus jedoch eine typische Querschnittsmaterie ist, die von einer ganzen Reihe an Bundeskompetenzen, wie etwa Pass- und Zollwesen, Gewerberecht, Meldewesen, Arbeitsrecht usw. betroffen ist und

außerdem einen sehr bedeutenden österreichischen Wirtschaftsfaktor darstellt, nimmt der Bund ebenfalls Aufgaben im Bereich Tourismus wahr. Zuständig ist das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ)<sup>1</sup>, wo die Sektion für Tourismus und Historische Objekte als Informationsdrehscheibe/Koordinationsstelle eingerichtet wurde.

## Österreichische Tourismusstrategie „Neue Wege im Tourismus“

Um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandorts Österreich zu sichern und auszubauen, hat das BMWFJ im Oktober 2009 mit der Ausarbeitung einer Tourismusstrategie begonnen. Anfang 2010 präsentierte Bundesminister Dr. Reinhold Mitterlehner die ersten, politisch abgestimmten Ergebnisse des Strategieprozesses, welche auf Resultaten einer breit geführten Diskussion zu den wichtigsten Zukunftsaufgaben basieren.

Kernpunkt der Strategie ist die Etablierung von drei starken Alleinstellungsmerkmalen (USP) im österreichischen Tourismus: Alpen, Donau & Seen sowie Städte & Kultur, die bei nationalen und internationalen Gästen bekannt und geschätzt sind und auch ganzjährig genutzt werden können.

Zusätzlich zu den drei USPs wurden fünf konkrete Arbeitsbereiche definiert, in denen enga-

giertes Handeln entscheidend für den Tourismusstandort Österreich sein wird:

1. Marketing - Bündelung der Kräfte
2. Förderungen - thematische Schwerpunkte, klare Zuständigkeiten durch Förderpyramide
3. Förderung von Innovationen
4. Infrastruktur - Grenzen abbauen
5. Rahmenbedingungen - Wettbewerbsfähigkeit erhöhen

Um diese Tourismusstrategie voranzutreiben, ist die freiwillige Zusammenarbeit aller politischen Akteure notwendig:

- Bei der jährlichen Tourismuskonferenz erfolgt die Abstimmung tourismuspolitischer Themen.
- Eine Steuerungsgruppe zur regelmäßigen Koordinierung zwischen Bund und Bundes-



Katharina Mayer-Ertl, Tourismussektion, Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

„Kernpunkt der Strategie ist die Etablierung von drei starken Alleinstellungsmerkmalen (USP) im österreichischen Tourismus: Alpen, Donau & Seen sowie Städte & Kultur, (...)“

<sup>1</sup> gemäß dem Bundesministeriengesetz



ländern bereitet die Konferenz vor und diskutiert aktuelle Themen.

- Ein Expertenbeirat beschäftigt sich mit Trends und Herausforderungen und erstellt Handlungsempfehlungen für die Tourismuskonferenz.

Bei der 1. Tourismuskonferenz im Frühjahr 2011 in Linz wurde der „Aktionsplan Tourismus 2011“ von Bundesminister Mitterlehner, Landeshauptmann Platter und den Tourismuslandesräten verabschiedet, der gemeinsame Schwerpunkte für 2011 setzt. Er sieht konkrete Maßnahmen in folgenden Bereichen vor:

1. Marketing ⇒ „Allianz Tourismus Marketing“ und Marketingforum
2. Förderungen ⇒ Innovationsmillion
3. Innovation ⇒ Auszeichnung von Leuchtturmprojekten
4. EU ⇒ Bund-Länder-Arbeitsgruppe
5. Schulsportwochen ⇒ Koordinationsstellen und ÖW<sup>2</sup>-Kampagne



Abb. 1: Die Förderpyramide soll die Zuständigkeiten von Ländern und Bund klar regeln.



Abb. 2: Schematische Darstellung der Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure der Tourismusstrategie

<sup>2</sup> Österreich Werbung

## Die Alpen in der österreichische Tourismusstrategie

Die Alpen haben in der Tourismusstrategie einen besonderen Stellenwert. Gemeinsam mit den Bereichen Donau & Seen und Städte & Kultur sind sie ein starkes Alleinstellungsmerkmal, welches durch Ausrichtung von Marketing und Förderungen besonders gestärkt und damit besser ganzjährig nutzbar gemacht werden soll.

Schwerpunkte zur Stärkung des ganzjährigen Alpentourismus sind derzeit:

- o **Sicherung der Erhaltung und qualitativen Weiterentwicklung der alpinen Infrastruktur:** Das BMWFJ unterstützt seit 1981 Erhaltungsmaßnahmen bei alpinen Schutzhütten sowie Wander- und Bergwegen, die von den Vereinen im VAVÖ<sup>3</sup> betreut werden. Bei der 1. Tourismuskonferenz wurde eine Rahmenvereinbarung 2011-2013 mit dem VAVÖ abgeschlossen, mit dem Bekenntnis zur Bedeutung der Alpinen Infrastruktur und der Festlegung von Förderschwerpunkten.

- o **Errichtung eines alpinen Wegeinformationssystems (AWIS)** als Innovationsimpuls für Wandern, um einerseits eine zeitgemäße Grundlage für eine österreichweite digitale Wegeinformation zu schaffen und andererseits ein Wegeerhaltungssystem zu etablieren.

- o **Nationalparks und Tourismus** besser vernetzen und vermarkten: Die Task Force, welche das BMWFJ 2008 zum Thema eingerichtet hat, zeigt Wirkung: Die neue Nationalparkstrategie thematisiert die Rolle des Tourismus und das BMWFJ ist im neu geschaffenen Nationalpark-Beirat vertreten; Zum Nationalpark-Marketing ist die ÖW in Abstimmung mit den Landestourismusorganisationen und veranstaltet Innovationsworkshops mit den Nationalparks.

- o **Angebote für den internationalen Wettbewerb bündeln:** Mit Einsetzung der Allianz Tourismus Marketing<sup>4</sup> und dem neuen Marketingforum<sup>5</sup> sind wichtige Schritte gesetzt, um Kräfte für Auslandsmarketing zu bündeln. Auch die Initiative „theALPS“, welche unter dem Motto: „Gemeinsam für einen nachhaltig erfolgreichen, ganzjährigen Alpentourismus!“ B2B-Veranstaltungen organisiert sowie einen Austausch zum Thema ermöglicht, bietet eine weitere Chance sich gemeinsam international zu positionieren und zu präsentieren.

- o **Wintersportwochen forcieren:** Wie im Aktionsplan 2011 vereinbart, werden Koordinationsstellen in den Bundesländern eingerichtet, um den Anbietern und Schulen eine zentrale Präsentationsplattform mit qualitativen Angeboten zu bieten. Das BMWFJ ist auch im Lenkungsausschuss der Servicestelle Wintersportwochen vertreten. Vom 16.-30.9.2011 erfolgte eine Marketingoffensive der ÖW für Wintersportwochen im Radiosender Ö3.

Weitere Themen und Projekte mit Bezug zum alpinen Raum sind beispielsweise auch:

- o **Mobilität:** z.B. „Sanfte Mobilität - Autofreier Tourismus“, Alpine Pearls, Alps Mobility, Radtourismus.
- o **Österreichisches Umweltzeichen für Tourismus:** Umweltgütesiegel für nachhaltiges Reisen: Teilnahme am Gremium zur Überarbeitung.
- o **Energie:** Leitfaden „Energiemanagement in Hotellerie und Gasgewerbe“, Staatspreis Tourismus 2009 „Energieeffizienz in der Hotellerie und Gastronomie“, fortlaufende Sensibilisierung: Studien im Rahmen von StratClim.

<sup>3</sup> Verband der alpinen Vereine Österreichs

<sup>4</sup> Allianz von ÖW und Landestourismusorganisationen zur Förderung der Wahrnehmung im Ausland

<sup>5</sup> Diskussion der langfristigen Ausrichtung des Tourismusmarketing und strategischer Allianzen, Teilnehmer: Bund, Ländern, ÖW und bedeutende Stakeholder der Tourismuswirtschaft, wie die WKÖ, die ÖHV, Destinationen, Leitbetriebe und die Wissenschaft



## Tourismusdestination Alpenraum

Der Alpenzustandsbericht informiert regelmäßig über ökologische, wirtschaftliche und soziale Entwicklungen im Alpenraum. Er liefert eine fundierte Wissensgrundlage und identifiziert zukünftige Herausforderungen als wichtige Basis für die Entwicklung alpenweiter Strategien. Der vierte Alpenzustandsbericht wurde im März 2011 auf der Ministerkonferenz der Alpenstaaten in Brdo/Slowenien beschlossen. Wegen der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Region und der Zielsetzungen für nachhaltigen Tourismus in den verschiedenen Protokollen der Alpenkonvention (Tourismusprotokoll, Verkehrsprotokoll, Protokoll Naturschutz und Landschaftspflege) sowie im „Aktionsplan zum Klimawandel in den Alpen“, wird der vierte Alpenzustandsbericht das Thema Nachhaltiger Tourismus behandeln. Der Bericht dient der politischen Positionierung des Themas, informiert über Zustand und Zukunft der Alpenregion und leistet einen wichtigen Beitrag zur Bewusstseinsbildung zum Schutz dieser Region. Die Erarbeitung erfolgt durch das ständige Sekretariat der Alpenkonvention in Abstimmung mit dem Schweizer Vorsitz. Fachlich unterstützt wird es dabei von einer internationalen Arbeitsgruppe, die in engen Kontakt

mit zahlreichen TourismusexpertInnen des Alpenraums steht. Die Koordination der österreichischen Beiträge übernehmen MitarbeiterInnen des Umweltbundesamt in Zusammenarbeit mit dem Lebensministerium, dem Wirtschaftsministerium und der Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Der vierte Alpenzustandsbericht wird auf der XII. Alpenkonferenz im September 2012 präsentiert.

Der vierte Alpenzustandsbericht versucht den Tourismus im Alpenraum in seiner gesamten Komplexität zu erfassen und seiner strategischen Bedeutung Rechnung zu tragen. Ist-Zustand und Entwicklungstrends des Tourismus werden dargestellt und seine Auswirkungen auf Wirtschaft, Natur & Landschaft und Gesellschaft analysiert. Stärken und Schwächen des Alpentourismus stehen dabei ebenso im Fokus wie Entwicklungspotentiale und -möglichkeiten. Durch zahlreiche praktische Beispiele illustriert der Bericht außerdem, wie nachhaltige Tourismusentwicklung forciert und lokale Probleme überwunden werden können. Kernstück des Berichts ist eine Übersicht über zentrale zukünftige Herausforderungen für einen nachhaltigen Alpentourismus. Auf dieser Basis werden auch Handlungsempfehlungen defi-

niert, die als politische Entscheidungsgrundlagen dienen.

Der vierte Alpenzustandsbericht wird seinen Leserinnen und Lesern jedenfalls reichhaltiges Datenmaterial, Informationen und Analysen zum nachhaltigen Tourismus im Alpenraum bieten. Wichtige Zielsetzung ist dabei eine möglichst große Bandbreite an Anregungen für lokale Problemstellungen und Antworten auf viele Fragen zu liefern. Damit wollen die Autorinnen und Autoren die Diskussion weiter anregen und einen Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung im Alpenraum leisten.



### Literatur:

<sup>1</sup> Baumhackl H. 1995: Die Alpen – eine Ferienlandschaft aus geographischer Sicht. In: Isenberg W. (Ed.): *Tourismusentwicklung in den Alpen – Bilanz, Gefahren, Perspektiven*. Thomas-Morus-Akademie Bensberg. Bergisch Gladbach: 9-43.  
<sup>2</sup> Bätzing W. 2003: *Die Alpen – Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft*. München, 431 S.

<sup>3</sup> Tappeiner U., Tappeiner G., Hilbert A. & E. Mattanovich 2003: *The EU Agricultural Policy and the Environment. Evaluation of the Alpine Region*. Berlin, 275 S.

# Fragen, Anregungen, Diskussion

zusammengefasst von Regina Stampfl und Christina Schwann

## Zum Protokoll Tourismus

**Joachim Gfreiner**, OeAV-Landesverband Kärnten, äußert Bedenken hinsichtlich der Wirksamkeit der Bestimmungen der Protokolle der Alpenkonvention. Er stellt die Frage, ob es in der Praxis konkrete Beispiele gäbe, bei denen die Alpenkonvention in ihrem 10-jährigen Bestehen den Tourismus tatsächlich beeinflusst hätte.

**Ewald Galle**, Lebensministerium, erläutert dazu, dass die Protokolle unverbindliche Rahmenverträge im Kleinen seien, was auch auf das Tourismusprotokoll zuträfe. Dass es aber sehr wohl wahrgenommen werde, könne ganz einfach aus der Tatsache geschlossen werden, dass sich sehr viele Leute darüber beschwerten würden. Als Vergleich werde immer die Schweiz genannt, in der das Tourismusprotokoll nicht ratifiziert sei. Tatsächlich gäbe es auch konkrete Beispiele, bei denen Veranstaltungen unter Hinweis auf Art. 6, Abs. 3 des Tourismusprotokolls unterzogen wurden, wie zum Beispiel ein Skidoo-Rennen in Kitzbühel oder Ähnliches in Ischgl. Neben dieser rechtlichen Dimension gäbe es aber auch die projektbezogene. Die „Bergsteigerdörfer“ seien ein Projekt, das sich auf das Tourismusprotokoll stütze und daraus im Sinne des nachhaltigen Tourismus einen Vorteil ziehe.

**Helmut Lang**, OeAV-Sektion Villach, merkt an, dass die Kärntenwerbung damit werbe, dass 95% aller Kärntner Skipisten beschneit werden, was im Umkehrschluss heiße - bezogen auf das Tourismusprotokoll -, dass 95% der Kärntner Skipisten exponiert und gefährlich seien.

**Ewald Galle** habe diesen Punkt eben besonders hervorgehoben, weil er so kritisch sei. Man könne auch mit den Aussagen zu den Kälteperioden einen gewissen Streit anfangen. Wenn Ischgl den Antrag stelle, ab 10. Oktober beschneien zu wollen, um die ersten Gäste aufzufangen, bevor diese überhaupt ans Skifahren denken würden, dann gäbe es

hier sehr wohl einen Anknüpfungspunkt. In einem allfälligen Verfahren könne zwar nicht der Spruch, aber die Begründung in einem Bescheid auf das Protokoll gestützt werden. Man müsse den Leuten zeigen, dass das, was sie oft für sich selber wollen, langfristig nicht das Richtige ist. In Sachen Alpenkonvention habe er gelernt, dass man oft nicht nur zweimal, viermal oder fünfmal, sondern oft zehnmal etwas sagen müsse, bis es langsam in die Köpfe sickere.

**Roland Kals** möchte wissen, ob es eine Art „Motivenbericht“ zu den Formulierungen der Protokolle gäbe, aus denen man ableiten könne, wie es gemeint war.

**Ewald Galle** verneint, so etwas gäbe es nicht. Das Tourismusprotokoll wäre außerdem 1994 fertig gestellt worden, also zu einer Zeit, als Beschneigung noch etwas Exotische gewesen wäre. Damals wäre man sich in keinster Weise bewusst gewesen, welche Lawine man lostreten würde.

**Thomas Wirnsperger**, TVB-Großarlal, merkt an, dass die Italiener uns in Sachen Beschneigung immer voraus gewesen wären und auch die ersten waren, die - aufgrund ungünstiger klimatischer Gegebenheiten - auf Vollbeschneigung setzten.

**Ewald Galle** streicht noch einmal explizit hervor, dass der Weg, den die Bergsteigerdörfer einschlagen würde, nämlich sich ihre Selbstbestimmtheit zu sichern und nicht Großinvestoren aus dem nahen und fernen Osten zum Zug kommen zu lassen - wie das in der Schweiz oftmals der Fall sei - der richtige sei, um auch noch in Jahrzehnten überlebensfähig zu sein. Das Image, das hier geschaffen werde, sei ein ganz besonderes.

**Roland Kals** merkt an, dass die Aktionsprogramme zur Qualitätssicherung, die Ewald Galle in seinem Vortrag angesprochen habe, eventuell auch Anknüpfungspunkte für die Bergsteigerdörfer darstellen und somit auch weitere Fördertöpfe genutzt werden könnten.



Katharina Mayer-Ertl, Elisabeth Süßenbacher, Ewald Galle und Ludwig Wolf



Helmut Lang, OeAV-Sektion Villach



Joachim Gfreiner, OeAV-Landesverband Kärnten



Thomas Wirnsperger, TVB-Großarlal

## Zur Tourismustrategie und dem Alpenzustandsbericht



Katharina Mayer-Ertl, BM f. Jugend und Familie

**Katharina Mayer-Ertl**, Tourismusektion des BMWJF, bestätigt, dass gerade die Qualität ein ganz wichtiges Förderkriterium sei. Wie viel Geld bzw. Potential jetzt noch da sei, dazu könne man im Augenblick nichts sagen. Aber es sei nicht unüblich, dass in diese Richtung etwas gehe. Schließlich gäbe es auch die Rahmenvereinbarung mit dem VAVÖ für die Substanzerhaltung.

**Ewald Galle** ist außerdem der Meinung, dass auch von Seiten der Bundesländer Mittel zu lukrieren seien.

**Katharina Mayer-Ertl** hakt ein, dass eine klare Zuständigkeit durch die Förderpyramide eingerichtet worden sei: bis Euro 100.000.- läge die Förderung bei den Bundesländern, wenn sie darüber hinaus gehe, beim Bund, und wenn sie über 3 Millionen gehe, sei eine Abstimmung zwischen Bund und Ländern notwendig.

**Peter Haßbacher**, OeAV Abteilung Raumplanung und Naturschutz, kehrt noch mal konkret zum Tourismusprotokoll und seiner Umsetzung zurück. Auch er sei der Meinung gewesen, dass die Umsetzung etwas schneller gehen würde. Es sei aber ein derartig zäher Vorgang, der sowohl national als auch international von statten gehe. Er habe oft Gespräche mit einem der beiden obersten Tiroler Tourismuswerber, Herrn Dr. Brandl, früher in der Abteilung Umweltschutz tätig, und mit Joe Margreiter geführt. Hier seien immer noch große Berührungspunkte im Bereich der Alpenkonvention zu spüren. Die Alpenkonvention werde immer noch als Verhinderungsinstrument gesehen, weil in Ischgl zum Beispiel Radtrac-Fahrten auf den Piz Val Gronda nicht genehmigt worden seien.

Interessant sei allerdings gewesen, dass das Land Tirol im letzten Jahr zusammen mit dem Bundesministerium in Innsbruck zu einer ersten Sitzung der verschiedenen Alpenregionen, ob es jetzt Kantone, Départements oder Bundesländer seien, eingeladen habe. Acht Jahre nach Inkraft treten des Tourismusprotokolls habe man sich aus der Not heraus in Innsbruck getroffen, um gemeinsame Überlegungen an-

zustellen. Auch der Generalsekretär der Alpenkonvention wäre zu einem Statement eingeladen worden.

Die Anregung von Seiten Haßbacher und von Seiten des Oesterreichischen Alpenvereins lautet, dass die Alpenkonvention auch in einem Treffen der Länder und Tourismusverantwortlichen Thema sein sollte.

Haßbacher ist davon überzeugt, dass es gerade in diesem Protokoll Gemeinsamkeiten gäbe, die man zum Wohle der Bevölkerung in den Tälern entsprechend nutzen könnte.

Seit 2006 wird das touristische Regionsmanagement in der Nationalpark-Region Hohe Tauern Kärnten (12 Gemeinden im Mölltal, 1 im Maltatal; darunter mit Mallnitz und Malta 2 Bergsteigerdörfer) von einer eigens eingerichteten Abteilung im Kärntner Nationalparkfonds wahrgenommen. Im Masterplan der Region sind als inhaltliche Schwerpunkte festgehalten:

1. Alpintourismus
2. Nationalpark-Tourismus
3. Mobilität

Während die Region beim 1. Punkt auf eine große Tradition zurückblickt, stellen Punkt 2 und 3 in touristischer Hinsicht vielfach Neuland dar. Als Umsetzungsbeispiele für alle drei Punkte seien hier – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – folgende Maßnahmen genannt:

### 1. Mobilitäts-Lösung

Als Nationalpark-Region war gerade hier eine Vorreiterrolle angebracht, wiewohl die Ausgangssituation (zumindest im Sommer) alles andere als rosig war und die Nutzung eines Privat-PKW's den allermeisten Gästen geradezu unverzichtbar erschien. Seit 2006 wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

#### a. Primäre Bewerbung der Bahn-Anreise:

In allen Werbemitteln – online und print – wird die Bahnreise an erster Stelle genannt. Im Jahr 2011 wurde der Nationalpark Hohe Tauern Kärnten 1. Österreichisches Mitglied bei „Fahrtziel Natur“ (Koop. DB), der Bahnhof in

# Angebotspalette „Tauern Alpin“

## Angebotsgestaltung in der Nationalpark-Region

### Hohe Tauern Kärnten

#### Andreas Kleinwächter, Tourismusinformatik Mallnitz

Mallnitz wurde zum „Nationalpark-Bahnhof“ umgestaltet.

#### b. Bahnhofs-Shuttles ab den IC-Bahnhöfen Mallnitz-Obervellach und Spittal-Millstättersee:

Zu einem attraktiven Fixpreis pro Person (keine Taxi-Preise!) werden Gäste zu allen Unterküften der Region gebracht bzw. von dort zum Bahnhof abgeholt. Die Bestellung erfolgt durch den Gast ganz einfach beim Vermieter.

#### c. Nationalpark-Wanderbus:

Sicher das „Herzstück“ des Mobilitätsangebotes. Von Mitte Juni bis Mitte September fahren Kleinbusse in 6 lokalen Linien alle wesentlichen Ausflugsziele und Wander-Ausgangspunkte der gesamten Region an. Diese Kleinbus-Linien sind Bestandteil des öffentlichen Verkehrsangebotes und werden von der OeBB Postbus GmbH in Kooperation mit lokalen Unternehmern als Sub-Auftragsnehmer betrieben. Auch die bestehenden Postbus-Linien sind Teil des Nationalpark-Wanderbusses, die Fahrtzeiten der Kleinbus-Linien sind perfekt mit jenen der Postbusse abgestimmt. Der Wanderbus kann mit dem speziellen „Mobilitäts-Pass“, aber auch mit herkömmlichen Bus-Tickets genutzt werden.

Im Sommer 2011 konnten über 23.500 Beförderungen mit dem Nationalpark-Wanderbus registriert werden, über 2.400 Mobilitäts-Pässe wurden verkauft!

Der Nationalpark-Wanderbus wird durch das Klima:Aktiv-Förderungsprogramm kofinanziert und durch eine großzügige Förderung des OeAV im Rahmen des Nationalpark-Patenschaftsabkommens unterstützt.



Andreas Kleinwächter, TVB-Mallnitz

*„Die Organisation von komplexen Packages, Mobilitäts-Angeboten etc. darf auf keinen Fall Aufgabe des Gastes sein, soll aber auch die Betriebe nicht belasten! Daher wurden zentrale Servicestellen eingerichtet.“*

**2. Wöchentliches Natur-Aktiv-Programm**

Wanderungen mit Nationalpark-Rangern, Gipfeltouren mit Bergführern, Rafting, Canyoning, Schnupperklettern und vieles mehr können Gäste im Rahmen des sog. „Natur-Aktiv-Programms“ an wöchentlich fixen Terminen erleben.

Besonders wichtig: Alle Programmpunkte des Natur-Aktiv-Programms sind mit dem Nationalpark-Wanderbus erreichbar, die Beginnzeiten sind auf den Busfahrplan abgestimmt!

**3. „Packaging“**

„Der Nationalpark muss buchbar werden“, so lautete die Forderung an die oben erwähnte Tourismus-Abteilung im Nationalpark. Und der Nationalpark ist mit hoher Servicequalität buchbar geworden.

Beispiel Trekking: Transfer zu Ausgangspunkt und von Endpunkt, Reservierung aller Hütten an der Route, Tal-Unterkunft am Anfang und Ende der Tour, auf Wunsch Begleitung durch Bergwanderführer – all das wird von der TauernAlpin-Buchungszentrale im Rahmen eines Packages organisiert. Analog dazu werden Nationalpark-Wildtiersafaris, Großglocknerbesteigungen etc. angeboten und organisiert. Die angeführten Beispiele für den Alpin- und Nationalparktourismus im Nationalpark Hohe

Tauern Kärnten erfordern organisatorisches Know-How und kompetente Partner. Zwei entscheidende Punkte der internen Organisation seien hier angeführt:

**3.1. Kooperation mit Partnerbetrieben:** Ohne Unterkunftsbetriebe, die dahinter stehen, ist jede Angebotsentwicklung zum Scheitern verurteilt. Es war der Tourismus-Abteilung im Nationalpark Hohe Tauern Kärnten daher von Anfang an wichtig, mit den Betrieben der Region eng zusammen zu arbeiten. Über 30 Betriebe – vom 4-Stern-Hotel bis zur kleinen Pension – haben sich zum Verein der Kärntner Nationalpark-Partnerbetriebe zusammenschlossen. Am Markt treten sie als „TauernAlpin-Nationalparkpartner“ auf und bieten insbesondere die oben unter Punkt 3. genannten Packages an. Neben den Beherbergern zählen auch Sporthändler und Bergführer zum Verein, der zudem mehrere Wirtschaftspartnerschaften (u.a. mit Kärntner Milch) eingegangen ist.

Die Partner-Betriebe sind überprüft und zertifiziert und verpflichten sich u.a. zu:

- Kennzeichnung außen; TauernAlpin-Info point
- Bergsteiger-Service (z.B. frühes Tourengeherfrühstück etc.)
- Laufende Weiterbildung

- Abgestimmtes Marketing (Print, Online)
- Einhaltung von Mindestpreisen

**2. Überbetriebliche Aufgaben an zentraler Stelle professionell lösen:**

Die Organisation von komplexen Packages, Mobilitäts-Angeboten etc. darf auf keinen Fall Aufgabe des Gastes sein, soll aber auch die Betriebe nicht belasten! Daher wurden zentrale Servicestellen eingerichtet. Die interne Kommunikation mit diesen Stellen erfolgt primär mittels eigens dafür geschaffenem Intranet.

- TauernAlpin-Buchungszentrale:
  - I. Kommunikation mit Gast: Anfragen beantworten und Angebotserstellung
  - II. Buchung in Partnerbetrieb
  - III. Organisation Packages (Hütten, Bergführer etc.)
  - IV. Organisation Natur-Aktiv-Programm
- Mobilitätszentrale:
  - I. Konzeption und operative Umsetzung NP-Wanderbus
  - II. Organisation Mobilität bei Packages
  - III. Organisation Mobilität für Natur-Aktiv-Programm
  - IV. Betreuung Bahnhofshuttle
  - V. Förderungsabwicklung (Klima:Aktiv)

# Erwartungshaltung an die Bergsteigerdöfer Auftrag, Bürde, Chance?

## Podiumsdiskussion - Moderation Roland Kals



**Moderator Roland Kals:** „Unsere Podiumsdiskussion wird wahrscheinlich ein wenig die Zusammenfassung des heute Gehörten werden. In gewisser Weise wird die Diskussion an die Vorjahresveranstaltung anschließen, bei der wir uns unter der ausgezeichneten Moderation von Michael Pause mit dem gewissen ‚Etwas‘ der Bergsteigerdöfer beschäftigt haben. Für heuer habe ich mir vorgenommen, etwas mehr die Außensicht von Seiten der touristischen Profis hineinzubringen. Wir haben heute schon relevante Vorträge gehört und die Persönlichkeiten hier am Podium sollen helfen, dies noch weiter aufzuspannen.“

Zunächst zu den Gästen am Podium: **Dr. Ewald Galle**, Focal Point Alpenkonvention im Lebensministerium, er ist das Bindeglied zwischen der nationalen Ebene und dem internationalen Parkett. Du solltest in unserem Gespräch die Verwaltungs- und vielleicht auch umweltpolitische Ebene abdecken.

**Thomas Wirnsperger**, Geschäftsführer des sehr erfolgreichen Tourismusverbandes Großarlal im Land Salzburg, der bereits einige Auszeichnungen erhalten hat. Dieser Tourismusverband hat meines Erachtens schon sehr früh

und konsequent ein regionales Berg- und Wandertourismusangebot entwickelt. Von Thomas erwarte ich mir vor allem seine Erfahrungen im regionalen Tourismusmarketing. **Georg Bliem** ist Geschäftsführer von Steiermark Tourismus, ein Unternehmen, das mehrheitlich in öffentlicher Hand liegt und laut Eigendefinition ein professionelles Servicecenter für die klassischen und virtuellen Marktplätze darstellt. Das klingt für mich etwas rätselhaft, aber ich nehme an das hat wohl mit Markenbildung, Markenführung und der nachhaltigen Festigung solcher Marken zu tun. Das ist natürlich genau unser Thema.

Unseren Gastgeber und Hausherr, **Ludwig Wolf**, würde ich als Multitalent bezeichnen. Er ist erfolgreicher Wirt und Bürgermeister der einwohnermäßig kleinsten Gemeinde Johnsbach. Dazu noch Musiker, Almbauer und Gymnasiallehrer.

**Franz Maier** habe ich gebeten, sich in die Rolle eines Gastes hineinzusetzen. Er ist aber nicht, wie man meinen könnte, ein professioneller ‚Mystery-Shopper‘, sondern er ist Leiter des Teams ‚Wissen‘ bei der Niederösterreichischen Landesakademie, die sich laut Eigende-

finition seit 20 Jahren professionell mit dem Thema ‚Zukunft‘ beschäftigt, was auch für uns ein sehr spannendes und wichtiges Thema ist. **Stephanie Geiger**, Journalistin, schreibt unter anderem sehr schöne Reisebeiträge mit alpinem Touch für die Frankfurter Allgemeine Zeitung, für die Neue Züricher Zeitung aber auch für renommierte Alpinmagazine. Ich kann mich an einen sehr schönen Artikel erinnern, wo du dich relativ kritisch mit der ganzen Eventisierung im Alpenraum beschäftigt hast. Der Diskussionstitel lautet ‚Die Erwartungshaltung an die Bergsteigerdöfer – Auftrag, Bürde, Chance‘. Ein Thema, das unglaublich vielschichtig ist, weil natürlich sämtliche Personen, die mit den Bergsteigerdöfern zu tun haben, ihre jeweils eigenen Erwartungshaltungen, Wünsche aber auch Befürchtungen hegen werden.

Woran denkt ein potentieller Gast, wie sind seine Erwartungen, wenn er den Begriff ‚Bergsteigerdöfer‘ hört? Welche Assoziationen hat er? Was hofft er zu finden und was würde ihn wirklich überraschen? Hierbei könnte es positive, aber auch negative Überraschungen geben.“



rechts: Der neu gestaltete Nationalpark-Bahnhof Mallnitz, Foto: Rupitsch; links: Der Nationalpark-Wanderbus, Foto: Dapra

**Franz Maier:** „Die erste Assoziation, als ich vor fünf Minuten hergekommen bin, war, Stress lass nach, nämlich durch die Anreise von Wien, Kärntner Straße hierher. Man legt da nicht nur eine weite Strecke zurück, sondern kommt eigentlich doch vom Zentrum der Verwaltung, der Politik, auch des Wasserkopfes hier in eine Region, in die kleinste Gemeinde. Ich weiß jetzt gar nicht, ob mir das

so schnell gelingt, den Schalter im Kopf umzulegen, aber Stress lass nach, das ist eigentlich auch meine Erwartungshaltung beim Begriff ‚Bergsteigerdorf‘.

Woran denkt man als Gast? **Man denkt an die Bilderbuchlandschaft, die unzerstörten Landschaften, die es in den Publikationen und den Tourismusprospekten noch gibt, die harmonischen, intakten Landschaften, jedenfalls nicht irgendwelche Seilbahntrassen, Lifte und solche Dinge. Man denkt an Ruhe, an**

**Stille.** Man denkt bei den Unterkünften daran, dass man hoffentlich während der Nacht keinen Autoverkehr hört. **Man erwartete das Besondere und letztendlich die Anknüpfung an vergangene Traditionen in den Bergtälern.**

**In Wahrheit erlebt man vielfach Allerwelts-Landschaften. Die Bergsteigerdörfer versprechen genau das Gegenteil.** Ob dieses große Versprechen überall eingehalten werden kann, wird man erst sehen, wenn man in das Tal kommt.“

**Roland Kals:** „Stefanie, du als Journalistin, die sich mit Reisetemen befasst, hast vermutlich schon alles oder sehr viel gesehen. Jetzt ist die Frage, gibt es überhaupt noch neue Ansätze?“

**Stefanie Geiger:** „Es gibt eine starke Reizüberflutung. Viele Tourismusorte meinen, sie müssten uns unheimlich viel anbieten, um überhaupt noch vorkommen zu können, weil wir ja immer auf der Suche nach Neuem sind, irgendetwas Bombastisches oder auch nicht Bombastisches. Eine Aussichtsplattform oberhalb von Garmisch-Partenkirchen, weil man da angeblich das Höllental

besser sieht. Ich bezweifle, ob das der richtige Weg ist und frage mich auch, wer das braucht. **Was ich so faszinierend an der Idee der Bergsteigerdörfer finde, ist ganz einfach die Tatsache, dass hier nicht krankhaft versucht wird, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen,** sondern dass man einfach sagt, wir haben ‚Nichts‘ und das ist genau das, womit wir trumpfen können. Und das hat mich dann

*„In Wahrheit erlebt man vielfach Allerwelts-Landschaften. Die Bergsteigerdörfer versprechen genau das Gegenteil.“*

*Franz Maier*

*„Als reizüberfluteter Großstädter suche ich nämlich gar nichts mehr.“*

*Stefanie Geiger*

*„Wir tun uns das nicht an, wir freuen uns dabei sein zu dürfen.“*

*Thomas Wirnsperger*

auch dazu bewogen, öfter in eines der Bergsteigerdörfer zu fahren und zu schauen, finde ich dort das, was ich suche. Denn als reizüberfluteter Großstädter suche ich nämlich gar nichts mehr, ich will nichts haben, einfach keinen Reiz. Und das bekomme ich genau hier.“

**Roland Kals:** „Das passt jetzt genau, ich habe ja vorhin schon erwähnt, dass Thomas ein Doppelagent ist: Auf der einen Seite ist da die Region Großarlal, die im Wintertourismus stark ist, und auf der anderen Seite haben wir am hintersten Ende das Bergsteigerdorf Hüttschlag. Du managt also eine sehr erfolgreiche Sommer- und Winterdestination, du schaffst diesen Spagat. Wie siehst du das Bergsteigerdörfer-Projekt? Oder anders gefragt, warum tust du dir das überhaupt an? Was ist der Zusatznutzen für dich? Nimmt man sowas einfach mit oder ist da mehr dahinter?“

**Thomas Wirnsperger:** „Ich glaube, da ist sicher mehr dahinter. Wir sehen die Initiative ‚Bergsteigerdörfer‘ als Chance für unser Tal, für unsere Tourismusregion. Wir haben etwas mehr als die Hälfte, 58% der Nächtigungen im Winter, wir leben also ganz gut vom Winter-

tourismus und wir versuchen, den Sommer zu forcieren. Es war nicht immer so, dass der Sommer bei mittlerweile 42% steht. Als ich begonnen habe, hatten wir noch 70 zu 30. Der Sommer spielte eine untergeordnete Rolle. Mir war das Wandern - vor allem in mittleren Lagen - immer sehr wichtig. Dazu kam dann noch, dass wir von Journalisten auf die hohe Dichte an bewirtschafteten Almen in unserer Region aufmerksam gemacht wurden - und Recherchen bestätigten das -, was zum Slogan ‚Tal der Almen‘ führte.

**Durch die Initiative ‚Bergsteigerdörfer‘ mussten wir uns noch einmal sehr detailliert mit dem Thema Wandern und Bergsteigen auseinandersetzen und das hat gezeigt, welches Potential eigentlich brach liegt.** Aus diesen Informationen, die wir ge-

sammelt haben, sind interessante Werbemittel entstanden, auf die jedes Bergsteigerdorf stolz sein kann.

Weiters haben uns die Bergsteigerdörfer geholfen, doch Infrastruktur aufzubauen, auch wenn wir jetzt gehört haben, man erwartet ‚Nicht‘. Aber für die Kletterer hatten wir genau nichts, und etwas haben wir gebraucht. Dank der ‚Bergsteigerdörfer‘ haben wir jetzt einen tollen Klettersteig, der gut angenommen wird. Bei den einheimischen Leuten hat sich eine kleine Kletterszene entwickelt, die Jungen klettern viel mehr. Nicht nur die Hüttschlag Wand, sondern auch am Schuhflicker in Großarl gibt es mittlerweile zehn Kletterrouten. Das heißt, hier ist etwas in Bewegung gekommen, das es vorher nicht gegeben hat.

Letztendlich sehen wir auch die Bewerbung als große Chance, sei es im ‚Bergauf‘ sowie die ganze Medienarbeit von euch. **Nicht zu vergessen das ganze Netzwerk von Alpenvereinen. Hier liegt für uns ein riesiges Potential, hier sind wir direkt an der Zielgruppe, noch näher können wir den Gast nicht abholen.** Insofern kann ich sagen, wir tun uns das nicht an, wir freuen uns, dabei sein zu dürfen.“

**Roland Kals:** „Herr Bliem, wenn ich das richtig sehe, dann sind Sie hauptsächlich damit beschäftigt, die Dachmarke Steiermark Tourismus zu erarbeiten, zu entwickeln und zu festigen. Und da habe ich auch gesehen, dass die Dachmarke Steiermark Tourismus jetzt sehr stark und wörtlich auf ‚Urlaub am Puls der Natur‘ setzt. Wir mit unseren Bergsteigerdörfern picken uns sozusagen zwei steirische Gemeinden heraus. Was sagen Sie dazu? Ist das eigentlich nicht eine isolierte Vermarktung von Ortschaften, die laut Touristikern völlig verschnarcht sind?“

**Georg Bliem:** „Erstmal herzlich Willkommen in der Steiermark, im grünen Herz Österreichs. Die Welt der Steiermark hört nicht am Semmering auf. **Tatsache ist aber, wir haben 542 Gemeinden und im Endeffekt liegt die Chance im Tourismus mehr denn je in der Individualisierung.**

Ich bin der Meinung, es hat beides Platz, sowohl die technisch hoch erschlossene Region, als auch eine naturbelassene Gemeinde.

Aber ich möchte auf den Punkt bringen, die Steiermark ist das grüne Herz Österreichs und daran ist auch ein Markenversprechen gebunden. Die Aspekte Natur und Mensch spielen eine ganz wichtige Rolle, so wie dies auch bei den ‚Bergsteigerdörfern‘ der Fall ist. **Tatsächlich wurde der so genannte nachhaltige Tourismus schon lange gepredigt, aber niemand hat ihn wirklich umgesetzt - den Gästen war es egal, den Gastgebern auch. Jetzt merkt man aber ganz deutlich eine Trendwende.** Sämtliche Tourismusumfragen bestätigen das. Der Gast sucht bewusst Individualität.

Wir vom Steiermark Tourismus haben vor drei Jahren ein Winterprojekt gestartet, das sich ‚Winterschlaf‘ nennt. Das Projekt wurde komplett neu aufgesetzt und bietet allen Naturparken der Steiermark eine Plattform. Jetzt, im vierten Jahr, läuft es mittlerweile ganz gut.

Getragen werden muss es von den Beherbergungsbetrieben, genau wie dies vorhin beim Referat von Andreas Kleinwächter vom Nationalpark Hohe Tauern sehr gut herausgekommen ist.

**Ein zweiter Aspekt, der enorm an Bedeutung gewinnt, ist Geschichte und Tradition.** Und ich sage es euch, habt keine Angst vor dem Wort ‚Tradition‘. **Das Denken in Traditionen ist durchaus modern geworden.** Das ist das, was ein Teil der Gäste sucht. **Und ich denke, die Chance für die Bergsteigerdörfer liegt darin, nicht die ganze Weltbevölkerung ansprechen zu müssen, sondern hier trifft de fakto der individuelle Gast auf die individuellen Dörfer.**

Ich würde mich freuen, wenn wir noch einige Dörfer in unserem Land hätten, weil ich es wirklich als Nische sehe. Ich sehe kein Problem, dass wir auch die ‚Bergsteigerdörfer‘ bei uns in die Auslage stellen. **Tatsächlich ist es mittlerweile im Tourismusmarketing ja sogar charmant, überregional zu kooperieren.“**

*„Ihr müsst ja nicht die ganze Weltbevölkerung ansprechen, sondern hier trifft de fakto der individuelle Gast auf die individuellen Dörfer.“*

*Georg Bliem*

*„Für uns ist es wichtig, dass man von so einem Ort - und möge er noch so klein sein - spricht.“*

*Ludwig Wolf*

*„Dass wir unter dem Titel ‚Ländliche Entwicklung‘ nur ein Projekt haben, ist durchaus ein Spleen von mir.“*

*Ewald Galle*

**Roland Kals:** „Ewald, ist dir das Bergsteigerdörfer-Projekt eigentlich passiert? Also im Grunde genommen bist du jetzt eigentlich in fremden Revieren unterwegs. Ist es jetzt so, dass unser Fördergeber, das Lebensministerium, sich als das bessere Tourismusministerium herausstellt? Oder geht es doch um mehr?“

**Ewald Galle:** „Im Rahmen der Alpenkonvention habe ich mir angewöhnt, immer in fremden Revieren unterwegs zu sein. Ob das jetzt Verkehr ist, ob das die Berglandwirt-

schaft ist, ob das der Tourismus ist oder der Bodenschutz, ich wildere schamlos und bewusst in fremden Revieren und versuche damit, der Alpenkonvention zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen.

Ich möchte aber vielleicht in der Beantwortung der Frage noch einen Schritt in der Geschichte zurück gehen, es war nämlich die Frage, ob es die Alpenkonvention schafft, in das große Programm der Ländlichen Entwicklung hineinzukommen. Und die Alpenkonvention hat es zur Überraschung vieler letztendlich geschafft, dort anzudocken.

Natürlich hat sich die Alpenkonvention in einem landwirtschaftslastigen Programm als Feigenblatt der Umwelt gefühlt. Aber auch Feigenblätter können mit ein wenig Geld einiges bewirken. Und das Geld wird mittlerweile für dieses Projekt bewusst herangezogen und daher tue ich mir schwer damit zu hören, dass das Geld für ‚Nichts‘ verwendet wird. **Also ich gehe nicht mit der Argumentation zurück ins Ministerium und sage, dort - in den Bergsteigerdörfern - ist ‚Nichts‘ und darum haben wir bis 2013 über eine Million Euro dafür ausgegeben.**

Es ist nicht darum gegangen, Kitzbühel oder Schladming in die Auslage zu rücken, sondern kleine Gemeinden, die vielleicht Angst haben, unterzugehen und nach einem schlechten Winter reflexartig nach einem neuen Lift schreien. Es ist uns ein Anliegen aufzuzeigen, dass es auch andere

Wege mit touristischer Wertsteigerung, Wertschöpfung aber auch inklusive der sozialen Dimension gibt. **Es war für mich letztendlich auch, und das gebe ich ganz unumwunden zu, ein Test für die Alpenkonvention, in wie weit aus einem Blatt Papier, genannt Alpenkonvention, und vielen anderen Blättern, genannt Tourismusprotokoll, und andere, in wie weit man diese verwenden kann, um daraus Projekte zu entwickeln.**

Dass wir unter dem Titel ‚Ländliche Entwicklung‘ nur ein Projekt haben, ist durchaus ein

Spleen von mir. **Wir haben zwar nicht viel Geld zur Verfügung, aber meine Philosophie ist immer, für ein Projekt lieber ordentlich Geld zur Verfügung zu haben, als für drei Projekte insgesamt zu wenig Geld zu haben. Darum konzentrieren wir die Aktivitäten auf das Projekt, Bergsteigerdörfer.“**

**Roland Kals:** „Vor kurzem ist der Staatspreis für Design verliehen worden. Dabei hat der Kurator einen wunderschönen Satz gesagt: ‚Weniger aber dafür besser.‘

Eine Zahl möchte ich in den Raum stellen: Angeblich werden laut Umfrage 80% der Deutschen in ihrer Kaufentscheidung von der Umweltfreundlichkeit des Produkts beeinflusst. Und dann gibt es auch noch die berühmte Nachfragegruppe der LOHAS. Darunter versteht man gut situierte Städter mit sehr hohen Ansprüchen, die auf diese Nachhaltigkeits- und Umweltthematik sehr stark ansprechen. Die LOHAS werden in Deutschland auf

etwa 5% der Bevölkerung geschätzt, das heißt ungefähr dreieinhalb Millionen Menschen mit einem durchschnittlichen Haushaltseinkommen von 2.500 Euro und darüber.

Für mich ist klar, dass wir mit diesem Bergsteigerdörfer-Projekt ziemlich ambitioniert unterwegs sind, gerade weil wir uns als elitäre Gegenbewegung zu dem, was offenbar der Touristikermainstream glaubt machen zu müssen, verstehen.

Ludwig, im Grunde genommen ist die Frage an dich dieselbe wie an Thomas, du bist die andere Seite des Maßstabes, der Bandbreite. Du bist sicher in einer schwierigeren Ausgangsposition als die Region Großarlal.“

**Ludwig Wolf:** „Wir hätten ja gerne gehabt, dass uns ‚ein Großarl‘ in unserer Umgebung passiert. Wenn Admont sich intensiv entwickelt hätte, was vor 40 Jahren leicht möglich gewesen wäre, dann wären wir diese extensive Gemeinde gewesen, wie wir es heute als Bergsteigerdorf auch sind.“

Aber ich möchte zurück kommen zu dem Thema der Ländlichen Entwicklung: **Alle reden über Ländliche Entwicklung, aber die Bergsteigerdörfer sind, glaube ich, die einzige Initiative, die auch wirklich etwas tut.**

Ich möchte mich recht herzlich für das was wir bisher bekommen haben, bedanken. Wir haben für unseren Bergsteigerfriedhof, der weit über die Grenzen Johnsbachs hinaus bekannt ist, und für unseren Dorfladen Geld erhalten. Aber was noch wichtiger ist, ist die Motivation der Bevölkerung im Bergsteiger-

**„Bei so sensiblen Talschlusspunkten wie dem Almsee braucht es meines Erachtens auch modellhafte Lösungen, um den Individualverkehr einzuschränken.“**

Franz Maier

**„Denn das Schöne an diesen Bergsteigerdörfern ist ja, dass sie von diesem ganzen künstlichen Schnickschnack nichts haben.“**

Stephanie Geiger

**„Spezialisierung bedeutet Konsequenz.“**

Georg Bliem

dorf. Wenn Leute heute wegfahren und ein Bergsteigerdorf besuchen, erzählen sie mir danach: ‚Ich war in Innervillgraten, in Vent, im Lesachtal.‘ Und umgekehrt kommen die Leute zu uns, weil wir auch ein Bergsteigerdorf sind. Das heißt, sie können sich identifizieren. Es ist nicht nur ein touristisches Projekt, ein Projekt des Alpenvereins, sondern die Exklusivität dieser Gemeinden, dieser Dörfer, ist für unsere Bevölkerung ganz ganz wichtig.

Thomas hat das Informationsmaterial schon angesprochen. Auch ich möchte das wirklich als Informationsmaterial bezeichnen, weil es sich dabei nicht um Prospekte im herkömmlichen Sinn handelt. Das Material wird nicht weggeworfen und zeigt nachhaltig Wirkung. So hat die Arbeit der Bergsteigerdörfer eine ganz andere Wirkung, als jene des Tourismusverbandes.

Wie kann man die Arbeit der Bergsteigerdörfer messen? Das ist sehr schwer, viel schwerer als in einem Skigebiet oder Hallenbad. **Aber für uns ist es wichtig, dass man von so ei-**

**nem Ort - und möge er noch so klein sein - spricht. Für diese Art der Wertschöpfung möchte ich den Bergsteigerdörfern ganz herzlich danken.“**

**Franz Maier:** „Erwartet man als Gast das ‚Nichts‘ oder was erwartet man in einem Bergsteigerdorf? **Ich glaube, man erwartet schon etwas, man erwartet Infrastruktur, nämlich eine ganz besondere Infrastruktur. Das sind ganz banale Dinge: Ich erwarte dort ein Wegenetz, das professionell beschildert**

**ist, so dass ich mich auch ohne Führer- und Kartenmaterial leicht zurecht finde. Ich glaube, Beschreibungen, Wegweiser, eine Logistik vor Ort und Angebote von kurzen Wanderungen bis zu mehrtägigen Unternehmungen mit Übernachtungen auf Hütten würde ich mir erwarten.**

Selbiges erwarte

ich mir auch im Winter als Skitourengänger. Es sollte in einem Bergsteigerdorf schon ein paar sehr interessante Angebote geben, irgendetwas Besonderes, Attraktives, zum Beispiel, dass man zu einem Ausgangspunkt gebracht wird oder in einem anderen Tal abgeholt und wieder zum Quartier zurück gebracht wird. Und ich erwarte mir eigentlich auch Angebote für das Mountainbiken.

**Bergsteigerdörfer müssen, glaube ich, auch Akteure sein, wenn es um Fragen der Investition von touristischen Fördermitteln geht.**

Für Skigebietsprojekte - wie zum Beispiel das Skischaukelprojekt zwischen den Skigebieten Höss und Wurzeralm über das Naturschutzgebiet Warscheneck - werden zig Millionen Euro locker gemacht und die öffentliche Hand leistet ebenfalls größere Beiträge. Eine Mountainbikestrecke, wo es lediglich eine Beschilderung, eine Vernetzung und Bewerbung oder die eine oder andere Vereinbarung mit einem Grundbesitzer braucht, sollte doch auch möglich sein.

Im Vorjahr war ich zu Gast im Bergsteigerdorf Grünau im Almtal. Bei so sensiblen Talschlusspunkten wie dem Almsee, braucht es meines Erachtens auch modellhafte Lösungen, um den Individualverkehr einzuschränken. Mir ist klar, dass das Verkehrsthema das teuerste ist, aber hier bräuhete es dann auch Finanzierungshilfen aus der Ländlichen Entwicklung. Auch aus den Tourismusbudgets der Länder könnten Mittel lukriert werden.“

**Stephanie Geiger:** „Also ich habe ja offensichtlich mit meiner sehr pointierten Aussage einen wunden Punkt getroffen. Ich stehe weiterhin dazu, Bergsteigerdörfer haben ‚Nichts‘, eben nichts von diesen künstlichen Reizen, kein Adrenalin, keine Anglizismen, kein wildes Geschrei. Die Leser der Zeitung, für die ich schreibe, das sind die so genannten LOHAS, die finden das attraktiv. **Natürlich brauchen sie eine gewisse Infrastruktur, aber ich würde davor warnen, sich irgendwelche Attraktionen zu überlegen, nur weil man jetzt plötzlich ein Bergsteigerdorf ist.** Denn das Schöne an diesen Bergsteigerdörfern ist ja, dass sie von diesem ganzen künstlichen Schnickschnack nichts haben. Deshalb fahre ich als LOHA in ein Bergsteigerdorf, weil ich unter der Woche in diesem versifften Berlin alles habe. Ich bin am Abend vollkommen fertig und durch den Wind und bin nicht einmal mehr fähig, mir zu überlegen, was ich mir im Urlaub wünschen würde. **Und was mache ich dann für einen Urlaub? Ich fahre nach Nepal in eine abgelegene Gebirgsregion, wo ich noch 500 \$ extra löhnen muss, damit ich dort überhaupt hinkomme, weil die dort nichts haben. Einfacher hätte ich es gehabt, wenn ich in ein Bergsteigerdorf gefahren wäre, es wäre auch billiger gewesen. Wahrscheinlich hätte auch das Essen besser geschmeckt.“**

**Georg Bliem:** „Es ist doch sehr viel da, wir haben eine üppige Natur, Dörferensembles und tolle Berge. Die LOHAS, Sie haben es angesprochen, das sind auch Leute die beides kennen und wünschen: Da gibt es durchaus Leute die mit Begeisterung in Schladming skifahren aber drei Wochen später nach Johnsbach kommen. **Also ich sag es noch einmal, man muss nicht alle Gäste ansprechen, das ist überhaupt nicht notwendig.** Was ich aber aus der

Tourismusgeschichte heraus mit geben möchte, **der Trend zur Spezialisierung ist klar da.**

Das haben uns zuerst größere Betriebe vorgemacht, von Wanderhotels bis Kinderhotels. Jetzt passiert es größer und stärker auch auf kommunaler Ebene. Das bedeutet auch mehr Konsequenz.

**Die Bergsteigerdörfer wecken klare Erwartungen. Wenn hier auf einmal irgendetwas Verrücktes aufgestellt wird, damit man irgendwo drinnen steht, dann verunsichert das den Gast und er kommt nicht mehr wieder.**

Auf den Punkt gebracht, es geht um Konsequenz. Wenn man sagt Bergsteigerdörfer ‚ja‘, dann muss man es auch entsprechend umsetzen. **Wichtig sind Service und Information, das sollte man nicht unterschätzen. Spezialisierung bedeutet Konsequenz.“**

**Stephanie Geiger:** „Ich denke, hier geht es auch um Authentizität, **dass man sich selbst treu bleibt und ehrlich ist, dass man vor allem wertig ist.** Diese Wertigkeit ergibt sich aus der Naturlandschaft, aus dem Wasser, das man aus der Leitung trinken kann - probieren Sie mal das Leitungswasser in Berlin. Das heißt aber dann auch, Wertigkeit im Auftreten und wie man sich in der Kommunikation gibt. Die Broschüren, diese Geschichten, die Tourenvorschläge, da hält man etwas Anständiges in Händen. Da fühle ich mich nicht irgendwie hinters Licht geführt oder auf den Arm ge-

nommen. Ich denke, das ist dem Gast einfach sehr wichtig.“

**Thomas Wirnsperger:** „Ich kann berichten, dass die Österreich-Werbung in Deutschland im Winter ganz stark auf den sanften Wintertourismus setzt. Diejenigen die in die Sonne fliegen, werden wir nicht halten, aber es gibt einfach genug, die auch in den Winter, in den Schnee wollen, aber nicht skifahren können. Tatsächlich ist diese Zahl größer als jene der Skifahrer. Das heißt, die Langläufer, die Winter- und Schneeschuhwanderer zusammen sind gleich viel wie Skifahrer.

Ihr müsst wissen, wie ein Bergbahner tickt: Ein Bett, in dem kein Skifahrer liegt, ist ein kaltes Bett. Es ist also nicht einfach als Tourismusverband, in einer skidominierten Region für Nichtskifahrer auch Geld auszugeben.

Diesen Winter nutzen wir das kostengünstige Internet, um erstmals auch den sanften Wintertourismus gezielt anzubieten. Ich denke, das ist durchaus Potential vorhanden.“

**Georg Bliem:** „25% der Deutschen fahren Ski, also sind 75% noch abzuholen.“

**Ludwig Wolf:** „Das wäre doch einmal ein klasse Thema: Winterurlaub außerhalb der Skigebiete.“

Bergsteigerdörfer bieten etwas ganz Konkretes an. Die Infobroschüren beinhalten alles, was der Gast braucht und vor Ort findet er ge-



Roland Kals und Stephanie Geiger

nau das, was beschrieben wurde. Diese Erwartungshaltung - davon bin ich überzeugt - wird in den Bergsteigerdörfern nicht enttäuscht. Zufriedene Gäste sind auch sehr einfach zu betreuen.“

**Roland Kals:** „Ich würde jetzt gerne noch auf das zweite Stichwort, das in der Überschrift unserer Diskussion steht, zu sprechen kommen. Ich habe ganz keck hingeschrieben ‚Bürde‘; man könnte auch sagen ‚Aufgaben‘. Ihr habt hier in der Runde den Bergsteigerdörfern schon ganz viel aufgelegt. Franz, du hast ja vehement gefordert, Bergsteigerdörfer sollten sich viel stärker in die Tourismusdiskussion einbringen, was sinnvolle Mittelverwendung betrifft.“

Zudem höre ich sehr deutlich heraus, dass zumindest in einigen dieser Ortschaften noch ganz große Aufgaben zu erledigen sein werden. Zum Beispiel das schwierige Thema der umweltfreundlichen Mobilität. Hier sind wir ja derzeit auf ganz unterschiedlichen Niveaus. Herr Bliem hat zudem hammerartig das Wort ‚Konsequenz‘ eingeworfen. Und das ist natürlich auch ein Thema, das uns im Alpenverein als Mitakteure sehr beschäftigt. Peter hat es am Vormittag angedeutet: in einem Bergsteigerdorf kann plötzlich etwas auftauchen, bei dem wir relativ fassungslos davor stehen. Was machen wir dann? Haben die Bergsteigerdörfer als relativ kleine Gruppe überhaupt eine Chance, die Tourismusrichtung irgendwie beeinflussen zu können, werden sie gehört, sind sie so etwas, wie eine moralische Instanz?“

**Franz Maier:** „Ich glaube schon, dass es wichtig ist, dass man Bergsteigerdörfer oder Projekte in den einzelnen Bergsteigerdörfern auch als Alternativen für technische Erschließung in die Diskussion einbringt. Für Politiker und Fördergeber ist es oftmals einfacher, in die Seilbahn zu investieren und die anderen lehnen

sich zurück. Aber in die Servicequalität, in die konsequente Ausrichtung der Betriebe und des Angebotes in einer gesamten Gemeinde zu investieren, ist mühsame Knochenarbeit. Dabei muss man die Leute für sich gewinnen, mit jedem einzelnen reden. Da lässt der Erfolg länger auf sich warten und es gibt kein Gebäude, das eröffnet werden kann.

**„In 20-30 Jahren werden diese ursprünglichen, naturnahen Gemeinden, die eine althergebrachte Kulturlandschaft erhalten haben, noch viel mehr an Wert gewinnen als heute.“**

Franz Maier

**„Die Wege müssen gut beschildert und gut markiert sein. Das wird erwartet und wenn der Gast das nicht vorfindet, dann ist er enttäuscht.“**

Thomas Wirnsperger

**„Gibt es denn so etwas wie einen Geist, also so etwas wie einen ‚Spirit Bergsteigerdorf‘? Fühlen Sie Bergsteigerdorf?“**

Stephanie Geiger

Aber dennoch glaube ich, braucht es diese Diskussion, weil der Tourismuskuchen neu verteilt wird. Und zwar nicht nur in Österreich oder im Alpenraum, sondern da geht es um weltweite, globale Entwicklungen, letztendlich auch in Hinblick auf den Klimawandel und über Jahrzehnte. **In 20-30 Jahren werden diese ursprünglichen, naturnahen Gemeinden, die eine althergebrachte Kulturlandschaft erhalten haben, noch viel mehr an Wert gewinnen als heute. Ich glaube, diese Diskussion kann man mit dem, was die Bergsteigerdörfer bisher geschaffen haben, sehr selbstbewusst führen.**

Du hast die Frage gestellt, ob man die Bergsteigerdörfer im touristischen Konzert hört oder ob sie eine Stimme haben. Also ich würde sagen ‚ja‘. Aber das klappt natürlich nur, wenn mit dem Signet ‚Bergsteigerdorf‘ ein Qualitätsversprechen verbunden ist, **dieses Qualitätsversprechen von allen eingehalten wird und wenn man mit dem gewissen Selbstbewusstsein auftritt.“**

**Roland Kals:** „Das Thema Qualität und Erfüllung dieses Qualitätsversprechens treibt uns

**natürlich auch im Alpenverein an. Ich erinnere mich noch an eine der ersten Sitzungen in Osttirol, wo wir unsere Vorstellungen, wie so ein Bergsteigerdorf idealerweise sein soll, präsentiert haben. Die zuständige Regionalmanagerin meinte dazu, das sei doch Kolonialismus, das können wir absolut nicht akzeptieren. Nun, so war und ist es nicht gedacht: Wir dachten, wir haben zwar die Idee dazu, aber die Umsetzung und die Initiativen müssen natürlich von den Gemeinden selber kommen. Wir haben gar nicht die Kapazitäten, um wie die Kommissare durch die Dörfer zu gehen und zu schauen, ob alles passt. Ohne die aktive Unterstützung der Partner vor Ort tun wir uns wirklich ganz schwer. Wir müssen darauf vertrauen, dass die Gemeinden das**

**Projekt auch wirklich wollen. Bis jetzt gibt es erfreulicherweise ganz wenige negative Rückmeldungen, was mich freudig überrascht hat.“**

**Thomas Wirnsperger:** „Das Wort ‚Qualität‘ ist nun öfter gefallen. Wir haben vorhin gehört, was von einem Bergsteigerdorf erwartet wird: die Orientierungssicherheit auf den Wegen, die Information für den ankommenden Gast. Ich glaube, hier liegt eine unserer Kernaufgaben: in der Aufbereitung der Informationen über das Wander- und Tourenangebot, inkl. Anreise und Mobilität vor Ort, müssen wir einfach die Besten der Besten sein.“

**Wir brauchen Wanderstartplätze, so blöd es klingt, aber hier sind wir doch wieder bei der inszenierten Infrastruktur: das kann z.B. eine einfache Infotafel sein. Die Wege müssen gut beschildert und gut markiert sein. Das wird erwartet und wenn der Gast das nicht vorfindet, dann ist er enttäuscht. Findet er es in gutem Maße, ist er bestenfalls zufrieden. Aber wir sollten es eigentlich noch besser machen, wir wollen die Erwartung wenn möglich übererfüllen, weil erst dann ist der Gast begeistert.**

**Stephanie Geiger:** „Ich möchte als Journalistin eine Verständnisfrage stellen, und zwar an alle, die hier sitzen und aus einem Bergsteigerdorf kommen: **Gibt es denn so etwas wie einen Geist, also so etwas wie einen ‚Spirit Bergsteigerdorf‘? Fühlen Sie Bergsteigerdorf?** Bevor man irgendwie an die konkrete Umsetzung geht, denke ich, dass mit diesem Geist Bergsteigerdorf viel mehr verbunden ist als Wanderwege, gute Beschilderung, Parkplätze usw.“

**In diese Richtung muss unser Versprechen gehen und da werden wir um eine gewisse Qualitätskontrolle nicht umhin kommen.**

Die Medien sind ja auch kritisch und werden fragen, wo wir besser sind als unser Nachbar, der nicht Bergsteigerdorf ist. Wir im Großarl haben uns dem Qualifizierungsprozess des Österreichischen Wandergütesiegels unterworfen und sind die erste Region im Land Salzburg, die das Gütesiegel hat. Auch das zieht sich durch, die Betriebe sind zertifiziert, die Wege sind zertifiziert, die Gemeinden und die Region. Das ist ein vierstufiger Prozess und wenn einer von den vier nicht dabei ist, bekomme ich die Auszeichnung nicht, weil ich immer nur so stark bin wie das schwächste Glied in meiner Kette. Und wenn ich keinen Betrieb habe, dann bin ich als Wanderregion auch nicht stark. **Wir müssen eine gewisse Qualitätssicherung sicherstellen.“**

**Roland Kals:** „Ich glaube nicht, dass wir in diesem Fall besser sein können als andere, aber wir müssen mindestens so gut sein. Ich glaube, unser Unterscheidungsmerkmal liegt wo anders. Auch die Großtouristiker sind im Sommer sehr gut unterwegs und streben natürlich alle diese Gütesiegel an. Hier können wir auf das selbe Niveau kommen, aber deutlich darüber ... da bin ich eher skeptisch.“

**Stephanie Geiger:** „Ich möchte als Journalistin eine Verständnisfrage stellen, und zwar an alle, die hier sitzen und aus einem Bergsteigerdorf kommen: **Gibt es denn so etwas wie einen Geist, also so etwas wie einen ‚Spirit Bergsteigerdorf‘? Fühlen Sie Bergsteigerdorf?** Bevor man irgendwie an die konkrete Umsetzung geht, denke ich, dass mit diesem Geist Bergsteigerdorf viel mehr verbunden ist als Wanderwege, gute Beschilderung, Parkplätze usw.“

**Ewald Galle:** „Im letzten Jahr habe ich ein sol-

ches Beispiel erlebt: Auf der Fahrt ins Große Walsertal zur letzten Jahrestagung Bergsteigerdörfer habe ich das Tor zum Biosphären-

**„Ich denke, man kann nicht einen Gemeinderatsbeschluss zu den Bergsteigerdörfern beschließen, aber die Bevölkerung nicht entsprechend informieren.“**

Franz Ferdinand Türtscher

**„Und nur ein Beispiel, dass es funktioniert: die Nachfrage bei den Broschüren kommt von den Betrieben.“**

Ludwig Wolf

**„Teilhabe lassen heißt nicht, sich zu verkaufen.“**

Helga Zraunig

park durchquert. Ich hatte wirklich das Gefühl, dass die Leute, denen man in den Gemeinden begegnet, den Biosphärenpark vor sich hertragen, ihn leben.

Ich denke, bei den Bergsteigerdörfern ist das sehr schwierig, weil sie sehr individuell sind, ihrer Stärken und Schwächen sehr unterschiedlich sind.“

**Roland Kals:** „Franz Ferdinand, darf ich fragen, wie lange das gedauert hat, bis sozusagen dieses ‚Wir sind Biosphärenpark-Feeling‘ da war? War das von Anfang an da?“

**Franz Ferdinand Türtscher:** „Ich denke nicht, dass es bei allen da ist. Aber vielleicht darf ich ganz kurz erzählen, wie wir zum Biosphärenpark gekommen sind: Man hat vor dem Jahr 2000 darüber diskutiert, der Landtagsabgeordnete Josef Türtscher hat beim Land über das Naturschutzgesetz gesprochen und dort ist an uns sechs Bürgermeister herangetreten und hat die Überlegung eingebracht. Wir machten dann eine Exkursion in die Rhön und saßen am Abend im Gasthaus. Als wir das Personal fragten, wie es ihnen im Biosphärenpark geht, wussten sie überhaupt nicht, das sie hier im Biosphärenpark sind. Für uns haben wir mit nach Hause genommen, dass wir die Bevölkerung stark miteinbeziehen und sie informieren müssen. Ich denke, dass haben wir recht gut geschafft.“

**Ich denke, man kann nicht einen Gemeinderatsbeschluss zu den Bergsteigerdörfern**

**beschließen, aber die Bevölkerung nicht entsprechend informieren.“**

**Roland Kals:** „Darf ich hier gleich nachfragen? Du, Ludwig, bist mit drei Autobussen voll Leuten vielleicht besser dran, als mit 2000. Wir vom Alpenverein haben kaum ein Gefühl dafür, in welcher Intensität dieser gemeind-

**interne Kommunikationsprozess draußen in den Ortschaften derzeit läuft.“**

**Ludwig Wolf:** „Als das Thema ‚Bergsteigerdörfer‘ aufkam, war für mich ganz wenig zu tun: Ich habe alle Betriebe und Hüttenwirte angerufen und um Teilnahme gebeten. Das war innerhalb einer Stunde abgehandelt, weil sich alle sofort dafür interessierten. Damit haben wir unsere drei Schutzhütten und unsere drei Gasthöfe alle als Partner dabei. Ich glaube, schneller und besser könnte es nicht gehen. Und nur ein Beispiel, dass es funktioniert: die Nachfrage bei den Broschüren kommt von den Betrieben.“

**Helga Zraunig:** „Bei mir spielt beim Thema ‚Bergsteigerdorf‘ auch eine gewisse Intimität mit. **Und was ganz wichtig ist: der Gast muss**



Helga Zraunig, Wirtin Partnerbetrieb Hüttschlag



sich als Mensch angenommen fühlen. Wenn ich die Menschen teilhaben lasse an meinem Leben, dann braucht es nicht unbedingt einen Perfektionismus, dann werden auch manchmal Fehler verziehen.“

**Roland Kals:** „Ist das nicht ein gefährlicher Pfad, auf den man sich begibt? Dass dich der Gast emotional auffrisst?“

**Halga Zraunig:** „Teilhabe lassen heißt nicht, sich zu verkaufen. Da ist ein großer Unterschied und das ist eine Gratwanderung. Aber teilhaben lassen heißt auch, dass ich sein darf wie ich bin, und



Martin Ploderer und Franz Ferdinand Türtscher

dann ist es nicht schwierig, dann frisst mich der Gast nicht auf. Und ich glaube, authentisch zu sein, ist sowieso wichtig in diesem Bereich.“

**„Alles was sich mit Geld oder Arbeit machen lässt, schaffen wir schon. Aber das Bewusstsein der eigenen Leute dahin zu bringen, dass wir etwas Besonderes sind, ist enorm schwierig.“**

Martin Ploderer

**„Dass es nicht selbstverständlich ist, dass jeder sofort und vorbehaltlos darauf einsteigt, liegt in der Natur der Sache. Alles andere wäre eine Überraschung.“**

Roland Kals

**Ewald Galle:** „Wäre es für die Bergsteigerdörfer ein richtiger Schritt, alle Broschüren ins Englische zu übersetzen, um sich vielleicht neue Kunden zu holen? Oder ist das kontraproduktiv, weil dadurch ja auch das Sprachproblem dazu kommt.“

**Ist es an der Zeit den Schritt nach außen zu tun und die Pseudo-Weltsprache Englisch auch bei den Bergsteigerdörfern zu zulassen oder macht man hier zu viele Türen auf?“**

**Stephanie Geiger:** „Wenn sie dann nicht einen Flying fox bauen!“

Was spricht dagegen, den Gast aus England auch hierher zu holen oder was spricht dafür?“

**Thomas Wirnsperger:** „Ich glaube, die englischsprachigen Werbemittel kosten wieder viel Geld und dann habe ich fürs Marketing keines mehr.“

**Ewald Galle:** „Welche Ideen und Möglichkeiten gibt es, um die Marke Bergsteigerdörfer besser zu platzieren?“

**Martin Ploderer:** „Es gibt zwei Sichtweisen: die Innen- und die Außensicht eines Bergsteigerdorfes. Die Schlussfolgerung gleich zuerst: Schlussendlich werden wir daran gemessen, ob es uns gelungen ist, die Philosophie so weit in unsere Köpfe hineinzubringen, dass es uns nicht so geht, wie den Menschen in der Rhön, die gar nicht wissen, dass sie dabei sind.“

Und das ist viel schwieriger als Förderanträge ausfüllen, als Schilder malen und alles mögliche. Alles was sich mit Geld oder Arbeit machen lässt, schaffen wir schon. Aber das

**Bewusstsein der eigenen Leute dahin zu bringen, dass wir etwas Besonderes sind, ist enorm schwierig.**

Ich möchte euch einige Beispiele aus meiner Gemeinde Lunz am See nennen, bei denen man sagt, das gibt's ja nicht: Zwei Betriebe aus meiner Gemeinde waren ursprünglich als Partnerbetriebe dabei.

Positives Beispiel war unser Schlossermeister, der in Eigeninitiative diese wunderschönen Aufsteller entworfen hat. Wir haben die Prospektaufsteller unseren Betrieben zur Verfügung gestellt. Einer hat ihn gut sichtbar aufgestellt. Bei dem zweiten Betrieb habe ich den Aufsteller nicht gesehen. Als ich weiter ging, sah ich diesen im Wäschekammerl. Die Wirtin hat dort ihre Leintücher aufgehängt. Ich dachte, mich zerreißt es.

Und noch ein Beispiel, bei dem unserem Tourismusobmann fast der Kragen geplatzt wäre: Wir haben ein e-mail einer Dame erhalten - einer ehemaligen Unternehmerin, die zurück nach Lunz gekommen ist - die uns fragte, was wir denn als Bergsteigerdorf wollen, wo wir doch nicht einmal richtige Berge hätten. Von ihrem Fenster aus sieht sie den Dürrenstein und den Scheiblingstein, wo es tausend Meter senkrecht hinauf geht. Das e-mail war mit dem Nachsatz gekrönt, ob wir uns mit Vent vergleichen wollen.

Da sieht man, welch weiten Weg wir noch zu gehen haben. Der Weg ist richtig, aber ein Grundproblem, das ich bei vielen der Bergsteigerdörfer sehe, vor allem bei meinem Ort, ist, dass wir die Tourismusentwicklung in den letzten Jahren verschlafen haben. **Wir haben vom klassischen Sommertourismus, vom Wiener Umland, sehr gut gelebt, ohne dass wir etwas dazu beitragen mussten.**

Schließlich haben wir die Überfuhr verpasst und dann ging es radikal bergab. Wir waren mit unserem Tourismus fast auf Null und das

hat sich in den Köpfen der Leute festgesetzt. **Die Gäste kommen nicht mehr zu uns, wir haben nichts und wir sind niemand. Die Leute haben kein Selbstbewusstsein mehr.** Es ist irrsinnig schwierig, diesen Prozess umzukehren. Es ist jetzt Gott sei dank eine Generation von Übernehmern und Neugrüdern da, die das anders sieht.

Dennoch würde ich mich nicht trauen zu behaupten, dass auch nur die Hälfte unserer Bevölkerung für die ‚Bergsteigerdörfer‘ ist. Ich freue mich schon, wenn ich am Stammtisch die Bergsteigerdörfer nicht alleine verteidigen muss.

Die Nachbarn bemühen sich auch, sie markieren die Wege genau so schön und sind auch kein touristisches Niemandsland. Im Gegenteil, wir leben in einer Region, in der wir uns durchaus behaupten müssen. Wir müssen unsere Alleinstellungsmerkmale, unsere großen Chancen nutzen. Und das Projekt ‚Bergsteigerdörfer‘ hat in erster Linie eine Innensicht, wenn uns das gelingt, kommt das andere automatisch dazu.

**Christina hat es heute schon gesagt, wir wollen nicht extrem hohe Kapazitäten erreichen, aber wir brauchen einen gesicherten Grundumsatz, damit wir selber gut leben können.** Daraus entwickeln wir ein Angebot, das wir qualitätsorientierten Gästen anbieten können.“

**Christina Schwann:** „Martin, wir unterstützen dich und wir sollten jetzt unbedingt einen Autor oder eine Autorin für die Alpingeschichte Lunz am See finden.“

**Josef Hasitschka:** „Als ich in Pension gegangen bin, hat mich Ludwig darum gebeten, das Büchlein zu schreiben.“

Mittlerweile gibt es schon viele verschiedene Möglichkeiten, die Leute draußen im Gelände gut zu informieren und zu begleiten. Z.B. mit einem Naturkundlichen Führer, wie es ihn in Mallnitz für den Blockgletscherweg gibt, oder auch mit digitalen Karten, die man sich auf das iPhone laden kann.“

**Thomas Drechsler:** „Meine Generation hat noch Luis Trenker auf den Bildschirmen gesehen, wie er mit voller Begeisterung erzählt hat, wie er auf den Berg rauf ist und was er dort er-

lebt hat. Das ist dieser Spirit, der auch in Johnsbach zu verspüren ist.“

Diese digitale Karte ist keine Erfindung von mir, sondern diese wurde über die Firma Alpestein digitalisiert. Das heißt, wir haben fast alles im Netz stehen, und es ist natürlich daran gedacht, es als app auf die iPhones zu bringen und die Berge zu erfassen.

Und was ich mir noch aufgeschrieben habe, ist das Wort ‚Tourismus‘. Ich habe manchmal das Gefühl, wir wissen gar nicht, was das Wort bedeutet. Dieser Begriff bedeutet nichts anderes als ‚auf Tour sein‘, und das ist ja auch wieder Bergsteigen. Vor zwanzig Jahren hatten wir den Begriff Fremdenverkehr, da kommen Fremde zu uns, dürfen ein wenig herumlaufen und wenn sie wieder gehen, sind sie immer noch Fremde.“

**Roland Kals:** „Ich glaube, in der Diskussion ist jetzt doch ganz klar herausgekommen, dass wir uns noch auf dem Weg befinden. Ich glaube, bei den Schlüsselakteuren in den einzelnen Bergsteigerdörfern ist die Begeisterung, dieser Spirit da. Dass es nicht selbstverständlich ist, dass jeder sofort und vorbehaltlos darauf einsteigt, liegt in der Natur der Sache. Alles andere wäre eine Überraschung.“

**Ich glaube, es ist sicherlich diese Kombination aus Spirit und dieser Kleinheit, einer gewissen Hinterschichtigkeit.**

**Aber was wir heute gar nicht angesprochen haben, und wo wir als Alpenverein ein guter Partner sein können, ist die Alpinkompetenz, die wir ganz besonders herausstreichen wollen. Martin wird das jetzt anders sehen, er muss seinen Leuten erst wieder klar machen, welche alpine Qualitäten sie in ihrer Gemeinde haben. Vent wird es schon wissen, Johnsbach weiß es offensichtlich auch.**

**Mir fällt dazu noch Reichenau ein. Hier hat sich eine gute Kletterszene heraus gebildet, die es vor einigen Jahren noch nicht gegeben hat.“**

**Sabine Tauchner:** „Aus diesem Grund würden wir vielleicht auch die englischen Broschüren brauchen, nicht für die Engländer, sondern da wir das östlichste Bergsteigerdorf sind, sind wir auch das Tor zum Osten. Diese Kletterszene stellt sich aus Tschechen, Ungarn und Slowaken zusammen, die eine gute Klientel darstellen.“

**Roland Kals:** „Diese Kletterszene bringt plötzlich einen ganz anderen ‚drive‘ in den Ort. Reichenau ist eher als Kurort mit sehr viel Kulturangebot und älteren Herrschaften auf gemütlchen Pfaden bekannt. Die Qualitäten von Reichenau als Klettereldorado, das ist etwas, was mich unglaublich angesprochen hat.“

**Das ist sozusagen mein Zugang zu diesem Spirit, mir gefällt es, wenn ich so etwas sehe.**

**Es ist schön, dass es eine Spanne innerhalb der Bergsteigerdörfer gibt.**

**Darf ich an dieser Stelle innehalten. Wir haben morgen Vormittag noch einen Block ‚Kriterien und Qualitätsentwicklung‘ auf der Tagesordnung, wo wir noch einmal strukturiert an das, was heute vielleicht nur angerissen werden konnte, anschließen können. Ich darf mich auf jeden Fall ganz herzlich bei euch am Podium und bei euch im Publikum für eure Beiträge bedanken.“**



Josef Hasitschka, Thomas Drechsler und Georg Bliem

# Entwicklungskonzept Bergsteigerregion Karnischer Kamm

Georg Hauger, Technische Universität Wien



Die Studentengruppe „die.serpentine“ entwickelte im Rahmen einer Projektarbeit ihres Studiums an der TU-Wien ein sehr umfangreiches Entwicklungskonzept für die gesamte Region rund um den Karnischen Kamm. Das Konzept umfasst dabei nicht nur das Thema der sanften Mobilität, sondern erstreckt sich auch auf soziale und wirtschaftliche Aspekte. Die Studenten und Studentinnen verbrachten dazu mehrere Tage im Gail- und Lesachtal, erkundeten mit ortskundigen Personen die Gegend südlich und nördlich des Karnischen Kamms, befragten Personen zu den oben erwähnten Themen und erarbeiteten in Form von Workshops mit den Einheimischen Lösungsansätze. Die Ergebnisse der Studie wurden am 8. Juli 2011 in Obertilliach präsentiert. Die Studie selbst ist unter [www.info.tuwien.ac.at/ivs](http://www.info.tuwien.ac.at/ivs) abrufbar.

Im Rahmen dieser Jahrestagung soll konkret ein Themenbereich der Studie herausgegriffen und näher beleuchtet werden - das Thema Öffentlicher Verkehr.

Die Studenten und Studentinnen haben sich dazu einerseits die Ist-Situation angesehen, die sich nicht besonders erfreulich darstellte, da es keine durchgehende Buslinie von z.B. Kötschach-Mauthen bis Sillian gibt. Die Studenten haben sich zudem angesehen, ob es nicht auch Busverbindungen rund um den Karnischen Kamm geben kann und wie es mit den Querverbindungen über den Kamm aussieht.

Der Öffentliche Verkehr sollte dabei nicht nur für die Gäste Vorteile bringen, sondern vor allem auch die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung heben. Wie bereits im

Rahmen der offiziellen Präsentation in Obertilliach angemerkt wurde, haben die Studenten sich die bürokratischen Hindernisse nicht im Detail angesehen. Ihr Blick von außen - quasi am Kamm sitzend - birgt aber durchaus den großen Vorteil, unvoreingenommen neue und sehr spannende Ideen einzubringen.

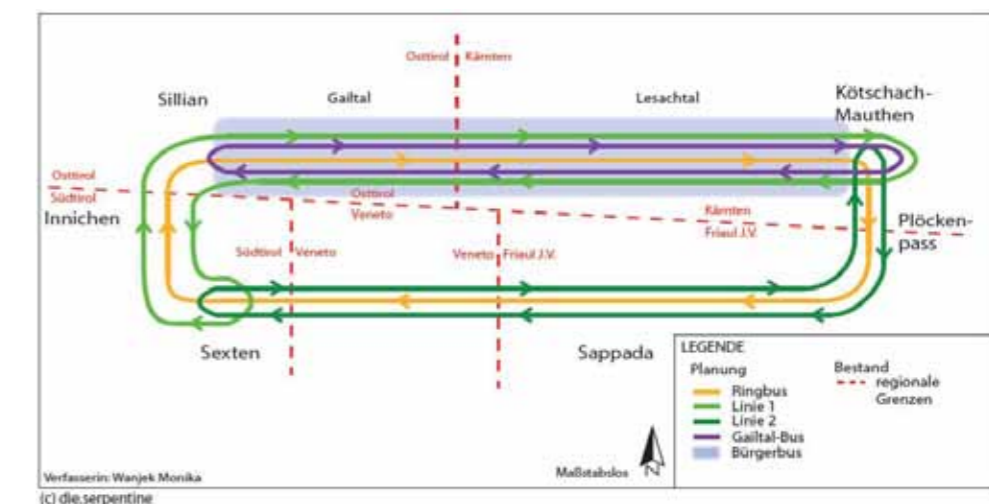
## Das Ringbussystem

Ziel sollte es sein, ein Bussystem von Kötschach-Mauthen bis Sillian rund um den Karnischen Kamm zu etablieren. Dieses Bussystem soll aus einem Ringbus, der tatsächlich rund um den Karnischen Kamm fährt und aus drei weiteren aufeinander abgestimmten Buslinien bestehen.

Die Linie 1 deckt den Teilbereich nördlich des Karnischen Kamms ab, während die Linie 2 den südlichen Bereich bedient.



Georg Hauger, TU-Wien



Vorgeschlagenes Ringbussystem rund um den Karnischen Kamm

Für den am stärksten frequentierten Bereich im Gail- und Lesachtal wurden der so genannte Gailtalbus und der Bürgerbus vorgesehen. Das ganze System könnte - so die Studenten - auch in Teilschritten umgesetzt werden. Dazu erstellten die Studenten einen Finanzierungsplan, der auch die einzelnen Umsetzungsphase berücksichtigt.

Der „Bürgerbus“ wäre dabei eine neue Form, der Mobilität, wie sie in anderen Ländern durchaus schon erfolgreich zum Einsatz kommt. Zwei Eigenschaften zeichnen den Bürgerbus besonders aus: der bedarfsorientierte Betrieb und die ehrenamtlichen Fahrer. Der Bürgerbus könnte damit eine gute Ergänzung zu den Linienbussen sein und auch schwer erreichbare Ziele ansteuern.

Bei uns in Österreich scheiterte dieses System meist an der Haftungsfrage des Fahrers.

Die Topographie des Gail- und Lesachtals eignet sich nicht besonders gut zum Fahrradfahren. Durch den Verleih von Elektrofahrrädern und Querverbindungen über den Kamm, könnte sich dieses Bild aber ändern. Sinnvoll wären dann allerdings auch Anhänger für die Kleinbusse, um Fahrräder mitnehmen zu können. Das würde Gästen wie Einheimischen die Benützung des Rades erleichtern, in dem sie



Bernhard Häfinger, Projektgruppe die.serpentine



Quelle: <http://www.moseltaxi.de/fahrrad.html>

Vorgeschlagenes Ringbussystem rund um den Karnischen Kamm

für steile Straßenabschnitte den Öffentlichen Verkehr in Anspruch nehmen bzw. bei Überquerungen des Karnischen Kamms mit dem Fahrrad den Heimweg mit dem Bus antreten könnten.

#### Querverbindungen über den Kamm

Die Studenten haben sich die Wege in die Täler und über den Karnischen Kamm angesehen und festgestellt, dass es durchaus fahrradtaugliche Übergänge gibt. Elektrofahrräder werden mittlerweile auch schon in einer sehr guten Mountainbikeausführung angeboten, die durchaus bergwegetauglich ist.

Dieses Angebot würde sich vor allem an Touristen richten. Verleihmöglichkeiten könnten Gastbetriebe, Sportgeschäfte, Fitness- und Wellnesseinrichtungen sowie örtliche Tourismusinformationen anbieten.

Um aber sowohl diesseits als auch jenseit des Kamms ausreichend Fahrräder zur Verfügung stellen zu können, braucht es eine übergeordnete Organisation. Auch müssten die Fahrräder erst einmal mit doch nicht unerheblichem finanziellen Aufwand angeschafft und danach regelmäßig gewartet werden.

Der große Vorteil würde aber darin liegen, dass man zusätzliche attraktive Angebote für neue Zielgruppen schafft und die Region vernetzt wird. Auch kombinierte Touren - Wandern, Bergsteigern und Fahrradfahren sind denkbar.

Weitere Querverbindungen könnten aktiv in Form eines „Wasserweges“ von Kartitsch nach Sexten oder einer „Karnischen Höhenweg Light Variante“ von Kartitsch über den Höhenweg nach Untertilliach sein.

## Fragen, Anregungen, Diskussion zur Studie der Projektgruppe die.serpentine der TU-Wien

#### Personentransport auf Hütten

Es gibt Versorgungsfahrten auf Hütten, ein Personentransport ist aber ausgeschlossen. Auch wenn es nicht wirtschaftlich sein mag, so haben hier sowohl der DAV als auch der OeAV eine sehr strikte Haltung.

Generell soll es aber bei den Bergsteigerdörfern ohnehin um „Bewegung aus eigener Kraft“ gehen.

#### Bürgerbus - Ehrenamt

Das Bürgerbussystem funktioniert wie ein Verein, in dem die Fahrer ehrenamtlich arbeiten. Dies kann unter Umständen - wie Helga Zraunig einwirft - zu einer groben Wettbewerbsverzerrung führen, wenn es gleichzeitig gewerbliche Anbieter gibt, die ihre Mitarbeiter normal anmelden und entsprechend Steuer zahlen müssen. Es ist jedoch wesentlich, dass der Bürgerbus keinesfalls ein Konkurrenzangebot darstellen soll. Vielmehr geht es hierbei um ein Mobilitätsangebot für Räume und Zeiten schwacher Verkehrsnachfrage, die im Allgemeinen durch nicht rentable und unattraktive ÖV-Angebote gekennzeichnet sind. Durch die ehrenamtliche Mitarbeit kann aber der Preis nicht nur sehr niedrig gehalten werden, sondern auch die bedarfsorientierte Betriebsführung erst zu günstigen Tarifen angeboten werden.

Das würde bedeuten, dass ein Bürgerbussystem nur dann zum Einsatz kommen sollte, wenn es weder in der jeweiligen Gemeinde noch in den Nachbargemeinden gewerbliche Anbieter gibt. Dann kann der Bürgerbus durchaus eine Bereicherung für Gäste und Einheimische sein.

Das Rufbussystem in Johnsbad basiert auf heimischen Taxidiensten. Hier besteht eher das Problem, dass die Leute sich erst daran gewöhnen müssen, das Taxi ca. eine Stunde vorher anzurufen. Dazu kommt noch, dass das

Handynetz - beispielsweise am Abstieg von der Heschhütte - nicht lückenlos funktioniert.

In Mallnitz wird der Nationalpark-Wanderbus zwar von der ÖBB-Postbus GbmH betrieben, aber die Aufträge wurden an heimische Taxifahrer vergeben, damit die Wertschöpfung im Ort bleibt.

Auch im Großen Walsertal legte man sehr viel Wert darauf, die lokalen Busunternehmer in das Wanderbussystem einzubinden.

Generell sollte das Ehrenamt aber nicht unterschätzt werden, da es durchaus oft Lücken schließen kann, wenn sonst gar nichts mehr geht.

#### Nutzen der Studie

Peter Haßbacher bedankt sich noch einmal bei Georg Hauger und seinen Studenten und Studentinnen für die gute Studie, die durchaus umsetzbare Beispiele zeigt. Er hat nur die große Befürchtung, dass solche Studien allzu leicht in der Schublade verschwinden, wenn man nicht aktiv dran bleibt.

Die Ergebnisse sollten im Österreichisch Nationalen Komitee der Alpenkonvention präsentiert werden. Außerdem werde entscheidend sein, wieviele Regionen mit wievielen unterschiedlichen Sprachen beteiligt sein werden - Friaul-Julisch-Venezien, Südtirol, Osttirol, Kärnten.

Im Weiteren ergeht die Bitte an Helmut Lang, das Projekt auch im jährlich stattfindenden Dreiländer-Treffen zu präsentieren und die Verantwortlichen entsprechend zu sensibilisieren. Auch wenn ein solches Projekt nicht ständig am Tropf von Förderungen hängen kann, sondern eigentlich bei den Jugendlichen ansetzen müsste und zu einer neuen Art und Weise mit öffentlichen Verkehrsmitteln umzugehen führen sollte, wird man vermutlich nicht umhinkommen über eine Interreg-Förderung nach zu denken.



Hans Jury, Peter Haßbacher, Helmut Lang, Christina Schwann

# Unsere Qualitätsmesslatte: die Kriterien und Qualitätsentwicklungskonzepte

Roland Kals



Die **Kriterien der OeAV-Bergsteigerdörfer** sind das Herzstück des Projektes. Sie gliedern sich in „Ausschlusskriterien“, „Pflichtkriterien“ und „Zielkriterien“. Jedes Bergsteigerdorf hat sich mittels Gemeinderatsbeschluss und Unterzeichnung der Deklaration Bergsteigerdörfer zu diesen Kriterien bekannt. Hinsichtlich der aktuellen Entwicklungen in Kals am Großglockner und der schwierigen aber letztendlich doch unausweichlichen Ent-

scheidung, Kals von der Plattform „Bergsteigerdörfer“ zu nehmen, wurden die Kriterien noch einmal genau unter die Lupe genommen und nachjustiert. Dies trifft vor allem auf das Kriterium der schichttechnischen Erschließung zu.

Die Kriterien dienen nicht nur der Qualitätskontrolle der bestehenden Bergsteigerdörfer, sondern spielen vor allem bei der Auswahl neuer Gemeinden eine große Rolle.



Roland Kals

## Die Neuerungen im Überblick - Auszug aus den Kriterien

### A) Ausschlusskriterien

- A2) wenig alpiner Landschaftscharakter, Landschaftsschäden, Technikdominanz
- geringe Reliefenergie
- den Gesamtcharakter erheblich störende Schäden durch menschliche Eingriffe
- Dominanz schitouristischer Erschließungsmaßnahmen, **insbesondere tälerverbindende „Schischaukeln“**

### B) Pflichtkriterien

- B2) Alpinkompetenz
- Tourenprogramm (**Bergwandern**, Klettern, anspruchsvolle Bergtouren, Hochtouren, Schitouren) für Gäste (über örtlich zuständigen Alpinverein, Bergführer, Wanderführer, Schiführer, ...)
- **Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinvereinen**

### B) Pflichtkriterien

- B3a) Ortsbildqualität
- **Verankerung einer bergsteigerdörfergerechten Strategie für die Ortsbildpflege und Ortsbildentwicklung im kommunalen Entwicklungsleitbild (Räumliches Entwicklungskonzept, Örtliches Entwicklungskonzept,...)**

### B) Pflichtkriterien

- B5) Kooperationsqualität
- Projektarbeitsgruppe mit definiertem Ansprechpartner vorhanden
- Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinvereinen
- **Publikation der Zusammenarbeit im Bergsteigerdörfer-Projekt (Homepage von Gemeinde und Tourismusverband mit Logo u. Link, Mitteilungsblätter der Gemeinde, etc.)**

# Kriterien für OeAV-Bergsteigerdörfer

## Neu-Überarbeitung

Stand 1.10.2011

### A) AUSSCHLUSSKRITERIEN

#### A1) Unzureichende Tourismusinfrastruktur

- Fehlen von Beherbergungsbetrieben

#### A2) wenig alpiner Landschaftscharakter, Landschaftsschäden, Technikdominanz

- geringe Reliefenergie
- den Gesamtcharakter erheblich störende Schäden durch menschliche Eingriffe
- Dominanz schitouristischer Erschließungsmaßnahmen, insbesondere tälerverbindende "Schischaukeln"

#### A3) Kein dörflicher Charakter

- zu große Bewohnerzahl (Grenzwert 2.500) - zu große Betriebsgrößen, gemessen an der Beschäftigungszahl (Grenzwert: 50 pro Betriebsstätte, im Einzelfall sind Ausnahmen möglich, wenn der dörfliche Charakter nicht beeinträchtigt wird.)
- ungünstiger Charakter der Bebauung: Maßstäblichkeit, Gestaltung und Anordnung der neueren Bautätigkeit insbesondere am Außensaum
  - Problematik der Gewerbegebiete
- Zersiedelung – Verlust des harmonischen Siedlungsbildes.
- Dominierende Parahotellerie (großräumige Ferienparks, Appartementanlagen, Time-Sharing-Anlagen u. dgl.)

#### A4) Lage an Hochleistungsverkehrswegen

- insbesondere Autobahn, Autoschnellstraße, Flugplatz

### C) ZIELKRITERIEN („Pluspunkte“, „Premium-Kategorie“)

#### C1) Touristische Qualität

- ausreichende Nahversorgung am Ort mit Artikeln des täglichen Bedarfs (Kaufgeschäft, ...)

#### C2) Alpinkompetenz

- aktuelle Führerliteratur und für bergsteigerische Zwecke brauchbare Karten
- aktuelle Online-Routeninformationen und darüber hinausreichende Informationsangebote - Alternativen bei Schlechtwetter
- alpines Kurs- und Ausbildungsangebot am Ort
- Sportgeschäft mit bergsteigergerechtem Beratungsangebot am Ort

#### C3) Landschaftsqualität

- Schutzgebietsbetreuung ist eingerichtet und aktiv

### B) PFLICHTKRITERIEN (entweder bereits vorhanden oder kurzfristig erfüllbar)

#### B1) Tourismusqualität

- Schutzhütten alpiner Vereine oder vergleichbare private Hütten (im Regelfall über 1.500 m Seehöhe; für Besucher nur zu Fuß erreichbar)
- Bergsteigerdorf-Partnerbetriebe im Tal
- Gute Bandbreite der Beherbergungskategorien (von einfach bis gehoben)

#### B2) Alpinkompetenz

- laufend gut betreutes und regelmäßig kontrolliertes Alpinwegenetz mit Beschilderung nach den Richtlinien der Bergwegekonzepte
- kompetente örtliche Alpinberatung - Verleih oder Vermietung von spezieller Bergsteigerausrüstung (z.B. LVS-Gerät, Sonde, Schaufel, Schneeschuhe, Steinschlaghelm,...), Führerliteratur, Kartenmaterial
- Tourenprogramm (Bergwandern, Klettern, anspruchsvolle Bergtouren, Hochtouren, Schitouren) für Gäste (über örtlich zuständigen Alpinverein, Bergführer, Wanderführer, Schiführer, ...)
- Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinvereinen

#### B3a) Ortsbildqualität

- Verankerung einer bergsteigerdörfergerechten Strategie für die Ortsbildpflege und Ortsbildentwicklung im kommunalen Entwicklungsleitbild (Räumliches Entwicklungskonzept, Örtliches Entwicklungskonzept,...)

#### B3b) Landschaftsqualität

- keine durch Straßen / Seilbahnen erschlossenen benannten Berggipfel (Erschließung endet mindestens 200 Hm unter dem Gipfel, bzw. in mindestens 500 m Horizontalabstand)
- Verzicht auf Neuerschließung und großräumige Erweiterungen (entsprechend Salzburger Sachprogramm Schierschließung, Tiroler Raumordnungsprogramm Seilbahnen)
- Keine Außenstarts und -landungen von Motorflugzeugen (ausgenommen Versorgungs- und Rettungsflüge)
- keine permanent genutzten Motorsportstrecken zur Austragung von Bergrennen, Rallies, Motocross, Schidoo-Rennen u. dgl.
- Verzicht auf Neuerrichtung von großen Wasserkraft-, Windkraft-, Photovoltaik-Anlagen (in überörtlicher Dimension), Hochspannungsfreileitungen
- Ganzjährig ausreichende Wasserführung (= ausreichend Restwasser) in Fließgewässern
- Hochalmen und Bergwälder werden von motorisiertem Individualverkehr außerhalb öffentlicher Straßen frei gehalten.
- Schutzgebietsanteil an der Gemeindefläche liegt im Regelfall über 20 %

#### B4) Mobilitätsqualität

- Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln auch an Wochenenden und Feiertagen (Richtwert mind. 2 Buspaare pro Tag)
- Bergsteigertaugliche Mobilitätsangebote am Urlaubsort (Taxidienste, Abholservice, organisierte Mitfahrgelegenheiten)

#### B5) Kooperationsqualität

- Projektarbeitsgruppe mit definiertem Ansprechpartner vorhanden
- Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinvereinen
- Publikation der Zusammenarbeit im Bergsteigerdörfer-Projekt (Homepages von Gemeinde und Tourismusverband mit Logo u. Link, Mitteilungsblätter der Gemeinde, etc.)

**Qualitätsentwicklungskonzepte** sind Kernelemente der zweiten Projektphase der Bergsteigerdörfer, für die finanzielle Mittel bis Ende 2013 aus dem Fonds für Ländliche Entwicklung und dem Lebensministerium zur Verfügung stehen.

Dabei wird anhand der bestehenden Kriterien für Bergsteigerdörfer einerseits der Status Quo in jedem Bergsteigerdorf erhoben und darauf aufbauend in einer oder zwei intensiven Arbeitssitzungen mit allen Verantwortlichen vor Ort konkrete Arbeitspakete geschlüsselt, um

die Qualität in den verschiedenen Bereichen zu verbessern. Die Steirische Krakau war die erste Bergsteigerregion, in der eine solche Sitzung abgehalten wurde. Daraus ließen sich konkret folgende Arbeitspakete nach Prioritäten gereiht ableiten:

<b>B2 Alpinkompetenz:</b>	Priorität	durchzuführen von:	realisiert bis:
Skitourenzentrum Steirische Krakau	3	?	2015
topaktuelles Skitouren Informationssystem mit allen notwendigen Infos (Schneelage, ÖV, Wetter, Vergünstigungen)	2	TVB / Sektion Murau / Bergführer ?	2014
lokale Empfangskarte für Handy-Notruf	1	Sektion Murau / TVB	2013 -2015
offener Bergsteigerdorf WLAN-Infopoint	2	TVB	2013
AV-Ausbildungskurse, Seminare in Bergsteigerdörfern;			
Schwerpunkte in der Steirischen Krakau: Skitouren, Lawinen, Orientierung	1	Projektteam BSD in Koop. mit AV-Akademie	2013
Konfliktvermeidung Skitouren und Jagd => Besucherlenkung	1	? Abt. RPI / Nsch.	2012
Bustransfer für gesperrte Forststraße im Frühjahr	1	TVB / Talerbus	2013
<b>B4 Mobilitätsqualität:</b>	Priorität	durchzuführen von:	realisiert bis:
Talerbus: Angebotsverbesserung am Wochenende und außerhalb der Ferienmonate	2	Talerbus	2015
Ergänzung durch Taxidienste und zusätzliche Frühfahrten für Bergsteiger	1	Kooperation Beherberger / Gemeinde	2014
„Flat-Rate“: günstiger Talerbustarif mit Gästekarte	2	Kooperation TVB / Talerbus	2014
stärkere Bewerbung des Talerbus, Mehrwert für Überschreitungen herausstreichen	1	Kooperation Talerbus / Projektteam BSD	Ende 2012
Anruftaxi: Anrufpunkte, Frequenz, Tarif	2		
<b>B5 Kooperationsqualität:</b>	Priorität	durchzuführen von:	realisiert bis:
Northland-Partnerschaft	1	Schallerwirt	2012
Partnerschaften mit Sektionen: Sektionen die kein eigenständiges Arbeitsgebiet und keine eigenen Hütten haben für das Bergsteigerdorf Krakau begeistern	1	Projektteam Bergsteigerdörfer	2013
<b>Marketingarbeit:</b>	Priorität	durchzuführen von:	realisiert bis:
Marketinggruppe Bergsteigerdörfer	1	TVB / Sektion Murau / Projektteam BSD	2012
Sektionen vermehrt ansprechen => Übersicht Ansprechpartner und Erscheinungsrhythmus von Sektionsnachrichten, in Abstimmung mit Bergsteigerdörfer-Koordinationsstelle	1	Projektteam BSD	2012
Bergauf: Bergsteigerdorf-Beiträge clustern	2	Projektteam BSD	
Bergsteigerdorf-Logo/-Link auf Homepage-Portal des Gesamtvereins und auf Homepage der großen Sektionen	1	Projektteam BSD	2012
DAV-Sektionen			
Liste mit Kontaktperson in Bergsteigerdörfern an Sektionen bekannt geben	1	Gemeinde / TVB	2012

**Fragen, Anregungen, Diskussion zum Thema Bergsteigerdörfer-Partnerbetriebe als wichtiges Element der Qualitätsentwicklungskonzepte**

**Franz Ferdinand Türtscher** berichtet von seinen Erfahrungen im Bioshärenpark Gr. Walsertal, der seit dem Jahr 2000 besteht und ebenfalls eigene Partnerbetriebe ausgewählt hat.

Am Anfang wäre man bei der Auswahl relativ großzügig gewesen, man hätte viele interessierte Betriebe einfach aufgenommen. Man hätte von den Betrieben lediglich verlangt, dass sie den Gästen zumindest Auskunft über den Bioshärenpark geben könnten, die Auflage von Prospekten, kostenloses Trinkwasser für die Gäste, einen Abholdienst vom Bahnhof sowie einen Hinweis auf der Webseite gewährleisten.

Nach zehn Jahren wäre evaluiert worden und dabei hätte man festgestellt, dass einige Betriebe die Anforderungen nicht erfüllten. Das Schwierige sei, was man mit diesen Betrieben machen solle.

Derzeit werde die Evaluierung und Neuaufnahme von Monika Bischof und einem Hotelier aus dem Tal durchgeführt. Es sei aber nach wie vor ein heißes Thema.

**Christina Schwann** erläutert kurz die geplante Vorgangsweise zum Thema „Qualitätsentwicklungskonzepte“. In jedem Ort werde eine Sitzung mit den verantwortlichen Partnern einberufen, um die Punkte konkret durchzugehen und - wie im Beispiel Krakau - Arbeitspakete zu schnürren.

Auch bei diesen Sitzungen müssten die Partnerbetriebe jedenfalls dabei sein. Die Partnerbetriebe würden eine sehr große Verantwortung tragen, weil sie den direktesten Kontakt zu den Gästen hätten.

Mit den Qualitätsentwicklungskonzepten solle eine solide Basis gelegt werden, damit das Projekt nach 2013 nicht sterbe.

Beim Thema Partnerbetriebe habe man gesehen, wie schwierig es ist, einen Konsens zu finden. Die Auffassungen seien ganz unterschiedlich; das hänge eng mit der Philosophie zusammen, mit den Kundengruppen, die man anspreche.

**Sepp Lederer** ist der Ansicht, dass jeder neue

Betrieb vom Projektteam vor Ort kontrolliert werden sollte.

**Christina Schwann** beteuert, dass das zwar gut wäre, aber die personellen und zeitlichen Ressourcen in keinster Weise ausreichen würden, in 17 Bergsteigerdörfern 60-70 Partnerbetriebe einzeln zu besuchen. Das Projektteam hätte dies in der letzten Projektphase zwar versucht, aber es sei wahnsinnig zeitaufwändig und personalintensiv.

Man habe sich auf Vorschläge von Seiten der Tourismusverbände verlassen müssen, von denen man annahm, dass sie die Betriebe gut kennen. Das hat dann allerdings mancherorts dazu geführt, dass viel zu viele Betriebe aufgenommen wurden. Für das Projekt sei es wesentlich besser, nur eine handvoll Betriebe zu haben, die wirklich dahinter stehen. Diese könnten dann vom Projektteam auch entsprechend betreut werden.

Auch **Roland Kals** ist der Ansicht, dass es nicht schaden würde, wenn sich die Szene ein bisschen bereinigen würde. Also weniger dafür besser.

**Christina Schwann** unterstreicht noch einmal, dass es deswegen diese Arbeitsgruppe vor Ort brauche, die aktiv mithilft, Betriebe auszuwählen und zu betreuen.

**Hannes Schlosser** fordert hier vor allem Konsequenz.

Dazu komme noch die Problematik der Überlagerung diverser Betriebskategorien, so **Christina Schwann**. Es gäbe Naturpark-Partnerbetriebe, Nationalpark-Partnerbetriebe, Bioshärenpark-Partnerbetriebe, Tauern-Alpin-Betriebe, Wanderhotels usw. In Ginzling zum Beispiel gäbe es keine Bergsteigerdorf-Partnerbetriebe, dafür aber die Naturpark-Partnerbetriebe, die ähnliche Kriterien hätten und durchaus gut seien.

**Thomas Wirnsperger** als Tourismusdirektor bestätigt, dass er die Betriebe in Hüttschlag



Sepp Lederer, Franz Kneißl und Christina Schwann

anhand der Kriterien ausgewählt hat. Zwei hätten mitgemacht.

**Christina Schwann** unterstreicht, dass Hüttschlag ein gutes Beispiel sei. Die beiden Betriebe seien wirklich gut dabei, sie würden an den Sitzungen teilnehmen und konstruktiv an den Diskussionen mitwirken.

Im Mai 2011 hätten zwei Partnerbetriebsitzungen in Grünau im Almtal und in Kartitsch stattgefunden. In Kartitsch sei man aufgrund kontroverser Auffassungen vorläufig so verblieben, dass sich die Betriebe ihre Teilnahme noch einmal in Ruhe überlegen sollten. Danach wurden die überarbeiteten Kriterien noch einmal ausgeschickt und die Betriebe aufgefordert, sich bei Interesse zu melden. Von dreiviertel der Betriebe wäre gar keine Rückmeldung gekommen.

**Franz Kneißl** ist der Meinung, dass Partnerbetriebe unumgänglich seien. Seine Frage ist aber auch, welche Vorteile der Betrieb von der Partnerschaft hätte. Wenn der Betrieb nicht einen direkten, monetären Vorteil sehe, dann sei ihm die Organisation egal und er sei schon gar nicht bereit, in die Organisation hinein zu zahlen.

Das letzte Ziel der Bergsteigerdörfer müsse ja sein, dass mehr Wertschöpfung durch die Philosophie vor Ort erlangt werde.

Viele Gäste wüssten außerdem gar nichts vom Mitgliedervorteil, auch hier müsse man die interne Kommunikation noch verbessern.

Die oben erwähnten Sitzungen hätten - so **Christina Schwann** - eben auch dazu gedient, die Vorteile für die Partnerbetriebe hervor zu streichen, die da seien:

- Bewerbung auf der Webseite inklusive online Anfrageformular
- zufällig wechselnde Darstellung je eines Betriebes auf der Frontseite der Webseite
- Darstellung der Betriebe in den Einzelbroschüren und - neu - auch in der Gesamtbroschüre
- Darstellung der Betriebe im „Bergauf“

Nachdem die Teilnahme in der ersten Projektphase kostenlos gewesen sei, hätten viele einfach mitgemacht, da es ja nicht schaden konnte. In der nunmehr angelaufenen zweiten

Phase entschied man sich bewusst dafür, eine kleine Hürde in Form eines Kostenbeitrages einzubauen. Wobei es sich eher um einen symbolischen Wert handle, als um tatsächliche Kosten.

Die Obergrenze läge bei EUR 200,- im Jahr für einen großen Betrieb, kleine Betriebe würden nur etwa EUR 30,- zahlen. Mit diesem Geld versuche man, die Webseite im Bereich der Partnerbetriebe wie erwähnt zu erweitern.

Was die Plattform „Bergsteigerdörfer“ allerdings nicht sei, ist eine Buchungszentrale oder eine Marketing GmbH. Auch wenn der OeAV versuchen werde, vermehrt Veranstaltungen in Bergsteigerdörfern und in den jeweiligen Partnerbetrieben anzubieten, so läge doch sehr viel an der Eigenverantwortung und Eigenwerbung der Betriebe selbst.

**Andreas Kleinwächter** fragt nach, ob grundsätzlich die Tür für weitere Betriebe offen stehe?

**Christina Schwann** bestätigt, dass dies so ist. Die Broschüren würden immer wieder neu aufgelegt, die Webseite sei noch flexibler.

**Roland Kals** bekräftigt noch einmal, dass von Seiten des Alpenvereins natürlich auch laufend versucht werde, die Bergsteigerdörfer bekannter zu machen. Zum Beispiel über das wichtige Instrument der Mitgliederzeitschrift, in der in jeder Ausgabe ein Artikel über die Bergsteigerdörfer erscheine.

In der Sektion Salzburg werde zudem im Tourenprogramm jede Tour, die in ein Bergsteigerdorf führt, mit dem Logo gekennzeichnet, genau so bei Berichten über Touren in Bergsteigerdörfern.

Auch in der Steirischen Krakau sei darüber gesprochen worden, was seitens der Sektionen geschehen könne, auch von Sektionen, die nicht unmittelbar mit Arbeitsgebieten in den Bergsteigerdörfern beteiligt seien. Hier müsse noch viel stärker in die interne Vernetzung des Bergsteigerdörfer-Projektes und den einzelnen Sektionen investiert werden.

Teilnehmer von geführten Touren in Bergsteigerdörfern seien durchwegs sehr begeistert. Diese Leute seien die besten Multiplikatoren. Im Rahmen der diesjährigen OeAV-Hauptversammlung in Mayrhofen werde es neben

einem Informationsstand „Bergsteigerdörfer“, zusätzlich einen Workshop geben, wo die Sektionen entsprechend informiert werden würden.

**Christina Schwann** greift abschließend die Frage auf, ob denn schon Betriebe berichten könnten, dass sich ihre Nächtigungsstatistik aufgrund der Mitgliedschaft als Partnerbetrieb verbessert hätte. Dazu müsse gesagt werden, dass jene Betriebe, die von sich aus sehr aktiv das Projekt vorantreiben, ihren Betrieb entsprechend kennzeichnen, Infomaterial auflegen, in ihrem Internetauftritt die Bergsteigerdörfer mitnehmen und vieles mehr,

tatsächlich berichten, dass sie plötzlich Gäste-schichten ansprechen können, die sie vorher nicht hatten. Dazu gehöre Joseph Schnedlitz vom Schallerwirt in der Steirischen Krakau und auch Franz Zraunig vom Almrösl in Hüttschlag, bei dem das Nationalpark-Patentreffen des OeAV stattgefunden hätte.

Es werde ein wenig dauern, bis es sich herumspricht, dass bei den Partnerbetrieben die Qualität stimmt, dass hier auf die Bedürfnisse von Wanderern und Bergsteigern entsprechend reagiert werde, aber es brauche ganz dringend die aktive Umsetzung der Betriebe selbst. Die Plattform Bergsteigerdörfer könne immer nur das anbieten, was vor Ort da sei.

#### Dankeschön

*Das OeAV-Projektteam Peter Haßbacher, Roland Kals, Christina Schwann und Regina Stmpfl bedanken sich ganz herzlich für die anregenden Diskussionen und die große Gastfreundschaft im Bergsteigerdorf Johnsbach im Gesäuse - insbesondere bei den drei Partnerbetrieben Donnerwirt, Ödtseinblick und Kölblwirt sowie bei Reinhard Reichenfelder, Hüttenwirt der Heshütte.*



Thomas Wirnsperger, Andreas Kleinwächter und Roland Kals



Rege Diskussionen rund um das Thema „Partnerbetriebe“

# Eindrücke Bergsteigerfriedhof Johnsbach

Vielen Dank, Josef Hasitschka, für die eindrucksvolle Führung!



# Über die Ostwand (Grazer Weg, IV+ / VI-) auf das Hochtorn

Kletterduo Roland Kals und Andreas Kleinwächter berichten

Seit Wochen ununterbrochenes Schönwetter – der Herbst 2011 hat es in sich. Und der Standort unserer diesjährigen Bergsteigerdörfer-Jahrestagung passt ideal zum Wetter. Geht man vom Kölblwirt in Johnsbach ein paar Meter die Straße entlang, dann drängen sich die Felsburgen von Ödstein, Festkogel und Hochtorn ins Blickfeld – wie ein Scherenschnitt vor dem tiefblauen Himmel wirken die gewaltigen, grauweiß schimmernden Gesteinsmassen.

Zum Abschluss der Tagung ist ein Abend auf der Hesshütte geplant und am nächsten Tag eine Bergtour, je nach Können der Teilnehmer. Und nun stellt sich heraus, dass alle Interessen-

ten ziemlich geländegängig sind – eine Unternehmung der schärferen Richtung wäre daher durchaus drinnen.

Und welche Freude: Andi aus Obervellach hat zufällig die Klettersachen dabei. Seine Seile ergänzen also perfekt mein vorsorglich mitgebrachtes Eisenzeug und nach kurzer Überlegung steht es fest: wir machen morgen den Grazer Weg aufs Hochtorn.

Aber vorher steht die abendliche Prüfung in Form der ausgezeichneten Weinkollektion von Hesshüttenwirt Reinhard auf dem Programm. Kölblwirt Ludwig Wolf hat es sich nicht nehmen lassen und uns auf die Hütte begleitet. Dort schmeißt er eine Runde nach der ande-

ren, bis wir schließlich zu sehr später Stunde und ziemlich schläfrig in die ausgezeichneten Matratzen sinken.

Am nächsten Morgen tappen wir mit zunächst noch etwas unsicheren Schritten dem Teller-sack zu. Die Frühsonne beleuchtet die wie eine Schichttorte gestapelten Felsplatten, welche so typisch für die Gesäuseberge sind.

Über die Einstiegsrampe ist vor kurzem ein Bergsturz heruntergerasselt. Haushohe Felsblöcke und rutschender Schutt verstellen nun den Zustieg. Daher geht es im Bogen rechts herum und über einen leichten Kamin auf eine fußballfeldgroße geneigte Felsplatte. Wie eine





Ameise krabbelt man über die weite Fläche, übersteigt dann einige harmlose Stufen und erreicht schließlich von Norden her den markanten Riss, der die gesamte Ostwand durchzieht und die Aufstiegsroute unübersehbar macht. Zur phantastischen Felsqualität gesellen sich mit soliden Bohrhaken ausgestattete Stände – dem Hochgenuss steht also nichts mehr im Weg. Und so ist es auch. Eine originelle Kletterstelle reiht sich an die nächste, unschwierige Plattenschleicher wechseln mit kleingriffigen Steilpassagen. Heiklere Stellen sind mit dem einen oder anderen Bohrhaken geschmückt – aber mit Maß und Ziel, die „Alpinität“ bleibt gewahrt.

Viel zu rasch haben wir die zehnte Seillänge hinter uns gebracht. Hier steigt man auf ein breites Schuttband hinaus, das den Zustieg zur Ausstiegsseillänge vermittelt. Vorsichtiges

Steigen ist hier angebracht, weil jeder Stein direkt in die Route hinunterpfeifen und Nachfolger in Bedrängnis bringen würde.

Nach einiger Sucherei findet Andi die Fortsetzung der Route: eine glatte Wandpartie, die sich nach einem etwas heiklen Aufrichter in eine wunderbar raue Wasserrillenplatte wandelt. Die letzten Meter springen wir nur so hinauf und erreichen ganz unvermittelt den Vorgipfel des Hochtor.

Am Hauptgipfel „wurlt“ es, kein Wunder bei diesen idealen Verhältnissen. Trotzdem finden auch wir ein Plätzchen, um die heute wirklich atemberaubende Fernsicht zu genießen. Bergstock reiht sich hinter Bergstock, ganz weit im Südwesten sehen wir die markante Formation des Triglav, von Westen grüßt das leuchtende Firnfeld der Hochalm Spitze. In der Gegenrich-

tung baut sich ganz dunkel und massig der Ötischer auf und irgendwo da hinten müsste der Wienerwald sein.

Nur ungern lösen wir uns von diesem Bild, aber die Vision eines belebenden Getränkes beim Kölblwirt lässt sich auf Dauer nicht verdrängen. Und so starten wir in die Direttissima: der Abstieg über den an manchen Stellen ganz schön „gachen“ Schneelochsteig, der durch die Südwand des Hochtores direkt nach Johnsbach hinunterführt. Und schon nach zwei Stunden strecken wir mit einem wohligen Seufzer die Haxen unter den Wirtshaustisch, schließen die Augen und sinnieren über die Schönheit der Welt...

Danke Andi – richtig sche wars!



Bilder: Andreas Kleinwächter

# Von der Hesshütte auf das Hochtor

## Eindrücke einer sehr schönen Bergtour



# Teilnehmerliste

Nr.	Nachname	Vorname	Funktion
1	Auer	Wolfgang	OeAV-Sektion Edelweiss
2	Bliem	Georg	TVB Landesverband Steiermark
3	Danninger	Matthias	GF Naturpark Zillertal
4	Deutschmann	Dr. Nikola	OeAV-Sektion Graz, Naturschutzreferentin
5	Drechsler	Thomas	Geschäftsführer Alpenregion Gesäuse
6	Durchner	Leopold	OeAV-sektion Obergailtal-Lesachtal
7	Galle	Ewald	Lebensministerium
8	Geiger	Stephanie	Reisejournalistin
9	Gfreiner	Joachim	OeAV-Landesverband Kärnten
10	Grabher	Reinhard	Redakteur ORF
11	Hager	Bernhard	OeAV-Sektion Mödling, Wegewart
12	Häfiger	Bernhard	TU-Wien
13	Hasitschka	Josef	Buchautor Alpengeschichte Johnsbach
14	Haßlacher	Peter	Projektteam Bergsteigerdörfer
15	Hauger	Georg	TU-Wien
16	Hesse	Karlheinz	ARGE Tauernhöhenweg
17	Jury	Hans	OeAV-Sektion Gmünd
18	Kals	Roland	Projektteam Bergsteigerdörfer
19	Klausner	Rudi	Ortsvorsteher Ginzling
20	Kleinwächter	Andreas	TVB Mallnitz
21	Kneissl	Franz	Bgm. Steinbach am Attersee
22	Lang	Helmut	OeAV-Sektion Villach
23	Lederer	Sepp	OeAV-Sektion Obergailtal-Lesachtal
24	Maier	Franz	NÖ Landesakademie
25	Mair	Hanspeter	DAV-Geschäftsbereichsleiter
26	Mayer-Ertl	Katharina	Bundesministerium für Wirtschaft
27	Mayr	Hans	Tourismusobmann Lunz a. See
28	Ploderer	Martin	Bgm. Lunz am See
29	Scheb	Karoline	Nationalpark Gesäuse
30	Schlosser	Hannes	Redakteur Alpengeschichte Bergsteigerdörfer
31	Schwann	Christina	Projektteam Bergsteigerdörfer
32	Schwarzenlander	Stefanie	TVB Steinbach am Attersee
33	Stampfl	Regina	Projektteam Bergsteigerdörfer
34	Steger	Paul	OeAV-Sektion Zillertal
35	Süßenbacher	Elisabeth	Umweltbundesamt
36	Tauchner	Sabine	TVB Reichenau
37	Türtscher	Franz Ferdinand	Bgm. Sonntag, Gr. Walsertal
38	Unterguggenberger	Christian	TVB Lesachtal
39	Weidinger	Alois	Bgm. Grünau im Almtal

40	Wirnsperger	Thomas	TVB Großarlal
41	Wolf	Ludwig	Bgm. Johnsbach im Gesäuse
42	Zeiringer	Rudolf	Partnerbetrieb Ödsteinblick-Johnsbach
43	Zraunig	Helga	Partnerbetrieb Almrösl-Hüttschlag

## Referentenverzeichnis

### **Ewald Galle**

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Abteilung V/9: Internationale Umweltangelegenheiten  
Stubenbastei 5, 1010 Wien  
Tel.: +43/(0)1/515 2216-17  
ewald.galle@lebensministerium.at

### **Katharina Mayer-Ertl**

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend  
Sektion Tourismus und Historische Objekte  
Abt. III/2 Internationale Tourismusangelegenheiten  
Stubenring 1, 1011 Wien  
Tel.: +43/(0)1/711 00 57 55  
Katharina.Mayer-Ertl@bmfwf.gv.at

### **Elisabeth Süßenbacher**

Umweltbundesamt  
Landnutzung & Biologische Sicherheit  
Spittelauer Lände 5, 1090 Wien  
Tel.: +43/(0)1/313 04 31 64  
elisabeth.suessenbacher@umweltbundesamt.at

### **Karoline Scheb**

Nationalpark Gesäuse  
Besucherlenkung Schitouren  
Nationalpark Partnerprojekt  
Hauptstraße 35, 8911 Admont  
Tel.: +43/(0)664/82 52 309  
karoline.scheb@nationalpark.co.at

### **Andreas Kleinwächter**

Urlaubsinformation Mallnitz  
Mallnitz 11, 811 Mallnitz  
Tel.: +43/(0)4784/290 42  
a.kleinwaechter@mallnitz.at

### **Georg Hauger**

Technische Universität Wien  
Erzherzog Johann Platz 1/280\_5, 1040 Wien  
Tel.: +43/(0)660/754 20 99  
georg.hauger@tuwien.ac.at

### **Projektteam Bergsteigerdörfer**

**Peter Haßlacher, Christina Schwann**  
Oesterreichischer Alpenverein  
Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz  
Olympiastr. 37, 6020 Innsbruck  
Tel.: +43/(0)512/59547-31  
peter.hasslacher@alpenverein.at  
christina.schwann@alpenverein.at

### **Roland Kals, Regina Stampfl**

arp - plannig.consulting.research  
Bittsolweg 16, 5023 Salzburg  
Tel.: +43/(0)662/644777  
roland.kals@arp.co.at  
regina.stampfl@bergsteigerdoerfer.at



Johnsbach im Gesäuse, 2011



BERGSTEIGER  
DÖRFER

[www.bergsteigerdoerfer.at](http://www.bergsteigerdoerfer.at)