

SAISON

TOURISMUSMAGAZIN | AUSGABE 06/13 | WINTER 2013

P.B. | VERLAGSORT: 6020 INNSBRUCK | 1020345.07M



VON A NACH B

Wie sich das Mobilitätsverhalten
verändert – und der Tourismus
davon profitieren kann

MIND-BLOWING EVENT ENGINEERING

lightandsound.at

Tiroler Veranstaltungstechnik

Achenfeldweg 8 | 6250 Kundl, Tirol

+43.5338.21244 | www.lightandsound.at



FAHRZEUGBESTAND IN TIROL
(PRO 1.000 EINWOHNER)

1950: 7
1980: 300
2012: 511

BAHNFAHREN IN ÖSTERREICH

Im Personenverkehr wurden 2012 insgesamt 262,9 Mio. (2011: 244,0 Mio.) Fahrgäste von in- und ausländischen Bahnen auf dem heimischen Streckennetz befördert. Das entspricht einem Plus von 7,7 % gegenüber dem Vorjahr. (Quelle: Statistik Austria)

THEMA **MOBILITÄT**

„Wenn ich eine Städtereise mache, dann funktioniert das toll mit der Bahn. Aber wenn ich, wie bei uns, in dörfliche Regionen komme, dann tut sich der Gast ohne Auto schwer.“

Marco Walser,
Geschäftsführer des
Tourismusverbandes Imst

„Die letzte Meile ist sehr wichtig, aber sie alleine ist nicht das Problem! Es ist die ganze Reise entscheidend – von zuhause bis zum Urlaubsort.“

Markus Mailer,
Professor für Verkehrsplanung

„Das Auto ist im urbanen Bereich nicht mehr jenes Statussymbol, das es einmal war. Durch die Konzentration auf das Leben in Ballungszentren haben viele Menschen gar kein Auto mehr.“

Thomas Reisenzahn,
Geschäftsführer der Österreichischen
Hoteliervereinigung (ÖHV)

Reisezeitenkarten

Um die Leistungsfähigkeit der Bahn zu illustrieren, hat die Tirol Werbung 16 eigene Reisezeitenkarten herausgegeben – www.tirol.at/anreise-mit-dem-zug.

Aktuelle Verbindungen
nach Innsbruck sind:

- **Wien–Innsbruck:**
13 x täglich (2-Stunden-Takt railjet und InterCity)
- **München–Innsbruck:**
7 x täglich (2-Stunden-Takt Eurocity und 1 x ICE)
- **Zürich–Innsbruck:**
6 x täglich (2-Stunden-Takt railjet)
- **Verona–Innsbruck:**
5 x täglich (2-Stunden-Takt EuroCity)
- **Paris–Innsbruck:**
4 x täglich (TGV und railjet via Zürich)
- **Berlin–Innsbruck:**
1 x täglich (ICE)

DAS ERSTE
AUTO

Der Benz Patent-Motorwagen gilt gemeinhin als erstes Auto. Entwickelt wurde er von Carl Benz, zum ersten Mal lief er in der Silvesternacht 1879. Nach der heutigen Definition gilt er allerdings nicht als Pkw, da er nur drei Räder hat.



Einmal mehr zeigt sich, dass die Tourismusbranche in vielen – oft auch ganz unterschiedlichen – Bereichen am Puls der Zeit bleiben muss. Mobilität verstehen erfolgreiche Touristiker daher immer auch als geistige Flexibilität.

Inwieweit kann eine auf Perfektion getrimmte Welt, eine bürokratische Struktur, die – fast scheint es – immer stärker auf Reglements setzt, um vorausseilend mögliche Probleme zu nivellieren, ein positives Klima für mutige Mobilität erzeugen?

Verzagtheit führt in die Irre, Mut führt zu einem selbst. Und mit Blick auf den Tiroler Tourismus wird klar: Es waren und sind nicht die „Angstmacher“ und „Bedenkenträger“, sondern immer nur die „Ermutiger“, die den Erfolg garantieren.



Mobilität beginnt im Kopf



Die Mobilität der Menschen beeinflusst in hohem Maße unseren touristischen Erfolg. Wie, wann und wie oft gereist wird, die Anbindung eines Landes, seine internationale Erreichbarkeit, die Verkehrsinfrastruktur – das alles sind Erfolgsfaktoren einer Tourismusregion, die in der vorliegenden Ausgabe der SAISON im Detail beleuchtet werden.

Einmal mehr zeigt sich damit auch, dass die Tourismusbranche in vielen – oft auch ganz unterschiedlichen – Bereichen am Puls der Zeit bleiben muss. Mobilität verstehen erfolgreiche Touristiker daher immer auch als geistige Flexibilität. Das hat viel mit Wachsamkeit zu tun, um auf stete gesellschaftliche Veränderungen unternehmerisch richtig zu reagieren. Aber auch mit Mut, um Chancen nicht nur zu erkennen, sondern sie auch effizient zu nutzen.

Positives Klima. Eine kritische Anmerkung sei in diesem Kontext erlaubt. Inwieweit kann eine auf Perfektion getrimmte Welt, eine bürokratische Struktur, die – fast scheint es – immer stärker auf Reglements setzt, um vorausseilend mögliche Probleme zu nivellieren, ein positives Klima für mutige Mobilität erzeugen? Sind Probleme nicht wie Mikroben? Je genauer man hinsieht, desto mehr findet man. Ein gesellschaftlicher Konsens in diese Richtung schafft Konjunktur – für Verwaltung, Bürokratie und „Warnorganisationen“ aller Art. Er erzeugt aber sicher keinen Aufwind für Unternehmer, die immer wieder mit Innovationen am Markt punkten müssen.

Dass gerade der Tiroler Tourismus reich an mutigen Unternehmern ist, liegt auf der Hand. Denn ohne diese Fähigkeit wäre die Branche angesichts der rasanten Veränderung aller Lebensbereiche nie so lange so erfolgreich geblieben. In vielen Sektoren überzeugt der Tourismus hier: Mit technisch ausgereiften Mobilitätslösungen am Berg, die – siehe Seilbahnen in Mega-Citys – längst auch den urbanen Raum erobern. Mit zukunftssträchtigen Partnerschaften zwischen Industrie, Technologie, Medizin und Tourismus, die neuartige Dienstleistungen schaffen.

Mit der Nutzung nachhaltiger Energieformen, die das naturnahe Wirtschaften in den Vordergrund stellen und so dem Zeitgeist entsprechen. Mit immer neuen Spezialisierungen und Profilierungen, die in ihrem Facettenreichtum überzeugen – vom Kinderhotel, über die international angesagte Familiendestination, bis zur natürlichen Erlebniswelt à la Area 47 reicht die erfolgreiche Palette. Und nicht zuletzt überrascht die Branche auch mit neuen, intelligenten Businessmodellen, wie mit dem Kitzbühel Country Club, der mit individuellen Mitgliedschaften, als hochwertiges Dienstleistungszentrum und mit neuartigem Investitionsmodell verstärkt auf frisches Eigenkapital statt hohe Verschuldung setzen will.

Fehlerkultur. Das Verrücken von Regeln, auch eine Fehlerkultur gehört in dieser Welt der Innovationen selbstverständlich dazu. Das hat nichts mit Anarchie zu tun. Aber viel mit Mut, über sich hinauszuwachsen. Genau unter diesem Titel hat der Zürcher Psychologe Andreas Dick ein Buch verfasst und großartig aufgezeigt, was jeder Mensch braucht, um sich weiterzuentwickeln. „Mut“, so schreibt Dick, „ist eine mit Klugheit und Besonnenheit gewonnene Erkenntnis darüber, was in einem bestimmten Moment richtig und was falsch ist.“ Mobilität braucht also Mut – und Freiraum.

Eine Welt, erstarrt in selbstgewählter Perfektion, wird sich hingegen nie neu erfinden. Gerade deshalb braucht es gerade jetzt so dringend die Querdenker, die Provokateure, die Visionäre, die Menschen, die sich trauen. Sie sind nicht der Sand, sondern das Öl im Getriebe unseres Lebens, das von Innovationen abhängt. „Und in Zeiten wie diesen“, schreibt Wolf Lotter im Wirtschaftsmagazin „brand eins“ so treffend, „kann der Mut zu einem der wichtigsten Werkzeuge der Veränderung werden, weil er (...) den Blick auf Chancen – und eben nicht bloß auf die Gefahren – freigibt.“

In diesem Sinne gilt: Verzagtheit führt in die Irre, Mut führt zu einem selbst. Und mit Blick auf den Tiroler Tourismus wird klar: Es waren und sind nicht die „Angstmacher“ und „Bedenkenträger“, sondern immer nur die „Ermutiger“, die den Erfolg garantieren. x



FOUR SEASONS FIRST
Austrian Limousineservice

First Class Airporttransfer | Ausflugsfahrten | Shopping- und Sightseeingtouren

www.four-seasons-first.com

MUNICH
OBERAMMERGAU VENEZIA MILANO VERONA
NEUSCHWANSTEIN CASTLE SALZBURG MEMMINGEN
BOZZANO FRANKFURT SWAROVSKI KRISTALLWELTEN
INNSBRUCK SAMNAUN ENGADIN ZURICH



WWW.AIRPORT-TRANSFER.COM

+43 (0) 512 – 58 41 57

follow us on



30 Jahre
Erfahrung

FLUGHAFENTRANSFER

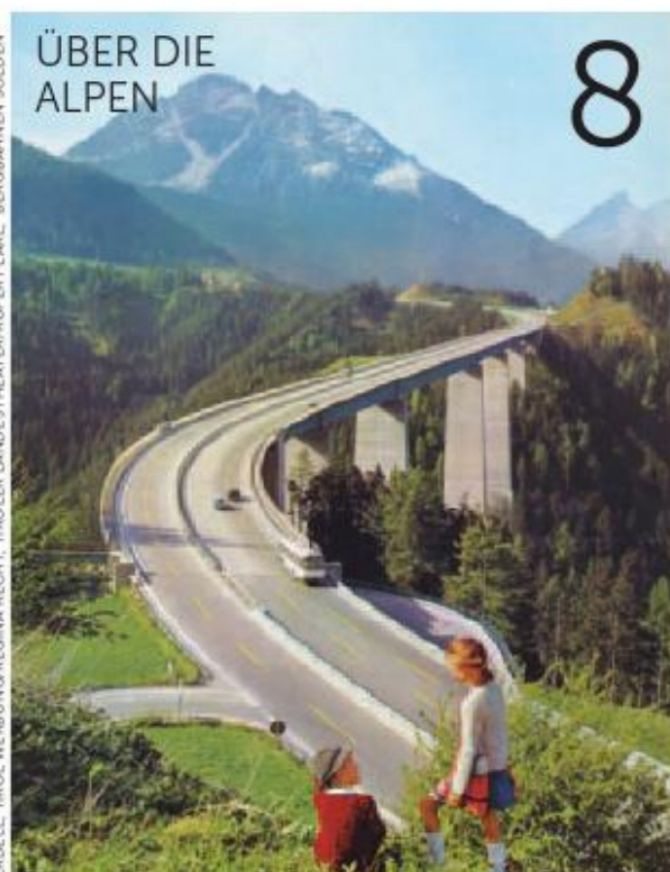
FOUR SEASONS



Tirol

SICHER. ZUVERLÄSSIG. BEQUEM.
IHR TIROLER FLUGHAFENTAXI
UND LIMOUSINENSERVICE





ÜBER DIE
ALPEN

8



URLAUB OHNE AUTO

18



38

LICHT STATT TON



40

ARTEN-
VIELFALT



ALLES AUF SCHIENE

24



32

MEHR KOMFORT
UND ERLEBNIS



„MARA“

44

THEMA: MOBILITÄT

8 **Über die Alpen**
Wie hat sich der Verkehr in den letzten Jahrzehnten entwickelt?

10 **Nutzen statt haben**
Auch das Mobilitätsverhalten im Urlaub wird sich ändern.

12 **„Den Gast nicht enttäuschen“**
Markus Mailer, Professor für Verkehrsplanung, im Interview

14 **Die letzte Meile**
Wie gelangt man mit Öffis am Ende zur Unterkunft?

18 **Urlaub ohne Auto**
Der autofreie Urlaub hat sich in Serfaus bewährt.

20 **Sanfte und autofreie Alternativen**
Best Practice: vier erfolgreiche Beispiele aus Österreich, Deutschland, Südtirol und der Schweiz

24 **Alles auf Schiene**
Die Kooperation zwischen Tirol Werbung und ÖBB, DB und SBB

26 **Immer wieder samstags**
Eine Entzerrung des Reiseverkehrs ist schwer.

MAGAZIN

30 **Mit perfektem Schwung in die Saison**
Von einem Skilehrermangel kann in Tirol keine Rede sein.

32 **Mehr Komfort und Erlebnis**
Tirols Bergbahnen haben auch für diese Wintersaison kräftig investiert.

34 **Wachstumsmarkt Russland**
Der russische Markt im Porträt

36 **Die Renaissance des Langlaufs**
Ski Nordisch befindet sich im Trend.

38 **Licht statt Ton**
Tirols erstes Hotel für schwerhörige und hörbehinderte Gäste

40 **Artenvielfalt auf textiler Ebene**
Viola Hofer und ihr Label Kontakttil

44 **„Sagen Sie bloß, Sie haben die ‚Mara‘!“**
TLT-Intendant Johannes Reitmeier inszeniert die Oper „Mara“ des Tiroler Komponisten Josef Netzer (1808–64).

46 **Bücherköpfe, Blechfiguren**
Zwei Ausstellungen zeigen zeitgenössische Kunst aus Afrika.

49 **Kommentare**

50 **Nachgefragt**

IMPRESSUM

SAISON – Tourismusmagazin, Nr. 6/2013 (65. Jahrgang)

HERAUSGEBER: Tirol Werbung, Maria-Theresien-Straße 55, 6020 Innsbruck • MEDIENINHABER UND VERLEGER: TARGET GROUP Publishing GmbH, Brunecker Straße 3, 6020 Innsbruck • CHEFREDAKTEUR: Matthias Krapf • REDAKTION: Mag. Sylvia Ainetter, Steffen Arora, Mag. Florian Gasser, Lisa-Maria Insam, B. Ed., Mag. Jane Kathrein, Esther Pirchner, Ernst Spreng • AUTOREN: Ernst Molden, Alois Schöpf • FOTOGRAFEN: Gerhard Berger, Emanuel Kaser, Franz Oss • TITELBILD: Monika Cichon • GRAFIK: Tanja Mintscheff • ANZEIGENVERKAUF: Walter Mair, w.mair@target-group.at • ANSCHRIFT VERLAG: Brunecker Straße 3, 6020 Innsbruck, Tel. 0512/58 6020, Fax DW -2820, redaktion@target-group.at • GESCHÄFTSFÜHRUNG VERLAG: Mag. Andreas Eisendle, Michael Steinlechner • DRUCK: Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten. Die Informationen zur Offenlegung gemäß § 25 MedienG können unter der URL www.target-group.at/offenlegungen abgerufen werden.

SAISON-Abobhotline: 0512/58 60 20

In den 1970er-Jahren der ganze Stolz des Landes: die Brenner-Autobahn mit Europabrücke.



© ALBRECHT WILHELM, BRENNER-AUTOBAHN

Über die Alpen

Die Geschichte des Verkehrs in Tirol ist so alt wie jene der Zivilisation. Aber man muss nicht in die Zeit des römischen Kaisers Claudius zurückgehen, der das Straßennetz in Tirol erstmals ausbauen ließ, um tiefgreifende Veränderungen wahrzunehmen. Vor allem seit der Amtsperiode von Landeshauptmann Eduard Wallnöfer (1963–87) werden die Tiroler Verkehrswege beständig ausgebaut und/oder verbessert.

VON ESTHER PIRCHNER

Bei der Durchsicht alter Quellen zum Reisen in Tirol stößt man nicht selten auf Zeit statt auf Kilometerangaben. Noch im 19. Jahrhundert war das Ötztal „16 Stunden lang“, weil man von Ötztal-Bahnhof zu Fuß bis nach Vent wandern musste. 1786 benötigte Johann Wolfgang von Goethe vom frühen Morgen bis zum späten Abend, um auf seiner ersten Italienischen Reise von Mittenwald auf den Brenner zu gelangen. Und während fast alle Bahnstrecken, die Tirol von Westen nach Osten und von Norden nach Süden durchziehen, am Ende der Monarchie

entstanden, fand der moderne Ausbau der Straßen erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts statt. Heute zählt das Rechtsinformationssystem des Bundeskanzleramtes in Tirol 195 Landesstraßen, 34 Bundesstraßen, die abschnittsweise durch Tirol führen, sowie die Inntal-Au-

TRANSPORTMENGEN (STRASSE UND SCHIENE) PRO ALPENÜBERGANG IN ÖSTERREICH (2009, IN MIO. T)

Reschenpass	1,2
Brenner	39,3
Tauern	18,6
Schoberpass	18,5
Semmering	14,0
Wechsel	10,4
Österreich gesamt	102,4
Schweiz gesamt	34,2

tobahn (A12), die Brenner-Autobahn (A13) und die Arlberg Schnellstraße (S16). 1950 waren es noch 99 Landesstraßen, davon 26 „erster“ und 73 „zweiter Ordnung“, eine Unterscheidung, die bis 1988 bestand.

Zeichen des Aufschwungs. In der Zeit des wirtschaftlichen und vor allem touristischen Aufschwungs nach dem Zweiten Weltkrieg schien es deshalb unumgänglich, den Verkehr ins Rollen zu bringen. Unter dem Motto „Verkehr ist Leben“ trieb der damalige Landesrat und spätere Landeshauptmann Eduard Wallnöfer den Straßenbau in Tirol voran: 1959 wurde der österreichische Teil der Timmelsjochstraße (und 1968 der italienische) eröffnet, im selben Jahr der Bau der Brenner-Autobahn begonnen, die 1971 vollendet wurde, 1967 die Felbertauernstraße eröffnet. Die Unterinntal-Autobahn wurde 1965 bis 1972 gebaut, die Oberinntal-Autobahn ab 1973, der Arlbergstraßentunnel konnte 1978 zum ersten Mal befahren werden. Im selben Zeitraum – zwischen 1950 und 1980 – wuchs nicht nur der Fahrzeugbestand im Land (von sieben auf knapp 300 Pkw pro 1.000 Einwohner, 2012: 511), Tirol erlebte auch einen enormen Zuwachs im Tourismus. Die Zahl der Ankünfte stieg von 670.000 in den Jahren 1950/51 auf sechs Millionen 1980/81 (2012/13: zehn Mio).

Durch Tirol. Die Sorge, dass „Tirol umfahren werden“ könnte, die Eduard Wallnöfer plagte, wich bald der Erkennt-

QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:

- Statistik Austria, www.statistik.at
- Amt der Tiroler Landesregierung, www.tirol.gv.at/verkehr
- Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie, www.bmvit.gv.at

nis, dass Tirol nun nicht nur gut erreichbar, sondern auch gut durchreisbar war. Zwischen 1981 und 2000 wurden auf den höherrangigen Straßen Tirols Zuwachsraten von durchschnittlich 3,2 Prozent pro Jahr verzeichnet. Die Autobahnen waren dabei mit 3,9 Prozent stärker betroffen als die Bundesstraßen mit 2,3 Prozent. Eine Abweichung gab es aufgrund der Einführung der Vignettenpflicht 1997: Kurzfristig verlagerte sich der Verkehr von den Autobahnen auf die Bundes- und Landesstraßen, ein Effekt, der sich 1998 wieder umkehrte.

Zur Entlastung. Auch andere Einflüsse lassen sich am Verkehrsaufkommen gut ablesen: Die größten Auswirkungen in Bezug auf die Zuwächse hatte der Beitritt Österreichs zur Europäischen Union. Seither gilt der Transitverkehr als vorrangiges Problem, dem man auf Landes-, Bundes- beziehungsweise EU-Ebene entgegenzuwirken versucht: Transitvertrag (1992–2003), Ökopunkte, Lkw-Maut (seit 2004), Fahrverbote nach dem Immissionsschutzgesetz, Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs

und Verlegung des Güterverkehrs von der Straße auf die Schiene waren und sind die wichtigsten Maßnahmen, um die Hauptverkehrsadern zu entlasten.

Diese Anstrengungen sind zum Teil von Erfolg gekrönt, auch wenn den Tirolern in Sachen Transit vor allem die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/09 entgegengekommen ist. In den Jahren seither wechseln sich leichte Zuwächse und Rückgänge beim Verkehr ab. 2012 war das Kfz-Aufkommen – Binnen-, Quell-/Ziel- und Transitverkehr – auf Autobahnen, Bundes- und Landesstraßen um 0,7 Prozent niedriger als im Jahr zuvor.

Per Bahn und Rad. Es besteht also eine leise Hoffnung, dass die Pläne, den Verkehr auf der Straße einzudämmen, langfristig Wirkung zeigen. Was sich schon heute abzeichnet, ist ein verändertes Mobilitätsverhalten der Tiroler: Laut einer Befragung von 2011 legen sie gegenüber 2001 mehr Wege zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurück. Vor allem beim Radverkehr und dem öffentlichen Verkehr von und nach

Innsbruck sind signifikante Zunahmen wahrnehmbar: Wo die Bahn schnelle Verbindungen anbietet oder – wie in Innsbruck – das Radwegenetz verbessert wurde, lassen die Tiroler ihr Auto immer öfter stehen. x

AKTUELLE BAUVORHABEN:

- 4-gleisiger Ausbau Kufstein-Baumkirchen
- Brenner Basistunnel
- A12 Inntal-Autobahn: Umbau Anschlussstelle Wiesing Zillertal, Generalerneuerung Volders–Hall
- S16 Arlberg Schnellstraße: Generalerneuerungen und Sicherheitsausbau Arlberg- und Perjuntunnel
- B100 Drautalstraße: Umfahrung Mittewald
- B179 Fernpassstraße: Ausbau Ewigkeitskurve und Verbesserung Anbindung Reutte Süd
- B180 Reschenstraße: Neubau der Tschingelgalerie
- B198 Lechtalstraße: Ausbau Ortsdurchfahrt Stanzach



Tiroler Fruchteküche

MACHT AUS GÄSTEN FANS



FAMILIE
Unterweger

Unterweger Fruchteküche GmbH
9911 Assling – Osttirol – Österreich
www.fruechtekueche.at

Mehr als 60 Prozent der Europäer leben in Städten mit 100.000 Einwohnern und mehr, das geht aus einer Studie der Vereinten Nationen aus dem Jahr 2010 hervor. Die Ressourcen sind begrenzt und daraus entwickelt sich ein neuer Trend: das Teilen. Ein Trend, der sich zum Teil bereits bis in den Urlaub fortsetzt. Freilich: Derzeit reisen noch 85 Prozent der Tirol-Gäste laut der österreichweiten Gästebefragung T-Mona mit dem Auto, dem Motorrad oder dem Wohnwagen an. Sechs Prozent kommen mit dem Zug. Doch das Mobilitätsverhalten der Menschen in Europa verändert sich – auch im Urlaub. Die Bahnreisen von Deutschland nach Österreich steigen kontinuierlich, meldete kürzlich die Deutsche Bahn.

Vielfältige Ursachen. Steigende Spritkosten, eine alternde Gesellschaft, Verstädterung, Umweltbewusstsein – die Ursachen für den Wandel sind vielfältig und deren Auswirkungen zeigen sich vor allem in den Städten. Immer weniger Menschen besitzen ein Auto. In Wien haben 394 von 1.000 Einwohnern einen eigenen PKW, in Berlin gar nur mehr 324. Wer trotz gut ausgebautem öffentlichem Verkehrsnetz ein Auto braucht, greift in den Großstädten immer

GELIEHENE AUTOMOBILITÄT

Studien belegen: In europäischen Großstädten leben immer mehr potenzielle Gäste, die kein eigenes Auto mehr besitzen. In Berlin haben 324 von 1.000 Einwohnern ein Auto, in Wien 394 von 1.000 und in Paris knapp 300 von 1.000. Ressourcenknappheit, explodierende Benzinpreise sowie die Suche nach Parkplätzen lassen neue Formen der Mobilität entstehen.



Nutzen statt haben

Vor allem in Europas Großstädten besitzen immer weniger Menschen ein Auto. Das wird sich auch auf das Verhalten des Tirol-Gastes auswirken.

VON JANE KATHREIN

öfter auf Systeme wie Carsharing zurück. Bereits jeder zehnte Züricher zum Beispiel nutzt inzwischen das geteilte Auto. 3.000 Unternehmen in der Schweizer Metropole verzichten auf einen eigenen Fuhrpark.

Dass das eigene Auto als Ausdruck persönlicher Freiheit für immer mehr Menschen nicht mehr unbedingt dazugehört, scheint auch Niederschlag in der Zulassungsstatistik zu finden: Gemäß einer Studie des europäischen Automobilherstellerverbandes Acea wurden in der EU heuer im ersten Halbjahr 2013 um 6,6 Prozent weniger Autos zugelassen. Im ländlichen Raum ist das Auto noch immer ein wichtiges Transportmittel, aber auch hier schließen sich immer mehr Menschen zu Mitfahrbörsen zusammen oder schaffen ein Gemeinschaftsauto an.

Mehr Bewusstsein. So mancher Tirol-Gast ist also durchaus bereits vertraut mit neuen Formen der Mobilität.

Und: Viele Kilometer von zu Hause und dem Arbeitstrott entfernt seien die Menschen experimentierfreudiger und würden anschließend mit einem Aha-Erlebnis zurückkehren, stellt Katleen Johnne von der Tirol Werbung fest. Für die Partnerbetriebe, die alternative Lösungen zur Mobilität anbieten, erschließt sich in Tourismus-Destinationen neben der dort lebenden Bevölkerung damit eine zusätzliche Zielgruppe – der Tourist und der Saisonarbeiter.

Ein Auto braucht man – vorausgesetzt man ist dem Thema alternative Mobilität gegenüber aufgeschlossen – für einen Urlaub in Tirol in den meisten Fällen nicht mehr unbedingt. Viele Destinationen bieten sogenannte Regionskarten an, die auch den öffentlichen Verkehr beinhalten. Ski- und Wanderbusse fahren im dichten Takt und sind mit der Regionskarte oder dem Liftticket kostenlos nutzbar.

Doch lassen sich die Gäste darauf ein? Der Urlauber ist dann bereit, vor Ort



© DAMIER

Ohne eigenes Auto. Fahrzeuge von Carsharing-Angeboten wie car2go gehören in Wien längst zum Stadtbild.

auf sein Auto zu verzichten, wenn die Kombination aus verschiedenen Angeboten stimmt und die Kommunikation klar ist, sagt der Verkehrsplaner David Knapp, der im Rahmen der Initiative klima:aktiv mobil Touristiker und Gemeinden in Sachen Mobilitätsmanagement berät (siehe Interview). Die Kommunikation des gemischten Angebotes beginnt auf der Webseite der Destination und endet vor Ort. Stimmt der Mix, ist auch der Stammgast eher bereit, das Auto nach seiner Ankunft am Ortseingang für die Dauer seines Urlaubs abzustellen.

Sanfte Mobilität sei zwar nicht das ausschlaggebende Argument bei der Wahl einer Destination, stellt Katleen Johne fest, sie beeinflusse die Entscheidung jedoch mit. Schon bei der Reiseplanung zu Hause berücksichtigt der Gast immer häufiger den öffentlichen Nahverkehr und die Bahn. Neue Technologien wie das Smartphone begünstigen diese Entwicklung. x

„Oft sind Kleinigkeiten entscheidend“

Verkehrsplaner David Knapp über erfolgreiches Mobilitätsmanagement



© KOMOBILE W7 GMBH

SAISON: Was braucht ein Mobilitätskonzept, um effektiv zu sein?

DAVID KNAPP: Kommunikation auf allen Ebenen. Wem nützt das beste Busliniennetz, wenn der Gast bei der Buchung auf der Webseite nichts dazu erfährt und dann vor Ort den Fahrplan nicht lesen kann? Oder wenn ich als Fußgänger rätsle, wie ich vom Bahnhof ins Zentrum gelange, weil der Weg nur für den Autofahrer ausgeschildert ist. Auch Angsträume in der Dunkelheit schrecken Fußgänger ab. Es sind oft Kleinigkeiten, die für das Gelingen eines Konzeptes entscheidend sind. Die Südtiroler Destinationen sind darin sicher Vorbilder.

Der Einsatz von E-Bikes ist besonders beliebt. Die Idee ist einfach, schnell umsetzbar, gut vermarktbare und löst beim Touristen einen Aha-Effekt aus. Wenn ich E-Bikes einführe, brauche ich nicht so viele

Partner zu koordinieren. Das Elektrobike passt aber sicher nicht zu jeder Destination, manche Täler eignen sich aufgrund ihrer Topographie einfach nicht dafür. Es ist sinnvoll, verschiedene Verkehrsmittel zu kombinieren und die Anreise- sowie Vor-Ort-Mobilität abzustimmen. Dafür braucht es verschiedene Partner.

Eine neue Herausforderung für viele Tourismusregionen? Regionale Konzepte gelingen nur, wenn alle zusammenarbeiten und dafür müssen manchmal auch neue Formen der Kooperation gefunden werden. Macht man sich jedoch in einer Urlaubsregion über Tourismusmobilität Gedanken, kommt das auch den Einheimischen zugute. Das Bewusstsein für eine Mobilität abseits des eigenen Autos wächst.

Vielen Dank für das Gespräch. x

ZUR PERSON

David Knapp ist Verkehrsplaner bei der komobile w7 GmbH und begleitet die Initiative klima:aktiv mobil – Mobilitätsmanagement für Tourismus, Freizeit und Jugend. Bei klima:aktiv mobil können Tourismusverbände, Gemeinden, Liftbetreiber, Hoteliers etc. gratis Beratungsleistungen in Anspruch nehmen und Mobilitätsprojekte zur Förderung einreichen.

www.freizeitmobil.klimaaktiv.at



© GERHARD BERGER

„Wird Mobilität garantiert, darf der Gast nicht enttäuscht werden“

Markus Mailer, Professor für Verkehrsplanung an der Universität Innsbruck, im Gespräch über Mobilität im Tiroler Tourismus.

DAS INTERVIEW FÜHRTE SYLVIA AINETTER.

SAISON: Herr Professor Mailer, wie hat sich Mobilität in den letzten Jahren verändert?

MARKUS MAILER: Weniger als man denkt! Die Zeit, die wir damit verbringen, mobil zu sein, ist in etwa gleich geblieben. Allerdings hat die Nutzung motorisierter Verkehrsmittel, vor allem des Autos, stark zugenommen. So bewegen wir uns immer schneller fort und können in derselben Zeit

viel größere Distanzen zurücklegen. Damit hat unser Aktionsradius stark zugenommen.

Warum ist der Mensch mobil? Weil er an einem Ort nicht alle seine Bedürfnisse befriedigen kann. Durchschnittlich wechselt man drei- bis viermal pro Tag seinen Ort: um zu arbeiten, sich zu verpflegen, aber vor allem auch, um seine sozialen Kontakte zu pflegen, sich auszutauschen. Vieles

von dem, was wir tun, machen wir, weil wir soziale Wesen sind. Das ist in allen Entwicklungsschichten gleich. Doch die Art und Weise, wie wir uns bewegen, hat sich verändert.

Wo liegen die Probleme der Mobilität?

Ein großes Problem ist die Erreichbarkeit: Wir haben viele Ziele in der Nähe verloren: In vielen Gemeinden kann man beispielsweise nicht mehr zu Fuß einkaufen. Das führt zu mehr Verkehr. Zu viel Verkehr führt zu Stau – auch der macht einen Ort schwer erreichbar und hat auch andere negative Folgen wie zu hohen Energieverbrauch, Schadstoffausstoß und Lärm. Aber auch geringe Parkplatzverfügbarkeit kann das Erreichen eines Ziels erschweren.

Ein Großteil der Gäste in Tirol reist mit dem Auto an. Wie können wir sie dazu bringen, den öffentlichen Verkehr zu nutzen?

Um diese Frage beantworten zu können, muss man sich vor Augen führen, warum die Leute mit dem Auto kommen. Im Wintertourismus liegt es hauptsächlich daran, dass sie viel Gepäck haben und das Umsteigen schwerfällt. Ohne Direktverbindung ist eine Reise mit der Bahn daher nicht sehr attraktiv. Vor Ort bewegt man das eigene Auto normalerweise kaum. Zumeist gibt es ein gutes Skibussystem oder die Lifte sind vom Hotel sogar fußläufig erreichbar. Das Auto wird daher häufig nur für die Anreise verwendet.

Wie könnte man dieses Problem in den Griff bekommen?

Mit guten Serviceleistungen wie einem bequemen Gepäcktransport, bei dem das Gepäck kurz vor der Abreise zuhause abgeholt wird und im Hotel bereits auf den Gast wartet. Dass die bestehenden Lösungen nicht mehr angenommen werden, zeigt, dass es hier noch Verbesserungsbedarf gibt. Natürlich machen auch Direktverbindungen und Pauschalangebote Bahnreisen attraktiv.

Warum kommen die Sommergäste mit dem Auto?

Da spielt die Mobilität vor Ort eine größere Rolle. Der Aktionsradius ist im Sommerurlaub normalerweise größer. Hier braucht es ein entsprechendes Angebot vor Ort, damit die Gäste auf ihr eigenes Auto verzichten können. Für Aktivitäten, die nicht zu Fuß, mit dem Leihrad oder einem Bussystem durchgeführt werden können, braucht es Alternativen: beispielsweise die Vermietung von Elektrofahrzeugen oder den Verleih von E-Bikes.

„Da gerade in Tirol der nutzbare Raum äußerst beschränkt ist, geht es nicht nur um Fragen zu Energie und Emissionen, die mit alternativen Antrieben gelöst werden könnten, sondern eben auch um Flächeneffizienz und die bessere Nutzung der bestehenden Infrastruktur und Angebote.“

Aber diese Angebote gibt es ja bereits!

Hier geht es auch um Kommunikation und Vertrauen. Die Menschen müssen das Gefühl haben, dass das Angebot so gut ist, dass sie das Auto nicht „für alle Fälle“ doch noch mitnehmen. Werfenweng in Salzburg setzt auf sanften Tourismus und wirbt mit einer Mobilitätsgarantie. Den Gästen steht ein vielfältiges Angebot für ihre Mobilität vor Ort zur Verfügung.

Wie beurteilen Sie den öffentlichen Verkehr in Tirol?

Tirol hat aufgrund der vielen peripheren Lagen einen schwierigen Stand, auch was die Finanzierung des öffentlichen Verkehrs betrifft. Werden alle Linien, die wenig genutzt werden, eingestellt, ist das Angebot für die Kunden unattraktiv. Andererseits stößt ein dichtes Linienangebot an Kostengrenzen. Es braucht hier neue Konzepte, an denen auch schon gearbeitet wird.

Wie könnten die zum Beispiel aussehen?

Da gibt es unterschiedliche Modelle, deren Erfolg allerdings stark von den regionalen Gegebenheiten abhängig ist. Das Grundprinzip ist, dass Verkehrsmittel nicht deswegen fahren, weil der Fahrplan eine Fahrt vorsieht, sondern nur wenn tatsächlich jemand fahren möchte. Man kennt das Prinzip von Anruf-Sammeltaxis.

Glauben Sie, dass es künftig keinen Individualverkehr mehr geben wird?

Nein, der Mensch hat grundsätzlich ein Bedürfnis nach individueller Mobilität. Zu Fuß zu gehen, mit dem Rad oder mit dem Auto zu fahren, bedeutet Unabhängigkeit. Aber selbstverständlich geht es auch um Bequemlichkeit. Ein Problem des öffentlichen Verkehrs ist, dass man ihn organisieren muss. Je mehr der öffentliche Verkehr auf individuelle Bedürfnisse eingehen kann, umso besser kann er dem Anspruch nach Unabhängigkeit gerecht werden. Für die Zukunft heißt es, dass der öffentliche Verkehr immer individueller

wird und andererseits der Individualverkehr immer öffentlicher, mit Angeboten wie spontan nutzbares Carsharing oder Public Bikes.

Wann ist denn öffentlicher Verkehr attraktiv?

Wenn der Takt so dicht ist, dass man sich nicht über einen Fahrplan Gedanken machen muss. Das ist aber nur bei entsprechender Nachfrage finanzierbar. Oder eben dann, wenn er bei Bedarf fast so flexibel genutzt werden kann wie ein Taxi. Attraktive Informations- und Anmelde-systeme sind wichtig. Die modernen Kommunikationsmedien bieten dafür neue Möglichkeiten.

Würden nicht eine Ausweitung des Straßennetzes, mehr Parkplätze und alternative Antriebe das Verkehrsproblem genauso lösen? Da gerade in Tirol der nutzbare Raum äußerst beschränkt

ist, geht es hier nicht nur um Fragen zu Energie und Emissionen, die mit alternativen Antrieben gelöst werden könnten, sondern eben auch um Flächeneffizienz und die bessere Nutzung der bestehenden Infrastruktur und Angebote. In der intelligenten Steuerung und zeitlichen Entflechtung der Verkehrsströme liegt einiges Potenzial, gerade auch im Tourismus, der unter den Verkehrsspitzen an den typischen Anreisetagen leidet.

Die „letzte Meile“ ist der große Hemmschuh bei der Anreise mit der Bahn. Welche Möglichkeiten gibt es, diese letzte Meile zu überbrücken? Die letzte Meile ist sicher sehr wichtig, aber sie alleine ist nicht

das Problem. Es ist die ganze Reise entscheidend – von zuhause bis zum Urlaubsort. In dieser Kette muss alles stimmen. Die beste letzte Meile mit Abholservices vom Bahnhof und Flughafen hilft nichts, wenn es davor beispielsweise beim Umsteigen eine Lücke gibt. Wichtig ist es natürlich auch, das Angebot in der Kommunikation zu betonen.

Wird Mobilität garantiert, darf der Gast aber keinesfalls enttäuscht werden. Viele Gemeinden haben genau dieses Problem: Sie versprechen, dass der Gast kein Auto braucht, haben aber zu wenig dementsprechende Angebote oder das Verkehrsgeschehen ist nicht fußgängerfreundlich. Häufig fahren die Gäste auch deswegen kurze Strecken zum Lift, weil sie sich aufgrund des Verkehrsaufkommens zu Fuß nicht sicher fühlen.

Wie beurteilen Sie die derzeitigen Verkehrskonzepte in Tirol – vor allem den Tourismus betreffend?

In Tirol gibt es bereits einige gute Ansätze. Nicht alle Orte haben aber so gute Voraussetzungen für die Anreise mit der Bahn wie Seefeld oder St. Anton. Bevor man an Lösungen denkt, muss man sich mit den Problemen und Erwartungen der Menschen auseinandersetzen. Was die Gäste davon abhält, mit dem öffentlichen Verkehr zu kommen, liegt nicht unbedingt an der Situation am Urlaubsort. Daher gilt es nicht nur, vor Ort ein attraktives Umfeld – beispielsweise

„Bevor man an Lösungen denkt, muss man sich mit den Problemen und Erwartungen der Menschen auseinandersetzen.“

Fußgängerzonen – zu bieten, man muss auch die gesamte Wegekette der Anreise mitberücksichtigen.

Vielen Dank für das Gespräch.



ZUR PERSON

Markus Mailer ist Professor für Verkehrsplanung und leitet den Arbeitsbereich Intelligente Verkehrssysteme an der Universität Innsbruck. Dieser beschäftigt sich mit Lösungen für nachhaltige Mobilität in Planung, Bau, Betrieb und Management von Verkehrssystemen.

Imst im Winter.
Im Oberland freut man
sich über die neuen
Zugverbindungen im
Fernverkehr.



Die letzte Meile

*Der Transfer zum Hotel ist das schwächste Glied
bei der Anreise mit dem öffentlichen Verkehr.
Diese Lücke soll in Tirol nun geschlossen werden.*

VON FLORIAN GASSER

Auto oder Eisenbahn, die Wahl des Verkehrsmittels bestimmt die letzten Kilometer zum Urlaubsort. Von einem Verkehrsknotenpunkt zum anderen, von Wien nach Innsbruck oder von Berlin nach Bozen reist man problemlos, komfortabel und angenehm. Doch die Fahrt von dort ins Hotel kann, je nach Distanz, mühsam und aufreibend sein. Die letzte Meile ist das Nadelöhr, das letzte Hindernis in der Mobilitätskette (siehe Kasten) – und bei der Abreise das erste. Eine ganze Palette von neuen Ideen und Angeboten soll diese „Lücke“ nun schließen.

„Der Bau von Infrastruktur für den motorisierten Individualverkehr in den letzten 60 Jahren hat das Verkehrsverhalten enorm verändert. Speziell bei Urlaubsreisen oder Freizeitausflügen am Wochenende hat der öffentliche Verkehr massiv Anteile verloren“, schreiben die Autoren des Projekts „Last Mile Link“, das unter anderem von der Technischen Universität Wien erstellt wurde. In Summe liege demnach der Bahnanteil bei allen Urlaubsreisen bei unter 10 Prozent.

Geburtshelfer Eisenbahn. Dabei begann alles anders: „Am Anfang des Tourismus steht die Eisenbahn“, schreibt Rüdiger Nachtmann in seinem Buch „Tourismus-Geschichte“. Man kann die an das Johannes-Evangelium angelehnte Formulierung des

deutschen Historikers übertrieben finden. Doch es herrscht weitgehend Einigkeit darüber, dass der Bahnverkehr ein Geburtshelfer für den im 19. Jahrhundert einsetzenden Massentourismus war.

Die touristische Erfolgsgeschichte Kitzbühels ist ohne den Bau der Eisenbahn, der 1875 begann, unvorstellbar. Während die Geschwindigkeiten der Züge nach oben schnellten, sank die Zahl der Haltestellen. Mit 220 Stundenkilometern donnert der rote Railjet der Österreichischen Bundesbahnen heute über die Geleise – ohne Pause. Blieben früher noch alle Züge zwischen Kufstein und Innsbruck mehrmals stehen, so fuhr der Hochgeschwindigkeitszug bis vor Kurzem meist von Salzburg bis in die Tiroler Landeshauptstadt durch. Wer etwa im Zillertal seinen Urlaub buchte, musste entweder zurückfahren – oder auf eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln verzichten und sich in die Blechlawine auf der Zillertaler Bundesstraße stürzen.

Neuer Fahrplan. Das soll sich nun ändern. Seit 15. Dezember ist der neue Fahrplan der ÖBB in Kraft – und bringt große Veränderungen mit sich. Die Zahl der Halte der Fernzüge hat sich deutlich erhöht. Allein in Kufstein, Jenbach und Wörgl bleiben nun täglich fünf Railjets und drei Intercity-Züge aus Wien stehen. In Ötztal-Bahnhof, der bislang nur zweimal von einem Railjet aus Wien angefahren wurde (und in die Gegenrichtung gar nicht),

halten nun sechs Mal täglich Hochgeschwindigkeitszüge; in Imst-Pitztal und Landeck-Zams gar sieben Mal.

Gerade für das Oberland bergen diese Änderungen großes Potenzial und neue Chancen. „Nur zweieinhalb Prozent der Gäste kommen nicht mit dem eigenen Auto, sondern mit der Bahn“, sagt Marco Walser, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Imst. „Wenn ich eine Städtereise mache, dann funktioniert das toll mit der

Ohne Hektik. Als die ersten Eisenbahnen durch Mitteleuropa tuckerten, hegten viele die Befürchtung, Raum und Zeit würde nun durch die neue Geschwindigkeit vernichtet. Heinrich Heine notierte: „Welche Veränderungen müssen jetzt eintreten in unsrer Anschauungsweise und in unseren Vorstellungen! Sogar die Elementarbegriffe von Zeit und Raum sind schwankend geworden. (...) In viertelb Stunden (dreieinhalb, Anm. d. Red.) reist man jetzt

„Wenn ich eine Städtereise mache, dann funktioniert das toll mit der Bahn. Aber wenn ich, wie bei uns, in dörfliche Regionen komme, dann tut sich der Gast ohne Auto schwer.“

MARCO WALSER, GESCHÄFTSFÜHRER DES TOURISMUSVERBANDES IMST



Bahn. Aber wenn ich, wie bei uns, in dörfliche Regionen komme, dann tut sich der Gast ohne Auto schwer.“ Nicht nur die Anreise wird zur Mühsal. Zwar gebe es meist einen Shuttleservice zu den Skigebieten, doch der fahre nur zwei Mal pro Tag: „In der Früh hin und am Abend zurück.“ Wer zwischendurch ins Hotel zurück möchte, habe es nicht einfach.

Eine landesweite Lösung der letzten Meile gibt es noch nicht. Viele Hoteliers warten mit individuellen Transfers auf, doch immer öfter werden größere Lösungen angeboten: Mit einer Buchungsbestätigung können Gäste am Achensee und im Alpbachtal beispielsweise kostenlos die öffentlichen Verkehrsmittel benützen. Auch der Tourismusverband Kaiserwinkl holt seine Gäste am Bahnhof Kufstein mittels eines Taxishuttles ab – die Kosten werden vom TVB übernommen. Und in der Ferienregion Wilder Kaiser wird ab Dezember 2014 ein Pilotprojekt gestartet: Gäste werden am Bahnhof Kufstein abgeholt und nach Söll, Ellmau, Scheffau und Going gebracht – für einen Beitrag von 14 Euro pro Person.

Im Oberland freut man sich über die neuen Zugverbindungen im Fernverkehr: „Imst war bis jetzt nicht direkt von der Schweiz her angeschlossen, man musste umsteigen, um herzukommen“, sagt Marco Walser. Das wird sich nun ändern. Wie andere Tourismusverbände auch bietet Walser Gästen, die mit dem Zug nach Imst anreisen, einen Lotsendienst: Wer über den TVB bucht, kann einen Transfer zum Hotel in Anspruch nehmen – egal ob es im Umkreis von zwei Kilometern vom Bahnhof liegt oder im fernen Nassereith. Bei den Bemühungen hat Walser ein Ziel vor Augen: „Der Gast soll das Auto nicht mehr brauchen.“

Auch Roland Volderauer vom Tourismusverband Stubai Tirol beobachtet einen Trend zum „Urlaub vom Auto“. Immer mehr Gäste würden bewusst auf das eigene Fahrzeug verzichten und „gerade urbane Klientel hat manchmal gar kein eigenes Auto mehr“. Benutzer der Stubai Super Card können im Sommer die Linien der Innsbrucker Verkehrsbetriebe benützen, also auch direkt vom Bahnhof in Innsbruck in das Stubaital weiterfahren.

nach Orléans, in ebenso viel Stunden nach Rouen. Was wird das erst geben, wenn die Linien nach Belgien und Deutschland ausgeführt und mit den dortigen Bahnen verbunden sein werden! Mir ist, als kämen die Berge und Wälder aller Länder auf Paris angerückt. Ich rieche schon den Duft der deutschen Linden; vor meiner Tür brandet die Nordsee.“

Damals wie heute geht es darum, auch den letzten Rest, die letzten Kilometer einer Reise ins Grüne, auf die Berge zurücklegen zu können, ohne Strapazen und ohne Hektik. Der weitere Ausbau der Bahnstrecken ist ein Schritt in die richtige Richtung, um bereits bestehende Mobilitätslösungen für den Gast noch attraktiver zu machen. x

DIE MOBILITÄTSKETTE

Eine Reise setzt sich aus mehreren Phasen und Elementen zusammen, die alle miteinander verzahnt sind. So hängt etwa die Entscheidung für oder gegen die Bahn nicht nur mit den Mobilitätsangeboten vor Ort zusammen, sondern eben auch mit der „letzten Meile“ – und nicht zuletzt mit dem Informationsangebot dazu.

Die Mobilitätskette beinhaltet gemäß der Studie „Last Mile Links“ vier Phasen: die Vorreise-Phase (Information, Buchung, Verkehrsmittelwahl), die Anreise und Abreise, die Mobilität innerhalb der Ferienregion/Zielregion, inklusive der Mobilität in benachbarten Destinationen, und die Nachreisephase (Kundenbindung etc.).

Bei der Wahl des Anreisemittels sind demnach folgende Aspekte relevant:

- die lokale Mobilität/regionale Mobilität,
- die Verknüpfung in der Region (Bahnhöfe, Anschlussbusse, Abholdienste, etc.),
- die Mobilität vor Ort,
- die Begleitmaßnahmen (autofreie Ortszentren, Auffangparkplätze),
- die Information zur Mobilität vor Ort und
- die Umsteigehäufigkeit.

Die neuen Railjet-Verbindungen nach Tirol seit 15.12.2013



FAHRTRICHTUNG WIEN – ZÜRICH

HALTE TIROLER UNTERLAND

	Kufstein railjet / InterCity	Wörgl railjet / InterCity	Jenbach railjet / InterCity
2013	1x (3:38) / 5x (4:10)	3x (3:48) / 5x (4:20)	2x (4:03) / 5x (4:34)
2014	5x (3:42) / 3x (4:16)	5x (3:51) / 3x (4:25)	5x (4:06) / 3x (4:40)

HALTE TIROLER OBERLAND

	Ötztal railjet / InterCity	Imst-Pitztal railjet / InterCity	Landeck- Zams railjet / InterCity
2013	2x (4:34) / 4x (5:26)	2x (4:45) / 4x (5:36)	7x (4:58) / 4x (5:52)
2014	6x (4:36) / 1x (5:39)	7x (4:46) / 1x (5:50)	7x (5:00) / 2x (5:43)

FAHRTRICHTUNG ZÜRICH – WIEN

HALTE TIROLER UNTERLAND

	Kufstein railjet / InterCity	Wörgl railjet / InterCity	Jenbach railjet / InterCity
2013	1x (3:39) / 6x (4:09)	3x (3:45) / 6x (4:19)	1x (4:04) / 6x (4:34)
2014	5x (3:44) / 4x (4:18)	5x (3:53) / 4x (4:27)	5x (4:08) / 4x (4:42)

HALTE TIROLER OBERLAND

	Ötztal railjet / InterCity	Imst-Pitztal railjet / InterCity	Landeck- Zams railjet / InterCity
2013	----- / 5x (5:26)	----- / 5x (5:36)	7x (5:00) / 5x (5:51)
2014	6x (4:37) / 1x (5:45)	7x (4:48) / 1x (5:55)	8x (5:01) / 2x (5:47)

Am 1. Februar 2014 werden
Kontonummer und Bankleitzahl
durch die IBAN ersetzt. Sie finden
Ihre IBAN auf Kontoauszügen,
im Online-Banking-Portal und
auf Ihrer Bankomatkarte.

Für EU-Auslandsüberweisungen benötigen
Sie bis 1. Februar 2016 zusätzlich den BIC.



Für uns und unsere Geschäftspartner werden
Überweisungen, Lastschriften und die Konto-
verwaltung einfacher, sicherer und transparenter.
Die Umstellung hat sich gelohnt.

Die IBAN.
Eine Nummer,
viele Vorteile!

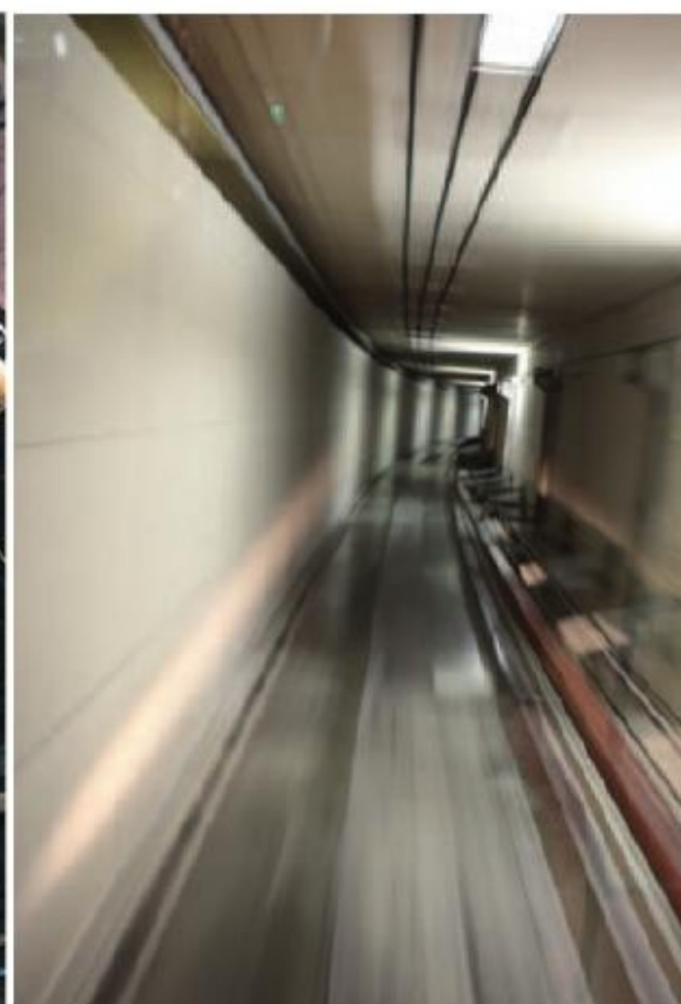
€NB

OESTERREICHISCHE NATIONALBANK
EUROSYSTEM

Stabilität und Sicherheit.



Bequeme Anfahrt. Vom Hotel zur Talstation der Bergbahn – und das kostenlos.



Urlaub ohne Auto

1985 haben viele über die unterirdische Luftkissenbahn zur Verkehrsberuhigung in Serfaus gelächelt. Aber der autofreie Urlaub hat sich in den Serfauser Wintern bewährt. Nun wurde das erfolgreiche Konzept auf den Sommer umgemünzt.

VON ERNST SPRENG

Sie wird in Serfaus liebevoll Dorfbahn genannt. Seit fast 30 Jahren in Betrieb, ist die unterirdische Luftkissenbahn

pfiffigen Idee ist der autofreie Urlaub längst schon Realität. Entstanden ist die Dorfbahn 1985 aus der Idee heraus, die Skibusse von Serfaus fernzuhalten und den Ort

gesamte Dorf mit der Talstation der Bergbahn. Für Tagesgäste des Skigebietes gibt es am Ortseingang einen großzügigen Parkplatz. Wer in Serfaus selbst sein Hotel hat, kann mit dem PKW anreisen und lässt ihn dann die ganze Zeit über am Hotelparkplatz stehen. Die Dorfbahn ist kostenlos, die dadurch entstandene Lebensqualität im Ort wahrscheinlich unbezahlbar.



„Was damals in den Köpfen unserer Touristiker und Gemeindepolitiker als Idee entstanden ist, war vielleicht auf den ersten Blick nicht für jeden verständlich, ist aber bis heute für den Ort zukunftsweisend.“

STEFAN MANGOTT, GF SEILBAHN KOMPERDELL

Rascher Erfolg. „Was damals in den Köpfen unserer Touristiker und Gemeindepolitiker als Idee entstanden ist, war vielleicht auf den ersten Blick nicht für jeden verständlich, ist aber bis heute für den Ort zukunftsweisend“, meint Stefan Mangott, Geschäftsführer der Seilbahn Komperdell. In den vergangenen Jahren hat die Dorfbahn während der Wintersaison konstant weit über 700.000 Menschen befördert. Was diese Zahl umgerechnet auf den

im Oberländer Dorf inzwischen eine alte Dame, die aber in jeder Saison eines unter Beweis stellt: Mit gutem Willen und einer

selbst möglichst autofrei zu bekommen. Das Prinzip ist denkbar einfach. Die 1,3 Kilometer lange Dorfbahn verbindet das



Individualverkehr bedeuten würde, kann man sich gut vorstellen. „Der eigene Erfolg hat uns inzwischen auch ein wenig eingeholt“, erklärt Mangott, der augenblicklich die Kapazitätsgrenzen der Dorfbahn als erreicht sieht. „Als Seilbahnunternehmen denken wir derzeit sehr intensiv darüber nach, wie wir die Dorfbahn in die Zukunft führen. Das heißt konkret: Wir werden in den kommenden Jahren in den Komfort der Bahn und in eine Kapazitätserweiterung zu Stoßzeiten investieren müssen.“

Serfaus z'liab. Was im Winter seit fast 30 Jahren funktioniert, wird seit Juni in Serfaus nun auch im Sommer zelebriert. Mit zahlreichen flankierenden Maßnahmen wurde Serfaus zur verkehrsberuhigten Zone. Einhergegangen ist das mit einer breiten Beteiligung der Bevölkerung. „Die Diskussionen über eine Verkehrsberuhigung in den Sommermonaten gibt es schon seit zehn Jahren“, erzählt Bürgermeister Paul Greiter. „Aber einen breiten Konsens hat man nicht wirklich gefunden. Das ist erst heuer gelungen.“ Der Schlüssel dazu war, dass in den Sommermonaten das Fahrverbot in Serfaus für Tagesgäste und Pendler wie im Winter umgesetzt wird, für die Serfauser selbst aber das Fahrverbot nicht gilt. Sie beteiligen sich aber freiwillig daran, sollen Vorbild sein und so oft wie möglich das Auto stehen lassen.

Nach dem ersten Sommer zieht Paul Greiter eine überaus positive Bilanz. Die

Mischung aus Fahrverbot und freiwilligem Verzicht hat zu einer eindeutigen Reduktion des Verkehrs geführt. „Plötzlich sah man viele Einheimische mit dem Rad durch das Dorf sausen, selbst mancher Vertreter, der öfter in Serfaus zu tun hat, machte seine Orts-termine mit dem Drahtesel“, erzählt Greiter. Bewährt haben sich auch die längeren Öffnungszeiten der Dorfbahn. „Wir haben in den Sommermonaten rund 400.000 Menschen gezählt, fast 60.000 mehr als in den Jahren zuvor“, berichtet Stefan Mangott. „Vor allem die längeren Öffnungszeiten am Abend wurden sehr gut angenommen.“

Die Zukunft. Für den Serfauser Bürgermeister ist nach den Erfahrungen des ersten verkehrsberuhigten Sommers eines klar: „Wir werden jetzt sicher einige Verbesserungen umsetzen, aber auch in den kommenden Jahren diese Sommerlösung beibehalten. Denn die sehr gute Entwicklung des Sommertourismus in Serfaus macht diesen Schritt notwendig. Das ist uns allen bewusst. Es bedeutet mehr Lebensqualität für uns und mehr Urlaubsgenuss für unsere Gäste.“ Ein wenig Stolz auf die Geschichte der Serfauser Verkehrsberuhigung schwingt beim Bürgermeister mit. „Ich kann mich noch daran erinnern, wie für die Dorfbahn die ganze Gemeinde umgegraben wurde. Das war visionär und wäre heute vielleicht gar nicht mehr möglich.“

Offensichtlich möglich ist es aber, die Bevölkerung für das Thema Verkehr so zu sensibilisieren, dass sie so oft wie möglich freiwillig auf das eigene Auto verzichtet. So schenkt sich ein Dorf selbst ein großes Stück Lebensqualität. x

SERFAUS Z'LIAB

Während der Sommermonate galt heuer in Serfaus erstmals eine ähnliche Regelung zur Verkehrsbeschränkung wie im Winter. Das heißt Fahrverbot für Pendler und Tagesbesucher, beschränkte Anlieferung von Waren. Für Einheimische gab es kein generelles Fahrverbot, sie sollen aber mit gutem Beispiel vorangehen und innerorts das Auto stehen lassen. Flankierend wurden die Betriebszeiten der Dorfbahn im Sommer erweitert, Bikestationen sind in Planung und am Pendlerparkplatz gibt es eine überdachte Möglichkeit, seinen Drahtesel abzustellen. Für LKW über 3,5 Tonnen besteht nun das ganze Jahr über ein Geschwindigkeitslimit von 20 km/h.



ITM College and University Studies
thriving entrepreneurial skills from certificate to master

International College of Tourism & Management und Manchester Metropolitan University präsentieren das Bachelor-Studium:



BA (Hons) Hospitality Entrepreneurship

Verkürzte Studienzeit

für AHS AbsolventInnen: 3 Jahre

für HLW/HLF/HLT/HLA AbsolventInnen: 2 Jahre

für Tourismus Kolleg AbsolventInnen: 1 Jahr

Spezialisierungsmöglichkeiten in

- Hospitality Management & Tourism
- Event & Banquet Management
- Wellness & Spa Management
- Casino & Gaming Management

Daten zum Studium

vollzeit/berufsbegleitend

Unterrichtssprache: Englisch

Start: September

Kosten: 3.100 - 4.500 EUR pro Semester

Abschluss: staatliches Tourismus Diplom & BA (Hons) in Hospitality Management and Entrepreneurship

Für weitere Fragen steht Ihnen das ITM-Team jederzeit gerne persönlich zur Verfügung.

ITM College

Johann-Strauss-Strasse 2
2540 Bad Vöslau
Tel. +43 (0)2252 790260
office@itm-college.eu
www.itm-college.eu

Sanfte und autofreie Alternativen

Der Alpenraum ist ein attraktives Urlaubsziel. Vier Best-Practice-Beispiele zeigen, wie Destinationen in Österreich, Bayern, Südtirol und der Schweiz mit dem wachsenden Verkehr umgehen. Durch die Zusammenarbeit von vielen Partnern werden auch die Regionen gestärkt.

VON JANE KATHREIN

BEISPIEL #01 UNTERWEGS MIT DEM SAMO-MOBIL



Vorbildwirkung. Werfenweng gilt weit über die Landesgrenzen hinaus als Vorbild für einen neuen Umgang mit dem Thema Verkehr.

© TOURISTINFO WERFENWENG

Werfenweng ist eine von 28 „Alpinen Perlen“, die sich auf den Urlaub ohne eigenes Auto konzentrieren. Neben dem öffentlichen Verkehr bringen innovative Verkehrslösungen Bewegungsfreiheit.

Blechlawinen wälzen sich ins Gebirge. Für die 950 Einwohner zählende Gemeinde Werfenweng im Pongau ist der Tourismus mit jährlich 200.000 Übernachtungen ein kräftiger Wirtschaftsmotor. Die Alpen ziehen an. In den 80er- und 90er-Jahren entwickelten sich rund um Werfenweng große Tourismusorte und die Gemeinde musste sich neu positionieren. Peter Brandauer, Bürgermeister und Geschäftsführer des TVB Werfenweng, hatte die Idee: Seit 1997 ist Werfenweng Vorreiter für „Sanfte Mobilität“ (SAMO).

Wer sich in Werfenweng bewegt, kann das per Fahrrad, E-Bike, mit dem Ortstaxi „Elois“, dem Nachtmobil, dem Elektroauto oder dem Shuttle zwischen Bahnhof und Hotel tun. Die Benutzung ist kostenlos. Energie tanken die Autos an der Elektrozapfsäule am Dorfplatz und durch

das Sonnenkraftwerk an der Südseite des Dorfes. Produziert werden dort 294.000 Kilowattstunden Strom, das reicht, um etwa 150 Haushalte zu versorgen, und liegt weit über dem Bedarf der Elektroautos.

Sanfte Mobilität. Wer per Bahn oder Bus anreist oder vor Ort seinen Autoschlüssel im Tourismusbüro abgibt, erhält Ermäßigungen, die zur sogenannten „SAMO-Card“ gebündelt wurden. Um das Reisegepäck zu reduzieren, können vor Ort Fahrräder, Skier und Snowboards kostenlos ausgeliehen werden. Die Ausflugsziele sind mit den öffentlichen Verkehrseinrichtungen oder den E-Autos gut erreichbar.

Wie konsequent Peter Brandauer, das von ihm initiierte Konzept der Sanften Mobilität weiter umsetzt, zeigt die Einbindung der Einheimischen. „wirSaMo“ lädt die Bewohner der Gemeinde ein, umweltverträgliche Mobilität zu nutzen. Wer

sich dazu verpflichtet, erhält im Gegenzug entsprechende „Belohnungs-Pakete“. 45 Betriebe bieten inzwischen das SAMO-Paket an und es sollen mehr werden.

Das Engagement wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, auch international, unter anderem mit dem Energy Globe Award. Seit 2006 gehört Werfenweng auch zum Netzwerk „Alpine Pearls“. Die 28 Mitgliedsgemeinden bieten ihren Gästen autofreie An- und Abreise, kostenlose Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel sowie viele andere klimaschonende Urlaubsangebote.

Erreichbarkeit. Werfenweng ist es in den vergangenen Jahrzehnten gelungen, den Anteil der PKW-Anreisenden auf 70 Prozent zu reduzieren, zu diesem Ergebnis kommt eine nationale Studie zur „Erreichbarkeit von Tourismusstandorten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln“ im Auftrag des Umweltbundesamtes.

20 Prozent der Gäste reisen demzufolge inzwischen per Bahn an. In Werfenweng gibt man sich damit aber noch nicht zufrieden. Vor allem die Tagesgäste, die im Winter mit ihrem Auto kommen, bringen noch viel Verkehr in Ort. Die Studie schätzt Werfenweng auch als beispielgebend für die sanfte Mobilität in der Region Pongau ein. Ei-

„Es ist mittlerweile für viele wichtig geworden, die Umweltbelastung zu verringern und speziell im Verkehr auch umweltverträgliche Mobilität zu forcieren.“

DR. PETER BRANDAUER,
PRÄSIDENT DER ALPINE PEARLS

ner der Schneeballeffekte war die Errichtung einer Mobilitätszentrale in Bischofshofen, die sich auf Angebotsgestaltung, Information und Vermarktung konzentriert. x

BEISPIEL #02 TANKEN AN DER E-LATERNE



Mikromobilität. Neuartige Fahrzeugkonzepte wie E-Bikes, das Quadrad oder elektrische Kleinwagen sind beliebt.



„Zunächst einmal muss das Erlebnis E-Mobilität auf einer viel breiteren Ebene erfahrbar gemacht werden. Denn Elektromobilität hat eben nicht nur etwas mit Vernunft und Nachhaltigkeit zu tun, sondern auch mit Spaß.“

CHRISTOPH EBERT, KOORDINATOR DER MODELLKOMMUNE GARMISCH-PARTENKIRCHEN

Garmisch-Partenkirchen ist seit drei Jahren Modell-Kommune für Elektromobilität. Die Gäste nehmen ganz nebenbei auch an einem wissenschaftlichen Projekt teil.

Eine Million Elektroautos sollen bis 2020 auf deutschen Straßen fahren, das sieht der Nationale Entwicklungsplan vor. Wie diese Zukunft aussieht, ist in Garmisch-Partenkirchen seit einem Jahr erleb- und erforschbar: Gäste, Wissenschaftler und Unternehmer bewegen sich mit elektrisch betriebenen Minis oder einem vierrädrigen Fahrrad, das eigens dafür an der TU München entwickelt wurde. Sie betanken ihre Autos an der E-Laterne, umweltfreundlich.

Elektrisch angetriebene Fahrzeuge sind eine Möglichkeit für umweltschonende Mobilität. Es zeichnet sich jedoch immer mehr ab, dass es zu teuer und nicht in allen Bereichen sinnvoll ist, herkömmliche Automobile auf den elektrischen Betrieb umzustellen. Gerade im städtischen Bereich kann das Verkehrsaufkommen nur durch kleinere Fahrzeuge reduziert werden. Fahrräder mit elektrischer Trittkraftunterstützung oder elektrische Kleinwagen sind daher beliebt. Die Technologien von morgen werden in der bayerischen Kommune schon heute eingesetzt. An der TU München wurde eigens dafür das Quadrad, ein Fahrrad mit vier einzeln gefederten Rädern, entwickelt.

Parallel dazu tüfteln Wissenschaftler vor Ort an einem neuen Stromnetz und Speicherkonzepten. Konkret prüfen die Experten, wie die intelligente Ladeinfrastruktur

für E-Fahrzeuge alltagstauglicher wird. Denn in bisherigen Forschungsprojekten hat sich gezeigt, dass sich die Infrastruktur nicht wirtschaftlich betreiben lässt. Zu teuer sind die einzelnen Bestandteile, der Aufbau und der Betrieb. In Garmisch-Partenkirchen soll nun ein Weg gefunden werden, wie die vorhandene Infrastruktur geschickt mitgenutzt und in das Gemeindenetz eingebunden werden kann.

Nachhaltige Erlebnistouren. Vor drei Jahren wurde Garmisch-Partenkirchen vom Bayrischen Kabinett zur Modellkommune gewählt. Der sensible Alpenraum braucht umweltfreundliche Verkehrskonzepte, die ökologische Ansprüche erfüllen und den Menschen gleichzeitig Mobilität sichern. Auf den Pkw ganz verzichten wollen nur mehr wenige Menschen. Garmisch-Partenkirchen ist aufgrund seiner geographischen Lage und der Struktur eine ideale Testregion. Zudem kann das Elektroauto auch für den Tourismus, mit rund 1,3 Millionen Übernachtungsgästen pro Jahr ein starker Wirtschaftsmotor, eine interessante Verkehrsalternative sein.

Seit Kurzem wirbt die Kommune mit nachhaltigen Erlebnistouren für die E-Mobilität. Die Schlössertour mit Neuschwanstein und Linderhof, die Seentour mit Zwischenstopps bei Museen und Klöstern, die Aust-

riatour, die durch Tiroler Dörfer führt. Mit dem Mini gut befahrbar sind alle Touren und wer spontan verlängert, finde ausreichend Aufladestationen in der Umgebung, heißt es. „Wir wollen zeigen, wie elektromobil wir hier in Garmisch-Partenkirchen schon sind. Die drei speziellen Touren sollen die Lust auf Natur, das Interesse am Umweltschutz und Freude am Fahren verbinden“, erklärt e-gap-Projektleiter Günther Forster. So wird eine neue Zielgruppe erreicht, die bisher keinen Kontakt mit Elektrofahrzeugen hatte.

Die Gäste nehmen ganz nebenbei auch an einem wissenschaftlichen Projekt teil. Denn nach dem Ende der Mietdauer fragen Wissenschaftler der Universität Passau nach deren Eindrücken und versuchen herauszufinden, wie alltagstauglich die Touren sind oder was verbessert werden könnte.

Industrie- und Forschungseinrichtungen arbeiten in der bayerischen Gemeinde eng zusammen, so hat etwa das Fraunhofer Institut, eine der größten Organisationen für anwendungsorientierte Forschung in Europa, hier eine Außenstelle eingerichtet. Viele weitere Projekte stehen in der e-gap-Kommune noch in der Pipeline. Ausgehend vom Grundszenario werden auch für touristische, private und gewerbliche Einsatzbereiche einzelne Fahrzeugmodelle entwickelt. x

BEISPIEL #03 TALAUSWÄRTS AUF ZWEI RÄDERN



Südtirol Rad. 24 Verleihstationen befinden sich in unmittelbarer Nähe zu Bahnhöfen und Verkehrsknotenpunkten. Die Einwegmieten sind beliebt in Südtirol.

In Südtirol entdecken Gäste und Einheimische ihre Umgebung auf zwei Rädern. Die öffentlichen Verkehrsbetriebe und lokale Fahrradverleiher garantieren einen reibungsfreien Transport.

Rund 20.000 Gäste, das sind 16 Prozent mehr als im Vorjahr, liehen sich im vergangenen Sommer ein Fahrrad aus und fuhren entlang der 500 Kilometer Fahrradwege vorwiegend talabwärts und genossen dabei die Kulturlandschaft und das kulinarische Angebot Südtirols, freut sich Hugo Götsch, Vorsitzender des Vereins Rad Südtirol, nach drei Jahren Laufzeit.

Das Best-Practice-Beispiel „Südtiroler Genussradfahren“ begeistert auf mehreren Ebenen. Eine durchgehende Dienstleistungskette ermöglicht den Gästen, das Land mit seinem milden Klima und bis zu 300 Sonnenscheintagen auf zwei Rädern zu erfahren. Die Weichen wurden schon früher gestellt. 2000 investierte Südtirol in komfortable Busse und moderne Züge sowie architektonisch ansprechende Bahnhöfe.

Einfaches System. 7.000 Fahrräder verschiedener Größe und Bauart, darunter auch 500 Elektroräder, bringen seitdem Gäste und Einheimische in Bewegung. Die

Zweiräder können spontan an einer der Verleihstationen abgegeben werden, ihre Lenker kehren zu Fuß, per Bus oder Bahn zurück zum Ausgangsort. 24 Fahrradverleihstationen wurden in der Nähe von Bahnhöfen und Verkehrsknotenpunkten geschaffen und „ein beispielhaftes regionaltouristisches Südtirol-Produkt erstellt“, so Hugo Götsch. Verliehen werden auch Helme, Satteltaschen, Kinderanhänger und Kindersitze.

„Fahrradfahren wird mehr und mehr zur Südtirol-Erfahrung für Gäste und auch Einheimische.“

HUGO GÖTSCH, VORSITZENDER DES VEREINS RAD SÜDTIROL

Die Einwegmieten sind besonders beliebt. Die Nutzer sind dabei meistens in einer Gruppe unterwegs, das Naturerlebnis steht im Vordergrund. Zwischen 30 und 60 Kilometer fahren die Gäste talauswärts. An den Ausgangspunkt zurückgebracht werden die Räder von fünf unabhängigen Fahrradverleihern, die sich auf einheitliche Qualitätskriterien festgelegt haben und miteinander digital vernetzt sind.

Kooperation mit Öffis. Die besten Ideen entstehen meistens in einer Notlage. An Spitzentagen sind auf den Südtiroler Radwegen Tausende Menschen unterwegs. In den Zügen und Bussen haben jedoch nur maximal 15 Fahrräder Platz, das Be- und Entladen der Fahrräder führte immer wieder zu Verzögerungen im Fahrplan. Ein gemeinsames Produkt entstand – die „Bikemobilcard“. Mit dieser Karte kann der Gast einen Tag Mobilität inklusive einem Fahrrad mit Rücktransport zum Ausgangspunkt erwerben. „23.500 Bikemobilcards wurden im vergangenen Sommer verkauft“, berichtet Hugo Götsch.

Kann man noch etwas verbessern am derzeitigen System? Dazu fällt Hugo Götsch einiges ein: Im Pustertal etwa verfolgen zwei Verleihbetriebe eine andere Preispolitik und argumentieren mit der kürzeren Saison aufgrund der Höhenlage. Es fehle auch noch die Anbindung nach Nordtirol beziehungsweise an den Inntalradweg über das Obere Wipptal vom Brenner bis Innsbruck und von Reschen nach Landeck. Ein Städtetzwerk aus Südtiroler und Nordtiroler Gemeinden beschäftigt sich bereits damit.

Regio-Radwanderer. Für den Großteil der Südtirol-Gäste war das Radfahren bisher eine Ganz- oder Halbtagesattraktion. Das soll sich ändern. Nun will man südlich des Brenners auch die Genussradwanderer ansprechen. Die sogenannten Regio-Radwanderer verbringen eine Woche in einem Gastbetrieb und starten von dort mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und einem

Leihrad los. Schon bald wird es in der Stadt Bozen eine zentrale Aus- und Rückgabestelle geben sowie ein E-Mobilitätscenter.

Und damit auch Menschen mit Sehbehinderung die Möglichkeit bekommen, das Land zu befahren, werden Tandems gekauft. Die entsprechenden Guides befinden sich gerade in Ausbildung. Sie sind dann mit Senioren sowie Herz-Kreislauf- und Diabetes-Patienten unterwegs. ✕

BEISPIEL #04 ZONE ZUM FLANIEREN

Eine Umfahrung und eine Fußgängerzone brachten Ruhe nach Gstaad und Platz zum Flanieren. Immer mehr Gäste steigen in dem Schweizer Dorf auf den Öffentlichen Verkehr um.



Platz für Fußgänger. Eine breite Promenade ohne Gehsteig lädt in Gstaad (Schweiz) zum Flanieren ein.

© GSTAAD SAANENLAND TOURISMUS

Wer heute durch das Ortszentrum von Gstaad spaziert, kann sich schwer vorstellen, dass sich hier bis zu 11.000 Autos an einem Tag durchzwängten. Es war laut und die Luft dreckig. Das Image des auf 1.000 Höhenmetern gelegenen Kurortes war angekratzt. Heute wirbt die Destination mit dem Slogan „Come up, slow down“, der auch die aktuelle Verkehrssituation gut beschreibt.

In Gstaad im Berner Oberland leben 3.800 Menschen ganzjährig. Einer der stärksten Wirtschaftsbereiche der Gemeinde Saanen, zu der Gstaad gehört, ist der Tourismus. 400.000 Nächtigungen verteilt auf alle vier Saisons werden pro Jahr verzeichnet.

Mehr als die Hälfte der Gäste übernachteten in 4- und 5-Sterne-Hotels, ganz im Gegensatz zum Schweizer Durchschnitt von einem Drittel. Gstaad genießt das Image einer Luxus-Destination. Vom Tagestourismus, einem der Hauptverursacher des Verkehrs, profitieren vor allem die Bergbahnen, das Dorf selber bevorzugt Gäste, die länger bleiben.

Verkehrsberuhigung. Rund 15 Millionen Schweizer Franken flossen in die Umgestaltung zu einem autofreien Zentrum. Um den Ortskern in Gstaad zu entlasten, wurden vor allem drei Instrumente gewählt: eine Umfahrungsstraße, eine Fußgängerzone und ein Parkplatz-

konzept. Widerstände gegen das Projekt, das 1997 eröffnet wurde, gab es kaum, auch weil die Bevölkerung schon früh in die Planung eingebunden war. Im Hinblick auf die Fußgängerzone befürchteten die Händler weniger Umsätze und unzufriedene Stammgäste. Keines von beidem ist eingetreten.

„Eine Tourismusdestination völlig verkehrsfrei zu machen, ist schwer möglich, weil die Infrastruktur erhalten bleiben muss.“

ROGER SONDEREGGER, DOZENT
AN DER HOCHSCHULE LUZERN

Ein Sturm der Entrüstung fegte hingegen durch das Dorf, nachdem die Umfahrungsstraße eröffnet und gleichzeitig das Dorfzentrum gesperrt wurde. Zunächst lenkten Polizisten den Verkehr, dann folgten Felsblöcke und versenkbare Poller. Die elektronisch steuerbaren Bremshügel erlauben nur ausgewählten Personen wie dem Skibus, Taxis, Post und Notdienst die Zufahrt in das Zentrum. Mit Ausnahmegewilligungen geht man in Gstaad sensibel um.

„Das Zentrum ist heute ruhig und authentisch“, berichtet Roger Sonderegger, Raumplaner an der Hochschule Luzern, der sich mit den Auswirkungen des Verkehrskonzeptes auseinandersetzt. Lärm und Staub sind weniger geworden, seit die Straße teilweise unterirdisch verläuft. Die wenigen Parkplätze werden von den einzelnen Geschäften genutzt. An mehreren Stellen im Ort wurden die Autos ganz verbannt, einzelne Bereiche sind nur für Warenlieferungen geöffnet.

Attraktive Öffis. „Eine Tourismusdestination völlig frei von Autos zu machen, das ist nicht wirklich möglich“, stellt Sonderegger fest. Die Infrastruktur muss aufrechterhalten bleiben, das beginnt mit der Lieferung von Nahrungsmitteln und endet mit der Freizeitgestaltung der Saisonarbeiter. Mit einem speziellen Angebot, der „Gstaad Easyaccess Card“, wird den Gästen die Benutzung der Post- und Skibusse schmackhaft gemacht. Wer diese Karte für mindestens drei Tage löst, kann Bergbahnen und Öffis gratis benutzen – neben vielen anderen Vorteilen.

Wer mit dem Auto nach Gstaad anreist, parkt außerhalb des Dorfes auf einem der elf Außenparkplätze oder in einem der beiden Parkhäuser, die mit ihren günstigen Preisen beliebter sind. Der Bahnhof liegt im Dorfzentrum, die Bushaltestelle grenzt an die Fußgängerzone. x



Alles auf Schiene

Mithilfe einer umfassenden strategischen Kooperation zwischen Tirol Werbung und ÖBB, SBB und DB soll Tirol Bahnreiseland Nummer eins werden.

VON SYLVIA AINETTER

Mobilitätsgewohnheiten verändern sich. Das Auto, das bis vor einigen Jahren noch als Statussymbol und unverzichtbar galt, verliert an Bedeutung. In größeren Städten besitzen zunehmend weniger Menschen ein eigenes Auto, immer öfter machen junge Leute nicht einmal mehr den Führerschein.

Dazu kommt ein steigendes Bewusstsein für Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. „Diese Entwicklungen haben wir genau im Blick – und darauf reagieren wir auch“, stellt Michael Brandl, Prokurist der Tirol Werbung, fest. Mit einer strategischen Kooperation zwischen Tirol Werbung und den Österreichischen Bundesbahnen, den Schweizerischen Bundesbahnen und der Deutschen Bahn soll Tirol als Bahnreiseland besser positioniert und ein Beitrag in Richtung „green destination“ geleistet werden.

Bessere Kommunikation. „Wir ziehen alle an einem Strang und wollen gemeinsam den Anteil der Touristen, die mit der Bahn nach Tirol kommen, in

den nächsten Jahren verdoppeln“, erklärt Silvia Kaupa, Leiterin des ÖBB-Fernverkehrs. Das konkrete Ziel: Bis 2020 soll jeder zehnte Gast mit dem Zug anreisen. Die Kooperation zwischen Bahnunternehmen und Tirol Werbung ist nicht neu, bisher beschränkte sich die Zusammenarbeit aber auf einige wenige Marketingaktivitäten.

Fast unbemerkt von den Touristikern haben die Deutsche Bahn und auch die ÖBB in den vergangenen Jahren ordentlich in den Wagenbestand und in den Streckenausbau investiert. „Uns war lange nicht bewusst, wie gut das Angebot der Bahn bereits ist“, stellt Katleen Johné fest, bei der Tirol Werbung für Strategien und Tourismusentwicklung zuständig.

National hat besonders die Ost-West-Verbindung profitiert: Von Wien nach Innsbruck braucht man seit dem 15. Dezember nur noch 4:08 Stunden – zwölf Mal am Tag fährt der Railjet direkt von Wien Westbahnhof bis Innsbruck Hauptbahnhof (mit Zwischenstopps in Kufstein, Wörgl und Jenbach). Elf der Züge fahren weiter bis Ötztal, Imst-Pitztal, Landeck-Zams und St. Anton am Arlberg und weiter nach Zürich. „Auch die Deutsche Bahn verbessert ihr Angebot laufend. Die Strecke Berlin-München soll bis 2017 um 1:45 Minuten Fahrzeit schneller bedient werden“, berichtet Brandl.

Diese Neuerungen im Bahnbereich gilt es den Tourismusverbänden und den touristischen Leistungsträgern zu kommunizieren. Auch den Bahnunternehmen war bisher das Potenzial, das der Tourismus für sie birgt, nicht bewusst. „Wir haben als ersten Schritt Maßnahmen zur Verbesserung der Innenkommunikation gesetzt“, so Johné. Die Verbände und Hoteliers



„Es ist besonders wichtig, dass Touristiker ihren Gästen die Bahnreise aktiv anbieten!“

MICHAEL BRANDL,
PROKURIST DER TIROL WERBUNG

werden seit heuer laufend über das bestehende und das in Zukunft geplante Bahnangebot informiert.

Eine weitere Maßnahme scheint recht simpel zu sein, ist aber ein sehr wirkungsvoller Schritt: Die Tirol Werbung erstellte eine Reisezeitenkarte, wie man sie vom Flugverkehr kennt. Diese Karte bildet ab, welche Ziele in welcher Zeit von den einzelnen Tiroler Bahnhöfen aus erreichbar sind. „So sieht man auf einen Blick, welche Zielmärkte mit Direktverbindungen erschlossen sind und welche nicht“, erklärt Brandl.

Touristiker einbinden. Schwerpunkte der Kooperation mit dem klingenden Namen „Tirol auf Schiene“ sind Grundlagenarbeit wie gemeinsame Marktforschung, Verstärkung der Kommunikation rund um die Bahnreise und Produktentwicklung.

Doch ohne die Mithilfe der Leistungsträger im Tourismus hilft das alles nichts. „Es ist besonders wichtig, dass Touristiker ihren Gästen die Bahnreise aktiv anbieten!“, so Brandl. Um dies noch zu erleichtern, hat die Tirol Werbung gemeinsam mit den Bahnpartnern eine Bahn-Buchungsmaske entwickelt, die TVBs, Hotels und Pensionen auf ihrer Webseite einbauen können. So sind Gäste in der Lage, nach der Online-Buchung der Unterkunft auch gleich das passende Zugticket online zu reservieren. Die Angebote der Bahn mit den Spartickets (ab 39 Euro von Deutschland, ab 9 bzw. 19 Euro innerhalb Österreichs und ab 27 Franken von Zürich nach Tirol) sollen einen zusätzlichen Buchungsanreiz bieten. Für die Touristiker selbst hat es zahlreiche Vorteile, wenn ihre Gäste mit der Bahn kommen: Weniger Gäste mit Auto bedeuten einen geringeren Parkplatzbedarf und weniger Staus.

„Wir bewerben die Bahnreise per Plakat in zahlreichen Zielmärkten, die direkt mit der Bahn erreichbar sind“, erklärt Katleen Johne. Auch in den Newslettern der Bahnpartner wird laufend das „Bahnreiseland Tirol“ beworben. „Für Sommer 2014 wurden sieben mehrtägige Weitwandertouren mit Bahnreise entwickelt. Tourenunterlagen stehen auf www.tirol.at/wandern zur Verfügung. Weitere Projekte sollen folgen“, betont Ingrid Schneider von der Produktentwicklung der Tirol Werbung. Denn Gepäcktransport sei ein großes Thema. „Es gibt zwar einen Gepäcktransport, der funktioniert aber nur unzufriedenstellend“, hält Brandl fest. Ein ähnliches Problem zeigt sich beim Fahrradtransport im Sommer.

Netzwerk stärken. Das ist aber nur eine Herausforderung, die es zu bewältigen gibt. Die Tirol Werbung hat künftig noch einiges vor. Im nächsten Jahr soll die Zusammenarbeit mit den Schweizerischen Bundesbahnen vertieft werden. „Wir treten nun vermehrt mit den Verantwortlichen bei der Schweizer Bahn in Kontakt und stärken das Netzwerk. Nächstes Jahr werden wir die Marketingkooperation ausbauen“, blickt Johne in die Zukunft. Im Rahmen von Pilotprojekten sollen darüber hinaus Lösungsmodelle wie etwa für den Gepäcktransport mit den Partnern entwickelt werden. Das Projekt „Tirol auf Schiene“ ist vorerst bis 2016 angelegt. x

BEISPIELE FÜR SCHNELLE VERBINDUNGEN

Von München nach Wörgl

1:10 h

Von Bozen nach Jenbach

2:20 h

Von Zürich nach Landeck

2:40 h

Von Zürich nach Innsbruck

3:26 h

Von Nürnberg nach Seefeld

3:45 h

Von Basel nach Imst-Pitztal

4:00 h

Von Wien nach Innsbruck

4:08 h

Von Bern nach Innsbruck

4:34 h

Von Frankfurt nach Kufstein

4:40 h

Von Graz nach Kitzbühel

4:50 h

Von Stuttgart nach Ötztal

5:05 h

Von Wien nach Lienz

5:35 h

Von Köln nach Reutte

5:55 h

Von Paris nach St. Anton

6:35 h

Von Berlin nach Innsbruck

7:50 h



Immer wieder samstags

Es ist Samstag und die Gäste reisen an. Die Stauszenarien in und rund um Tirol beweisen: Eine Entzerrung des Anreiseverkehrs ist schwer. Doch es wird an Lösungen gearbeitet.

VON ERNST SPRENG

Eine europaweite Absprache der Ferientermine ist nicht nur der Wunsch der Tiroler Touristiker. Das Problem der überfüllten Straßen, Züge und Flugzeuge an den berühmten Anreisetagen ist ein europaweites Phänomen, dem man bisher noch nicht Herr geworden ist. Vielmehr kocht noch immer jeder sein eigenes Ferien-Süppchen. So wird zum Beispiel 2014 die deutsche Kulturministerkonferenz die Sommerferientermine für Deutschland bis ins Jahr 2024 festlegen. Glaubt man ersten konkreten Gerüchten, geht der Trend in Deutschland eher zu einer Harmonisierung der einzelnen Bundesländer als in Richtung Differenzierung. Der deutsche Tourismusverband hat deswegen vor Kurzem präventiv eine Studie herausgegeben. Ihr Fazit: Durch geschicktere Ferienplanung wäre ein Mehrumsatz für deutsche Hotels und Freizeiteinrichtungen von 15,5 Milli-

arden Euro möglich – inklusive 250.000 neu geschaffener Arbeitsplätze.

Hotels haben sich umgestellt. Doch zurück nach Tirol. Die Brennpunkte der starken Anreisetage sind bekannt. Tirols Seitentäler, der Fernpass oder das kleine deutsche Eck werden auch in der

Das bestätigt Thomas Reisen Zahn, Geschäftsführer der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV): „Bei unseren Mitgliedsbetrieben ist eine starre, auf den Samstag fixierte Anreiseregung praktisch nicht mehr vorhanden.“ Florian Singer, Hotelier im Außerfern und einer der Vizepräsidenten der ÖHV, ergänzt: „In den Ferienzeiten muss ein Hotel heute so flexibel sein, jedem Gast eine Anreise zwischen Freitag und Sonntag zu ermöglichen. Das ist fast schon Standard.“

Umdenken. Singer fordert vor allem ein Umdenken bei den Ferienregelungen. „Holländische Gäste erzählen mir zum Beispiel, dass sie es mit der Polizei zu tun bekommen, wenn sie vor den Semesterferien ihre Kinder einen Tag früher aus der Schule nehmen. Das ist nur ein Beispiel, warum viele keinen anderen Ausweg haben, als am Samstag anzureisen.“ Eine größere Flexibilität wäre hier nur im Sinne der Bürger. „Wir sehen es ja selbst. Wer nach ein paar Stunden Stau zu uns ins Hotel kommt, für den fängt der Urlaub unglücklich an“, so Singer.

Trotz schlechter Vorzeichen spürt die Branche einen Umbruch. „Das Auto ist im urbanen Bereich nicht mehr jenes Statussymbol, das es einmal war. Durch die Konzentration auf das Leben in Ballungszentren haben viele Menschen gar kein Auto mehr“, meint Thomas Reisen Zahn. Dies sei neben der raschen Entwicklung der E-Mobilität eine Chance für den Tourismus, dem anreisenden Gast neue Alternativen anzubieten. Den Projektverantwortlichen geht es aber nicht nur darum, Urlaubsgäste zu motivieren, mit der Bahn nach Tirol zu reisen: „Unser Appell geht insbesondere auch an die Tiroler Vermieter, diese Anreisemöglichkeit offensiv an ihre Kunden zu kommunizieren und entsprechende Pakete zu schnüren“, sagt Siegfried Egger, Obmann der Fachgruppe

„Bei unseren Mitgliedsbetrieben ist eine starre, auf den Samstag fixierte Anreiseregung praktisch nicht mehr vorhanden.“

THOMAS REISENZAHN, ÖHV-GESCHÄFTSFÜHRER



heurigen Wintersaison wieder in den Verkehrsnachrichten präsent sein. Dabei hat es gerade von Seiten der Beherbergungsbetriebe bereits ein Umdenken gegeben.

Hotellerie in der Wirtschaftskammer Tirol. Viele Gäste wissen gar nicht, dass sie so zeit- und budgetschonend mit dem Zug nach Tirol reisen können, deshalb sei es

wichtig, dies den Gästen bei Anfrage oder Buchung mitzuteilen, so Egger.

Hoffnung Fernverkehrsstudie.

Eine Hoffnung, den Verkehr an starken Anreisetagen in Zukunft in den Griff zu bekommen, ist die geplante Fernverkehrsstudie der Länder Tirol und Vorarlberg. Die Initiative befindet sich in den Startlöchern und soll evaluieren, welche Maßnahmen in Zukunft nötig sind, um die Anreise der Urlaubsgäste mit Bahn und Flugzeug attraktiver zu gestalten. „Wir haben unsere Wünsche bereits vorgebracht“, erklärt Michael Brandl, Prokurist der Tirol Werbung. „Wir wünschen uns von dieser Studie einen Maßnahmenplan, wie internationale Zugfahrpläne besser miteinander vertaktet werden können. Auch die Prüfung einer Direktanbindung an den Flughafen München haben wir schon in die Diskussion eingebracht.“

Ziel der Studie ist, was man in der Schweiz mit dem Zugverkehr bereits vor Jahren gemacht hat: den Bedarf klären und aufgrund dieser Erhebungen die Infrastruktur anpassen. Ein Langzeitprojekt, das in den kommenden Wintern noch nicht greifen wird. x

Flexible Modelle

Florian Singer ist Hotelier in Berwang und Vizepräsident der Österreichischen Hotelierversammlung.



S AISON: Herr Singer, ist der Samstag in den Köpfen der Gäste und Hotels in Stein gemeißelt? **FLORI-**

AN SINGER: Nein. Die meisten Hotels haben sich schon umgestellt und bieten in den Ferienzeiten Anreisemöglichkeiten von Freitag bis Sonntag. Das ist zwar etwas mehr Aufwand für die Rezeption, aber machbar. Diese Flexibilität muss man heute als Hotel haben. Wenn es Schule und Beruf irgendwie zulassen, dann nützen auch immer mehr Gäste Anreisemöglichkeiten abseits des Samstags.

Wo liegen die Probleme? Es gibt Wochen, wo alles zusammenfällt: Semesterferien in Österreich, Karneval und Krokuswochen in Holland zum Beispiel. Viele Gäste erzählen mir, dass es nicht möglich ist, die Kinder ei-

nen Tag früher aus der Schule zu nehmen. Eine europaweite Abstimmung der Ferienzeiten gibt es nicht, dabei müsste so etwas in der EU doch möglich sein.

Wie haben Sie als Hotelier reagiert? In unserem Sporthotel in Berwang haben wir schon einige Jahre flexible Anreisemöglichkeiten. Habe ich einen Gast, der am Freitag anreisen will, dann finde ich für die Folge-woche auch einen Gast, der diesen Wunsch hat. Bei Überschneidungen bieten wir dem Gast für eine Nacht ein anderes Zimmer an. Mir ist ein wenig Mehraufwand in der Planung lieber und dafür habe ich Gäste, die glücklich bei uns ankommen.

Vielen Dank für das Gespräch. x

Zu jedem Feste – das Allerbeste!

Servieren Sie Ihren Gästen die ausgezeichneten Edelbrände und Spirituosen von Erber!

ERBER

DER TIROLER EDELBRENNER
SEIT 1651



ERBER GMBH

Dorfstraße 57 · A-6364 Brixen im Thale · Tel. +43.(0)5334.8107

www.erber-edelbrand.com - Onlineshop



„My Christmas Baby“

Seefeld dient erneut als Kulisse für Musikvideo.



Mario Biondi, den man wohl als „italienischen Barry White“ bezeichnen könnte, hat sich die Olympiaregion Seefeld als Drehort für einen Musikvideoclip ausgesucht. Der italienische Star mit der sonoren Stimme singt auf Englisch und ist deshalb auch in England, Amerika und Japan sehr bekannt. Für den Song „My Christmas Baby“ scheint die verschneite Berglandschaft geradezu perfekt zu passen. Zu sehen gibt es das Video unter anderem auf youtube.com.

Die Olympiaregion Seefeld ist ein beliebter Drehort für Szenarien in romantischer, verschneiter Berglandschaft. Erst vergangenes Jahr drehte Tiziano Ferro hier das Video zu „L'ultima notte al mondo“.



n-tv-Wettermann Björn Alexander (Bild) hat den schicken Tirol-Anorak im Zuge des Winter-Openings in Obergurgl-Hochgurgl bereits medial zum Einsatz gebracht.

Advent in Tirol

Besinnlich und traditionell: Die Tiroler Christkindlmärkte haben wieder Hochsaison. Sechs Märkte gehören zu „Advent in Tirol“: Innsbruck, Hall in Tirol, Kufstein, Lienz, Mayrhofen und Rattenberg. Gemeinsam stehen sie für Adventerlebnisse, die den Zauber der Tiroler Bergweihnacht spürbar machen. Auf allen Märkten dürfen sich die Besucher auf kulinarische Köstlichkeiten aus der Region, weihnachtliche Weisen, die von Musikanten aus dem Alpenraum dargeboten werden, und liebevoll ausgesuchte Programme, die den kleinsten Besuchern auf phantasievolle Weise die Wartezeit aufs Christkind verkürzen, freuen.

Alle Informationen inklusive Öffnungszeiten und Detailprogramm aller Advent-in-Tirol-Märkte findet man auf www.adventinttirol.com.

Tirol zieht an

RTL- und n-tv-Wetterstars moderieren in Tirol-Winterjacken.

Seit Jahren genießt Tirol in Deutschland eine unbezahlbare mediale Präsenz, indem bei den Wetter-Reportagen der großen deutschen TV-Stationen regelmäßig „appetitregende“ Impressionen aus Tirol zu sehen sind. Der jährlich stattfindende internationale Wettergipfel, diverse Wetter-Kooperationen und Live-Wetter-Checks tun das Ihre dazu.

Nun hat die Tirol Werbung in Zusammenarbeit mit der Presseagentur pro.media kommunikation einen weiteren

Treffer gelandet: Im Winter 2013/14 sind die RTL- und n-tv-Wetterstars Christian Häckl, Maxi Biewer, Bernd Fuchs und Björn Alexander bei Außenwetterreportagen häufig in Tirol-Anoraks zu sehen. Neben dieser mit Millionenquoten versehenen Präsenz bei den Wetterprognosen wird das Tirol-Logo auch in den täglich gesendeten Abspanntrailern wirkungsvoll eingesetzt.

Die sportlichen PrimaLoft-Jacken für Herren und Damen sind übrigens im Tirol-Shop erhältlich: www.tirolshop.com.

KULTURTIPPS

VON ESTHER PIRCHNER



© ENSEMBLE VOCAPPELLA

ZUM WEIHNACHTSFEST

Strahlende Klänge erwarten Besucher bei zwei Aufführungen von Georg Friedrich Händels „Messias“ – umso mehr, als das Vokalensemble Vocappella dazu Solisten wie Christoph Prégardien (Bild) und Monika Mauch verpflichten konnte. 28.12., Congress Innsbruck, 29.12., Kufstein Arena



© REINER PFISTERER

ZUM 20. JUBILÄUM

Die Musikbanda Franui begeht schon seit rund einem Jahr ihr 20-jähriges Bestehen. Zum Abschluss der Feierlichkeiten spielt das Ensemble bei den Tiroler Festspielen Erl ihre drei erfolgreichen Liederabende nach Schubert, Brahms und Mahler. 30.12.2013, 18 h, Festspielhaus Erl



© FISHER BLOCHZIEHEN

ZUM SCHAUEN UND STAUNEN

Das Fisser Blochziehen mit Fuhrmann, Bajatzl (Bild) und Giggeler gehört zu den Tiroler Fasnachten, die man unbedingt einmal gesehen haben muss. Die Leitfigur 2014 ist ein wilder Geselle: der Miasmann mit seinem Kostüm aus Baumflechten. 26.1.2014, Fiss

WEITERE VERANSTALTUNGEN

Ensemble Fuoco e Cenere: Noël a la Havane 21.12.2013, 20.15 h, Kurhaus, Hall in Tirol, www.musikplus.at
 Wiltener Sängerknaben: Weihnachtskonzert 27.12.2013, 20 h, Arlbergsaal, St. Anton am Arlberg, www.saengerknaben.com
 Dispositive der Kulturfinanzierung. Öffentliche Podiumsdiskussion im Rahmen der Fachtagung 16.1.2014, 19 h, FH Kufstein, www.fh-kufstein.ac.at
 aut:kids: Walking Things, Kinderprogramm 17.1. und 14.2.2014, 15–17.30 h, aut. architektur und tirol, Innsbruck, www.aut.cc



© INNSBRUCK TOURISMUS

Zu einem Fest gemeinsam mit touristischen Partnern und Weggefährten luden Karl Gostner, Obmann von Innsbruck Tourismus (rechts), und Geschäftsführer Fritz Kraft (links) gemeinsam mit den Referenten Norbert Kettner (Direktor Wien Tourismus, 2.v.l.) und Roland Zegg.

Fest mit Ausblick

Innsbruck Tourismus feierte sein 125-Jahr-Jubiläum.

Im November 1888 tagte erstmals ein „Comité zur Hebung des Fremdenverkehrs“, das im Innsbrucker Gemeinderat für eine allgemeine Finanzierung touristischer Maßnahmen plädierte, weil der „Gewinn“ aus dem „Fremdenbesuch“ nicht nur den touristischen Unternehmen zugutekomme, sondern sich „auf tausenderlei Wegen überallhin“ verteile.

Diese Vorläufereinrichtung des Tourismusverbandes Innsbruck und Umgebung nahmen die Verantwortlichen zum Anlass, einen Blick in die Zukunft des Städtetourismus zu werfen. „Innsbruck alpin-urban und ...?“ lautete der Titel

der Veranstaltung, zu der Partner und Wegbegleiter von Innsbruck Tourismus Ende November in den Congresspark Igls gekommen waren.

Norbert Kettner, Tourismusdirektor von Wien, zeigte die ständig wachsende Bedeutung des internationalen Städtetourismus auf. Roland Zegg von grischconsulta gab in seinem Referat „Bergbahnen Innsbruck. Gestern, heute, morgen“ einen kurzen Überblick über den Stand der Analysen und Studien, anhand derer erfolversprechende Zukunftsszenarien für die Bergbahnen rund um die Hauptstadt der Alpen ausgearbeitet werden. X

BUCHTIPP

Berggeschichten

BERG 2014, das Jahrbuch der Alpenvereine in Österreich, Deutschland und Südtirol, ist seit Kurzem im Buchhandel erhältlich. Einzigartige Reportagen, Porträts und Interviews aus der Welt der Berge und des Bergsports, bebildert mit beeindruckenden Fotografien – das Alpenvereinsjahrbuch ist ein Muss für alle Berg-Liebhaber. Mit dem wachsenden Erschließungsdruck auf die Alpen steht in der diesjährigen Ausgabe ein brisantes Thema im Mittelpunkt. Auch das Hochschwabgebiet am Ostrand der Alpen wird in einem großen Schwerpunkt beleuchtet.

Berg 2014. Das Alpenvereinsjahrbuch. Tyrolia Verlag



X

Für die 7.000 Schneesportlehrer in Tirol hat eine neue Saison begonnen. Ein paar Schwünge im Schnee, Sonne, gute Laune und Après-Ski – das Klischee vom lockeren Traumjob hält sich hartnäckig, doch der Schein trügt: Die Tiroler Skilehrerausbildung im neuen Kompetenzzentrum Lizum 1600 ist eine der besten weltweit und die gilt es erst einmal zu bestehen. Skifahrerisches Können allein reicht nicht aus – auch pädagogische Kompetenz, Organisations-talent und Verantwortungsbewusstsein sind unerlässlich.

Kein Mangel. Während in Vorarlberg vor Kurzem medial die Wogen hochgingen, als Vertreter der Seilbahnwirtschaft beklagten, es gebe zu wenig Skilehrer im Ländle, kennt Tirol keinen Mangel. Ganz im Gegenteil: In der letzten Saison hat sich die Zahl um 500 auf 7.000 Skilehrer erhöht. Richard Walter, Präsident des Tiroler Skilehrerverbands, versteht das Problem der Vorarlberger nicht. „Die gesetzliche Lage ist in beiden Bundesländern die gleiche, die Einkommen unserer Lehrer haben sich nicht verschlechtert. Wir bilden pro Saison mehr als 2.700 Skilehrer aus und weiter und können damit den Skischulen bestens ausgebildete Skilehrer in ausreichender Zahl zur Verfügung stellen.“

Kompetent. Tirol ist seit jeher Vorreiter in der Skilehrerausbildung. Jetzt wurde in

SKILEHRER IN TIROL:

- Anzahl der Skischulen in Tirol: 300
- Anzahl der Schneesportlehrer: 7.000
- Betreute Gäste pro Saison: 700.000, davon mehr als 50 % Kinder
- Vergleich österreichweit: 650 Skischulen mit 16.000 Schneesportlehrern – somit deckt Tirol fast die Hälfte ab



Mit perfektem Schwung in die neue Saison

Von einem Skilehrermangel, wie er kürzlich in Vorarlberg beklagt wurde, kann in Tirol keine Rede sein. Eher machen dem Verband illegale Skilehrer aus dem Ausland zu schaffen.

VON LISA INSAM



„Es braucht Skilehrer mit anderer Muttersprache. Einem dreijährigen Dänen wird man kaum auf Deutsch das Skifahren beibringen können.“

RICHARD WALTER, PRÄSIDENT DES TIROLER SKILEHRERVERBANDS



© FRANZ OSS

dieser Hinsicht ein weiterer Meilenstein gesetzt. In der Axamer Lizum eröffnete vor wenigen Tagen das weltweit erste Kompetenzzentrum für Schneesport.

Der Standort Axamer Lizum ist optimal mitten in Tirol gelegen. Die Höhenlage (1.600 Meter) garantiert Schneesicherheit den ganzen Winter über. Nur etwa 20 Minuten mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln von Innsbruck entfernt, soll das neue Kompetenzzentrum direkt an der Piste zum Dreh- und Angelpunkt für die Tiroler Skilehrer-Ausbildung werden. Mehr als 40 Doppelzimmer, Seminarräume, Boulder- und Fitnessraum sowie ein Wellnessbereich warten auf die künftigen Skilehrer.

Die Skischulen mit ihren gut ausgebildeten Lehrern sind ein wesentlicher Faktor im Tiroler Wintertourismus. Etwa 10 bis 15 Prozent der Gäste buchen einen Skikurs. Für die Zukunft erhofft man sich, dass die Kunden und ihre Familien auf Dauer gehalten werden.

Richard Walter bekennt sich dazu, dass nicht nur Tiroler, sondern auch viele ausländische Skilehrer auf den heimischen Pisten arbeiten: „Es braucht Skilehrer mit anderer Muttersprache. Einem dreijährigen Dänen wird man kaum auf Deutsch das Skifahren beibringen können. Viele Gäste beharren auf einem Lehrer, der die jeweilige Sprache spricht. Es hat also nichts mit einem Mangel zu tun, der Markt erfordert es.“

Sorgenkind. Was den Tiroler Skischulen aber Kopfzerbrechen bereitet, sind immer mehr sogenannte „illegale Skilehrer“. Ausländische Reiseveranstalter bieten Skiurlaube mit Skilehrerbetreuung an. Die meisten dieser Instrukteure haben weder eine Ausbildung noch gehören sie einer offiziellen Schule an. Dagegen anzukämpfen, ist allerdings

alles andere als einfach. Werden die pfuschenden Skilehrer erwischt, sind sie am nächsten Tag spurlos verschwunden. Neben dem finanziellen Aspekt äußert Richard Walter auch andere Bedenken: „Diese Skilehrer haben keine Ausbildung, zahlen keine Abgaben oder Steuern und das Schlimmste ist, dass sie meist auch nicht in der Lage sind, für die Sicherheit der Gäste zu sorgen.“

Laut Präsident Walter können die 300 Tiroler Skischulen gut leben. Dass es 116 Schulen mehr gibt als noch vor vier Jahren, hat damit zu tun, dass sich viele Skilehrer als Einzelkämpfer durchschlagen. „Da ist das Bild verzerrt. Diese Leute gehörten früher den großen Skischulen an, was bedeutet, dass es eigentlich nicht viel mehr Schulen gibt als noch vor ein paar Jahren“, so Verbandspräsident Walter. Gerade die vielen Ein-Personen-Skischulen machten es nicht einfacher, den schwarzen Schafen auf die Schliche zu kommen. x

LEHRGÄNGE IN DER SCHNEESPORTLEHRER-AUSBILDUNG

Ski Alpin

- Skilehrer-Anwärter
- Landesskilehrer
- Diplom-Skilehrer
- Skiführer

Snowboard

- Snowboardlehrer-Anwärter
- Snowboardlehrer
- Diplom-Snowboardlehrer
- Snowboardführer

Langlauf

- Langlauflehrer-Anwärter
- Langlauflehrer
- Diplom-Langlauflehrer

Kristallklar. Die „Kristall-Lodges“ im Skigebiet Hochzillertal bieten genau das, was der Gast sucht: alpinen Lifestyle verbunden mit besten Pisten.

© HOCHZILLERTAL (L), BERGBAHNEN SÖLDEN



Mehr Komfort, Erlebnis und Schneesicherheit

Tirols Bergbahnen haben auch für diese Wintersaison kräftig investiert. Die Beschneigung wurde weiter ausgebaut, alte Lifte durch moderne Anlagen ersetzt. Nicht zuletzt geht es um das Erlebnis Berg und seine Inszenierung.

VON ERNST SPRENG

Rund 507 Millionen Euro haben Österreichs Seilbahnunternehmen für die heurige Wintersaison investiert. Es sind neue Pistengeräte, die Erweiterung der Beschneiungsanlagen und zusätzliche Speicherteiche, die man auf der langen Liste der Neuerungen findet. Ältere Liftanlagen verschwanden und wurden durch moderne Anlagen ausgetauscht, die Komfort und Kapazität gleichzeitig erhöhen. Erst dann kommen die Großinvestitionen in neue Liftanlagen und neue Erlebnisse am Berg.

Aussichtsreich. Solch besondere Erlebnisse bietet das neue Restaurant „IceQ“ bei der Bergstation der Gaislachkogelbahn hoch über Sölden. Auf 3.048 Metern Meereshöhe hat hier eine Erlebniswelt ihre Türen geöffnet, die Kulinarik mit Aussicht, Komfort mit Staunen verbindet. Ein Highlight: Eine Hängebrücke führt vom neuen Gebäude zum Gipfel. Großer Wert wurde auch auf gute Architektur gelegt. Das Motto ist: Weg vom Seilbahn-Zweckbau, hin

zur modernen alpinen Identität. Dass hier auf über 3.000 Metern Meereshöhe ein eigener Wein gelagert wird, ist eine jener Geschichten, die man zuhause nach dem Winterurlaub gerne erzählt.

TIROLER INVESTITIONEN

Auch für die Saison ist man in kaum einem Tiroler Skigebiet untätig geblieben. Bei vielen stand nach wie vor der Bau von Speicherteichen und die Erweiterung der Beschneigung an erster Stelle – so zum Beispiel in Alpbach, Fiss, bei den Bergbahnen Hohe Salve, in Kappl oder See. Die größten Investitionen in Tirol wurden bei der Silvrettabahn getätigt – mit der Pendelbahn Piz Val Gronda bzw. der Pardatschgratbahn. Kräftig investiert hat man außerdem im Skigebiet Hochzillertal (zwei neue Lifte) und bei der Ötztaler Gletscherbahn (Panoramarestaurant). Der Trend allgemein: Viele Tiroler Skigebiete haben heuer alte Liftanlagen durch moderne 6er-Sessel-Bahnen mit Wetterschutz und Sitzheizung ersetzt.

Das Thema Luxus hat in den vergangenen Jahren in Tirols Skigebieten immer öfter Einzug gehalten. Im Skigebiet Hochzillertal gibt es ab diesem Winter nicht nur zwei neue Liftanlagen, die vor allem das Gebiet rund um die bekannte Kristallhütte besser erschließen. Seit vergangenem Jahr sind auch zwei Luxusgondeln im Einsatz, die mit dem Interieur der 7er-Klasse von BMW ausgestattet wurden. Die Luxusgondel bestellt man online – mit im Paket: ein reservierter Parkplatz im Tal, der Transport der Skier zum VIP-Bereich in der Talstation und ein Glas Champagner bei der Bergfahrt. Und die neuen „Kristall-Lodges“ machen das Übernachten mitten im Skigebiet zu einem außergewöhnlichen Erlebnis.

Was sich Gäste wünschen. Hinter all diesen Investitionen steckt nicht nur das Gespür der Seilbahnunternehmer, wie sie gegen internationale Konkurrenz punkten können. Vielmehr setzt man seit rund zehn Jahren auf intensive Gästebefragung. Mit „SAMON“ hat die österreichische Seilbahnwirtschaft die





wohl größte Gästebefragungsdatenbank auf Knopfdruck parat. Rund 320.000 Wintersportgäste wurden bisher befragt, jährlich kommen rund 30.000 dazu.

Bei diesen Befragungen werden neue Ideen und Investitionen immer mit guten Noten belohnt. „Das ist ein klares Zeichen, dass unser Weg der richtige ist, und ein klarer Auftrag dafür, konsequent an dieser markanten Positionierung weiterzuarbeiten“, so Erik Wolf, Geschäftsführer des Fachverbandes der Seilbahnen Österreichs. Gerade mithilfe neuer alpiner Erlebnisse versucht man, die Attraktivität des Skifahrens auch für junge Menschen zu erhalten.

Zahlen sprechen dazu eine erfreuliche Sprache: Noch immer sind ein Drittel aller alpinen Wintersportler unter 30 Jahren, bei den Snowboardern sind es rund 50 Prozent. Zudem wurde vergangenen Winter ein Anstieg bei den „Skier Days“ verzeichnet: 54,2 Millionen Skitage schlugen in Österreich 2012/2013 zu Buche, was einem Plus von über acht Prozent gleichkommt.

Neue Zielgruppen. Es sind aber nicht nur die klassischen Pisten, die den Wintergast der Zukunft nach Tirol locken sollen. Auch das lässt sich an den diesjährigen Investitionen ablesen. In Ischgl eröffnet Ende Dezember die Pendelbahn „Piz Val Gronda“. Mit dem 20-Millionen-Euro-Projekt wird unter anderem ein neuer Freeridebereich für Ischgl erschlossen – mit Tiefschneeabfahrten in das Fimbatal. Variantenfahrer und Freerider können sich direkt ab der Bergstation auf weite Hänge, verspielte Kuppen und Mulden freuen.

Das „andere“ Skifahren hat seit jeher auch am Arlberg große Bedeutung. Darum gibt es hier ab der heurigen Saison auch eine neue Funslope am Galzig. Und auch in Nauders setzt man auf die neue Individualität der Skifahrer. Vier neue Skirouten wurden im Skigebiet Nauders gestaltet.

Wer Skifahren liebt und auf neue Erlebnisse am Berg aus ist, der kann sich diesen Winter in Tirol so richtig austoben – zwischen Luxus, neuen Möglichkeiten und altbekannter Qualität. ✕

Service bringt Erfolg

Seilbahnunternehmer Heinz Schultz sieht Tirol führend in Sachen Komfort und Service am Berg.

S AISON: Herr Schultz, Tirols Seilbahnunternehmer investieren in Komfort. Weshalb? **HEINZ SCHULTZ:**

Ob Tiroler Seilbahner mehr in den Komfort investieren als andere, kann ich so gar nicht sagen. Ich weiß aber eindeutig aus unserer Erfahrung, dass der Slogan „Service is our success“ bei Seilbahnunternehmen absolut zutreffend ist. In Tirol wird Service eben in allen Bereichen geboten und ständig ausgebaut.

Was wünscht sich der Wintergast von einem Skigebiet? Meine Erfahrung zeigt, dass sich der Gast Wintererlebniswelten am Berg wünscht. Es geht nicht mehr um das reine Skifahren. Vielmehr spielen Erfahrungen wie Genuss, Spaß und Erholung eine ganz wesentliche Rolle.

Wie sehen Sie die Qualität der Tiroler Skigebiete im internationalen Vergleich? Das kann man ganz einfach erklären: Wir sind die Benchmark. Die Bergbahnen in Tirol sind in puncto Qualität, Sicherheit und Komfort weltweit führend. Führend sind wir aber auch im Preis-/Leistungsverhältnis.

Vielen Dank für das Gespräch. ✕



Eispalast. Das „IceO“ ist die neue Errungenschaft des Ötztals. Das Restaurant bei der Bergstation der Gaislachkogelbahn ist unter anderem durch eine Hängebrücke mit dem Gipfel verbunden.



RUSSLAND

Wachstumsmarkt Russland

Die Nächtigungen russischer Gäste haben sich in nicht einmal zehn Jahren verdreifacht. Tirol punktet mit Sicherheit, Servicequalität und seiner hervorragenden Infrastruktur.

VON MATTHIAS KRAPF



Liebesgrüße nach Moskau. Bei der Freizeitmesse in der russischen Hauptstadt präsentierten sich Tirol und Regionen wie Ischgl.

Russland ist ein absoluter Wachstumsmarkt. Im Tourismusjahr 2012/13 wurden 7,6 Prozent mehr Übernachtungen russischer Gäste verzeichnet als im Vorjahr. „Seit 2005 haben sich die Nächtigungen sogar mehr als verdreifacht“, berichtet Holger Gassler, Leiter Marketing Großbritannien, Nord-, Zentral- und Osteuropa sowie Fernmärkte in der Tirol Werbung. Der russische Markt boomt – selbst die Wirtschafts- und Finanzkrise konnte dem überaus positiven Trend der letzten Jahre nichts anhaben. Und er boomt vor allem im Winter, entfallen doch neun von zehn Nächtigungen auf die Wintersaison.

Tiroler Regionen als Pioniere.

Als Pioniere haben die Tiroler Regionen den Markt geöffnet: allen voran Mayrhofen-Hippach, Ötztal, Ischgl, Innsbruck, Serfaus-Fiss-Ladis, St. Anton und Seefeld. Heute befindet sich Russland im Ranking der nächtigungsstärksten Quellmärkte im Winter mit einem Marktanteil von 2,4 Prozent auf Rang 7, noch vor Polen und Tschechien (gesamt Platz 9). Im Winter führt Mayrhofen-Hippach die Rangliste der Regionen mit den meisten Über-

nachtungen an, knapp gefolgt von Ötztal Tourismus. Im Sommer ist Innsbruck und seine Feriendörfer die mit Abstand nächtigungsstärkste Region.

Die Besonderheit: Fast 80 Prozent der russischen Nächtigungen entfallen auf die Zeit von Jänner bis März. Viele Gäste aus Russland feiern das orthodoxe Weihnachtsfest sehr gerne in den Alpen. Und noch immer gilt: „Der Urlaub in Tirol ist ein Statussymbol“, so Gassler. Allerdings kommen nicht mehr nur sehr reiche Russen, sondern zunehmend auch Angehörige der wachsenden Mittelschicht. Tirol punktet hier mit Sicherheit, Servicequalität und Infrastruktur. Das lassen sich die russischen Gäste dann auch gerne etwas kosten: Mit 149,- Euro liegen die Tagesausgaben inklusive Anreise deutlich über dem Tirol-Schnitt von 123,- Euro. Die gehobene Hotellerie ist klar die beliebteste Unterkunfts-kategorie, wenngleich Vier- und Fünf-Stern-Betriebe in den letzten Jahren Anteile zugunsten von Ferienwohnungen eingebüßt haben.

Und noch eine Veränderung zeichnet sich ab: Die russischen Gäste buchen ihren Tirol-Aufenthalt nicht mehr nur im Reisebüro. „Das Direktbuchen bei Hotels oder via Online-Plattformen nimmt zu“, erklärt Holger Gassler.

Mehr B2C-Kommunikation. Weil die Zahl der Individualgäste steigt, zielt die Tirol Werbung in der Marktbearbeitung vermehrt auf dieses Segment ab. Neben dem generell sehr wichtigen Präsenzzeigen am russischen Markt wird deshalb die B2C-Kommunikation verstärkt – zum Beispiel mithilfe des verbesserten Onlineauftritts visittirol.ru, aber auch bei Messen und Events. Im heurigen Herbst war Tirol beispielsweise erstmals auf einer der großen Freizeitmessen in Moskau vertreten. „Wir wollen im Rahmen einer engen Zusammenarbeit mit der Österreich Werbung in Moskau, den Tiroler Regionen und den österreichischen Incomern gezielt den hochwertigen Individualgast ansprechen“, sagt Holger Gassler. Ziel sei es, Tirol als die Wintersportdestination Nummer eins zu positionieren.

Wenn sich Tirol in wenigen Wochen bei den Olympischen Winterspielen auf der internationalen Bühne präsentiert, wird auch der russische Markt ins Visier genommen. Für handverlesene Multiplikatoren wie Reiseveranstalter, Journalisten und Airline-Verantwortliche richtet die Tirol Werbung mit ihren Regionspartnern einen stimmungsvollen Abend im Austria Tirol House aus.

x



Massiv Bauen Mit Holz!

Hotel- & Tourismusbetrieb Umbau, Anbau, Neubau

Sie wollen Ihren Hotel- oder Tourismusbetrieb erweitern? Neubau, Anbau oder Aufstockung? Wir haben **schnelle und massive Lösungen** für Sie! Kontaktieren Sie uns!

170 Zimmerei-Partnerbetriebe in Österreich, Deutschland und Italien bauen für Sie.

Klare Argumente

- Perfekte Bauphysik & ideales Raumklima
- Kurze Bauzeiten, finanzielle Einsparungen
- Keine Baufeuchte, keine Trocknungszeiten
- Zukunftsorientiert, nachhaltig und gesund Bauen
- Mehr Wohnraum bei gleichen Dämmwerten
- Gestaltungsfreiheit durch massiven Baustoff
- High-Tech vom Werkstoff bis zum fertigen Haus

DMH Handels GmbH

Alois Kemter Str. 5, 6330 Kufstein,

Tel.: +43 (0)5372 72138

Fax: +43 (0)5372 72148,

E-Mail: office@dasmassivholzhaus.com

www.dasmassivholzhaus.com



REISEMARKT RUSSLAND IN ZAHLEN:

DER TYPISCHE RUSSISCHE WINTER-GAST: ist deutlich jünger als der durchschnittliche Tirol-Gast (38 vs. 42 Jahre).

AUFENTHALTSDAUER 2012/13: im Winter 6,9 Tage (Tirol gesamt: 4,9 Tage) und im Sommer 3,4 Tage (Tirol gesamt: 3,9 Tage)

BEVORZUGTE UNTERKUNFT: Drei Viertel der russischen Winter-Gäste entscheiden sich für Hotels/Pensionen (Tirol-Schnitt: 59 %). Ferienwohnungen spielen hingegen eine unterdurchschnittliche Rolle (16 % vs. 26 % Tirol gesamt).

WINTERAKTIVITÄTEN: Skifahren (90 %), Snowboarden (20 %), Winterwandern (10 %). Zur Erholung werden gerne Thermen besucht (20 %). Après-Ski, Nachtleben und Shopping genießen höhere Priorität als beim Tirol-Durchschnitt.

ANREISE: Der Großteil reist im Winter mit dem Flugzeug an (83 %).

BUCHUNGSGEWOHNHEITEN: Der Großteil der russischen Winter-Gäste bucht die Unterkunft entweder im Reisebüro (27 %) oder über eine Buchungsplattform (30 %).

INFORMATIONSQUELLEN: Das Internet ist die wichtigste Info-quelle (70 %). Russische Winter-Gäste informieren sich zudem überdurchschnittlich in Reisebüros (21 % vs. 7 % Tirol gesamt).

TAGESAUSGABEN: Die Tagesausgaben liegen im Winter mit € 149,- (inkl. Anreise) deutlich über dem Tirol-Schnitt von € 123,-.

MARKTANTEIL: 1,6 % im TJ 2012/13 (Winter: 2,4 %, Sommer: 0,3 %)

REISEHÄUFIGKEIT: sehr niedrige Auslandsreiseintensität von 20 %

NÄCHTIGUNGSZAHLEN: Winter 2012/13: 638.300, Sommer 2013: 62.960

REISEVOLUMEN: Die Russen unternahmen 2011 rund 23,8 Mio. Auslandsreisen, wovon 19,6 Mio. auf Urlaubsreisen entfielen.

BIP PRO KOPF (2012): € 10.207 (EU: € 25.500)

QUELLEN: AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG, GZT MARKT INFORMATION RUSSLAND 2013, T-MONA WINTER 2011/12, STATISTA.DE

KONTAKT

Holger Gassler
Leitung Marketing Großbritannien,
Nord-, Zentral- und Osteuropa sowie
Fernmärkte
Tel.: +43 (0)512/53 20-641
holger.gassler@tirolwerbung.at



Im Trend. Derzeit gehen etwa acht Prozent der Tirol-Urlauber langlaufen – Tendenz steigend.



Die Renaissance des Langlaufs

Während der alpine Skisport mit schwindenden Zielgruppen kämpft, feiert sein nordisches Pendant eine Renaissance. Immer mehr Menschen entdecken Langlaufen für sich und sorgen für volle Betten in Regionen, die den Trend bereits erkannt haben.

VON STEFFEN ARORA

Während der alpine Skisport auf gerade einmal 100 Jahre Geschichte verweisen kann, ist Langlaufen ungleich älter. Schon vor 5.000 Jahren waren die Jäger Skandinaviens bei ihren Beutezügen auf Skiern unterwegs. Doch in unseren Breiten ist der nordische Skilauf relativ jung und konnte sich erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts durchsetzen. Wobei er in Sachen Popularität seinem großen Bruder, dem alpinen Skisport, nie das Wasser reichen konnte. Doch nun zeichnet sich eine Trendwende ab. Während die Zahl der aktiven Skifahrer rückläufig ist, wie Studien der Plattform „Allianz Zukunft Winter“, des Institutes meinungsraum.at sowie zahlreicher weiterer Organisationen ergaben, erfreut sich die nordische Variante nie da gewesener Beliebtheit.

Beste Voraussetzungen. In Tirol bleibt dieser Trend nicht unbemerkt. Derzeit, so die Statistik, gehen rund 8 Prozent der Gäste im Urlaub langlaufen – Tendenz steigend. Der durchschnittliche Langlaufgast ist 47,5 Jahre alt, sucht Ruhe, Erholung und nutzt gerne hochwertige Zusatzangebote. Manche Regionen haben sich bereits auf dieses Kundensegment spezialisiert, wie zum Beispiel die Olympiaregion Seefeld oder die Sport- und Vitalregion Achensee. In Seefeld beträgt der Anteil der Langläufer unter den Gästen bereits mehr als 50 Prozent.

Dieser Wert kommt nicht von ungefähr. Einerseits weist Seefeld die idealen landschaftlichen Voraussetzungen für den nordischen Skisport auf: abwechslungsreiche Topografie mit sanften Hügeln, abgelegenen Tälern und romantischen Seen sowie die perfekte alpine Höhenlage als Plateau auf rund 1.200 Metern Seehöhe. In Verbindung mit der Nord-West-Staulage garantiert das Schneesicherheit. Ähnlich günstige Voraussetzungen treffen auch auf die Region Achensee zu. Doch neben den natürlichen Gegebenheiten hat die Region Seefeld auch in die Infrastruktur investiert. So steht Fans des nordischen Skisports ein nordisches Kompetenzzentrum zur Verfügung, das zwei Sprungschanzen, eine moderne Biathlonanlage sowie 279 Loipenkilometer inklusive Beschneiungsanlage umfasst. Aus touristischer Sicht sind vor allem die Loipen und die Biathlonanlage von Bedeutung.

Qualität und Zusatzangebote. Landschaftlich hat Tirol alles, was Langlauf-



TIROL WERBUNG/JOSEF MALLAUN (4)

Perfekte Bedingungen. Landschaftlich hat Tirol alles, was Langlauf Fans begehren.

fans begehren. Doch längst will der Gast mehr als nur endlose Loipen. Markus Tschoner, Tourismusdirektor der Olympiaregion Seefeld, weiß um die hohen Ansprüche des Langlauf-Publikums: „Diese Zielgruppe ist schwieriger anzusprechen, als die der klassischen Skifahrer. Weil sie einerseits viel heterogener ist und weil sie andererseits viel höhere Ansprüche mitbringt.“

Um allen Bedürfnissen gerecht zu werden, muss eine Urlaubsregion mehr als nur abwechslungsreiche Loipen bieten. Der Langlaufgast sucht vor allem das hochwertige Zusatzangebot, denn er verbringt nicht den ganzen Tag auf der Loipe wie etwa die Skifahrer. Gerade Langläufer nutzen gerne und ausgiebig den Spa-Bereich im Hotel, vertreiben sich die Zeit mit Shoppen und gutem Essen oder probieren andere Wintersportangebote wie Rodeln, Skilaufen oder Winterwandern. „Wir haben in Seefeld deshalb 140 Kilometer Winterwanderwege geschaffen, bieten Rodelstrecken und setzen auch auf unsere Skilifte“, erklärt Tschoner die Bedeutung eines vielseitigen Angebotes.

Nordic Lifestyle. Das verstaubte Image, das dem nordischen Skisport bis vor Kurzem noch anhaftete, ist längst passé. Heute ist der Nordic Lifestyle, der eine winterliche Weiterentwicklung des auf Gesundheit bedachten Jogging- und Fitnesstrends ist, en vogue. Kein

Wunder also, dass sich die Trimm-dich-fit-Szene neuerdings auf den Loipen tummelt. Sogar große Organisationen vom Deutschen Skiverband bis hin zu den WeightWatchers Deutschland propagieren Ski-Langlauf als gesunde Wintersport-Alternative. Und auch hier achtet der Gast auf Qualität: Am liebsten bucht er Trainerstunden mit seinem persönlichen Langlaufcoach.

(Spitzen)sport als Werbung. Medial ist es in erster Linie der Spitzensport, der den nordischen Disziplinen Auftrieb bringt. In Deutschland freut sich etwa Biathlon über Rekordquoten, bei der diesjährigen WM verfolgten bis zu 6 Millionen TV-Zuseher die Liveübertragungen der Rennen. Touristisch schlägt sich das in der Nachfrage nieder, wie Markus Tschoner weiß: „Unsere moderne Biathlonanlage, auf der sich Gäste an der Sportart versuchen können, kommt großartig an.“ Mit der Ausrichtung eigener Großveranstaltungen rücken sich Regionen selbst in den Fokus der medialen Aufmerksamkeit. Seefeld, das bereits drei Mal olympische Austragungsstätte nordischer Bewerbe war – 1964, 1976 sowie im Zuge der YOG 2012 – hat sich aktuell als Austragungsstätte der Nordischen Ski-WM 2019 beworben. Die Tiroler Region gilt als aussichtsreicher Kandidat, wenn am 5. Juni 2014 die Entscheidung darüber fällt. Die Region Hochfilzen/Pillersee Tal hat sich bereits durchsetzen können und wird 2017 die quotenträchtige Biathlon-WM ausrichten. Auch neue Formate werden entwickelt, wie etwa „Nordic Combined Triple“, ein neues Rennformat der FIS, das im Jänner 2014 in Seefeld seine Weltpremiere feiert. Neben dem Spitzensport spielen aber auch Breitensport-Veranstaltungen eine große Rolle für die wachsende Beliebtheit des Langlaufsportes. So verzeichnen die sogenannten Volksläufe wie der Nordische Achenseelauf, der Koasalauf in St. Johann oder der Ganghoferlauf in der Leutasch regelmäßig neue Teilnehmerrekorde.

Langlauf-Spezialisten. In Tirol kümmert sich unter anderem die Tirol Werbung mit der Gruppe der Tiroler Langlauf-Spezialisten, der derzeit zehn Regionen angehören, um die Weiterentwicklung des Themas. Eine Strategie für die Jahre 2013 bis 2016 bildet hierfür die Grundlage. Langlaufen ist als A-Thema ein wesentlicher Bestandteil der Bergwinter-Säule „Genießen“, was dem Potenzial der Gruppe der Genuss-Langläufer geschuldet ist. Um die Qualität sicherzustellen,

wurden für die Regionen Qualitätskriterien, wie etwa das Loipengütesiegel, ein umfangreiches Loipennetz, Langlaufkurse, umfassende Informationen zum Thema – sowohl on- als auch offline verfügbar – sowie ein gut sortierter Fachhandel, erarbeitet. Diese werden nun auch laufend überprüft. Darüber hinaus gibt es mittlerweile bereits 180 geprüfte Langlaufunterkünfte in Tirol, die Qualitätskriterien wie einen Wasch- und Trockenservice, einen Skiraum oder einen Loipeneinstieg in maximal drei Kilometern Entfernung vorweisen können.

Die Angebotsentwicklung in diesem Themenfeld wurde mit dem Impulsworkshop „Langlauf und Gesundheit“, der sich an die Gruppe der Tiroler Langlauf-Spezialisten und ihre regionalen Leistungsträger richtete, gestartet. Neben dem Wissensaustausch mit Referenten wie Wolfgang Schobersberger vom Institut für Sport-, Alpinmedizin und Gesundheitstourismus oder Ingrid Fink-Nöckler vom TSLV sowie Marktexperten der Tirol Werbung, wurden im Rahmen dieses Workshops erste Ideen für die konkrete Angebotsgestaltung gesammelt. So wird sichergestellt, dass der Trend zum nordischen Skisport dem Tiroler Tourismus weiter Auftrieb gibt und das Herz der Alpen auch in Sachen Langlauf die Nummer eins bleibt. ✕

FACTS ZUM LANGLAUFEN:

- Ski-Langlauf ist in der Tirol Werbung als A-Thema in der Marketingstrategie 2013-2016 definiert.
- 8 % der Tirol-Gäste gehen im Urlaub langlaufen.
- 5 % mehrmals, 3 % einmal.
- Der Langläufer ist mit 47,5 Jahren deutlich älter als der durchschnittliche Tirol-Gast. 27 % fallen in die Altersgruppe 40-49 Jahre, 24 % in die zwischen 50-59 Jahren.
- Rund ein Drittel sind sportliche Langläufer, zwei Drittel Genuss-Langläufer.
- 8,8 Millionen Deutsche haben Langlauferfahrung, 570.000 Deutsche betreiben häufig Ski-Langlauf, 6,23 Millionen Deutsche üben den Sport ab und zu aus.
- Vom Potenzial her werden bei den Langlaufgästen in Tirol rund ein Drittel der Gruppe sportlicher Langläufer zugeschrieben, rund zwei Drittel wiederum der Gruppe der Genuss-Langläufer.
- Die wichtigsten Zielmärkte: Deutschland, Schweiz.

Verstärker: Der Funkkopfhörer verbindet sich via Bluetooth mit dem Hörgerät bzw. dem Cochlea-Implantat und ermöglicht so auch Schwerhörigen, bequem fernzusehen.



© GERHARD BERGER (3)

BARRIEREFREI

Neben seinem speziellen Angebot für Hörbehinderte ist das Hotel Innsbruck auch rollstuhl- und sehbehindertengerecht. Das Hotel verfügt über drei barrierefreie Zimmer, die Tiefgarage, der Wellnessbereich und der Speisesaal sind ebenfalls mit dem Rollstuhl erreichbar. Für sehbehinderte Gäste wurden ertastbare Hinweise an den Handläufen im Treppenhaus angebracht, die Zimmernummern sind ertastbar und das Bedienfeld im Aufzug ist mit Braille-Schrift versehen.

Licht statt Ton

Zahlreiche Hotels bieten barrierefreien Urlaub für Reisende im Rollstuhl oder mit einer Sehbehinderung an. Das Hotel Innsbruck hat nun als erstes Hotel Tirols einen speziellen Service für gehörlose und schwerhörige Gäste eingerichtet.

VON SYLVIA AINETTER

Reisen mit Handicap ist eine große Herausforderung. Die Wahl des Hotels erfolgt dann vor allem nach einem Kriterium: Ist die Unterkunft barrierefrei?

In Tirol gibt es zahlreiche Hotels und Pensionen, die für Rollstuhlfahrer und Blinde barrierefrei adaptiert wurden. Für Rollstuhlfahrer sind Treppen, zu schmale Türen sowie nicht unterfahrbare Tische und Waschbecken unüberwindbare Hindernisse. Rollstuhlgerecht wird ein Haus aber erst dann, wenn weitere Kriterien wie etwa Haltegriffe im Badezimmer, Lichtschalter in der richtigen Höhe und ausreichend große Aufzüge vorhanden sind. Sehbehinderte benötigen Hinweise in Blindenschrift und ertastbare Zimmernummern, um sich orientieren zu können. Schwerhörige und Gehörlose scheinen es da leichter zu haben. Vielleicht ist auch deshalb das Angebot noch rar. Dabei haben rund 20 Prozent der Österreicher Probleme mit dem Hören.

Lichtsignal als Feueralarm. Als erstes Hotel in Tirol stellt nun das Hotel

Innsbruck einen speziellen Service für Hörbehinderte zur Verfügung: den Gehörlosen-Koffer. „Ich bin selbst gehörlos. Deshalb liegt mir dieses Thema besonders am Herzen“, erklärt Verena Ischia, Geschäftsführerin des Innsbrucker Vier-Stern-Hauses. Die Probleme, die Gehörlose und Schwerhörige auf Reisen erwarten, scheinen simpel, können aber mitunter sogar lebensgefährlich sein. „Wir hören kein Telefon, keinen Fernseher und kein Klopfen an der Tür – und natürlich auch keinen Feueralarm“, sagt

gestellt wurde der Koffer in Zusammenarbeit mit dem Schwerhörigenzentrum Tirol, dem Tiroler Landesverband der Gehörlosenvereine und der Tirol Werbung. „Mithilfe dieses Koffers kann jedes Zimmer hörbehindertengerecht adaptiert werden“, hält Ischia fest.

Im Koffer enthalten ist ein Lichtblitzwecker, der nicht nur dafür sorgt, dass der Gast nicht verschläft, sondern auch Telefonklingeln, das Weinen eines Babys oder einen Feueralarm in Lichtsignale „übersetzt“. Ein eigener Klingelknopf, der an der Zimmertür angebracht wird, macht mit Lichtblitzen auf Besucher aufmerksam und sorgt so dafür, dass sie nicht mehr überhört werden. Für den Fernseher stehen eigene Funkkopfhörer für Hörgeräte bereit, zudem ist der Fernseher mit einem Videotextdecoder ausgestattet.

Ohne Hindernisse. „Derzeit haben wir einen solchen Koffer im Haus“, erzählt die Hotelierin, „wir sind gespannt, wie er angenommen wird.“ Seit etwa einem halben Jahr besteht dieses Angebot, bisher wurde der Koffer aber noch nicht

„Mithilfe des Gehörlosen-Koffers kann jedes Zimmer hörbehindertengerecht adaptiert werden.“

VERENA ISCHIA, GESCHÄFTSFÜHRERIN HOTEL INNSBRUCK

Ischia. Im Falle eines Brandes könnte das fatale Folgen haben.

Im Hotel Innsbruck bekommen Hörbehinderte beim Check-in einen portablen Schwerhörigen- und Gehörlosen-Koffer mit aufs Zimmer. Zusammen-

angefragt. Neben Schwerhörigen und Gehörlosen können im Hotel Innsbruck auch Sehbehinderte und Rollstuhlfahrer einen barrierefreien Urlaub verbringen. Rollstuhlfahrer checken regelmäßig im Hotel Innsbruck ein. x



© EMANUEL KASER

„Wir bekennen uns zum Tourismus“

DIE HYPO TIROL BANK ENGAGIERT SICH SEIT VIELEN JAHREN STARK IM TIROLER TOURISMUS. EXPERTE ANDREAS KLEINHANSL IM GESPRÄCH

Wie steht die Hypo Tirol Bank Finanzierungen im Tourismus gegenüber? ANDREAS KLEINHANSL:

Die Hypo Tirol Bank als Landesbank, als Bank der Tiroler und Tirolerinnen und der Tiroler Betriebe, bekennt sich zum Tourismus als wichtigster Wirtschaftsfaktor in Tirol. Vielen Befürchtungen zum Trotz kann der Tourismus in Tirol auf eine sehr stabile Entwicklung verweisen. Wir sehen es als Ziel, die Weiterentwicklung des Tourismus zu unterstützen und zu fördern, mit dem Ziel, die Ertragskraft und die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbetriebe zu erhalten und weiter zu steigern. Die Tourismusbranche ist naturgemäß sehr stark vom Fremdkapital abhängig und weist unterdurchschnittliche Eigenkapitalquoten, verbunden mit einer niedrigen Umsatzrentabilität, auf. Trotz dieser schon jahrelang vorherrschenden Rahmenbedingungen haben wir Finanzierung für wirtschaftlich sinnvolle und rentabilitätsverbessernde Investitionen im Tourismus bereitgestellt – für die Neuerichtung von Betrieben, aber auch für Um- und Zubauten bei bestehenden Betrieben.

Wie sieht es in puncto Förderungen aus?

Bei allen Finanzierungen von Investitionen der Hypo Tirol Bank in Tourismusbetrieben prüfen unsere Förderspezialisten als Dienstleistung für unsere Kunden, ob und in welcher Höhe Förderungen lukriert werden können. Für die Gewährung von Förderungen für Tourismusinvestitionen ist vor allem die Österreichische Hotel- und Tourismusbank zuständig. Die ÖHT gewährt Einmalzuschüsse, Haftungen und Direktfinanzierung zu geförderten Zinssätzen, um die Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus zu unterstützen. Förderungen dürfen in der Regel nur kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern gewährt werden und müssen großteils vor Beginn des Projektes bei der zuständigen Stelle eingereicht werden.

Ein interessantes Thema ist die betriebliche Nachfolge: Welche Herausforderungen und Chancen ergeben sich dabei? Die betriebliche Nachfolge gehört mit zu den spannendsten und richtungsweisendsten Ereignissen im Lebenszyklus eines Unternehmens. Stellt sie

doch einen Neustart dar, der ebenso komplex und herausfordernd ist wie die Gründung eines neuen Unternehmens. Der Schlüssel einer erfolgreichen betrieblichen Nachfolge für alle Beteiligten liegt in einer frühzeitigen und sorgfältigen Planung, bei der alle Partner und Experten – insbesondere die finanzierende Bank – miteinbezogen werden. Wir bieten unseren Kunden ein umfassendes Leistungspaket im Rahmen des Investitions-, Liquiditäts-, Risiko- und Veranlagungsmanagements. Auch Kooperationspartner und Netzwerke zu rechtsberatenden Berufen helfen bei der optimalen Gestaltung der betrieblichen Nachfolge. Ein Thema bei Betriebsübergaben ist oft die finanzielle Absicherung des übergebenden Unternehmers nach dessen Ausscheiden in Form eines Einmalbetrages oder eines regelmäßigen Einkommens. Dies sollte am besten durch eine rechtzeitige Vorsorge erfolgen, die unabhängig von der Entwicklung des Unternehmens erfolgt.

Welche für den Tourismus relevanten Aktivitäten plant die Hypo Tirol Bank im Jahr 2014?

Wir haben unsere Aktivitäten verstärkt auf den Kernmarkt Tirol gerichtet, wie es der Auftrag für die Landesbank ist. Wir sind bestrebt, im nächsten Jahr unsere Marktanteile im Firmenkundenbereich – allen voran im Tourismus – weiter auszubauen und planen, wieder einen namhaften Betrag für Finanzierungen bereitzustellen.

Vielen Dank für das Gespräch. ■



Unsere Landesbank.



HYPO TIROL BANK AG

Firmenkunden Oberland

Rathausstraße 1, 6460 Imst

Tel 050700 7951

firmenkunden.oberland@hypotiro.com

Firmenkunden Unterland

Speckbacherstraße 10, 6300 Wörgl

Tel 050700 7850

firmenkunden.unterland@hypotiro.com

Firmenkunden Innsbruck

Meraner Straße 8, 6020 Innsbruck

Tel 050700

firmenkunden.innsbruck@hypotiro.com

www.hypotiro.com

Artenvielfalt auf textiler Ebene

Das kleine Tiroler Label Kontakttil bringt Artenvielfalt nach Innsbruck. Vor Kurzem hat die Textildesignerin Viola Hofer einen kleinen Shop eröffnet.

VON JANE KATHREIN



© GERHARD BERGER (3)

Robust, langlebig und gutmütig, so sieht Viola Hofer den Charakter des Tiroler Grauviehs. Ähnlich wie das Hochlandrind, das zwar ursprünglich aus Schottland stammt, jedoch mittlerweile auf Tirols Almen heimisch geworden ist, sowie das Braunvieh, die Bergschecke und das Fleckvieh. Bei näherer Betrachtung gleicht kein Rindvieh dem anderen. Die Badische Zeitung bezeichnete Hofers Entwürfe einmal als „Österreichisches Kuhdesign aus Innsbruck“. Artenvielfalt nennt es die Textilkünstlerin und druckt diese auf T-Shirts, Schlüsselanhänger und Sitzkissen.

Freiluftatelier. Alles hier im neuen Shop in der Wilhelm-Greil-Straße 12 ist klein, fein, überschaubar und besonders. Die Inspiration zu den Zeichnungen bekommt die 37-Jährige auf ihren Streifzügen durch die Tiroler Gebirgswelt. Sie beobachtet, sammelt, verarbeitet. Ganz so wie früher, als sie noch mit den Eltern, beides Biologen, und den drei Schwestern auf Entdeckungsreise ging. Zu jeder Blume und jedem Tier gab es etwas Wissenswertes zu erfahren. Gemeinsam unterwegs zu sein und doch ganz für sich selbst die Stille in der Natur zu genießen, das kennt Viola Hofer schon seit ihrer Kindheit.

Ihre Motive überträgt sie dann mit Hilfe verschiedener Techniken auf den Stoff. Die Geschichten erzählen sich durch die Abfolge der Elemente immer wieder neu und kommen dabei auch ohne Worte aus. Dass sich Farben je nach Textur eines Stoffes verändern, fasziniert Viola Hofer noch immer. Grob gewoben, fein gestrickt oder lose gefilzt – die Bindung und das Material lassen das Textil immer anders erscheinen. „Eigentlich bin ich eine Mustermacherin“, stellt sie fest. Es gibt auch schon eine kleine Edition an Stoffmustern und Webstoffen von ihr, die sie allerdings noch in ihrem Atelier verwahrt.

Die Faszination für Fasern und Struktur führte Viola Hofer zunächst ans Mozarteum nach Salzburg, später nach Sydney. Schon während dieser Zeit fertigte sie am Küchentisch gefilzte und bedruckte Produkte in kleinen Stückzahlen an und verkaufte sie auf den Märkten.

Inspiziert von der Leichtigkeit der australischen Lebensweise, machte Ho-

fer sich nach ihrer Rückkehr nach Tirol selbstständig, richtete eine Werkstatt und ein Atelier ein. 2004 gründete sie Kontakttil. Seit ein paar Wochen betreibt sie einen kleinen Shop in der Wilhelm-Greil-Straße, an ihrer Seite steht unter

Lokale Produktion. „Die Filzpantoffel sind ein durch und durch heimisches Produkt“, stellt Viola Hofer stolz fest. Das Material, Steinschafwolle, kommt aus Osttirol und wird als Meterware geliefert, hier verarbeitet. Selber filzt die Designerin

„Wird es in der Werkstatt zu eng, lagern wir einzelne Arbeitsschritte an lokale Betriebe aus. So bleibt die Wertschöpfung in der Region.“

VIOLA HOFER, GRÜNDERIN VON KONTAKTIL

anderem ihre Schwester Julia, die von Anfang an das bunte Treiben begleitet. Gemeinsam haben sie sich den Schritt in die Selbstständigkeit erarbeitet, von der Produktion über die Logistik, den Vertrieb bis hin zum eigenen Laden.

in ihrer Werkstatt nur mehr selten. Die Nachfrage an ihren textilen Feinheiten sei inzwischen zu groß.

Wenn die eigene Werkstatt zu klein wird, werden manche Arbeitsschritte in Zusammenarbeit mit vorwiegend



Viola Hofer ist Textildesignerin.

Die Inspiration für ihre Motive holt sie sich in den Tiroler Bergen. Die daraus entstehenden Kreationen werden sodann in Kleinserien gefilzt, genäht, gedruckt und auf ihre Tauglichkeit geprüft.

© GERHARD BERGER (3)

Erfolg auf Knopfdruck



Design, ein Statement.
Kontrolle, zu jeder Zeit.
Bedienung, reduziert auf Effizienz.

Privatquelle Gruber GmbH & Co KG • Innsbrucker Straße 38
A-6230 Brixlegg • Tel.: +43 (0) 5337 62628-329 • Fax: DW 35
info@schanksysteme.com • www.schanksysteme.com

regionalen Betrieben umgesetzt. In der gewohnten Qualität. Dennoch ist jede Filzbahn anders, und das sei auch gut so, denn Wolle ist ein lebendes Material. Die Steinschafwolle ist mittlerweile wieder begehrt, jedoch gibt es nur ein gewisses Kontingent davon. Die Stückzahl der robusten Filzpatschen ist damit begrenzt. In Rot, Blau und Rosa leuchten die Baby-Bodies und Baby-Hemdchen, die zum Teil aus Bio-Baumwolle geschneidert werden, die in Afrika wächst. Dort wird sie geerntet, versponnen, gewebt, gefärbt und genäht.

Die Wertschöpfung bleibt im Ursprungsland. So nachhaltig wie möglich will die Textildesignerin produzieren und ist dabei stets auf der Suche nach möglichst ressourcenschonenden Wegen.

Christkinds HelferIn. Die Maschinen in der Werkstatt surren gerade zu dieser Jahreszeit ohne Unterbrechung. Die nützlichen oder witzigen Kleinigkeiten wie Glasuntersetzer, Handytaschen und Bierdeckel sind gefragt und können auch online bestellt werden. Die Belegschaft von Kontakttil steht in den RathausGalerien im Weihnachtstrubel. Der Vorstellung, eine „Helferin des Christkinds“ zu sein, kann Viola Hofer etwas Positives abgewinnen. „Ein Teil des städtischen Marktlesens zu sein, ist bereichernd, auch wenn es manchmal anstrengend ist.“

Viola Hofer schafft Textilien, die zum (Be)greifen anregen. Längst sind die kleinen und feinen Produkte bis weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt und können auch online bestellt werden. Der Kontakttil-Shop hat von Montag bis Freitag, 10 bis 18 Uhr, geöffnet. Während der Weihnachtszeit ist Viola Hofer auch in den RathausGalerien anzutreffen. Ihre Produkte findet man im Tirol Shop sowie in vielen Geschäften in Tirol und Südtirol. ✕



Kontakttil. Die Wortkreation des Labels „Kontakttil“ besteht aus zwei Teilen: „Kontakt“ symbolisiert die Interaktion zwischen Träger und Betrachter, „taktil“ (lateinisch: tangere = berühren) die Möglichkeit, das haptisch anregende Textil wortwörtlich zu „begreifen“.

Stoff aus den Bergen

Wolle ist ein robustes Material, das auch in den Tiroler Bergen „wächst“. Es nimmt Feuchtigkeit auf, ohne sich dabei nass anzufühlen.

Das ist einer von vielen Gründen, warum Viola Hofer gerne mit diesem Material arbeitet. Wolle ist gut formbar. Besonders gute Filzeigenschaften hat die Tiroler Bergschafwolle. Sie ist widerstandsfähig, gekräuselt und eher grob. In Tirol ist sie seit Jahrhunderten in Verwendung. Im Herbst kommen die Schafe zurück von den Almen und werden geschoren. Dann wird die Wolle gewaschen und anschließend gekämmt (auf tirolerisch: „katatscht“). Bei diesem Vorgang werden

die Wollfasern in eine Richtung gebracht, damit die Wolle gesponnen oder gefilzt werden kann.

Die Tiroler Steinschafwolle, aus der zum Beispiel die Filzpantoffeln von Kontakttil angefertigt sind, ist besonders robust. Das Tiroler Steinschaf war ursprünglich ein sehr kleines und fruchtbares Schaf, das vor allem im Hochalpengebiet lebte. Heute ist es mittelgroß, kommt selten vor, die männlichen Tiere fallen durch ihr geschwungenes Horn auf. Weiß oder grau ist die Wolle. ✕

KOMPETENZZENTRUM

für Legionellenprophylaxe, Wasser- und Bäderhygiene

LEGIONELLEN –

ein gesundheitliches, wirtschaftliches und rechtliches Risiko für Beherbergungsbetriebe



Wasser ist das wichtigste und wertvollste Lebensmittel. In Österreich gehen wir davon aus, dass Trinkwasser zu jeder Zeit, in unbegrenzter Menge und in optimaler Qualität vorhanden ist. Doch Achtung! Auch bei uns kommen häufig gefährliche Krankheitserreger im Trinkwasser vor. Die sogenannten Legionellen, welche tödliche Lungenentzündungen hervorrufen können, gehören zu den Gefährlichsten. Alleine in Europa sterben jährlich über 20.000 Menschen an den Folgen einer Legionelleninfektion.

Durch einfache, anlagenspezifische Änderungen im Nutzerverhalten kann dieses große Risiko minimiert und ein nachhaltig legionellensicherer aber dennoch wirtschaftlicher und materialschonender Betrieb der Trinkwasserversorgungsanlage gewährleistet werden. In Österreich sind alle Eigentümer und Betreiber von Beherbergungsbetrieben gesetzlich verpflichtet, nachweislich etwas gegen Legionellen zu unternehmen.



Beratung & Informationen

WELLWASSER TECHNOLOGY GMBH

Stadlweg 23, A-6020 Innsbruck, Tel. +43 664 641 52 07,
office@wellwasser-technology.com, www.wellwasser-technology.com

Romantischer Stoff: Die Außenseiterin Mara (Susann Hagel) trifft den Adligen Manuel (Roman Payer).



„Sagen Sie bloß, Sie haben die ‚Mara‘!“

Mit der romantischen Oper „Mara“ des aus Tirol stammenden Komponisten Josef Netzer (1808–64) bringt das Tiroler Landestheater ab 7. Dezember 2013 ein Werk auf die Bühne, das zuletzt zu Lebzeiten des Komponisten aufgeführt wurde und lange Jahre im Archiv des Tiroler Landesmuseums Ferdinandeum überdauerte.

VON ESTHER PIRCHNER

Alles begann mit einem informellen Gespräch: Johannes Reitmeier, seit kurzer Zeit Intendant am Tiroler Landestheater, unterhielt sich mit Franz Gratl, dem Leiter der Musiksammlung des Tiroler Landesmuseums, über das Tiroler Musikschaffen und Gratl verwies auf den romantischen Komponisten Josef Netzer, dessen musikalischer Nachlass im Ferdinandeum aufbewahrt wird. „Sagen Sie bloß, Sie haben die ‚Mara‘!“, habe Reitmeier ausgerufen und sich noch in derselben Sekunde zur Aufführung des in Vergessenheit geratenen Werks entschlossen. So weit die Historie, erzählt von den beiden Protagonisten selbst.

Von den Noten zur Musik. Wie aber gelangt man vom Autograph – der handschriftlichen Partitur des Komponisten – und einem Klavierauszug, der ebenfalls von Netzer erstellt worden war,

MARA

Große Romantische Oper
von Josef Netzer
Libretto von Otto Prechtler

Premiere: 7.12.2013, 19 Uhr
weitere Aufführungen: 13. und 19.12.
2013, 8., 12. und 19.1., 1. und 7.2.,
19.3.2014

Regie: Johannes Reitmeier, Musikalische
Leitung: Alexander Rumpf, Bühne: Mi-
chael D. Egger, Kostüme: Gregor Pirouzi
und Vivienne Westwood Vienna
mit: Susann Hagel, Susanna von der
Burg/Christine Buffle, Roman Payer u. a.

Tiroler Landestheater, Großes Haus
www.landestheater.at

zu einer bühnentauglichen Fassung? Um das „Papier zum Klingen zu bringen“, wie es Wolfgang Meighörner, Direktor des

Landesmuseums, ausdrückt, ist zunächst eine aufwendige editorische Arbeit nötig, die der Chefdirigent des Tiroler Landestheaters, Alexander Rumpf, besorgte.

Aus der Partitur müssen einzelne Stimmen erstellt, Ungenauigkeiten wie falsche Vorzeichen entdeckt, unvollständige Angaben zu Tempi und Phrasierungen ergänzt und an vielen Stellen Entscheidungen getroffen werden, damit schließlich innerhalb weniger Monate Orchester und Sängern spielbares Material vorliegt. Viele kleine Fehler werden erst beim mehrmaligen Durchspielen in der Probe hörbar, anderes, wie die Gestaltung der teilweise nur skizzenhaft vorhandenen begleiteten Rezitative, ergibt sich aus der Arbeit mit den Sängern, beispielsweise die Dramatik oder lyrische Zurückgenommenheit, derer eine Szene bedarf.

Neuland betreten. „Die Arbeit mit den Sängern“, sagt Alexander Rumpf, war



© TIROLER LANDESTHEATER/RUPERT LARL (L), FRANZ OSS

Hingerissen von der Musik: Regisseur Johannes Reitmeier bei den Proben zur Tiroler Erstaufführung von „Mara“ 162 Jahre nach der Uraufführung.

überhaupt „eine ganz besondere Freude“, einfach deshalb, weil das Werk für alle gänzlich neu gewesen sei. „Keiner kannte eine einzige Note davon, niemand kannte eine Aufnahme von Fritz Wunderlich oder hätte sagen können, Caruso habe das so und so gesungen. Jeder war vollkommen unbeleckt und jeder konnte suchen und finden: Wie entwickelt sich meine Figur, meine Rolle?“

Was aus dem Klavierauszug schon herauszuhören gewesen war, bestätigte sich während der Arbeit an den Noten und vor allem bei den Proben. „Netzer hat auf der Höhe seiner Zeit komponiert. ‚Mara‘ ist eine im wahrsten Sinne des Wortes große romantische Oper und beinhaltet alles, was man sich von dem Genre erhofft“, schwärmt Johannes Reitmeier von dem rund zweistündigen Werk und zieht gleich Parallelen zu Wagners „Fliegendem Holländer“ und Gaetano Donizettis „Lucia di Lammermoor“, die eine ähnliche Thematik haben.

ROMANTIK TRIFFT PUNK

Eine möglichst pure Inszenierung, keine extravagante Neuinterpretation, plant Johannes Reitmeier für die Wiederaufführung von Josef Netzers Oper „Mara“. Extravaganzen erlaubt man sich aber bei den Kostümen, die der Vivienne-Westwood-Meisterschüler und Leiter von Vivienne Westwood Vienna Gregor Pirouzi entwirft. Dabei treffen Stilelemente des 19. Jahrhunderts auf solche des Punk.

Wie so oft in der Romantik erzählt auch „Mara“ das Aufeinandertreffen zweier nicht vereinbarer Welten anhand eines tragischen Paares: In der Realität hat die Liebe zwischen der Außenseiterin Mara, die dem fahrenden Volk angehört, und dem Adeligen Manuel keinen Bestand. Manuel lässt sich von seinem Vater zu einer standesgemäßen Hochzeit überreden, Mara verfällt dem Wahnsinn, versucht die Braut zu töten und richtet sich schließlich selbst.

Im Archiv. Dass das Sujet heute etwas altmodisch wirkt, unterscheidet Netzers Oper nicht unbedingt von anderen Werken aus derselben Zeit, die nach wie vor auf den Spielplänen der Opernhäuser stehen. Warum also wanderte „Mara“, die 1841 am Wiener „K. K. Hoftheater nebst dem Kärnthnerthore“ uraufgeführt wurde und im Anschluss auf einer erfolgreichen Tournee in Berlin, Hamburg, Hannover, Braunschweig, Kassel und Prag zu sehen war, nach Netzers Tod ins Archiv und wurde bis heute nicht mehr gespielt?

Die Gründe dafür lassen sich nur vermuten, erläutert Operndirektor Roger Boggasch vom Tiroler Landestheater. Abgesehen davon, dass im 19. Jahrhundert und davor fast ausschließlich neue Werke aufgeführt wurden und nur ein Bruchteil der Konzert- und Opernprogramme mit dem, was wir heute Standardrepertoire nennen, bestückt waren, gibt es zwei gewichtige Gründe: Zum einen ist die Partie der Mara sehr herausfordernd und damit schwierig zu besetzen. Zum anderen lässt sich aus der Lebensgeschichte Josef Netzers schließen, dass er als unbequemer Zeitgenosse gegolten hat. Vermutlich wurde er aus zwei Anstellungen als Kapellmeister in Mainz und Wien entlassen und verbrachte die letzten Lebensjahre in Graz. Dort führte er nicht nur den „Tannhäuser“ seines – damals steckbrieflich gesuchten – Komponistenkollegen Richard Wagner erstmals in der Donaumonarchie auf, sondern übte auch heftige Kritik an

der katholischen Kirche, die am Grazer Zentralfriedhof nur mehr Katholiken beerdigen ließ.

Ob diese liberale Haltung Netzer nicht nur um eine ehrenhafte Beerdigung in Graz, sondern auch um den Nachruhm gebracht hat, lässt sich wohl nicht mehr klären. Ob die späte Anerkennung für eines seiner Musiktheaterwerke auch über das Tiroler Landestheater hinaus weitere Kreise zieht, bleibt abzuwarten. Dass „Mara“ eine glanzvolle Zukunft verdient hätte, darüber sind sich die Initiatoren der Wiederaufführung des Landestheaters und Ferdinandeums einig. x



© PETER GEYMAIER

JOSEF NETZER (1808–64)

Josef Netzer aus Zams wurde u. a. in Wien von Johann Baptist Gänsbacher und Simon Sechter, dem späteren Lehrer Anton Bruckners, unterrichtet. Nach dem Abschluss der Studien 1835 wurden mehrere seiner Werke in Wien aufgeführt. 1839 unternahm er eine Reise nach Mailand, 1843 – mit der zwei Jahre zuvor erfolgreich uraufgeführten Oper „Mara“ im Gepäck – nach Deutschland und Prag. Er war Kapellmeister in Leipzig, Wien und Mainz, verfasste fünf Opern, die aber nicht alle aufgeführt wurden, Konzerte und Kammermusik. Von 1853 bis zu seinem Tod 1864 lebte er in Graz, wo er u. a. Kapellmeister am städtischen Theater und des Grazer Musikvereins war.



„Solipsis“, engelsgleiche Installation aus Polystyrol, Holz und Neonröhren von Wim Botha im Kunstraum Innsbruck.



Bücherköpfe, Blechfiguren

Ausstellungen in Innsbruck und Schwaz eröffnen im Winter 2013/14 zwei unterschiedliche Blickwinkel auf das aktuelle Kunstschaffen in Afrika: Der Kunstraum Innsbruck zeigt Werke des Südafrikaners Wim Botha, das Museum der Völker eine Sammelausstellung westafrikanischer Kunst.

VON ESTHER PIRCHNER

Nur selten bekommt man in Tirol zeitgenössische bildende Kunst aus Afrika zu sehen, umso erfreulicher ist es, dass aktuell zwei Ausstellungshäuser Positionen afrikanischer Malerei und Bildhauerei vorstellen. Dabei divergieren nicht nur die künstlerischen Ansätze, sondern auch die Materialien und Arbeitstechniken: Blech, Textilien, Knöpfe, Pailletten, Holz, Papier sowie Fundstücke, die umfunktioniert und weiterverwendet werden, zählen zu den Ausgangsstoffen, aus denen Kunst entsteht.

Einmal scheint diese Auswahl fast zufällig, ein anderes Mal – wie bei Wim Botha, der im Kunstraum unter dem Titel „Predicates“ Skulpturen, Installationen und Grafiken zeigt – geschieht sie mit

größter Sorgfalt und ist Teil der künstlerischen Aussage: Köpfe, geschnitzt aus Büchern und Industrieholz, denen ein kleinerer Schädel wie ein Anhängsel zur Seite gestellt ist, große weiße Schwingen aus Polystyrol und leuchtende Neonröhren nehmen den Ausstellungsraum gänzlich ein. An den Wänden sind Skizzen zu sehen, die dieselbe Dynamik, dasselbe Interesse an den Strukturen von Bewegungen und Körpern verraten wie die Skulpturen und Installationen in der Raummitte.

Material und Bearbeitung. Das Holz erhält seine Form in noch feuchtem Zustand, weil die Textur der Fasern, die dadurch entsteht, eine andere ist: „organischer, näher an der menschlichen Sub-

stanz“, wie Wim Botha in einem Interview erzählt. Die Seiten der Bücher werden nicht verklebt, um sie mit Schnitzwerkzeug und grobem Sandpapier bearbeiten zu können, sondern nur fest zusammengepresst. Dadurch bleibt – zumindest theoretisch – nicht nur das Material erhalten, sondern auch der Inhalt: das unermessliche Wissen, das in Lexika und anderen Nachschlagewerken gedruckt ist, aber in Zeiten elektronischer Medien kaum noch aus Büchern abgerufen wird. Auf diese Weise gibt Botha seinen Objekten eine Geschichte, lädt sie mit vielfältigen Bedeutungen auf. Wenn die weißen Schwingen der Serie „Solipsis“ an strahlende Engelsflügel denken lassen, ist das eine Assoziation, die der Künstler durchaus teilt.



Abstraktion und symbolische Kraft:
Gemälde von Sokey Edorh

© CHRISTIAN VORHOFER, © MUSEUM DER VÖLKER

Aus der Vergangenheit. Ist das Eintauchen in Geschichte(n), Traditionen und Mystik also ein Kennzeichen modernen afrikanischen Kunstschaffens? Für Wim Botha gilt dies nur bedingt, zumindest scheinen seine Werke eher in der „westlichen“ aktuellen Kunst verhaftet als in den (schwarz)afrikanischen Kulturen, auch entstehen manche der Konnotationen erst im Schaffensprozess.

Ganz anders stellt sich die zeitgenössische Kunst Afrikas – in diesem Fall der Staaten im Westen – in einer Sonderausstellung im Schwazer Museum der Völker dar. Der Weg führt hier durch die Museumsräume des Hauses mit ihren sakralen Gegenständen, Tonfiguren, rituellen Gewändern und Herrschaftsinsignien aus früheren Zeiten in die beiden Räume, die temporär bespielt werden und zurzeit Bilder, Wandteppiche und Skulpturen von sieben Künstlern beherbergen. Dass „jede Kunst auf den Erfahrungen der Vergangenheit aufbaut“, wie es im Text zur Ausstellung heißt, gilt für „Afrika heute!“ in besonderem Maße, auch wenn die gezeigten Arbeiten in Wechselwirkung mit

KUNST VOR ORT – BIENNALEN IN AFRIKA

5. Marrakesch Biennale: 26.2.–31.3.2014

11. Dak'Art: 9.5.–8.6.2014

Biennale Bénin 2014: voraussichtlich ab November 2014

ZUM WEITERLESEN

Roger-Pierre Turine: *Le destins de Zinkpè* (frz.), 2013

A4 Magazin für außereuropäische Kunst und Kultur, herausgegeben von Gerhard Merzeder und Gert Chesi

Wim Botha: *Solipsis I–V* (engl.): Katalog zur Ansicht auf www.stevenson.info/publications/botha/solipsis.html



internationalen Kunstströmungen stehen. Am deutlichsten wird die künstlerische Tradition beim Beniner Yves Apollinaire Pèdè, dessen genähte und gestickte Bilder unter anderem für das Königshaus seines Heimatlandes entstehen. Nicht nur die Techniken, auch Symbole und Inhalte knüpfen an frühere Zeiten an, darüber hinaus trifft Pèdè mit seinen Wandbehängen Aussagen zur heutigen Gesellschaft, indem er beispielsweise Begriffe wie „Emancipation“, „Pluralisme“, „Independance“ und „Courage“ illustriert und miteinander in Beziehung setzt.

Aus Blech. Auf überregionale afrikanische – die Verarbeitung von Blechen – und persönliche Traditionen – den Beruf des Autolackierers bzw. Schildermalers – greifen demgegenüber Didier Ahadsis und Tété Azankpo aus Togo zurück. Ahadsis aus Karosserieblech gefertigte und exakt lackierte Figurengruppen tragen so knappe Titel wie „Beim Essen“, „Beim Arzt“, „Überfall“, „Kondomerie“ oder „Polizei“ und strahlen nur auf den ersten Blick die Heiterkeit von Blechspielzeug aus. Als Abbilder des gewöhnlichen Lebens spiegeln sie alltägliche und drastische Ereignisse des Alltags wider. Tété Azankpo verarbeitet demgegenüber emaillierte Geschäfts- und Werbetafeln, die er in Stücke zerteilt und zu neuen Bildern zusammensetzt. Daraus entstehen unter anderem Köpfe, die wie die Blumen- und Gemüse-Porträts von Giuseppe Arcimboldo mehrere Ebenen der Betrachtung erlauben.

Gefundenes und Gemachtes. Schwemmholz, Blech, Seile, Schnüre, Eisenteile, ein Speer und andere Fundstücke sind das Ausgangsmaterial für die Skulpturen von Charly d'Almeida, abstrakte und gegenständliche Malerei gibt es von Luis Meque und Sokey Edorh zu sehen. Jener

Künstler aber, bei dem sich die Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte und die Orientierung hin zum globalen Kunstschaffen am engsten miteinander verschränken, ist der Beniner Dominique Zinkpè, der mit großformatigen Malereien im Museum der Völker vertreten ist. Während seine Bilder von einer geheimnisvollen Geisterwelt erzählen, verwendet er für seine Skulpturen Zweige, Draht, Stoffe oder kleine geschnitzte „Ibeji“-Püppchen, die früher für die Seelen verstorbener Kinder gemacht wurden.

Mitunter transformiert Zinkpè, der in seiner Heimat das Kunstfestival Boulev'art durchführt und das Centre Unik, ein Zentrum für junge Kunst in Abomey, betreibt, aber auch einfach ein Klischee von Afrika in die internationalen Kunstzentren: ein Auto, auf dessen Dach meterhoch Holz aufgetürmt ist, oder das „Taxi Taf-Taf“, ein mit Passagieren und Gepäck überladenes Sammeltaxi. Doch nicht nur sie zeigen, wie vielfältig die Interpretationen von Kunst an der Schnittstelle regionaler Traditionen bzw. Lebensbedingungen und globalem Schaffen sein können. x

AFRIKA HEUTE!

Museum der Völker, Schwaz

bis 13. April 2014

tägl. 10–18 h

www.museumdervölker.com

WIM BOTHA: PREDICATES

bis 11. Januar 2014

Di–Fr 12–18 h, Sa 11–16 h

Maria-Theresien-Straße 34

Tel. 0512/584000

office@kunstraum-innsbruck.at

www.kunstraum-innsbruck.at



FOTO: LODENFREY

Online-
Shopping

HEUUNDSTROH.COM



HEU^{UND}STROH

DER TRACHTENEXPERTE FÜR HEIMATVERLIEBTE

Leopoldstraße 28, 6020 Innsbruck, Tel.: + 43 512 578691

Mo - Fr: 9:00 - 18:00 Uhr, Sa: 9:00 - 13:00 Uhr,

Erster Samstag im Monat: 09:00 - 17:00 Uhr

Stillegen, abreißen, rückbauen! VON ALOIS SCHÖPF

Vor einigen Monaten ging die Meldung durch die Medien, dass am Patscherkofel der Gipfelflift eingestellt werde. Inzwischen sind die Liftmasten abmontiert. Und wenn der Beton, auf dem sie standen, im nächsten Jahr unter der Erde verschwunden und das sprichwörtliche Gras darüber gewachsen sein wird, erinnert nichts mehr an die Abfahrt von ehemals.

Wie auch nichts mehr an die Sistranser Abfahrt erinnert, die sich in meiner Jugend großer Beliebtheit erfreute. Inzwischen ist sie längst von Wald überwuchert. Ganz so wie es, wenn es nach dem Gutachten von Roland Zegg im Hinblick auf die Rentabilität

„Vielleicht kann das stille Ende eines kleinen Gipfelfliftes dazu beitragen, die Debatte entkrampfter zu führen.“

der Innsbrucker Bergbahnen geht, auch mit einigen anderen unrentablen Strecken geschehen könnte: Es wird sie bald nicht mehr geben. Denn nichts währt ewig! Vor allem nicht Zuschussbetriebe und Fehlinvestitionen!

Diese tröstliche Erkenntnis steht übrigens im krassen Gegensatz zu den hochgerüsteten Debatten über die touristische Nutzung von spärlich bewachsenen Geröllhalden und die Katastrophenszenarien jener, die den Fortbestand der Welt vom Gedeihen des Steinhuhns und des Mähnen-Pippaus abhängig machen: eines hübschen Tierchens und eines ebenso hübschen Pflänzchens, die vor dem Streit um die Botmäßigkeit der neuen

Lifthanlage auf den Piz Val Gronda außer Experten niemand kannte.

Bei all den Diskussionen über neue Bergbahnen, Skilifte und Abfahrten wird meist so getan, als würden sämtliche Entscheidungen Folgen zeitigen, die fortan unaustilgbar in die Erdgeschichte eingeschrieben blieben. Wie die Entwicklungen am Patscherkofel und rund um Innsbruck zeigen, dürfte dies zum Glück jedoch nur selten der Fall sein. Eigentlich fällt mir, was unsere konkreten europäischen Verhältnisse betrifft, als abschreckendes Beispiel nur die nach wie vor ungelöste Frage der Endlagerung von Atommüll ein, weshalb diese Technologie zu Recht abgelehnt wird. Das meiste andere kann, auch wenn der Rückbau einiges kostet, ungeschehen gemacht werden, ohne dass irreversibler Schaden daraus erwächst. Und das wäre am Piz Val Gronda nur dann der Fall, wenn durch den Liftbau eine Tier- oder Pflanzenart zum Aussterben verurteilt wäre. Ein solches Argument verwenden aber nicht einmal die schärfsten Gegner des Projektes.

Vielleicht kann das stille Ende eines kleinen Gipfelfliftes dazu beitragen, die Debatte zwischen unumgänglichen touristischen Investitionen und Maßnahmen zum Schutze der Umwelt etwas entkrampfter zu führen. Es erledigt sich nämlich erstaunlich vieles auch ohne Aufpasser und ihre Interventionen. ✕

Alois Schöpf lebt als Journalist und Schriftsteller in Lans.



Friede den Hütten VON ERNST MOLDEN

Im heurigen Juli waren wir erstmals da oben, im Märzengrund, zwischen Ziller- und Alpbachtal, bei dieser Alm. Hier hatte ich 30 Jahre zuvor drei meiner allerglücklichsten Sommer verbracht, als jüngster Almburschi bei den wilden Kerlen und ihrem Chef, dem Lederer-Schorsch. Ich wollte das meinen Kindern zeigen. Die Landschaft, die Hütte, den Schorsch. Ich war unsicher: Ob dort, erstens, alles noch so sein würde wie früher, und ob, selbst wenn es noch so sein würde, der Zauber, den ich da in Erinnerung hatte, zweitens auf meine Familie überspringen würde. Aber als wir das Steinbergjoch überquert hatten und auf der anderen Seite abstiegen, beruhigte ich mich. Es war alles wie immer.

Die Alm, der kleine, drahtige und bärenstarke, wenn auch weißbärtig gewordene Almerer, und die Berge selbst. Ich hatte sofort alle Erinnerungen und selbst Gerüche von damals in mir präsent, zum Beispiel wie man riecht, wenn man sich sechs Wochen außer an Händen und Gesicht nicht gewaschen hat. Und meine Kinder verstanden mich, sie bestaunten die Almtiere und den wilden Schorsch und sie begriffen ein bisschen, was Hüttenglück bedeutet. Dann, zurückgekehrt in den dämmrigen Osten, merkten wir, dass es uns auch hier nach Hütten verlangte. Wir fingen an, in der urbanen Heimat nach ihnen zu suchen. Wien selbst hat ja seine legendären Schutzhäuser, jenes auf der Schmelz, jene auf Schaf- und Heuberg und natürlich das berühmte Heidenröslein von Simmering. Auch kennen wir schon das wie ein mystisches Perlchen im tiefen Wald verborgene Agnesbründl. Aber wir forschten weiter, Richtung Süden, wo der Wienerwald felsiger und föh-

riger wird. Dort im Anningergebiet, zwischen Mödling, Pfaffstätten und Gumpoldskirchen, dort kletterten wir kleine, borstige Berge hinauf, auf deren Kuppen wie Tonsuren sich kleine kahle Stellen befanden. Und da lagen sie dann, die echten Wienerwaldhütten, die Almen des unterprivilegierten Hauptstädtlers.

Die Rudolf-Proksch-Hütte über Pfaffstätten, mit ihrer skelettartigen Aussichtswarte, von wo wir in die Täler des Wienerwaldes blickten, die wie kleine Knödeln in einer Sauce aus Bodennebel lagen. Die Rudolf-Proksch-Hütte, benannt nach dem Opa des Schifferlversenkers Udo Proksch, liegt nahe am Speckgürtel der großen Stadt, sie wirkte um diese vorgerückte Stunde des Nachmittages wie die letzte Zuflucht. Und noch stärker fühlten wir das ein Wochenende

„Zurückgekehrt in den dämmrigen Osten, merkten wir, dass es uns auch hier nach Hütten verlangte. Wir fingen an, in der urbanen Heimat nach ihnen zu suchen.“

später, diesmal auf der Franz-Ferdinand-Hütte, auf dem Parapluiberg hinter Perchtoldsdorf. Diesmal war der Nebel überall. Hier war unser höchstpersönliches Ultima Thule, der entlegenste Ort der Welt. Eine Sehnsucht nach dem Hochgebirge stieg in mir auf. Und auch meine Liebste sagte: „Tiroler Berge können mehr.“ ✕

Ernst Molden, 45, lebt als Liedermacher und Schriftsteller in Wien. Für seine Alben und Bücher wurde er mehrfach ausgezeichnet. Demnächst erscheint seine neue Platte HO RÜGG (monkeymusic).



15 FRAGEN AN ...

Siegfried Egger**DREI SCHÖNE ORTE AUF DER WELT (AUSSERHALB TIROLS):***Mallorca, der Norden Portugals, das Innviertel***DIE GRÖSSTEN TUGENDEN IM TOURISMUS:***Der Fleiß der Familien und Mitarbeiter, Flexibilität und der Mut zur Veränderung, die Bereitschaft zur Weiterbildung***DIE GRÖSSTEN SÜNDEN IM TOURISMUS:***Die Last-Minute-Buchung (den Gast bestrafen, der früh bucht), Lehrlinge als billige Mitarbeiter betrachten***DIE STÄRKEN DES TIROLER TOURISMUS:***Die geringe Importabhängigkeit, starke Familienbetriebe, eine mutige Seilbahnwirtschaft und die intakte Natur***DIE SCHWÄCHEN DES TIROLER TOURISMUS:***Die relativ lange Nebensaison und die damit verbundene lange Betriebsschließung der meisten Betriebe. In der Finanzierung unserer Betriebe ein zu hoher Fremdkapitalanteil bei vielen Hotels***DIE BESTE IDEE DER LETZTEN FÜNF JAHRE:***Aktion „Bergsommer Tirol“ – wir brauchen eine klare und strukturierte Aussage für den Tiroler Sommer.***LETZTER URLAUB (WANN UND WO?):***Mallorca, Juli 2013***ICH LERNE VON:***meinen Vorbildern***MEIN LIEBSTER WINTERSPORT:***Skifahren***OHNE SCHNEE WÄRE TIROL:***... trotzdem eine tolle „Sommerdestination“. Die Vorstellung ist ein Albtraum: Viele Täler würden entsiedelt, der Wohlstand sänke.***FÜR DEN WINTERTOURISMUS WÜNSCHE ICH MIR:***... eine Jugend, die wieder vermehrt Ski fahren lernt und damit verbunden die Zukunft des Wintertourismus gewährleistet.***MEIN LIEBLINGSORT IN TIROL IST:***die Berge rund um Kirchberg***IN FREMDEN HOTELS ACHE ICH AUF:***Freundlichkeit, Dienstleistungs-Management, Sauberkeit***UND IM EIGENEN:***auf die Zufriedenheit der Gäste und meiner Mitarbeiter***WELLNESS IST FÜR MICH:***Raum, Ruhe und Zeit*

© WIRTSCHAFTSBUND KÖTZBUHEL

Siegfried Egger ist Hotelier in Kirchberg, Fachgruppenobmann der Sparte „Hotellerie“ in der Wirtschaftskammer, Mitglied im Tirol Tourism Board sowie ÖVP-Tourismussprecher im Tiroler Landtag.



Wonach Wild verlangt.

Die Jagdsaison ist eröffnet: Ihre Gäste werden ganz wild sein auf die feinerben Preiselbeeren von Darbo. Machen die erlesenen Früchte doch jedes Wildgericht gleich noch einmal so gut.





MOUNTAIN BLUE zu deutsch: Flüssige Urkraft aus jahrtausende altem Gestein;
Wasser-Kleinod von höchster Reinheit und Unverfälschtheit; im Geschmack vollkommen
[oft kopiert, nie erreicht].

MONTES. DAS FEINSTE VOM WASSER.