

**Carl von Ossietzky
Universität Oldenburg**

Masterstudiengang Landschaftsökologie

MASTERARBEIT

**Die „Bergsteigerdörfer“-Initiative des
Oesterreichischen Alpenvereins:
Auswirkungen nach der ersten Projektphase
am Beispiel der Osttiroler Gemeinden im
Villgratental und Kartitsch**

vorgelegt von: Iris Czaja, Matrikelnummer: 9381270

**Betreuender Gutachter: Prof. Dr. Ingo Mose, Carl von Ossietzky
Universität Oldenburg**

Zweiter Gutachter: Dr. phil. Roland Kals

Oldenburg, 03.04.2012

MASTERARBEIT

Die „Bergsteigerdörfer“-Initiative des Oesterreichischen Alpenvereins

Auswirkungen nach der ersten Projektphase am Beispiel der Osttiroler Gemeinden im Villgratental und Kartitsch



vorgelegt von:

Iris Czaja, Matrikelnummer: 9381270

Betreuender Gutachter:

**Prof. Dr. Ingo Mose, Carl von
Ossietsky Universität Oldenburg**

Zweiter Gutachter:

Dr. phil. Roland Kals

Oldenburg, 03.04. 2012

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	VI
Danksagungen	VIII
Zusammenfassung	IX
Summary	XI
1 Theoretischer Hintergrund	1
1.1 Hintergrund Tourismus	1
1.1.1 Entwicklung des Tourismus im Alpenraum	1
1.1.2 Notwendigkeit alternativer Tourismusformen	4
1.1.3 Abgrenzung der Begriffe des sanften und nachhaltigen Tourismus	6
1.1.4 Chancen des nachhaltigen Tourismus	9
1.1.5 Nutzung von Umweltzeichen und Markenstrategie im Tourismus	10
1.1.6 Tourismusentwicklung in Tirol unter besonderer Berücksichtigung von Osttirol	12
1.2 Die Alpenkonvention	15
1.2.1 Bestandteile und Organisation der Alpenkonvention	16
1.2.2 Ziele der Protokolle „Tourismus“, „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“ und der Deklaration „Bevölkerung und Kultur“	18
1.2.3 Umsetzung der Alpenkonvention	20
1.2.4 Umsetzung der Alpenkonvention in Österreich	21
2 Der Oesterreichische Alpenverein und die Initiative „Bergsteigerdörfer“	23
2.1 Der Oesterreichische Alpenverein	23
2.2 Die Initiative „Bergsteigerdörfer“ des Oesterreichischen Alpenvereins	24
2.2.1 Projektumsetzung und beteiligte Akteure	27
2.2.2 Aktivitäten während der ersten Projektphase	29
2.2.3 Leitbild eines „Bergsteigerdorfes“ und Kriterien des OeAV	31
2.2.4 Aktueller Stand und Ausblick	33
2.3 Forschungsinteresse und Zielsetzung der Arbeit	34
3 Die Untersuchungsgebiete	37
3.1 Kartitsch	38
3.2 Das Villgratental	40
4 Methodik	43
4.1 Methodik Expertengespräche	44
4.1.1 Auswahl der Gesprächspartner	45
4.1.2 Durchführung der Expertengespräche	46
4.2 Methodik Gästebefragung	47

4.2.1	Erstellung des Fragebogens	47
4.2.2	Durchführung der Gästebefragung	48
4.2.3	Wahl des Stichprobenumfanges	49
4.3	Datenanalyse	50
4.3.1	Auswertung der Expertengespräche	50
4.3.2	Auswertung der Fragebögen	52
5	Ergebnisse	53
5.1	Ergebnisse der Expertenbefragung	53
5.1.1	Voraussetzungen als „Bergsteigerdorf“	55
5.1.1.1	Touristisches Angebot und Besonderheiten	55
5.1.1.2	Erfüllung der Kriterien	59
5.1.2	Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative	61
5.1.2.1	Teilnahmemotivation	61
5.1.2.2	Akteure und Kooperation	67
5.1.2.3	Auswirkungen und „Erfolge“	73
5.1.2.4	Wahrnehmung: Innensicht	76
5.1.2.5	Wahrnehmung: Außensicht	79
5.1.2.6	Kritik und Vorschläge	80
5.1.3	Zukunftsperspektiven	83
5.1.3.1	Gemeinde- und Tourismusentwicklung	83
5.1.3.2	Wachstumsgrenzen des nachhaltigen Tourismus	88
5.1.3.3	Entwicklungsalternative im Villgratental	89
5.2	Ergebnisse der Gästebefragung	91
5.2.1	Demographische Daten	91
5.2.2	Reiseverhalten	93
5.2.3	Wahrnehmung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative	99
5.2.4	Urlaubsmotiv und Aktivitäten am Urlaubsort	107
5.2.5	Feedback der Gäste	110
6	Diskussion	112
6.1	Diskussion der Ergebnisse	112
6.1.1	Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative	113
6.1.2	Ist-Zustand der Gemeinden	120
6.1.3	Wahrnehmung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative	126
6.1.4	Zielgruppe der Untersuchungsgebiete	131
6.1.5	Zukunftsperspektiven	137
6.2	Methodendiskussion	145
6.2.1	Methodendiskussion Expertengespräche	145

6.2.2 Methodendiskussion Gästebefragung	147
7 Ausblick	149
8 Literaturverzeichnis	151
9 Schlussklärung	164
Anhang	165

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung	8
Abb. 2: Nächtigungsstatistik für das Bundesland Tirol 1950 - 2010	13
Abb. 3: Abbildung zur Veranschaulichung des Strategischen Grundsatzes Nr. 3 des TVB Osttirol: „Osttirol wird traditionell nachhaltig positioniert.“	14
Abb. 4: Logo der Alpenkonvention	15
Abb. 5: Übersicht über den Anwendungsbereich der Alpenkonvention	16
Abb. 6: Logo der Initiative „Bergsteigerdörfer“ des OeAV	24
Abb. 7: Im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“ vom OeAV verwendete Werbeslogans	27
Abb. 8: Von den Partnerbetrieben der Initiative „Bergsteigerdörfer“ zu erfüllende Kriterien	29
Abb. 9: Lage der „Bergsteigerdörfer“ in Österreich	33
Abb. 10: Lage von Kartitsch und dem Villgratental in Österreich (links) und In Osttirol (rechts)	38
Abb. 11: Index der Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Kartitsch 1869 bis 2011	39
Abb. 12: Nächtigungszahlen in Kartitsch von 2000 bis 2010	39
Abb. 13: Index der Bevölkerungsentwicklung der Gemeinden Außervillgraten (oben) und Innervillgraten (unten) 1869 bis 2011	41
Abb. 14: Nächtigungszahlen in Außervillgraten (oben) und Innervillgraten (unten) von 2000 bis 2010	42
Abb. 15: Der qualitativen Analyse der Expertengespräche zugrunde liegendes Kategoriensystem	51
Abb. 16: Alter der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste	92
Abb. 17: Herkunftsland der in Kartitsch (links) und dem Villgratental (rechts) befragten Gäste	93
Abb. 18: Reisebegleitung der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste	93
Abb. 19: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen für die Anreise genutzte Verkehrsmittel	94
Abb. 20: Frage nach dem wiederholten Besuch der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste im jeweiligen Untersuchungsgebiet (links)	95
Abb. 21: Unterscheidung von Stammgästen und Nicht-Stammgästen unter den befragten „Wiederkehrern“ (rechts)	95
Abb. 22: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Urlaubsgästen gewählte Unterkunft	97
Abb. 23: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Urlaubsgästen angegebene Nächtigungszahl	97

Abb. 24: Informationseinholung durch die in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste vor Reiseantritt	99
Abb. 25: Mitgliedschaft der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste in alpinen Vereinen	100
Abb. 26: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen	100
Abb. 27: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf deren Herkunftsland	102
Abb. 28: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf deren Mitgliedschaft in alpinen Vereinen	103
Abb. 29: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf die Unterscheidung der Befragten in Stammgäste und Nicht-Stammgäste	103
Abb. 30: Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste, denen die Initiative „Bergsteigerdörfer“ bekannt ist	104
Abb. 31: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen besuchte, andere Bergsteigerdörfer	105
Abb. 32: Assoziationen der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“	106
Abb. 33: Gründe der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste für den Aufenthalt in Kartitsch bzw. im Villgratental	108
Abb. 34: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen in Kartitsch bzw. im Villgratental betriebene Aktivitäten	109
Abb. 35: Wiederbesuchs-Absicht der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste	110
Abb. 36: Feedback der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste	111
Abb. 37: Vom OeAV erstellte Logos der „Bergsteigerdörfer“-Initiative (links) und zusätzlich von der Gemeinde Kartitsch erstelltes Logo	117
Abb. 38: Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative unter den 2011 (in Kartitsch und dem Villgratental) befragten Gästen im Vergleich zu den Ergebnissen einer Gästebefragung des OeAV von 2009 (in Ginzling, Steinbach am Attersee, Vent und dem Villgratental)	128
Abb. 39: Karte des Skigebietes „Hochpustertal“. Das Projekt zur Erweiterung „Hochrast-Tafin“ ist als gestrichelt eingezeichnete Verbindung zwischen Thurntaler und Hochrast dargestellt.	145

Abkürzungsverzeichnis

A	Österreich
Abb.	Abbildung
arith. Mittel	Arithmetischer Mittelwert
Art.	Artikel
AVS	Alpenverein Südtirol
B	Belgien
BSD	„Bergsteigerdorf“ bzw. „Bergsteigerdörfer“
BSD-Partner	„Bergsteigerdörfer“-Partnerbetrieb
ca.	circa
CAI	Club Alpino Italiano (Italienischer Alpenverein)
CH	Schweiz
CIPRA	Internationale Alpenschutzkommission (Commission Internationale pour la Protection des Alpes)
D	Deutschland
DAV	Deutscher Alpenverein
d.h.	das heißt
DK	Dänemark
DuOeAV	(ehemaliger) Deutscher und Oesterreichischer Alpenverein
E	Spanien
et al.	et alii
EU	Europäische Union
evtl.	eventuell
F	Frankreich
FeWo	Ferienwohnung
FL	Fürstentum Liechtenstein
ggf.	gegebenenfalls
H	Ungarn
I	Italien
k.A.	keine Angabe
Kap.	Kapitel
LA 21	Lokalentwicklungsprozess Agenda 21
LT	Litauen
Lebensministerium	Österreichisches Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
LOHAS	Lifestyles of Health and Sustainability
m	Männlich

Mio.	Millionen
mündl.	mündlich
NFÖ	Naturfreunde Österreich
NGO	Nichtregierungsorganisation (Non-Governmental Organization)
NKBV	Nederlandse Klim- en Bergsport Vereniging
NL	Niederlande
Nr.	Nummer
OeAV	Oesterreichischer Alpenverein
ÖTK	Österreichischer Touristenklub
ÖV	Öffentliche Verkehrsmittel (Bus / Bahn)
P	Polen
PZA	Polski Związek Alpinizmu (Polnischer Alpenverein)
RUS	Russland
RK	Rahmenkonvention der Alpenkonvention
S	Schweden
S.	Seite
SK	Slowakei
SLO	Slowenien
sog.	sogenannte/-r
s.o.	siehe oben
s.u.	siehe unten
u.a.	unter anderem
Tab.	Tabelle
TJ	Tourismusjahr
TVB	Tourismusverband
vgl.	vergleiche
w	weiblich
z.B.	zum Beispiel

Danksagungen

Herrn Prof. Dr. Ingo Mose möchte ich für die Betreuung meiner Arbeit und die Herstellung des Kontaktes zum Oesterreichischen Alpenverein danken.

Für die Fragestellung, vielfache Auskünfte und nicht zuletzt für die Bereitstellung finanzieller Mittel zur Durchführung der Arbeit bedanke ich mich beim OeAV, insbesondere beim Projektteam der „Bergsteigerdörfer“: Christina Schwann, Peter Hasslacher, Roland Kals und Regina Stampfl.

Ganz besonders danke ich Anton Goller und seiner Familie, die mich sehr herzlich in Kartitsch aufgenommen haben. Danke für die Unterstützung und kulturell-kulinarische Einblicke in das Leben in Österreich!

Auch Josef Schett möchte ich besonders für die Hilfe im Villgratental danken, für die Organisation von Unterkunft und Fahrrad.

Den Mitarbeitern des Tourismusverbandes Osttirol, Arthur Bucher und Oswald Fürhapter, danke ich für viele Informationen und Kopien.

Auch die Familie Schaller möchte ich hier gerne erwähnen, da sie mir einen - zwar nur sehr kurzen - aber doch sehr schönen Einblick in die Berglandwirtschaft ermöglicht haben.

Allen Personen, die sich mir als Interviewpartner zur Verfügung gestellt haben, danke ich für die Hilfe und das Interesse an der erfolgreichen Fertigstellung meiner Masterarbeit danken.

Ein Dank gilt selbstverständlich auch den zahlreichen Gästen, die sich trotz Urlaubes von mir haben belästigen lassen.

Nicht zuletzt möchte ich den lieben Menschen um mich danken, die mir während des Schreibens der Masterarbeit mit kritischen Einwänden und guter Laune zur Seite gestanden haben. Vor allem geht dieser Dank an meine lieben Mitbewohner e o meu Márcio.

Meinen Eltern und meiner Schwester gilt der größte Dank. Ohne Euch hätte ich es nie zum Master of Disaster geschafft!

Außerdem möchte ich mich natürlich bei allen Lesern bedanken, die es dieser Arbeit ermöglichen, nicht nur zur Füllung eines Regales und der dortigen Einstaubung zu dienen – Danke für das Interesse!!

Zusammenfassung

Im Jahr 2008 initiierte der Oesterreichische Alpenverein (OeAV) die Initiative „Bergsteigerdörfer“, welche sich die Förderung des nachhaltigen Tourismus in peripheren Alpengemeinden zum Ziel setzt. Über Werbung und Öffentlichkeitsarbeit bewirbt der Alpenverein die „Bergsteigerdörfer“ als touristisches Nischenprodukt, dabei stehen Aktivurlaub in Verbindung mit Aktivitäten, die nicht auf technische Erschließung angewiesen sind, sowie Erholungsurlaub mit Kultur- und Naturerlebnis im Vordergrund. An dem Projekt beteiligen sich mittlerweile 17 Gemeinden bzw. Talschaften in Österreich, darunter auch die im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Osttiroler Partnergemeinden Kartitsch sowie Außer- und Innervillgraten (Villgratental).

Zu Ende der ersten Projektphase liefert die vorliegende Arbeit eine Zwischenbewertung im Hinblick darauf, inwieweit sich Auswirkungen der Initiative bemerkbar machen und Projektziele erreicht sind. Hierzu wurde die Wahrnehmung der Projektumsetzung aus verschiedenen Blickwinkeln untersucht. So wurde unter den angetroffenen Gästen eine schriftliche Befragung durchgeführt, während die Sichtweise lokaler Akteure, wie Gastwirten, Lokalpolitikern und Vertretern des Alpenvereins, durch eine Expertenbefragung per Interview erhoben.

Dabei zeigt sich, dass die Umsetzung des Projektes in den beiden Untersuchungsgebieten mit sehr unterschiedlichen Schwerpunkten bezüglich der beteiligten Akteure erfolgt. Während das Projekt in Kartitsch vor allem von der Gemeindeverwaltung getragen wird, hält sich diese in Villgraten weitgehend zurück. Hier engagieren sich ehrenamtliche Mitglieder des Talschaftstourismus-Ausschusses maßgeblich für die Initiative. Um die Kooperation im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative zu verbessern, gilt es in beiden Untersuchungsgebieten, Einigkeit unter den verschiedenen Akteuren, breitere Beteiligung sowie eine klarere Organisationsstruktur zu schaffen. So scheint auch eine stärkere Einbeziehung der zuständigen Alpenvereinssektionen wünschenswert.

Angesichts des relativ frühen Zeitpunkts dieser Untersuchung lassen sich noch keine deutlichen objektivierbaren Erfolge, wie etwa ein Anstieg der Nächtigungszahlen, feststellen. Dennoch werden bereits jetzt einige positive Effekte deutlich. Die Bekanntheit der Initiative unter den angetroffenen Sommergästen ist in beiden Orten bereits erstaunlich hoch. Die Ergebnisse weisen auf ein besonders effektives Marketing unter deutschen und österreichischen Gästen, insbesondere Mitgliedern des OeAV, hin. Zudem ist festzustellen, dass Konzept und Ziele des Projektes weitgehend mit den Interessen und Wünschen der in Kartitsch und dem Villgratental angetroffenen Zielgruppe übereinstimmen. Somit lässt sich die derzeitige Zielgruppe beider Untersuchungsgebiete als potentielle Zielgruppe der „Bergsteigerdörfer“ betrachten, was auf gute Erfolgchancen

für das Projekt schließen lässt. Des Weiteren weckt der Begriff „Bergsteigerdörfer“ bei den befragten Gästen genau die Erwartungen, die im Rahmen der Projektteilnahme erfüllt werden sollen. Bisher im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative umgesetzte bzw. noch geplante Projekte (z.B. realisierter Klettersteig in Kartitsch und geplanter Höhenweg im Villgratental) leisten einen sinnvollen Beitrag zur Erweiterung des alpinsportlichen Angebots in beiden Untersuchungsgebieten.

Obgleich zum jetzigen Zeitpunkt noch keine abschließende Bewertung der Auswirkungen der Initiative erwartet werden kann, liefert die Untersuchung Hinweise darauf, wie die Effizienz der Projektumsetzung in den betrachteten Partnergemeinden gesteigert werden kann. Herausforderung an den Alpenverein wird es in Zukunft sein, die an Partnergemeinden und -betriebe gestellten Kriterien zu überprüfen.

Wenn auch viele Ziele zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht befriedigend erreicht sind, so liefert die vorliegende Untersuchung in jedem Fall eine breitere Datengrundlage für zukünftige Evaluierungen der Auswirkungen der Initiative, als die bisher vorliegenden Daten dies ermöglichen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass sich gute Chancen für die Entwicklung der untersuchten Osttiroler Gemeinden in Richtung der Zielvorstellung eines „Bergsteigerdorfes“ ergeben. Die Gefahr, dass Kartitsch bzw. das Villgratental in Zukunft gegen Kriterien des „Bergsteigerdörfer“-Projektes verstoßen und somit aus der Projektteilnahme ausscheiden, besteht unter den aktuellen Gegebenheiten nicht; ist jedoch langfristig nicht auszuschließen.

Summary

In 2008 the Austrian Alpine Club (OeAV) launched the initiative “Mountaineering Villages” which aims at the promotion of sustainable tourism in peripheral Alpine villages. By the use of advertisement and public relations the Alpine Club promotes the “Mountaineering Villages” as a touristic niche product. In doing so, the focus is set on activity holidays related to activities which are not dependent on technical development, as well as recreation combined with experiencing nature and local culture. So far, 17 Austrian communities and valleys respectively are taking part in this project, including the two East Tyrolean partner communities investigated within this study, Kartitsch as well as Außer- and Innervillgraten (Villgratental).

This study provides a mid-term-evaluation at the end of the first project phase, concerning the hitherto observed effects of the initiative and the question as to which extent aims of the project have been reached yet. For this purpose, the perception of the project’s implementation was investigated from different angles. A survey was conducted on guests met in the study areas, whereas the viewpoints of local stakeholders, such as tourism professionals, mayors and representatives of the Alpine Club, were analysed by expert enquiry by means of interviews.

It becomes clear that the realisation of the project in the two study areas is carried out with a highly different focus concerning the stakeholders involved. While the project is mainly implemented by the community administration in Kartitsch, the former is playing a passive role in Villgraten. Here voluntary members of the valley’s tourism board are principally committed to the initiative. In order to improve cooperation within the scope of the initiative “Mountaineering Villages”, it is essential to improve unity in between the different stakeholders and create wider participation as well as clearer organisational structure. For instance, stronger participation of the responsible sections of the Alpine Club seems to be desirable.

Given the relatively early point in time of this investigation, no objective successes, such as the increase of the number of nights spent in the study areas by guests, can be currently assessed. However, some positive effects can already be made out. The common knowledge of the initiative among the encountered summer guests is astoundingly high in both locations. The results indicate an especially effective marketing directed at German and Austrian guests, particularly members of the OeAV. Furthermore it is to be found that the objective of the project largely agrees with the interests and wishes of the target group present in Kartitsch and Villgratental. Thus the current target group of both study areas can be viewed as the potential target group of the “Mountaineering Villages”, which suggests good chances of success for the project. The term “Mountaineering Villages” awakens exactly the expectations to be fulfilled within the

project participation. Projects realised and planned up to now within the scope of the initiative “Mountaineering Villages” (e.g. a realised via ferrata in Kartitsch and a planned ridgeway in Villgratental) provide a reasonable contribution to the extension of the alpine sports offer in both study areas.

Although a final evaluation of the initiative’s effects cannot be performed at present, this study hints at how the efficiency of the project implementation can be increased in the investigated partner communities. A future challenge to the Alpine Club will be the monitoring of the state of fulfillment of the criteria required by both partner communities and partner companies.

Even though many aims are not satisfactorily reached yet, this investigation offers a wider data basis for future evaluations of the effects of the initiative than the currently available data allows.

Overall, both East Tyrolean communities show high potential for the development towards the objective of a “Mountaineering Village”. The risk of being excluded from the “Mountaineering Villages” in the future due to breaching of the set criteria is not given under the current circumstances; but cannot be excluded in the long term.

1 Theoretischer Hintergrund

Dieses Kapitel vermittelt zunächst einen Überblick über allgemeine Themen, die im Hinblick auf die Arbeit relevant sind. Da es sich bei der Initiative „Bergsteigerdörfer“ des Oesterreichischen Alpenvereins (OeAV) um ein Projekt handelt, das die Implementierung der Alpenkonvention über den Aufbau eines Gemeindeforschwerks und gemeinsame touristische Vermarktung zum Ziel hat (vgl. Kap. 2.2), beschäftigt sich das erste Teilkapitel (Kap. 1.1) mit einigen Grundlagen aus dem Bereich Tourismus. Anschließend wird die Alpenkonvention mit ihren Zielen und Wegen der Umsetzung vorgestellt (Kap. 1.2).

1.1 Hintergrund Tourismus

1.1.1 Entwicklung des Tourismus im Alpenraum

Die touristische Erschließung in den Alpen fand im Gegensatz zu der Erschließung anderer Tourismusregionen erst relativ spät statt. Noch bis Mitte des 18. Jahrhunderts wurde das Hochgebirge lediglich von reisenden Kaufleuten, Soldaten, Pilgern und wenigen Abenteuertouristen besucht (MOSE 2002).

Die folgende Gliederung der historischen Alpenerschließung orientiert sich an den „sechs Phasen des alpinen Tourismus“ nach BÄTZING, dabei treffen die geschilderten Entwicklungen vor allem auf die deutschsprachigen Gebiete in den Alpen zu, andernorts kam es aufgrund unterschiedlicher nationaler Rahmenbedingungen möglicherweise zu anderen Entwicklungen (BÄTZING 2003).

1. Entdeckungszeit

Erst gegen Ende des 18. Jahrhunderts wurde das touristische Interesse von außerhalb kommenden Besucher am Alpenraum erweckt. Mit Ausnahme weniger traditioneller Badeorte und Orten von Interesse, z.B. Chamonix, Zermatt oder Grindelwald, fand keine Erholungsnutzung in den Alpen statt, sodass der Ausbau der Infrastruktur gering blieb. Im Laufe des 19. Jahrhunderts wurden die Alpen zunehmend als „schön“ und „ästhetisch“ wahrgenommen, während sie zuvor eher als bedrohliche Wildnis empfunden wurden (BÄTZING 2003). Mit Gasthäusern und Berghütten entstanden die ersten touristischen Einrichtungen, zudem wurden Reiseführer herausgegeben. Bis zum Jahr 1880 waren bereits alle Hauptgipfel der Alpen bestiegen worden (MOSE 2002).

2. Belle-Époque-Phase

Die sog. Belle-Époque-Phase (1880-1914) ist mit einem intensiven Ausbau touristischer Infrastruktur vor allem durch den Bau großer „Palast-Hotels“ gekennzeichnet, in welchen Angehörige der Oberschicht meist mehrere Sommermonate verbrachten. Für die Erschließung spielte die Eisenbahn eine große Rolle. Der Bau von Aufstiegshilfen in

Form von Zahnrad- und Schmalspurbahnen kam auf und ermöglichte auch den Nicht-Bergsteigern das Erreichen auf Berggipfeln eingerichteter Aussichtspunkte. Des Weiteren erfolgte in dieser Phase der touristischen Entwicklung die Anlage von Wegenetzen und Schutzhütten durch die Alpenvereine (vgl. Kap. 2.1). Insgesamt entstanden in dieser Phase ca. 100 Tourismusorte im deutschsprachigen Bereich der Alpen (BÄTZING 2003).

3. Zwischenkriegszeit

Nach Ende des ersten Weltkriegs war der Alpentourismus weitgehend zusammengebrochen, viele der ehemaligen Luxushotels waren geschlossen oder abgerissen worden. Eine Erholung der Tourismusbranche fand nur langsam statt (MOSE 2002, BÄTZING 2003). Die Mittelschicht trat nun als Zielgruppe des Tourismus an Stelle der Oberschicht, sodass kleinere Hotels gebaut wurden und die Vermietung von Privatzimmern und Ferienhäuser an Bedeutung gewann (BÄTZING 2003). Nachdem zu Beginn des 20. Jahrhunderts der alpenweit erste Skilift in Österreich gebaut wurde, kam es schließlich in den 1920ern zu einem Aufschwung des winterlichen Skitourismus (MOSE 2002).

4. Alpine Goldgräberzeit

Als „Alpine Goldgräberzeit“ bezeichnet BÄTZING die touristische Entwicklungsphase von 1955 bis 1985, in welcher der Massentourismus in den Alpen aufkam. Auf einen Wirtschaftsabschwung nach dem zweiten Weltkrieg folgte ab 1955 zunächst die Ausbildung des sommerlichen Massentourismus, der sich im Alpenraum weitreichend durchsetzte. Es kam zur Umsetzung vieler neuer Projekte, wie der Anlage von Wanderwegen und dem Bau von Seilbahnen für die Sommernutzung. Nun wurde erstmals auch die Unterschicht mit einbezogen. Privatzimmer, Pensionen und kleine Hotels waren die meistgenutzten Unterkünfte dieser Zeit (BÄTZING 2003). Zur Entstehung des Massentourismus als intensiver Form des Tourismus kam es aufgrund des gestiegenen Wohlstandes in der Bevölkerung, sowie aufgrund geregelter Urlaubszeiten und zunehmender Mobilität der Besucher durch den Individualverkehr (BECKER et al. 1996, MOSE 2002). Mit der erhöhten Motorisierung erfolgte der Ausbau der Verkehrswege in den Alpen. Ab 1965 setzte sich der Wintersport immer stärker durch, wodurch eine massentouristische Neuerschließung bisher noch nicht touristischer Regionen erfolgte; bis 1985 wies der Wintertourismus starke Zuwachsraten auf (MOSE 2002, BÄTZING 2003). Viele Alpengemeinden entwickelten sich zu sowohl für den Winter- als auch für den Sommertourismus attraktiven „Zwei-Saison-Orten“ (BÄTZING 2003). Das Aufkommen des Massentourismus hatte in den Alpen u.a. Veränderungen von Landschaftsbild, Lebens- und Wirtschaftsweise der Bevölkerung zur Folge (BÄTZING 2003, vgl. Kap. 1.1.2).

5. Stagnationsphase

Bis 1999 folgte eine Stagnationsphase der touristischen Entwicklung: Während die Übernachtungszahlen im Winter meist stiegen, sanken sie im Sommer trotz gelegentlicher Zuwächse. Insgesamt stagnierte die Tourismusentwicklung; der gesamte Alpentourismus verlor an Marktanteilen, da er zunehmend in Konkurrenz zu anderen Destinationen geriet (BÄTZING 2003). Als Ursache einer solchen Entwicklung lässt sich die fortschreitende Globalisierung im Tourismussektor nennen, welche Angebote wie Billigflugreisen und „last-minute“-Reisen zu Fernzielen ermöglichte (MÜLLER 2000, BÄTZING 2003). Zudem galt das Image der Alpen als „veraltet“ (BÄTZING 2003). Innerhalb der Alpen stieg der Konkurrenzdruck zwischen den verschiedenen Tourismusregionen, Tälern und Gemeinden, denn es waren nun Überkapazitäten hinsichtlich touristischer Infrastrukturen vorhanden, während laut MÜLLER zugleich ein „immer kleiner werdende[r] Konsumentenmarkt“ umkämpft wurde (MÜLLER 1998, BÄTZING 2003). Die veränderte touristische Nachfrage bewirkte den Wandel von der bisherigen „Verkäufermarkt-Situation“ hin zu dem heutigen „Käufermarkt“, welcher sich dadurch auszeichnet, dass die Nachfrage das Angebot bestimmt (LUFT 2005a). Kleinere, nicht gewerbliche Tourismusanbieter, z.B. Privatzimmervermieter im Nebenerwerb, wurden zunehmend vom Markt verdrängt (BÄTZING 2003). Aufgrund der stagnierenden Nachfrage bei gleichzeitigem politischen Druck seitens Umweltverbänden und der breiten Öffentlichkeit fanden anstelle von Neuerschließungen Qualitätsverbesserungen des vorhandenen Angebotes statt. Darunter fallen beispielsweise Verbesserungen der Qualität der Unterkünfte oder die künstliche Beschneidung von Skipisten, welche mittlerweile als Standard anzusehen ist (BÄTZING 2003). Der Sommertourismus erhielt ein neues Image und gewann an Attraktivität, indem er zunehmend zum „Aktiv-Sport-Urlaub“ wurde, bei dem anstelle traditioneller Bergsportarten wie Wandern und Bergsteigen „neue“ Sportarten, z.B. Mountainbiken, Sportklettern, Golf etc., im Vordergrund standen (BÄTZING 2003). Eine solche „Diversifizierung“ des Bergsportangebotes erforderte die Anlage neuer, spezieller Infrastrukturen und damit erhöhte Investitionskosten (BÄTZING 2003). Darüber hinaus ließ sie die Landschaft an sich BÄTZING zufolge zunehmend zweitrangig werden (BÄTZING 2003).

6. Phase der Neuerschließungen

In der Zeit ab 1999 nahm der öffentliche Druck gegen Neuerschließungen bei steigendem Konkurrenzdruck zwischen den Alpen und anderen Tourismusregionen sowie inneralpin letztendlich ab, sodass viele neue Großprojekte in die Diskussion kamen. In Zukunft sind weitere Neuerschließungen zu erwarten. BÄTZING zufolge basieren Entwicklungschancen für den Tourismus im Alpenraum allerdings vor allem auf Innovationsbereitschaft und Qualitätsverbesserungen. Im Tourismus sollte künftig auf

Projekte und Initiativen gesetzt werden, „die auf innovative Weise alpenspezifische Ressourcen nutzen und daraus neue Qualitätsprodukte entwickeln“ (BÄTZING 2003).

1.1.2 Notwendigkeit alternativer Tourismusformen

Seit Mitte der 1970er regten Tourismuskritiker zum Umdenken an, sie forderten neue Tourismusformen als Alternative zum Massentourismus. Zu den bekannten Autoren dieser Zeit zählen Jost KRIPPENDORF und Robert JUNGK, die mit Begriffen wie „Landschaftsfresser“ (KRIPPENDORF 1975, zitiert nach MOSE 1989) und „Sanftes Reisen“ (JUNGK 1980, zitiert nach MOSE 1989) die Diskussion um neue Ansätze im Tourismus geprägt haben. Ausgelöst wurde die kritische Sichtweise der touristischen Entwicklung durch deren vielerorts zu beobachtende, negative Auswirkungen (s.u.).

HENSCHEL kritisiert am Massentourismus, dass durch dessen Einsetzen eine sowohl örtliche als auch zeitliche (saisonabhängige) Konzentration der Tourismusströme erfolgt (HENSCHEL 2003). Findet im Sinne einer massentouristischen Entwicklung ein ausschließlich quantitatives Wachstum statt, d.h. ohne dass qualitative Verbesserungen der touristischen Einrichtungen vorgenommen werden, so hat dies einen „spiralenförmigen Wachstumsmechanismus zwischen Angebot und Nachfrage [zur Folge], bei dem jedes neue Niveau die Belastung der Destination erhöht“ (HENSCHEL 2003). Die möglichen Beeinträchtigungen der touristischen Zielgebiete sind vielfältig, wobei sich ökologische, soziale, kulturelle und ökonomische Probleme unterscheiden lassen.

Ökologische Probleme

Als zentrales ökologisches Problem, welches der Tourismus mit sich bringt, bezeichnet KRIPPENDORF dessen „Drang zur ständigen Expansion“ (KRIPPENDORF 1975, zitiert nach MOSE 1989). Langfristig besteht durch den Landschaftsverbrauch die Gefahr, dass sich der Tourismus die eigene Wirtschaftsgrundlage entzieht (MOSE 1989). „Die Umwelt stellt das Kapital der Tourismuswirtschaft dar; eine Beschädigung oder Zerstörung bedeutet zugleich die Reduzierung der Potentiale des Tourismus“ (Luft 2005b). Laut MOSE zählt der Tourismus zu denjenigen Nutzungen, welche die alpinen Ökosysteme am stärksten bedrohen. So führte der Massentourismus in den 1960ern und 1970ern zu teilweise irreparablen Umweltschäden (MOSE 1989).

Bei den verursachten ökologischen Problemen kann man zwischen direkten, d.h. mit der Erschließung in Zusammenhang stehenden, und indirekten Auswirkungen unterscheiden, also solchen, die erst durch die Nutzung verursacht werden. Dabei sind die indirekten Auswirkungen als wesentlich schwerwiegender anzusehen, da direkte Auswirkungen heutzutage bei vorausschauendem Management zu keinen größeren

Problemen führen dürften (BÄTZING 2003). Als direkte Auswirkungen lassen sich generell Belastungen von Boden, Wasser, Luft, Flora und Fauna, die sinkende Artenvielfalt und Einführung sog. Allerweltsarten aus außeralpinen Regionen auf touristisch genutzten Flächen sowie die erhöhte Lawinen- und Erosionsgefahr bei der Anlage von Skipisten nennen (BÄTZING 2003). Die Anwesenheit der Urlaubsgäste vergrößert das Ausmaß der direkten Beeinträchtigungen durch die Produktion von Müll, Abwasser, Abgasen, Lärm etc. (KIRSTGES 1992). Zu den indirekten Auswirkungen der Tourismusentwicklung zählt zudem die Expansion der Siedlungsräume: alle größeren alpinen Tourismusorte sind heute relativ stark verstädtert (BÄTZING 2003). Des Weiteren wird die Landschaft zu Erholungszwecken oft zersiedelt und die Landbewirtschaftung geht häufig zurück (KIRSTGES 1992). Im Alpenraum treten diejenigen Umweltprobleme auf, die für Städte typisch sind, diese werden aber durch die natürlichen Gegebenheiten der Gebirgslandschaft als hochsensiblen Bereich noch verschärft (BÄTZING 2003). Je stärker und unkontrollierter die Tourismusentwicklung abläuft, desto höher ist die zu erwartende Umweltbelastung (LUFT 2005b).

Soziale Probleme

Meist können sich nur wenige Einheimische im Tourismusgeschäft behaupten, sodass zugezogene Fremde oft führende Positionen übernehmen. Hieraus ergibt sich ein Konfliktpotenzial zwischen normalverdienenden Einheimischen und zugezogenen Reichen (BÄTZING 2003). Der Tourismus bietet den Einheimischen in der Regel weniger qualifizierte Tätigkeiten und oft werden nur Saisonarbeitsplätze geschaffen, während verantwortungsvolle Aufgaben durch Ortsfremde übernommen werden (z.B. KIRSTGES 1992, HENSCHEL 2003). Eine solche Arbeitsmarktsituation fördert die Landflucht insbesondere junger Menschen (KIRSTGES 1992). Außerdem kann es zu einer Schwächung der Gemeindedemokratie kommen, indem politische Entscheidungen nicht mehr durch gewählte Gemeindevertreter allein gefällt werden, sondern mit Arbeitsplätzen lockende Hoteliers und Bergbahndirektoren Einfluss nehmen (BÄTZING 2003).

Kulturelle Probleme

In der Bevölkerung touristischer Zielgebiete kann es zur kulturellen Verunsicherung (BÄTZING 2003) bis hin zum völligen Kultur- und Identitätsverlust kommen (HENSCHEL 2003). Das Phänomen der „Auflösung“ traditioneller Werte und Normen durch den Einfluss des Lebensstils der Touristen bezeichnet MOSE (1989) als „Entfremdung der Bereisten“. Es besteht die Gefahr, dass traditionelle Bräuche und Feste nichts weiter als die „Kulisse touristischer Inszenierungen“ darstellen (BÄTZING 2003). HENSCHEL erwähnt zudem die Beeinträchtigung der Ortsbilder (HENSCHEL 2003); MÜLLER zufolge wurden im Zuge schnellen touristischen Wachstums viele „ästhetische Sünden“ begangen (MÜLLER

2000).

Ökonomische Probleme

Aufgrund der oben dargelegten Situation, dass oft Investoren von außerhalb kommen, wird der touristischen Entwicklung einer Region häufig vorgeworfen, dass diese nicht nur stark „von außen“ beeinflusst ist, sondern die erwirtschafteten Gewinne auch „nach außen abfließen“ (MOSE 1989). Auch kann eine Preiserhöhung von Grundstücken und Immobilienpreisen an Urlaubsdestinationen in dem Maße stattfinden, dass diese für Einheimische unerschwinglich werden (KIRSTGES 1992). Die mögliche Bildung touristischer Monostrukturen birgt die Gefahr einer einseitigen wirtschaftlichen Abhängigkeit der Tourismusorte (z.B. MOSE 1989, KIRSTGES 1992, HENSCHEL 2003).

1.1.3 Abgrenzung der Begriffe des sanften und nachhaltigen Tourismus

In der Fachliteratur gibt es eine Vielzahl an Begriffen, die alternative Tourismusformen beschreiben. So ist u.a. vom sanften, angepassten, naturnahen, qualitativen, nachhaltigen, natur-, umwelt-, und sozialverträglichen Tourismus die Rede (vgl. u.a. MOSE 1989, KIRSTGES 1992, MÜLLER 2000). Dass diese unterschiedlich gefärbten Begriffe oft synonym verwendet werden, führt zu einer Begriffsverwirrung. In Zusammenhang mit dieser Arbeit sind vor allem die Begriffe des sanften und nachhaltigen Tourismus von Belang, weshalb diese näher erläutert werden.

Sanfter Tourismus

Eine eindeutige Definition des sanften Tourismus gibt es bislang nicht. Zum einen kann er im Allgemeinen als Überbegriff all jener Formen des Tourismus verstanden werden, die negative Auswirkungen durch die touristische Erschließung und Nutzung einzugrenzen versuchen. Zum anderen kann im engeren Sinne das aus den 1980ern stammende Konzept des „sanften Reisens“ gemeint sein, welches auf den Zukunftsforscher JUNGK zurückgeht (JUNGK 1980, zitiert nach LUFT 2005a). Wenig später formulierte KRIPPENDORF den Begriff um, sodass der heute geläufige Begriff des „sanften Tourismus“ entstand (KRIPPENDORF 1984, zitiert nach LUFT 2005a). Diese Bezeichnung steht im Gegensatz zum „harten Tourismus“, dem Massentourismus. Zunächst war der sanfte Tourismus in erster Linie als umweltfreundlicher Tourismus anzusehen, im Laufe der 1980er wurde das Konzept zunehmend in Richtung der Verminderung ökonomischer und soziokultureller Probleme ausgeweitet (MOSE 1989). Der Begriff des sanften Tourismus wurde zum Schlagwort für einen geforderten und seither in Ansätzen vollzogenen Wertewandel im Tourismus (www.bfn.de 2011a). Der ethische Aspekt des sanften Tourismus liegt also in dem Bewusstsein um die Notwendigkeit eines solchen Wertewandels. In der Praxis gilt der sanfte Tourismus als touristisches Nischenprodukt (vgl. KIRSTGES 1992). Die Leitlinien für eine sanfte

Tourismusentwicklung umfassen die folgenden Anforderungen (CIPRA 1984 zitiert nach MOSE 1989, MOSE 1989, LUFT 2005b):

- Verzicht auf Errichtung touristischer Großstrukturen
- behutsame Erschließungsmaßnahmen, die möglichst geringe Beeinträchtigungen von Landschaft und Natur gewährleisten
- Bewahrung der soziokulturellen Identität des Zielgebietes
- stärkere Selbstbestimmung und Partizipation der Einheimischen bei Gestaltung der Angebotsstruktur
- Förderung von Kontakt und Verständnis zwischen Einheimischen und Gästen, um sozialen Spannungen und Entfremdungen entgegenzuwirken
- touristische Entwicklung in Strategien einer eigenständigen Regionalentwicklung einbinden

Nachhaltiger Tourismus

Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft und bezeichnete Ende des 18. Jahrhunderts den Einsatz dauerhaft umweltgerechter Maßnahmen (LUFT 2005a). Im Bericht der Brundtland-Kommission von 1987 wurde der Nachhaltigkeitsgedanke durch den Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung neu geprägt. Spätestens seitdem die Vereinten Nationen die Nachhaltigkeit auf der Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro als Leitprinzip anerkannten, ist der Begriff in aller Munde (www.bfn.de 2011b). Nachhaltige Entwicklung wird als eine Entwicklung verstanden, die sowohl die Bedürfnisse der gegenwärtigen als auch der künftigen Generationen befriedigt, indem den nachfolgenden Generationen die gleichen Chancen gegeben sein sollen, wie den gegenwärtigen. Zudem beinhaltet die Nachhaltigkeit drei Dimensionen, die miteinander in Einklang zu bringen sind und zwar sind dies ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit (LUFT 2005a). Bezieht man das Nachhaltigkeitsprinzip auf die Entwicklung, ergeben sich die in der Abbildung von BECKER et al. (1996) zusammengestellten Anforderungen (s. Abb. 1).

Der nachhaltige Tourismus kann als eine Konkretisierung des sanften Tourismus betrachtet werden, denn obwohl die oben genannten Leitlinien des sanften Tourismus auch für den nachhaltigen Tourismus gelten, unterscheidet sich der nachhaltige Tourismus durch zwei hinzu kommende Aspekte vom sanften Tourismus. Einerseits erhält der nachhaltige Tourismus durch seinen generationenverträglichen Ansatz eine zukunftsorientierte Ausrichtung, andererseits ist die Integration der verschiedenen Dimensionen grundlegend. Eine touristische Entwicklung, welche nur einer Dimension der Nachhaltigkeit gerecht wird, kann nicht als nachhaltig angesehen werden; die „Nachhaltigkeit hat den Anspruch, alle Wirtschafts- und Lebensbereiche zu erfassen“ (KÜHL 2003). Nicht zu verwechseln ist die Nachhaltigkeit demnach mit der in der

Alltagssprache oft unter Nachhaltigkeit verstandenen Idee reiner Langfristigkeit.

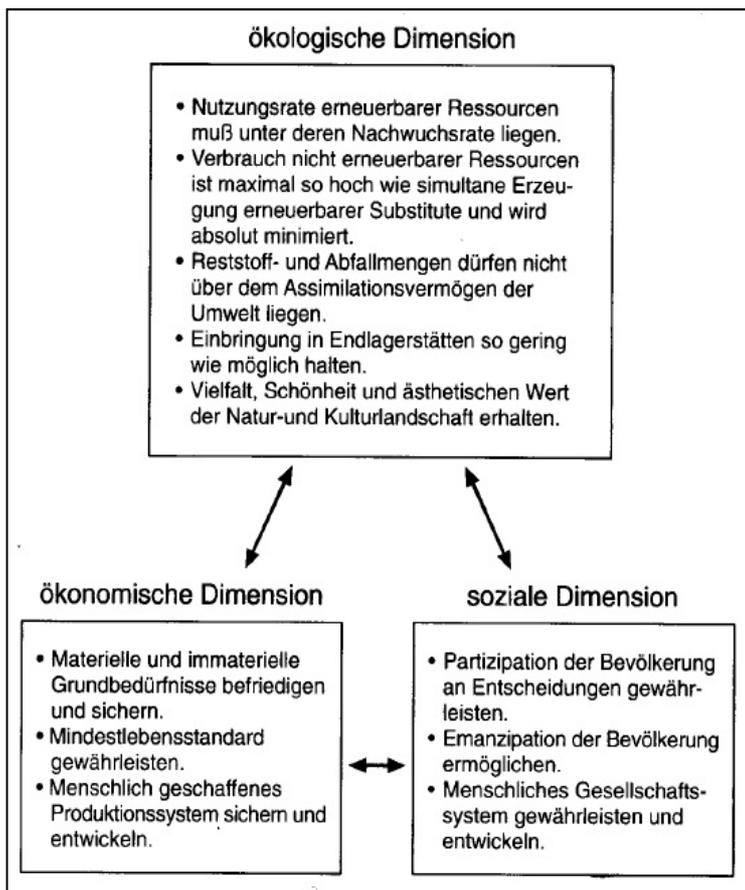


Abb. 1: Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung (Quelle: BECKER et al. 1996)

Mit der sog. institutionellen Dimension kommt in der nachhaltigen Tourismusentwicklung noch eine vierte Dimension hinzu; diese meint den „Zugang zu Informationen und Partizipation an Entscheidungsprozessen“ (REVERMANN & PETERMANN 2003). Zwar wurde die institutionelle Dimension im sanften Tourismus bereits angeschnitten, wenn es um eine stärkere Partizipation der Einheimischen an touristischen Entscheidungen geht (s.o.),

sie umfasst aber auch den Kooperationsbedarf

zwischen lokaler und übergeordneten politischen Ebenen. Laut REVERMANN & PETERMANN (2003) sollen jedoch nicht nur Vertreter der verschiedenen Gebietskörperschaften sondern alle „Akteure der Tourismus- und Freizeitpolitik“ (Reisebüros, Verbände, Anbieter etc.) an Planung und Umsetzung tourismusrelevanter Entscheidungen beteiligt sein, was sich durch die Umsetzung gemeinsamer Projekte erreichen lässt (z.B. HENSCHEL 2003). Zur Vermeidung der Ausbildung touristischer Monostrukturen sind bei einer nachhaltigen Tourismusentwicklung, abgestimmt auf die Besonderheiten der jeweiligen Region, Kooperationen zwischen den verschiedenen Wirtschaftszweigen erforderlich (KÜHL 2003, www.nachhaltigkeit.at 2011). Ein wichtiges ökonomisches Ziel ist die „Einbettung des Tourismus in eine sektorübergreifende, regionsspezifische vernetzte Wirtschaft“ (KÜHL 2003), da sich die Einkommensmöglichkeiten dann nicht allein auf Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe beschränken. Ein in der Praxis häufiges Beispiel der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus bildet die Idee vom Urlaub auf dem Bauernhof.

Laut LUFT wurde der Begriff des sanften Tourismus seit 1995 immer häufiger durch den

„moderneren“ Begriff des nachhaltigen Tourismus ersetzt (LUFT 2005a), während manche Autoren sanften und nachhaltigem Tourismus als Synonyme ansehen (z.B. KIRSTGES 1992).

Zur Minderung der Begriffsverwirrung ist an dieser Stelle klarzustellen, dass die Verwendung der Bezeichnung „nachhaltiger Tourismus“ im weiteren Verlauf dieser Arbeit stets im Sinne der hier formulierten Abgrenzung des Begriffes erfolgt. Da der geläufige Begriff des sanften Tourismus jedoch seitens der im Rahmen dieser Arbeit befragten Personen (s. Kap. 4) sowie des Alpenvereins (z.B.: „Sanfter Urlaub in den Alpen“, www.bergsteigerdoerfer.at 2011a) immer wieder aufgegriffen wurde, findet auch dieser Verwendung.

1.1.4 Chancen des nachhaltigen Tourismus

Unter Berücksichtigung aktueller Tourismustrends begünstigen im Wesentlichen zwei Voraussetzungen die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus: Das erhöhte Umweltbewusstsein in der Gesellschaft sowie die veränderten Ansprüche potentieller Urlaubsgäste.

Vielfach wird im Zuge des Wertewandels in der Gesellschaft eine Steigerung des Umweltbewusstseins erwähnt, dieses ist in erster Linie auf den größeren Wohlstand und die Verfügbarkeit von mehr Freizeit zurückzuführen (z.B. MÜLLER 2000, LUFT 2005b). Laut KIRSTGES spielt auch das gestiegene Bildungsniveau der Bevölkerung eine Rolle (KIRSTGES 1992). Zu einer „wachsende[n] Umwelt- und Natursensibilisierung“ im Freizeitbereich ist es durch die öffentliche Wahrnehmung der Verknappung des Gutes „intakte Umwelt“ gekommen (LUFT 2005b).

Bis Anfang der 1980er war die touristische Nachfrage vom „Durchschnittstouristen“ geprägt als recht homogen zu beschreiben, sodass es möglich war, viele Gäste mit einem relativ gleichen Angebot zufrieden zu stellen (LUFT 2005a). Inzwischen sind die Touristen in ihrem Reiseverhalten individueller geworden (u.a. KIRSTGES 1992, HENSCHEL 2003, LUFT 2005a), was eine „zielgruppenspezifische Diversifizierung des Angebots“ zur Folge hatte (LUFT 2005a). Laut KIRSTGES ist in Zukunft mit einer weiteren „Polarisierung der Nachfrage“ zu rechnen, sodass die Chancen der Durchsetzung touristischer Angebote steigen, die auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten sind (KIRSTGES 1992). Aus derart veränderten Kundenwünschen schließt LUFT: Der „Massentourismus verliert an Masse“ (LUFT 2005a). Im internationalen Vergleich macht eine massentouristische Entwicklung das europäische Tourismusangebot ohnehin „wenig wettbewerbsfähig“, da die dabei entstehenden, „austauschbaren“ touristischen Produkte in anderen Regionen der Welt kostengünstiger angeboten werden können (HENSCHEL 2003). Die Stärke des europäischen Tourismus liegt daher in qualitativen

Verbesserungen der Destinationen, welches durch eine nachhaltige Tourismusedwicklung möglich würde (HENSCHEL 2003). Ein Vorteil der Anwendung nachhaltiger Tourismuskonzepte ist auch darin zu sehen, dass dies die Abgrenzung von anderen Tourismusorten erleichtert und bei Organisations- und Leistungsträger von einer höheren Motivation auszugehen ist (LUFT 2005a). Eine Verhaltensänderung der Reisenden, die eine nachhaltige Tourismusedwicklung erschwert, besteht allerdings in dem Trend zu kürzeren, häufigeren und vielfältigeren Reisen (LUFT 2005a).

Die Ansprüche der Reisenden haben sich aufgrund gestiegener Reiseerfahrung dahingehend verändert, das heute eine höhere Qualität erwartet wird (HENSCHEL 2003, LUFT 2005a). Die Ansprüche wachsen u.a. auch in Bezug auf die Forderung nach intakter Natur. LUFT begründet die steigende Nachfrage nach „Urlaubsregionen mit hoher Umweltqualität“ dadurch, dass sich die technische Zivilisation zunehmend nach „Urwüchsigem“, „Ursprünglichem“ sehnt (LUFT 2005b).

Trotz des gestiegenen ökologischen Bewusstseins ist jedoch zu bedenken, dass ein umweltbewusstes Denken nicht auch ein entsprechendes Handeln bedingt (LUFT 2005b). Ein umweltfreundliches Reiseverhalten wird durch die „Bereitschaft zu persönlichen Opfern“ finanzieller Art eingeschränkt, d.h. nicht jeder ist bereit, für eine höhere Umweltqualität ggf. mehr zu zahlen (KIRSTGES 1992).

Von der Möglichkeit der Etablierung eines nachhaltigen Tourismus versprechen sich laut KÜHL insbesondere periphere Regionen die Chance zu einer nachhaltigen Regionalentwicklung insgesamt (KÜHL 2003).

1.1.5 Nutzung von Umweltzeichen und Markenstrategie im Tourismus

In der Literatur ist von der Nutzung von Umweltzeichen (z.B. FONT 2001, BUCKLEY 2001, KREUCHER 2010), Umwelt- bzw. Ökogütesiegeln die Rede (vgl. MÜLLER 2000). Umweltzeichen sind hierbei als Überbegriff für Auszeichnungen wie Marken und Gütesiegel anzusehen. Um einen Überblick über die generelle Nutzung solcher Auszeichnungen zu geben, wird ausgehend von der Beschreibung der Umweltzeichen auf die, in Zusammenhang mit den „Bergsteigerdörfern“ relevante, Markenstrategie übergeleitet.

Aufgrund der gestiegenen Umweltsensibilisierung (vgl. Kap. 1.1.4) nimmt heute u.a. die Umweltverträglichkeit der Destination und des dort verfügbaren Angebotes Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes. FONT drückt dies folgendermaßen aus: “postmodern travellers want to believe that their use of tourism facilities and their presence in tourist destinations will not damage the resources” (FONT 2001). Umweltzeichen leisten eine Aussage über Umweltauswirkungen von Produkten oder Dienstleistungen und sollen helfen, die bessere Umweltverträglichkeit gegenüber anderen Produkten zu erkennen

(KREUCHER 2010).

Bestimmte Eigenschaften müssen Umweltzeichen erfüllen (vgl. MÜLLER 2000, FONT 2001, BUCKLEY 2001, KREUCHER 2010):

- höhere Umweltfreundlichkeit des Produktes/der Dienstleistung im Vergleich zu anderen Produkten/Dienstleistungen mit gleichem Gebrauchszweck
- Vergabe und Überprüfung durch unabhängige Institution
- Festlegung transparenter Kriterien
- Ausschluss bei Nicht-Einhaltung der Kriterien

Laut FONT dienen Umweltzeichen zur Standardisierung der Förderung ökologischer Ansprüche, indem zuvor festgelegte Kriterien erfüllt werden, welche durch unabhängige und vertrauenswürdige Dritte, üblicherweise Regierungen oder gemeinnützige Organisationen, kontrolliert werden (FONT 2001). Um die Auszeichnung glaubhaft zu machen, sollten die Kriterien möglichst transparent sein (SCHRÖDER 2011). Je effektiver die Kontrollmethoden von Umweltzeichen sind, desto vertrauenswürdiger werden sie in der Öffentlichkeit angesehen (FONT 2001). Effektivität eines Umweltzeichens bedeutet auch, dass ein Fehlgebrauch des Labels, d.h. wenn das Produkt/die Dienstleistung nicht den Kriterien entspricht, den Ausschluss des ausgezeichneten Betriebes bzw. der ausgezeichneten Institution zur Folge hat (BUCKLEY 2001).

Im Jahr 2000 gab es in Europa über 40 verschiedene Umweltauszeichnungen auf regionaler, nationaler sowie internationaler Ebene (HAMELE 2001). Die meisten Umweltzeichen konzentrieren sich KREUCHER zufolge zu stark auf den ökologischen Aspekt, nicht aber auf den ökonomischen oder sozialen (KREUCHER 2010). Auch MÜLLER kritisiert, dass meist möglichst objektiv messbare ökologische Kriterien ausgewählt werden, der Sozialverträglichkeit jedoch keine große Bedeutung beigemessen wird (MÜLLER 2007). Zudem sorgt die große Anzahl an Gütesiegeln und Labels häufig für Verwirrung (SCHRÖDER 2011).

Der Unterschied zwischen Marken und Gütesiegeln liegt darin, dass Gütesiegel stärker auf Einzelaspekte von Produkten oder Dienstleistungen bezogen sind, die mitunter Teil einer Marke sein können (SCHRÖDER 2011). Da diese Arbeit die Beschäftigung mit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ zum Thema hat, welche die Etablierung einer touristischen Marke anstrebt (vgl. Kap. 2.2), wird im Folgenden auf die Verwendung der Markenstrategie im Tourismus genauer eingegangen.

Idealerweise sollen Marken Transparenz über die Angebotsvielfalt verschaffen und Unterschiede erkennen lassen, was insbesondere im Tourismus bedeutend ist, da viele Urlaubsziele durch die landschaftlichen Gegebenheiten als ähnlich empfunden werden. Marken sollen Verlässlichkeit auf zu erwartende Grundqualitäten vermitteln, sie sollen „in den Augen des Gastes „positive Vorurteile“ darstellen (LUFT 2005b) und die

hervorgerufenen Erwartungen letztendlich erfüllen. Die Visualisierung einer Marke erfolgt meist mit Hilfe eines Logos und eines Slogans. Eine Markenstrategie umfasst alle Maßnahmen, welche die „Positionierung und Individualisierung“ von Produktangeboten als Marke betreffen (LUFT 2005b). Hinter einer Marke stehen üblicherweise ein Leitbild, eine Philosophie und eine ganzheitliche Marketingstrategie (SCHRÖDER 2011). Nachdem die Zielgruppe, an die man sich mit einer touristischen Marke wendet, identifiziert wurde (Marktsegmentierung), erfolgt die Umsetzung der Markenstrategie. Die Angebotsgestaltung muss sich an den Wünschen der Zielgruppe orientieren und die Werbung verkaufsorientiert ausgerichtet sein (LUFT 2005b). Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sind für die Positionierung und Profilierung der Marke von zentraler Bedeutung (LUFT 2005b). Je höher der Bekanntheitsgrad einer Marke, desto höher natürlich deren Profilierungserfolg, d.h. desto besser hebt sich das mit Hilfe der Marke beworbene Angebot von anderen Angeboten ab.

Eine Schwierigkeit in der Verwendung von Marken im Tourismus besteht darin, dass sie für ein Leistungsbündel stehen, welches sich aus mehreren Einzelleistungen zusammensetzt. Ein bedeutender Teil der umworbenen touristischen Leistungen ist allerdings abstrakt und immateriell. Die Angebotsqualität beurteilt der Gast anhand der einzelnen Angebotsbestandteile, die nicht alle vom Anbieter beeinflusst werden können (z.B. Wetter, Gastfreundlichkeit, MÜLLER 2000). Ein weiteres Problem ergibt sich insbesondere für kleine Tourismusorte und -gebiete, die allein nicht in der Lage sind, ihr Markenlogo am Markt durchzusetzen, da die touristische Besonderheit meist nicht groß genug ist, um ein Aufenthaltsinteresse herbeizuführen (LUFT 2005b). Daher schließen sich einzelne Standorte oft zusammen und vermarkten sich gemeinsam als Destination, dies führt zu „Vergrößerung der regionalen Anziehungskraft“ (LUFT 2005b).

1.1.6 Tourismusentwicklung in Tirol unter besonderer Berücksichtigung von Osttirol

Nach dem zweiten Weltkrieg nahmen im Bundesland Tirol sowohl Sommer- als auch Wintertourismus stark zu und erreichten 1992 einen Höchststand von rund 45,8 Mio. Nächtigungen (vgl. Abb. 2, TIROL WERBUNG 2010). Seit Anfang der 1990er sind die Nächtigungszahlen im Winter höher als im Sommer, womit der Winter die stärkere Saison darstellt (www.presse.tirol.at 2011). Die Stagnation bzw. Rückläufigkeit des Tiroler Sommertourismus (s. Abb. 2) ist dadurch zu erklären, dass dieser anscheinend zu lange als „Selbstläufer“ gesehen wurde, denn in den vergangenen Jahrzehnten wurde er als touristisches Leistungsbündel kaum weiterentwickelt (BRACHER 2007).

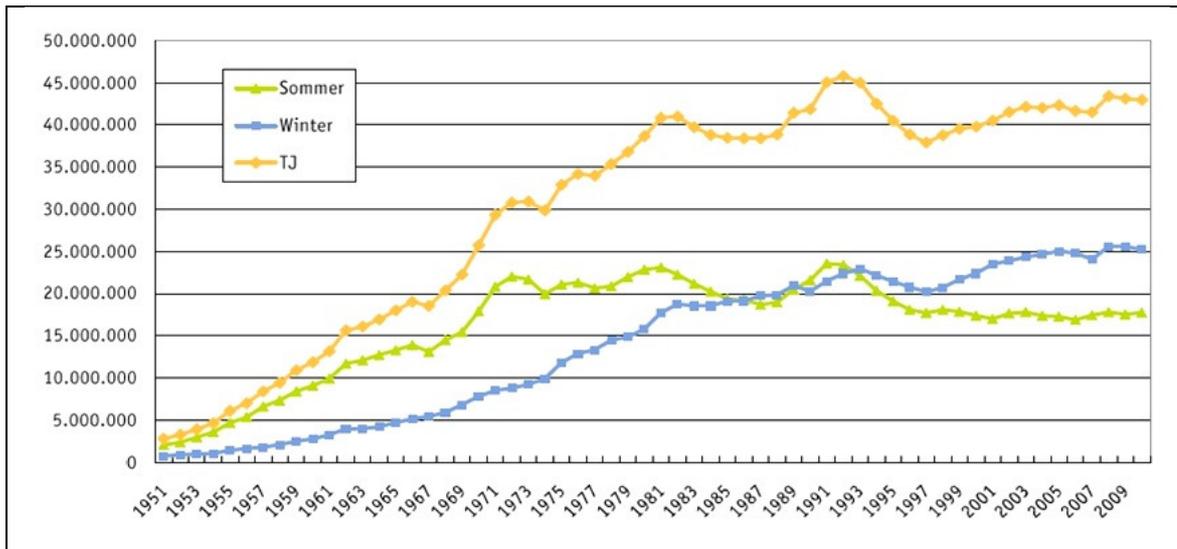


Abb. 2: Nächtigungsstatistik für das Bundesland Tirol seit 1950 - 2010 (TJ: Tourismusjahr, Quelle: Amt der Tiroler Landesregierung, zitiert nach: TIROL WERBUNG 2010)

Des Weiteren sind veränderte Trends im Reiseverhalten und der Wettbewerb zu anderen Tourismusregionen für die sinkende Attraktivität des Tiroler Sommerproduktes verantwortlich (s. Kap. 1.1.4, BRACHER 2007). Bis 1993 konnten die Rückgänge im Sommertourismus vom wachsenden Wintertourismus nahezu kompensiert werden, ab der Wintersaison 1997/1998 waren jedoch auch im Winter zwischenzeitlich rückläufige Tendenzen zu verzeichnen (www.presse.tirol.at 2011). Inzwischen "boomt" der Wintertourismus in Tirol, was BRACHER darauf zurückführt, dass das Land Tirol schneller als im Falle des Sommertourismus auf die Bedürfnisse der Gäste reagiert und in eine entsprechende Infrastruktur investiert hat (BRACHER 2007). Die Tendenz zeigt weiterhin einen dem Sommer gegenüber stärkeren Wintertourismus im Land Tirol (TIROL WERBUNG 2010).

Derzeit steigen zwar die Ankunftsahlen insgesamt, d.h. es kommen mehr Gäste nach Tirol, da der Trend aber zu kürzeren und dafür häufigeren Reisen geht (s. Kap. 1.1.4), steigen die Nächtigungszahlen nicht dementsprechend an. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer sank in den letzten zehn Jahren von 5,1 auf 4,6 Tage (TIROL WERBUNG 2010). Heute entfallen etwa zwei Drittel aller Übernachtungen auf die Hotellerie, während die Vermietung von Privatquartieren winters wie sommers stark zurück geht (www.presse.tirol.at 2011).

Im Geschäftsbericht der Tirol Werbung für 2010 heißt es: „Tirol bleibt mit einem Drittel aller Nächtigungen in Österreich das heimische Tourismusland Nummer 1.“ Fast 35 % aller Nächtigungen in Österreich fielen im Tourismusjahr 2009/2010 auf Tirol (TIROL WERBUNG 2011).

Deutlich zu unterscheiden vom Tiroler Tourismus insgesamt ist der Bezirk Osttirol, wo eine vergleichsweise langsamere Tourismusedwicklung stattgefunden hat. So wuchs

der Tourismus dort laut Osttirol Werbung „bedächtiger und nachhaltiger“ als in Nordtirol (www.osttirol.com 2011). Heute fallen nur knapp 5% aller Nächtigungen in Tirol auf Osttirol (KALS & HABLACHER 2009). Durchschnittlich kommen jährlich sieben Gäste pro Kopf auf jeden Osttiroler, „ein Bruchteil des Massentourismus in anderen Alpenregionen“ (www.osttirol.com 2011) vergleicht man mit dem Wert für ganz Tirol, der bei 61 Gästen pro Kopf liegt (BRACHER 2007). Betrachtet man die Nächtigungszahlen nach den Tourismusverbänden aufgetrennt, so liegt Osttirol im tirolweiten Vergleich mit nahezu 1,9 Mio. Nächtigungen im Tourismusjahr 2009/2010 an achter Stelle (TIROL WERBUNG 2011), obgleich es sich um den flächenhaft größten Bezirk des Landes handelt. Dabei liegt die Nächtigungszahl im Sommer, anders als in Tirol insgesamt, höher als im Winter. Als mittelfristiges Ziel setzt sich der für die Tourismusregion Osttirol zuständige Tourismusverband (TVB) in den kommenden fünf Jahren eine Steigerung auf 1,3 Mio. Übernachtungen im Sommer sowie 1,2 Mio. im Winter (TVB OSTTIROL 2008).

Wie im gesamten Bundesland Tirol (s.o.) ist es auch im Bezirk Osttirol zu einem starken Bettenverlust im Bereich der Privatzimmervermietung gekommen und es mangelt an einem Angebot von „Qualitätsbetten“ (KALS & HABLACHER 2009). In Zukunft wird in Osttirol laut KALS & HABLACHER auf Investitionen zur Verbesserungen der Angebotsqualität gesetzt werden (KALS & HABLACHER 2009). Diese Meinung vertritt auch der TVB Osttirol, welcher sich eine nachhaltige Tourismusedwicklung sowie Qualitätsverbesserungen zum Ziel gesetzt hat, wie aus seinen strategischen Grundsätzen ersichtlich. Demnach soll Osttirol im Marketing „traditionell nachhaltig“ positioniert werden (s. Abb. 3, TVB OSTTIROL 2008). Laut Einschätzung des TVBs wird die Region Osttirol „im internationalen Wettbewerb nur bestehen, wenn eine Verbesserung der Verkehrsanbindung und eine Weiterentwicklung im Bereich der touristischen Infrastruktur“ erfolgt (TVB OSTTIROL 2008).



Abb. 3: Abbildung zur Veranschaulichung des Strategischen Grundsatzes Nr. 3 des TVB Osttirol: „Osttirol wird traditionell nachhaltig positioniert.“(Quelle: TVB OSTTIROL 2008)

Der Osttiroler Tourismus wendet sich an die „Etablierten Postmateriellen“; diese sind sowohl Zielgruppe des TVB Osttirols, als auch der österreichischen Tourismusorganisation Österreich Werbung (www.austriatourism.com 2011, TVB OSTTIROL 2008).

Die Zielgruppe zeichnet sich durch wohlhabende Personen mittleren Alters (35 bis 65 Jahre) mit überdurchschnittlich hohem Bildungsniveau aus (TVB OSTTIROL 2008). Sie haben hohe Qualitätsansprüche, sehnen sich im individuell ausgerichteten Urlaub nach Ruhe, Einfachheit, körperlicher Aktivität

sowie Entspannung und „Entschleunigung“ (TVB OSTTIROL 2008).

Der größte Quellmarkt des Osttiroler Tourismus ist ganz deutlich Deutschland, das im Sommer einen Marktanteil von 49% der Gäste stellt (TVB OSTTIROL 2011b). 27% der Sommergäste kommt aus dem Inland, 11% aus Italien und 6% aus den Niederlanden (TVB OSTTIROL 2011b).

1.2 Die Alpenkonvention



Abb. 4: Logo der Alpenkonvention
(Quelle: www.alpconv.org 2011h)

Das „Übereinkommen zum Schutz der Alpen“, besser bekannt als Alpenkonvention, ist ein völkerrechtlicher Vertrag zwischen den acht Alpenstaaten Deutschland, Frankreich, Italien, Liechtenstein, Monaco, Österreich, Schweiz und Slowenien sowie der Europäischen Gemeinschaft, welcher 1991 auf der zweiten Alpenkonferenz in Salzburg

unterzeichnet wurde. Slowenien unterzeichnete die Alpenkonvention erst 1993, Monaco trat dieser 1994 nachträglich bei. Am 06.03.1995 trat die Konvention schließlich in Kraft (www.alpconv.org 2011a)

Im Jahr 1988 bereitete ein Beschluss des EU-Parlaments zur Ausarbeitung einer Konvention zum Schutz des Alpenraums den Weg für die Erstellung der Alpenkonvention (www.cipra.org 2011a). Bei der ersten Alpenkonferenz in Berchtesgaden 1989 wurde diese von den Umweltministern der beteiligten Staaten beschlossen (www.alpconv.org 2011a). Die Idee zur Erstellung eines solchen Abkommens reicht bis in die 1950er Jahre zurück, als diese in den Gründungsdokumenten der Internationalen Alpenschutzkommission CIPRA festgehalten wurde (www.cipra.org 2011a).

Die Alpenkonvention hat die Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung des Alpenraums durch die Stärkung der Kooperation zwischen den einzelnen Vertragsparteien zum Ziel. Die Bergregion soll unter Berücksichtigung der Interessen der Bevölkerung geschützt, erhalten und nachhaltig entwickelt werden (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a). So heißt es im Text der Rahmenkonvention der Alpenkonvention: „Die Vertragsparteien stellen unter Beachtung des Vorsorge-, des Verursacher- und des Kooperationsprinzips eine ganzheitliche Politik [...] unter umsichtiger und nachhaltiger Nutzung der Ressourcen sicher“ (Art. 2 (1) RK, www.alpconv.org 2011e). Unter dem Vorsatz einer ganzheitlichen Politik ist beabsichtigt, die Alpen als zusammenhängendes Gebiet zu betrachten. Daher ist die Umsetzung der

Alpenkonvention auf einen Geltungsbereich bezogen, der nicht an Staats- oder Landesgrenzen ausgerichtet ist, sondern den Alpenbogen umfasst, d.h. ein Berggebiet mit einer Fläche von 190.569 km², in dem annähernd 14 Millionen Menschen in 5.867 Gemeinden (Stand: Januar 2008) leben (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2010a). Der Anwendungsbereich ist aus Abb. 5 ersichtlich.

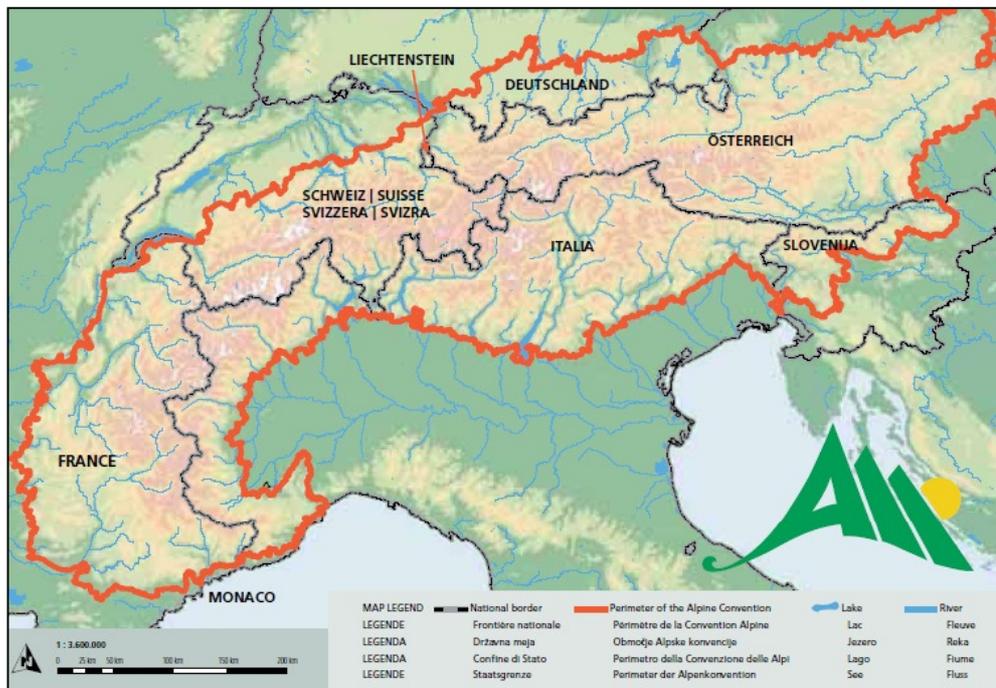


Abb. 5: Übersicht über den Anwendungsbereich der Alpenkonvention (Quelle: STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2010b)

1.2.1 Bestandteile und Organisation der Alpenkonvention

Die Alpenkonvention setzt sich aus einer Rahmenkonvention und mehreren Protokollen zusammen. In der Rahmenkonvention sind allgemeine Zielsetzungen und Maßnahmen formuliert, sie bildet somit die Grundlage, von welcher ausgehend die angestrebten Ziele der Alpenkonvention fachspezifisch konkretisiert werden. Bisher wurden zu acht der zwölf in der Rahmenkonvention aufgeführten Themenbereiche sog. Durchführungsprotokolle erstellt und zwar in den Bereichen „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“, „Berglandwirtschaft“, „Naturschutz und Landschaftspflege“, „Bergwald“, „Verkehr“, „Tourismus“, „Bodenschutz“ und „Energie“ (www.alpconv.org 2011d). Die Protokolle legen durch die Vertragspartner umzusetzende Verpflichtungen und Maßnahmen fest, ebenso werden die auf den jeweiligen Arbeitsbereich bezogenen Zielsetzungen dort genauer definiert (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a). Für den in der Rahmenkonvention erwähnten Bereich „Bevölkerung und Kultur“ sowie zum Thema „Klimawandel im Alpenraum“ wurden auf der IX. Alpenkonferenz 2006 zwei Deklarationen verabschiedet (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a). Bei den Deklarationen handelt es sich allerdings nicht

um rechtlich verbindliche Dokumente (www.cipra.org 2011b). Damit stehen Durchführungsprotokolle für die Themenfelder „Bevölkerung und Kultur“, „Wasserhaushalt“, „Luftreinhaltung“ und „Abfallwirtschaft“ noch aus (www.alpconv.org 2011e). Während die CIPRA als offizieller Beobachter der Alpenkonvention schon seit geraumer Zeit die Erstellung von Protokollen zu den ersten beiden Bereichen fordert, vertritt sie bezüglich der letztgenannten, „Luftreinhaltung“ und „Abfallwirtschaft“, die Meinung, diese Probleme seien nicht „alpenspezifisch“ und bedürften daher anstelle der Anfertigung von Protokollen globalerer Lösungsansätze (www.cipra.org 2011b).

Sowohl die Rahmenkonvention als auch die einzelnen Protokolle müssen durch die Vertragsparteien ratifiziert werden, indem eine Umsetzung in nationales Recht erfolgt. Bis Ende 1999 wurde die Rahmenkonvention von allen Vertragsparteien ratifiziert. Die Durchführungsprotokolle wurden zwar bis 2002 von den Mitgliedstaaten angenommen, allerdings sind noch nicht alle Protokolle durch alle Vertragsparteien ratifiziert. Erst nach deren Ratifizierung wird die Umsetzung der Protokolle für die Mitgliedstaaten verpflichtend (www.alpconv.org 2011b), wobei anzumerken ist, dass die bereits von der EU ratifizierten Protokolle Bestandteil des EU-Rechts sind und daher in allen EU-Mitgliedsstaaten geltendes Recht darstellen (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Teilweise fehlen heute noch Ratifizierungen seitens der EU und Monacos; die Schweiz und Italien haben bislang noch keines der Protokolle ratifiziert (Stand: Oktober 2011, www.alpconv.org 2011b). Bei fehlender Beteiligung der Schweiz und Italiens, beide mit relevantem Gebietsanteil am Anwendungsbereich der Alpenkonvention (vgl. Abb. 5) „bliebe der Fortgang des Alpenregimes“, laut Peter Haßbacher vom OeAV, „eine halbe Sache“ (HAßBACHER 2005).

Die Alpenkonferenz ist als „politisches Leitorgan der Alpenkonferenz“ zu bezeichnen (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a). Alle zwei Jahre kommen hier die Minister der Vertragsparteien zusammen und die einzelnen Staaten berichten über den Stand der nationalen Umsetzung der Bestimmungen aus den Durchführungsprotokollen (www.alpconv.org 2011e). Das „ausführende Organ der Alpenkonferenz“ bildet der Ständige Ausschuss (www.alpconv.org 2011f). Dieser tagt zweimal jährlich und kontrolliert, ob die aus der Alpenkonvention und ihren Protokollen resultierenden Verpflichtungen eingehalten und von den Vertragsparteien korrekt umgesetzt werden (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a). Darüber hinaus ist er für die Vorbereitung der Alpenkonferenzen und die Überprüfung der Protokollentwürfe zuständig (www.alpconv.org 2011c).

Seit 2003 hat das Ständige Sekretariat der Alpenkonvention seinen Sitz in Innsbruck, zusätzlich wurde eine Außenstelle in Bozen eingerichtet. Das Sekretariat unterstützt die

Arbeit der Organe der Alpenkonvention (s.o.), indem es Verwaltungsaufgaben und die Öffentlichkeitsarbeit wahrnimmt. Weiterhin zählt zu dessen Aufgabenbereich die Unterstützung der Kooperationspartner der Alpenkonvention bei Maßnahmen zur Umsetzung der Alpenkonvention (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008a).

1.2.2 Ziele der Protokolle „Tourismus“, „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“ und der Deklaration „Bevölkerung und Kultur“

Nachfolgend wird lediglich auf die drei für die Umsetzung des „Bergsteigerdörfer“-Projektes besonders relevanten Dokumente näher eingegangen.

Das im Jahr 1998 unterzeichnete Protokoll „Tourismus“ hat in erster Linie zum Ziel, durch die Förderung eines umweltverträglichen Tourismus zu einer nachhaltigen Entwicklung des Alpenraums beizutragen: „Die Vertragsparteien verpflichten sich, auf eine nachhaltige touristische Entwicklung mit einem umweltverträglichen Tourismus zu achten.“ (PROTOKOLL TOURISMUS 1998, Art. 5). Die Ausarbeitung und Umsetzung von Leitbildern, Entwicklungsprogrammen sowie sektoralen Plänen gefordert, um eine geordnete, touristische Angebotsentwicklung zu ermöglichen. Die Vertragsparteien sollen die Anliegen von Naturschutz und Landschaftspflege in die Tourismusförderung einbeziehen und „möglichst nur landschafts- und umweltschonende Projekte“ fördern (PROTOKOLL TOURISMUS 1998, Art. 6). In touristischer Hinsicht verfolgt die Alpenkonvention zwei Strategien: So ist zum einen die Entwicklung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit eines naturnahen und umweltschonenden Tourismusangebots zu fördern, zum anderen die Anpassung bereits bestehender Infrastrukturen eines intensiven Tourismus an die ökologischen Erfordernisse.

Dabei sollen auch Qualitätsverbesserungen des Angebots erfolgen: „Die Vertragsparteien leiten eine Politik ein, die ständig und konsequent auf ein qualitativ hochwertiges Tourismusangebot im gesamten Alpenraum abzielt“ (PROTOKOLL TOURISMUS 1998, Art. 7). Dazu zählt die „Diversifizierung des touristischen Angebots innerhalb des Alpenraums“ durch „Aufwertung des natürlichen und kulturellen Erbes der Feriengebiete“ (PROTOKOLL TOURISMUS 1998, Art. 6). Die Vertragsparteien unterstützen zudem private oder öffentliche Initiativen, welche die Erreichbarkeit touristischer Orte und Zentren mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbessern und die Benutzung solcher Verkehrsmittel durch die Touristen erhöhen sollen (PROTOKOLL TOURISMUS 1998, Art. 13). Neben Maßnahmen zur Entwicklung insbesondere wirtschaftsschwacher Gebiete (PROTOKOLL TOURISMUS 1998 Art. 17) wird auch die Zusammenarbeit zwischen Tourismuswirtschaft, Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Handwerk angeregt.

In dem 1994 unterzeichneten Protokoll „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“ ist festgehalten, dass durch die Vertragsparteien Pläne und/oder Programme für die Raumplanung und nachhaltige Entwicklung zu erstellen sind (PROTOKOLL RAUMPLANUNG UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG 1994, Art. 8), die den gesamten Alpenraum abdecken und von den zuständigen Gebietskörperschaften ggf. grenzüberschreitend ausgearbeitet werden. Ziel ist die „Harmonisierung der Raumnutzung mit den ökologischen Zielen und Erfordernissen“ bei sparsamer, umweltverträglicher Raumnutzung (PROTOKOLL RAUMPLANUNG UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG 1994, Art. 1). Diese Pläne bzw. Programme beziehen sich auf fünf Handlungsfelder und verfolgen die nachfolgend genannten Ziele (PROTOKOLL RAUMPLANUNG UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG 1994, Art. 9).

- Im Bereich der regionalen Wirtschaftsentwicklung sollen Pläne bzw. Programme Maßnahmen für gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Entwicklung beinhalten, Chancengleichheit sowie wirtschaftliche Vielfalt fördern und zufriedenstellende Erwerbsmöglichkeiten für die ansässige Bevölkerung schaffen.
- Im ländlichen Raum sollen geeignete Flächen für Land-, Weide- und Forstwirtschaft sichergestellt werden; bei gleichzeitigem Erhalt ökologisch und kulturell besonders wertvoller Flächen.
- Angemessene Abgrenzungen der Siedlungsgebiete sind vorzunehmen, Standorte für wirtschaftliche und kulturelle Tätigkeiten sowie Freizeitaktivitäten zu sichern; Grünflächen, Naherholungsräume und charakteristische Siedlungsformen und Bausubstanz sollen erhalten werden.
- Natur- und Landschaftsschutzgebieten, Ruhezonen und Schutzgebiete für den Erhalt sonstiger Lebensgrundlagen sollen ausgewiesen werden.
- Regionale und überregionale Erschließung und Angebot im Bereich des öffentlichen Verkehrs sollen verbessert werden; außerdem Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung zu ergreifen.

Die Deklaration „Bevölkerung und Kultur“ von 2006 umfasst Zielsetzungen, die ebenfalls fünf wesentlichen Themenfeldern zuzuordnen sind (DEKLARATION BEVÖLKERUNG UND KULTUR 2006):

- Stärkung des Gemeinschaftsbewusstseins und der Identität der im Alpenraum ansässigen Bevölkerung.
- Erhaltung kultureller Vielfalt (materielles und immaterielles Erbe, Sprachenvielfalt, kreatives künstlerisches Schaffen).

- Erhaltung und Modernisierung bestehender Siedlungsstrukturen durch Aufrechterhaltung von dezentraler Grundversorgung, Ausbildungs- und Freizeitangebot.
- Nachhaltige Nutzung endogener ökonomischer Potentiale sowie „Stärkung und Ausbau der Wertschöpfungsketten zur Förderung der lokalen und regionalen Produkte und Dienstleistungen“ und „Schaffung von Rahmenbedingungen für ein ausreichendes und attraktives Angebot an Arbeitsplätzen“.
- Stärkung der Beziehungen zwischen Städten innerhalb und außerhalb der Alpen sowie „Anerkennung der Bedeutung der alpinen ländlichen Räume als vielfältige, heterogene, eigenständige Wirtschafts-, Natur- sowie Kulturstandorte und Förderung integrierter Strategien, die an ihre jeweiligen Potentiale angepasst sind“.

1.2.3 Umsetzung der Alpenkonvention

Bei der Alpenkonvention handelt es sich, wie bereits erwähnt, nicht um eine bloße politische Absichtserklärung, sondern um einen verbindlichen völkerrechtlichen Vertrag (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2004). Trotzdem ist zu bedenken, dass zunächst eine Implementierung der Inhalte des Abkommens stattfinden muss, denn: „Ein Vertrag [hat] immer nur soviel an Wert [...], als er auch wirklich umgesetzt wird.“ (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). In der Umsetzung der Grundsätze der Alpenkonvention mit ihren Protokollen und den sich daraus ergebenden Verpflichtungen lassen sich deren rechtliche und praxisrelevante, d.h. in Form von Projekten stattfindende, Implementierung unterscheiden.

Da eine „Vielzahl nationaler Gesetze im Umwelt-, Naturschutz-, Bau- und Planungsrecht von der Alpenkonvention betroffen“ ist, hat der Gesetzgeber die jeweils gültigen, nationalen Rechtsvorschriften an die Konvention anzupassen (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2004). Diese rechtliche Umsetzung der Alpenkonvention erfolgt durch Entscheidungen der Gerichte und der Gebietskörperschaften der Vertragsparteien.

In Bezug auf den praxisorientierten Teil der Implementierung, sind die zuständigen Behörden auf nationaler, regionaler sowie lokaler Ebene in Kooperation mit dem Ständigen Sekretariat, den NGOs sowie „interessierten Vereinen und Experten“ beteiligt (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008b). Dabei wird das Subsidiaritätsprinzip berücksichtigt, indem diejenigen Gebietskörperschaften und Institutionen, die von den Bestimmungen aus der Alpenkonvention unmittelbar betroffen und daher am besten geeignet sind, für deren Umsetzung sorgen. Die lokalen

Gebietskörperschaften agieren beim Großteil der umgesetzten Maßnahmen als Hauptakteure (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Die Erfahrung zeigt dem STÄNDIGEN SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION zufolge (2011), dass eine Einbindung vieler lokaler Akteure wichtig ist und die Kooperation umso besser funktioniert, je früher die Akteure mit einbezogen werden. Die Realisierung einzelner Projekte, bildet „einen unerlässlichen Bestandteil bei der Umsetzung der Alpenkonvention“ (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2008b) und dient dazu, das Abkommen den Bewohnern der Alpen „abseits von nackten Artikeln und Paragrafen“ näher zu bringen (HABLACHER & HEILINGBRUNNER 2007). Auf der Webseite des Ständigen Sekretariats der Alpenkonvention sind Beispiele für verschiedene Kooperationen genannt. Zu den offiziellen Umsetzungsprojekten der Alpenkonvention zählen z.B. das Gemeinденetzwerk „Allianz in den Alpen“, der Verein „Alpenstadt des Jahres“, das Netzwerk Alpiner Schutzgebiete ALPARC, das Projekt „Alpine Pearls“ sowie das Weitwanderwegprojekt „Via Alpina“ (www.alpconv.org 2011g).

1.2.4 Umsetzung der Alpenkonvention in Österreich

Der Flächenanteil Österreichs am Geltungsbereich der Alpenkonvention beträgt ca. 29% und stellt damit, bei einer Fläche von knapp 55.0000 km² und ca. 65% der österreichischen Staatsfläche (OEAV 2005), den relativ gesehen größten Anteil unter allen Vertragsparteien, ausgenommen Liechtenstein und Monaco. Der Anteil der im Anwendungsgebiet lebenden Bevölkerung liegt mit etwa 24% nach Italien an zweiter Stelle (Stand 2008, STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2010). Während die Bundesländer Vorarlberg, Tirol und Kärnten gänzlich im Geltungsbereich liegen, sind Salzburg (95%), Ober- und Niederösterreich (29% bzw. 32%), Steiermark (77%) und Burgenland (12%) teilweise betroffen (OEAV 2005). Diese Zahlen vermitteln einen Eindruck davon, wie groß die Bedeutung der Alpenkonvention für Österreich ist bzw. eigentlich sein müsste, denn sie ist noch nicht ausreichend ins öffentliche Bewusstsein gelangt (s.u.).

Die Durchführungsprotokolle der Alpenkonvention wurden seit ihrer Unterzeichnung durch Österreich im Jahre 2002 rechtlich implementiert und haben eine besondere rechtliche Stellung inne, denn sie stellen unmittelbar geltendes Recht für Bund, Länder und Gemeinden dar (GALLE 2005). Während die Rahmenkonvention der Zustimmung durch National- und Bundesrat bedurfte, finden die Protokolle ab dem Zeitpunkt ihres Inkrafttretens unmittelbare Anwendung. Damit wäre die Erlassung von Gesetzen theoretisch nicht erforderlich, in der Praxis haben die Protokolle „gesetzesändernden bzw. gesetzesergänzenden Charakter“ (GALLE 2005). Unmittelbare Wirksamkeit erlangen die Inhalte der Protokolle nämlich nur in dem Fall, dass sie für die Anwendung

exakt genug formuliert sind. Solche unmittelbar anwendbaren Bestimmungen werden als „self executing“ bezeichnet und stellen nur einen geringen Anteil der Inhalte von Rahmenkonvention und Protokollen dar (ARP 2004). Des Weiteren gibt es Vorgaben, die „legistische Anpassungen in Gesetzen“ bewirken sowie Bestimmungen, die „deklaratorischen“ Charakter aufweisen, d.h. sie sind bei Entscheidungen als Argumentations- und Begründungshilfen vonseiten der Behörden zu berücksichtigen (GALLE 2005). Das Ständige Sekretariat betont, auch bei der Berücksichtigung der Vorgaben aus der Alpenkonvention handele es sich um eine Form der Anwendung dergleichen (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Der Großteil der Bestimmungen aus der Alpenkonvention ist deklaratorisch und besitzt somit ein „weiches Umsetzungspotential“ (ARP 2004).

In Österreich gibt es das Nationale Komitees (ÖNK), ein beiratsähnliches Gremium, in dem Bundesländer, Ministerien und österreichische NGOs vertreten sind (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Das Komitee diskutiert u.a. Umsetzungsstrategien für die Alpenkonvention (OEAV 2005). Das 2007 vom Lebensministerium (österreichisches Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft) veröffentlichte Handbuch zur Umsetzung der Alpenkonvention und ihrer Protokolle gibt den Behörden eine Hilfestellung für die rechtliche Implementierung. Bei der nationalen Umsetzung der Alpenkonvention kommt den österreichischen NGOs große Bedeutung zu, laut Ständigem Sekretariat insbesondere der CIPRA Österreich (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Diese hat 1994 ein Alpenkonventionsbüro in Innsbruck eingerichtet, das Öffentlichkeitsarbeit betreibt und kostenlos Rechtsauskünfte zur Auslegung der Durchführungsprotokolle anbietet (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011). Zudem ist seit 2005 eine Rechtsdatenbank online, die in Fragen zur Alpenkonvention sowohl Behörden als auch Privatpersonen als Informationsquelle dient (OEAV 2005).

Vielfach wird beklagt, die Alpenkonvention sei in der breiten Öffentlichkeit wenig bekannt oder werde eher negativ wahrgenommen (z.B. ARP 2004, HABLACHER 2011b). Laut Aussage der Mitarbeiter der Abteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV wird die Alpenkonvention häufig als zu schutzlastiges, wirtschaftsfeindliches Verhinderungsinstrument wahrgenommen (HABLACHER 2011b), da die Alpenkonventions-Protokolle beispielsweise in österreichisches Recht integriert wurden, wenn es um die Bewilligung beim Bau von Skipisten geht (SCHWANN mündl. 23.05.2011). Ziel sollte es daher in Zukunft sein, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, um das „Verhinderer“-Image der Alpenkonvention in ein „Förderer“-Image umzukehren. Mit Hilfe von einzelnen Projekten werden die „viel zu wenig beachteten Entwicklungspotenziale der Alpenkonvention und

ihrer Protokolle“ in den Vordergrund gerückt (STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION 2011).

In Österreich zählen die Via Alpina, ein Projekt, das sich mit einem alpenquerenden Weitwanderweg befasst, sowie die „Bergsteigerdörfer“-Initiative des OeAV zu den Umsetzungsprojekten der Alpenkonvention.

2 Der Oesterreichische Alpenverein und die Initiative „Bergsteigerdörfer“

Im Anschluss an die Präsentation des Projektträgers (Kap. 2.1) und der Initiative „Bergsteigerdörfer“ (Kap. 2.2) werden Forschungsinteresse und Zielsetzungen der vorliegenden Untersuchung erläutert (Kap. 2.3).

2.1 Der Oesterreichische Alpenverein

Der Oesterreichische Alpenverein wurde 1862 gegründet, also kurze Zeit nach Gründung des ersten alpinen Vereines, des British Alpine Club im Jahre 1857 und sieben Jahre vor dem Deutschen Alpenverein (DAV), mit welchem er sich 1873 zum Deutschen und Oesterreichischen Alpenverein (DuOeAV) zusammenschloss (www.alpenverein.at 2011a).

In der Anfangszeit war der OeAV als „vielseitiger Kulturverein“ zu bezeichnen, der sich mit wissenschaftlichen Themen befasste, ehe er sich unter Anregung einiger Mitglieder, u. a. Franz Senn, zunehmend praktischer Aufgaben annahm (KALS mündl. 27.05.2011). Ende des 19. Jahrhunderts sah der OeAV seine Aufgabe im Wesentlichen in der Erschließung der Bergwelt für den Tourismus. Um Reisen in die Alpen zu erleichtern und diese einem breiteren Publikum zugänglich zu machen, wurde in Form von Hütten und Wegen entsprechende Infrastruktur im Gebirge errichtet. So wurden in den ersten 50 Vereinsjahren bereits mehr als 300 Schutzhütten erbaut (KALS mündl. 27.05.2011).

Die Erschließung der Alpen sieht der OeAV schon seit geraumer Zeit als abgeschlossen an. Seit Mitte der 1920er Jahre wurden die Auswirkungen von Erschließungsmaßnahmen auf die alpine Umwelt zunehmend kritisch gesehen und es gab erste Bestrebungen in Richtung Naturschutz. Mit einer Satzungsänderung im Jahre 1927 kam der Naturschutz schließlich als neue Vereinsaufgabe hinzu. Seither besteht ein „Zwiespalt zwischen den Interessen der Bergsteiger und des Massentourismus“ (www.alpenverein.at 2011a). Man kann sagen, die Alpenvereine als Initiatoren des Alpentourismus „wurden die Geister, die sie riefen, nicht mehr los“ (FAZ 09.05.2010). Die heutzutage unter hohem Technikaufwand stattfindende „neue Ära der Alpenerschließung“, lässt sich laut Aussage des OeAV nicht mehr mit dessen Vorstellungen von einer nachhaltigen Tourismusedwicklung vereinbaren (KALS 2006).

Nach Ende des zweiten Weltkrieges, seit 1951, besteht der OeAV wieder unabhängig vom DAV unter seinem alten Namen. Eine enge Zusammenarbeit sowohl mit dem DAV als auch dem Alpenverein Südtirol (AVS) besteht allerdings weiterhin (www.alpenverein.at 2011a).

Zu den heutigen Aufgaben des OeAV zählen hauptsächlich die Ausübung und Förderung des Bergsports (Wandern, Bergsteigen, Klettern, Skitouren und Trendsportarten), die Ausbildung seiner Mitarbeiter, Informations- und Beratungstätigkeiten (Alpenvereinskarten, Lehrschriften, Fachmagazine und Webseite) sowie die Bereitstellung und Betreuung von Schutzhütten, Wegen und Kletteranlagen (www.alpenverein.at 2011a). Zudem versteht sich der Alpenverein, als „Anwalt der Alpen“ und zählt als gesetzlich anerkannte Umwelt-Organisation zu den alpenweit bedeutendsten Organisationen im Bereich des Natur- und Umweltschutzes (www.alpenverein.at 2011b).

Die Organisationsstruktur des Vereines lässt sich als stark dezentral beschreiben: Er besteht aus insgesamt 197 eigenständigen Sektionen in Österreich, die acht Landesverbänden angehören, über welchen wiederum der Gesamtverein steht (www.alpenverein.at 2011a). Heute ist der Oesterreichische Alpenverein mit mehr als 400.000 Mitgliedern und seinen 22.000 ehrenamtlichen Mitarbeitern der größte alpine Verein Österreichs. Er ist zugleich größte Jugendorganisation und mit 238 Schutzhütten größter Beherbergungsbetrieb in Österreich. Außerdem betreut er etwa 40.000 km Wegenetz (www.alpenverein.at 2011a).

Die Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV besteht seit 1980 und ist für die Bereiche Alpenschutz und -entwicklung, Alpine Raumordnung und -planung verantwortlich (www.alpenverein.at 2011b). Die vorliegende Masterarbeit ist im Auftrag der Abteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV entstanden.

2.2 Die Initiative „Bergsteigerdörfer“ des Oesterreichischen Alpenvereins



Abb. 6: Logo der Initiative „Bergsteigerdörfer“ des OeAV (Quelle: OeAV 2009)

Initiator und Träger des Projektes „Bergsteigerdörfer“ ist der OeAV. Zum 01.01.2008 erfolgte der offizielle Projektstart dieser Initiative, die jeweils zur Hälfte vom österreichischen Lebensministerium und vom Europäischen Fonds für Ländliche Entwicklung 2007-2013 gefördert wird.

Der offizielle Titel, unter dem das Projekt gemeinsam mit dem OeAV-Projekt „Via Alpina“ in dem Programm Ländliche Entwicklung Österreichs 2007-2013 des Lebensministeriums gefördert wird, lautet „Alpenkonvention konkret: Via Alpina und

Bergsteigerdörfer“ (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011). Die Initiative

„Bergsteigerdörfer“ ist als Umsetzungsprojekt der Alpenkonvention zu bezeichnen (s. Kap. 1.2.4), da sie eine direkte Umsetzung deren Forderungen anstrebt. Damit liegt das übergeordnete Projektziel in der Förderung einer nachhaltigen Entwicklung im Alpenraum, was in diesem Falle durch die Förderung eines nachhaltigen Tourismus in den Mitgliedsgemeinden, den einzelnen „Bergsteigerdörfern“, geschehen soll. Dem komplexen Vertragswerk Alpenkonvention soll durch ein derartiges Projekt eine gewisse „Bodenhaftung und Verankerung“ verliehen werden (OeAV 2010a). Das Projekt dient als Instrument zur Umsetzung insbesondere des Tourismus-Protokolls der Alpenkonvention, bezieht sich aber auch stark auf die Protokolle „Raumplanung und nachhaltige Entwicklung“ sowie die Deklaration „Bevölkerung & Kultur“.

Neben der Alpenkonvention bildet das 1994 von OeAV, DAV und AVS beschlossene Grundsatzprogramm zur umwelt- und sozialverträglichen Entwicklung und zum Schutz des Alpenraumes (DAV 1994) den zweiten Eckpfeiler der Initiative „Bergsteigerdörfer“. Darin schlagen die Alpenvereine vor, „für strukturschwache Regionen Impulse zur Förderung ökologisch orientierter Tourismusformen zu geben“ (HABLACHER 2009b).

Erste Überlegungen hinsichtlich eines derartigen Projektes gab es bereits 2005 vonseiten des OeAV, als dieser 15 Gemeinden in Österreich aussuchte und eine Werbebroschüre über die damals schon als „Bergsteigerdörfer“ bezeichneten Tourismusorte erstellte, welche 2006 erschien. Anfang 2008 stimmten Bürgermeister und Touristiker der ausgewählten Gemeinden der Projektteilnahme offiziell zu. Im Juli 2008 wurde schließlich die sog. Bergsteigerdörfer-Deklaration unterzeichnet, wobei es sich um keinen rechtlich bindenden Vertrag, sondern eine symbolische Vereinbarung zwischen den Gemeinden und dem Alpenverein handelt (SCHWANN mündl. 23.05.2011).

Der Alpenverein kehrt mit diesem Projekt zu seinen Wurzeln zurück; er betreibt eine „Renaissance des Alpentourismus“ (HABLACHER 2009a) in dem Sinne, dass er, wie zur Anfangszeit des Vereins, den Tourismus in den Alpen fördert (vgl. Kap. 2.1). Der entscheidende Unterschied besteht darin, dass heute mit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung eine alternative Tourismusform angestrebt wird, mit Hilfe derer der weiteren Erschließung des Alpenbogens, welche mit „regionalen Aufschaukelungen in der Landschaftszerstörung“ einhergeht, strategisch entgegengewirkt werden soll (HABLACHER 2010a). Peter Haßlacher vom OeAV zufolge sind jene Orte in den Alpen, die bislang nicht massentouristisch erschlossen sind, heutzutage in Gefahr, durch touristische Entwicklungen in ihrer Ursprünglichkeit beeinträchtigt zu werden (HABLACHER 2009d).

Gestärkt werden soll innerhalb des Projektes „Bergsteigerdörfer“ insbesondere der im Vergleich zum Winter meist weniger bedeutende und häufig rückläufige Sommer-Bergtourismus (HABLACHER 2006). Sowohl im Sommer als auch im Winter wird das

Angebot „sanfter“ Aktivitäten gefördert. Dazu zählen Wandern, Bergtouren, alpines Klettern, Sportklettern, Bouldern, Klettersteiggehen, Mountainbiken, Skitouren, Schneeschuhwandern, Eisklettern, Langlauf und Eislaufen (www.bergsteigerdoerfer.at 2011a).

Der Alpenverein arbeitet im Rahmen des Projektes „Bergsteigerdörfer“ vorwiegend mit kleinen Beherbergungsbetrieben und den alpinen Schutzhütten zusammen und ist insbesondere um die Förderung „in der Region verankerter Anbieter“ bemüht (www.bergsteigerdoerfer.at 2011b). Hierbei geht es um die Erstellung eines touristischen Nischenproduktes durch die Etablierung eines nachhaltigen Tourismus und die Schaffung von Qualitätsverbesserungen im Tourismusbereich, welche die im Tourismusprotokoll der Alpenkonvention genannten Ziele deutlich widerspiegelt.

Das Projekt soll nicht nur den Besuchern, sondern auch den Bewohnern der „Bergsteigerdörfer“ zugutekommen. Die großteils bereits vorhandene Wertschätzung der Ortschaften soll mit Hilfe des Projektes nach Möglichkeit in eine gesteigerte Wertschöpfung umgewandelt werden (HABLACHER 2009b). So wird eine bessere Auslastung der vorhandenen Übernachtungskapazitäten in den teilnehmenden Partnerbetrieben (s. Kap. 2.2.1) und Schutzhütten als wirtschaftliches Ziel angestrebt. Im Jahr 2008 nannte Ewald Galle vom Lebensministerium als „Fernziel“ der „Bergsteigerdörfer“-Initiative, die Kreierung einer Marke im Alpentourismus, „die für einen anspruchsvollen Bergtourismus steht, der sich vom gegenwärtigen Standardangebot absetzt und eine ökonomisch tragfähige Kombination aus Naturschonung, Identitätserhalt und alpinistischer Herausforderung darstellt“ (GALLE 2008). Als gewünschte Folge des Projektes lässt sich bei einer Stärkung des Tourismus die Schaffung von Arbeitsplätzen in der Region nennen (SCHWANN & KALS 2008). Weiterhin soll das Projekt zur Angebotsverbesserung im öffentlichen Verkehr und zur Sicherung der Nahversorgung im ländlichen Raum beitragen.

Zusammenfassend verfolgt die „Bergsteigerdörfer“-Initiative das Ziel, in den einzelnen Mitgliedsgemeinden einen „Mehrwert“ für die Region zu schaffen (SCHWANN & KALS 2008). Von dem Projekt profitieren Natur und Umwelt im Allgemeinen, die einheimische Bevölkerung und deren Gemeinden sowie die „Bergsteigerdörfer“-Partnerbetriebe (s. Kap. 2.2.1) und diejenigen Alpenvereinssektionen, deren Arbeitsgebiet in einem „Bergsteigerdorf“ liegt (STRABER 2009). Nicht zuletzt zählen zu den „Gewinnern“ dieses Projektes auch die Gäste, denen in den „Bergsteigerdörfern“ ein Urlaub im Sinne eines qualitativ hochwertigen, nachhaltigen Tourismus geboten wird.

2.2.1 Projektumsetzung, Projektkoordination und beteiligte Akteure

Der Projektträger OeAV übernimmt eine für einen alpinen Verein eher ungewöhnliche Aufgabe, indem er als Marketingagentur agiert, die die selbst kreierte Marke „Bergsteigerdörfer“ aktiv bewirbt und sich ihren Kunden scheinbar selbst aussucht (FAZ 09.05.2010). Der Alpenverein wendet sich an eine bestimmte Zielgruppe, die er explizit anspricht: „Eine Gruppe, die Ruhe und Erholung sucht, sich aber auch in der freien Natur bewegen will, die einen Aktiv-Urlaub fernab der großen Tourismuszentren anstrebt“ (www.bergsteigerdoerfer.at 2011b). Damit spricht der Alpenverein u.a. auch

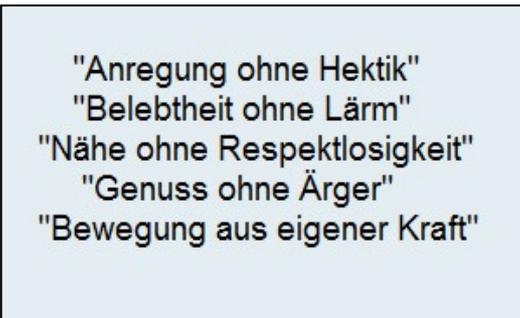


Abb. 7: Im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“ vom OeAV verwendete Werbeslogans (Quelle: www.bergsteigerdoerfer.at 2011a)

seine Mitglieder an. Die „Bergsteigerdörfer“ werden unter dem Slogan „Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen“ beworben (vgl. u.a. www.bergsteigerdoerfer.at 2011, OeAV 2010a). Weitere verwendete Werbeslogans, welche die hinter dem Projekt stehende Philosophie widerspiegeln, sind Abb. 7 zu entnehmen (www.bergsteigerdoerfer.at 2011a).

Grundsätzlich soll sich das Input für die „Bergsteigerdörfer“-Initiative auf geringe Investitionen und wenig technischen Aufwand beschränken (KALS 2006).

Im Rahmen der Initiative wird den beteiligten Gemeinden über die Öffentlichkeitsarbeit des OeAV mittels Internetauftritt, eigenen Veröffentlichungen und Veranstaltungen (s. Kap. 2.2.2) eine Marketingplattform zur Verfügung gestellt (OeAV 2008). Indem er Informationsveranstaltungen, Treffen mit den Partnerbetrieben, Buchvorstellungen und Vorträge veranstaltet, bemüht sich der OeAV zum einen um die Verbesserung der Kommunikation zwischen den Mitgliedsgemeinden und Partnerbetrieben und zum anderen um die allgemeine Bekanntmachung der Initiative. Die Gemeinden werden seitens des Projektträgers zu einem Erfahrungsaustausch angeregt. Zudem ist es dem OeAV ein Anliegen, die Gemeinden zunehmend mit dem Verein zu vernetzen und stärker mit den ansässigen Sektionen zusammenzuarbeiten (HABLACHER 2009b). Als wichtigstes Treffen findet die „Bergsteigerdörfer“-Jahrestagung statt, zu welcher die am Projekt beteiligten Akteure (s.u.) eingeladen sind. Die letzte Jahrestagung, vom 29.09. bis 02.10.2011 in Johnsbach im Gesäuse, fand als teils öffentliche Veranstaltung statt (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011).

Die Organisation der „Bergsteigerdörfer“-Initiative ist durch die Zusammenarbeit von drei Sphären gegeben: Alpenverein, Gemeinden und Tourismus (KALS mündl. 04.07.2011).

Das Projekt wird, von den genannten drei großen Sphären ausgehend, auf verschiedenen Ebenen umgesetzt. Das „Bergsteigerdörfer“-Projektteam bildet die kleinste Organisationseinheit der Initiative; seine Mitglieder sind Peter Haßlacher und Christina Schwann vom OeAV sowie Roland Kals und Regina Stampfl vom Salzburger Planungsbüro „arp - planning.consulting.research“. Zwischen dem Projektteam und dem Österreichischen Lebensministerium sowie dem Ständigen Sekretariat der Alpenkonvention findet eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung statt (www.bergsteigerdoerfer.at 2011c).

Als Hauptakteure betrachtet der OeAV allerdings die Vertreter der „Bergsteigerdörfer“ (www.bergsteigerdoerfer.at 2011c). Die Gemeinden selbst, vertreten durch ihre Bürgermeister, sind bereits durch die offizielle Bestätigung der Projektteilnahme in das Projekt eingebunden (Unterzeichnung der Bergsteigerdörfer-Deklaration, s. Kap. 2.2). Ohnehin steht der OeAV in direktem Kontakt zu Vertretern der Alpenvereinssektionen mit Arbeitsgebiet in dem jeweiligen „Bergsteigerdorf“. Durch die Einbindung sog. Partnerbetriebe holt sich der Alpenverein in den Gemeinden zusätzliche Partner ins Boot. Als Partnerbetriebe sind seit 2010 verschiedene Betriebe und Institutionen dabei (OEAV 2011b); dies können u.a. Schutzgebietsbetreuer, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, Ski- und Bergsportschulen, Sportartikelverleihe und -fachhändler ebenso wie Geschäfte, die z.B. regionale Handwerksprodukte anbieten (www.bergsteigerdoerfer.at 2011c). Die Partnerbetriebe werden seitens des OeAV beworben, verpflichten sich aber im Gegenzug, bestimmte Kriterien zu erfüllen. So gewähren die Partnerbetriebe Mitgliedern alpiner Vereine einen Rabatt von zehn Prozent auf ihr Standardangebot, was meist aus Übernachtung mit Frühstück besteht, da es sich beim Großteil der Partnerbetriebe um Gastronomiebetriebe mit Beherbergungsmöglichkeit handelt (SCHWANN 2009).

Partnerbetriebe, die Beherbergungsbetriebe sind, entsprechen außerdem den in Abb. 8 genannten Anforderungen.

Die in Abb. 8 dargestellte Liste wurde Mitte 2011 um zusätzliche Anforderungen an die Partnerbetriebe erweitert (SCHWANN persönliche Mitteilung 21.11.2011). Grundsätzlich müssen die Betriebe mit Hilfe der entsprechenden „Bergsteigerdörfer“-Plakette als Projektpartner kenntlich gemacht werden und allgemeine Informationen über das Projekt an die Gäste weitergeben. Einzelheiten zu den Anforderungen sind im „Leitfaden für Bergsteigerdorf-Partnerbetriebe“ des OeAV nachzulesen (OEAV 2011c). Dort wurde außerdem die Zahlung eines Mitgliedsbeitrags ab der zweiten Projektphase festgeschrieben, welcher nach der Bettenzahl der Betriebe gestaffelt ist (OEAV 2011c).

Was Sie als Bergsteiger / Bergsteigerin von den Partnerbetrieben erwarten können:

Ihr Gastgeber / Ihre Gastgeberin

- kennt sich in den Bergen aus, kann Ihnen spezielle Auskünfte und Tipps geben, berät bei Wetterunsicherheit, gibt Tipps zur Tourenplanung
- ermöglicht ein Frühstück ab ca. 5.00 Uhr
- stellt Jausenpakete bereit
- serviert bergsteigertypische, energiereiche und gesunde Speisen, wobei der Schwerpunkt auf der regionalen Küche liegt
- hat eine Gästebibliothek, die einen Schwerpunkt auf Alpinliteratur und Regionalinformation legt

- bietet einen Mitgliedervorteil für Mitglieder Alpiner Vereine

zusätzlich in Talherbergen:

- organisiert für Sie den Verleih von Bergsportausrüstung, wie z.B. Tourenschiern, Schneeschuhen, Wanderstöcken, ...
- bietet Ihnen Platz und Werkzeug zur Reparatur von Ausrüstungsgegenständen
- überlässt Ihnen leihweise Karten und Führerliteratur zur Region, in der Sie sich aufhalten

Abb. 8: Von den Partnerbetrieben der Initiative „Bergsteigerdörfer“ zu erfüllende Kriterien (Quelle: OeAV 2010b)

In der Koordination des „Bergsteigerdörfer“-Projektes steht der seit Ende 2009 bestehende Operative Ausschuss eine Ebene über dem Projektteam. Er setzt sich aus demselben und Vertretern der „Bergsteigerdörfer“ zusammen. Zurzeit sind acht „Bergsteigerdörfer“-Vertreter Mitglied. Bei diesen Akteuren handelt es sich vorwiegend um Gemeindevertreter, es sind jedoch auch ein Touristiker, eine Naturschutzwartin und ein Partnerbetrieb vertreten (SCHWANN mündl. 23.05.2011). Aufgabe des Operativen Ausschusses ist es, jährliche Arbeitsprogramme im Rahmen des Projektes festzulegen (HABLACHER 2009c).

Sofern dies von Gemeindeseite erwünscht ist, übernimmt der Alpenverein eine Mittlerrolle zwischen Gemeinden, Politik und Behörden (HABLACHER 2011a), wobei es hauptsächlich darum geht, weitere Fördertöpfe anzuzapfen (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011).

Eine Verlängerung der ersten Projektphase, die ursprünglich vom Anfang 2008 bis Ende 2010 reichen sollte, erfolgte bereits bis Ende Juni 2011 (HABLACHER 2011a). Der Übergang in die zweite Projektphase der „Bergsteigerdörfer“-Initiative fand Ende August 2011 statt, nun liegt dem OeAV ein anschließender Fördervertrag des Lebensministeriums für die Zeit von Anfang Juli 2011 bis Ende 2013 vor (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011).

2.2.2 Aktivitäten während der ersten Projektphase

An dieser Stelle werden in Kürze die bis dato im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative geschaffenen Strukturen und realisierten Projekte dargestellt. In der ersten Projektphase (01.01.2008 bis 30.06.2011) wurde das „Bergsteigerdörfer“-Projekt nach

Ansicht des OeAV bereits „stark vorangetrieben“. (STAMPFL & SCHWANN 2011). Zunächst war der Aufbau grundlegender Elemente erforderlich, dazu zählen die Auswahl eines Logos für das Projekt im Jahr 2008, die Festlegung der Aufnahmekriterien für die Gemeinden (s. Kap. 2.2.3) bis Anfang 2009 und natürlich die Gewinnung von Gemeinden und Betrieben, mit denen innerhalb des Projektes kooperiert wird (SCHWANN 2009). Insgesamt nahmen in der ersten Projektphase ca. 60 Betriebe als Projektpartner teil, davon rund 30 im Villgratental (OeAV 2011b). Zu den 2005 vom Alpenverein ausgewählten „Bergsteigerdörfern“ kamen seit Anfang 2008 Malta und das Villgratental sowie im Mai 2011 Mauthen neu hinzu. Die Gemeinde Kals wurde erst kürzlich aufgrund dort erfolgter Entwicklungen aus dem Projekt ausgeschlossen (s. Kap. 2.2.4).

Bisher gibt es noch kein einheitliches Erkennungsmerkmal der „Bergsteigerdörfer“, welches in allen Orten präsent ist (STAMPFL & SCHWANN 2011). Zwar wurden eine Fahne und ein Aufkleber mit dem „Bergsteigerdörfer“-Logo entworfen und einige Ortsschilder und Tafeln angebracht, die das Logo beinhalten, in allen Gemeinden sind diese jedoch noch nicht vorhanden. Das Logo der „Bergsteigerdörfer“ ist in Österreich inzwischen als Wort-Bild-Marke markenrechtlich geschützt (OeAV 2011b).

Der OeAV hat eine Reihe verschiedener Druckwerke veröffentlicht, die in Zusammenarbeit mit Vertretern der Mitgliedsgemeinden entstanden sind. Diese Informationsbroschüren zu den „Bergsteigerdörfern“ sowie die Webseite www.bergsteigerdoerfer.at bilden das Grundgerüst der Öffentlichkeitsarbeit und Imagewerbung für das Projekt (STAMPFL & SCHWANN 2011). In der „Bergsteigerdörfer“-Gesamtbroschüre werden alle Mitgliedsgemeinden dargestellt, außerdem gibt es zu jedem „Bergsteigerdorf“ eine detailliertere Einzelbroschüre. Laut OeAV fand insbesondere die Gesamtbroschüre sowohl bei Gästen als auch Einheimischen großen Anklang, sodass bereits eine Neuauflage erforderlich wurde (STAMPFL & SCHWANN 2011). In der Reihe „Alpinesgeschichte kurz & bündig“ ist die Alpinesgeschichte der Orte aufgearbeitet, bislang sind neun Bücher erschienen (www.bergsteigerdoerfer.at 2011d). Außerdem erscheinen unter dem Titel „Ideen, Taten, Fakten“ Berichte über die Jahrestagungen der Initiative.

Insgesamt betreibt der OeAV ein vereinsintern nach „innen“ als auch nach „außen“ gerichtetes Marketing (KALS 2006). Mit der Mitgliederzeitschrift „Bergauf“ des OeAV (ab Heft 2/2009 ist in jeder Ausgabe ein Artikel zum Thema „Bergsteigerdörfer“ enthalten) und der Serie „Alpine Raumordnung“ werden vereinseigene Medien zur Bekanntmachung des Projektes genutzt. Die über den Alpenverein selbst geleistete Öffentlichkeitsarbeit schätzt der Alpenverein als besonders wertvoll ein (OeAV 2011b).

Darüber hinaus bemüht sich der OeAV, die Berichterstattung zu den „Bergsteigerdörfern“ in der Presse in In- und Ausland anzuregen. So lud er 2010 deutsche Journalisten in die

„Bergsteigerdörfer“ ein und beauftragte eine Hamburger Agentur mit der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland (STAMPFL & SCHWANN 2011). Artikel zu den „Bergsteigerdörfern“ sind in verschiedenen Zeitungen inner- und außerhalb Österreichs erschienen, in Fachpublikationen, Zeitschriften, Radio- und Onlineberichten (OEAV 2011b).

Die Webseite der „Bergsteigerdörfer“ ist seit 2009 online und wird regelmäßig aktualisiert (SCHWANN 2009), u.a. werden dort innerhalb des Projektes stattfindende Veranstaltungen angekündigt. Auch andere, nicht das Projekt betreffende, OeAV-Veranstaltungen werden vom Alpenverein gezielt in den Mitgliedsgemeinden abgehalten (SCHWANN 2009).

Zur Umsetzung konkreter Einzelprojekte kam es, wenn sich die Gemeinden mit einer Idee an den OeAV wandten. Diese Projekte wurden meist bezuschusst, kleinere Dinge wurden auch gänzlich aus Projektmitteln finanziert (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011). Die einzelnen Projekte hatten zumeist die Erweiterung des alptouristischen Angebots zum Ziel. Mit Ausnahme von Reichenau an der Rax, Kals am Großglockner, dem Villgratental und Malta wurde in jedem „Bergsteigerdorf“ mindestens ein Projekt realisiert (OEAV 2011b). Zu diesen Projekten zählen beispielsweise die Unterstützung bei einem Kulturprojekt in Vent („ARTEVENT“), der Neubau mehrerer Klettersteige sowie die Gestaltung von Gipfelbüchern im Großen Walsertal (SCHWANN 2009).

2.2.3 Leitbild eines „Bergsteigerdorfes“ und Kriterien des Oesterreichischen Alpenvereins

Die Zielvorstellung des Alpenvereins vom idealen „Bergsteigerdorf“ entspricht einem regionalen Entwicklungskern mit Vorbildwirkung, in dem Tradition noch gelebt wird. Tradition und Ursprünglichkeit bzw. Authentizität der Mitgliedsgemeinden zählen zu den in den Publikationen des OeAV immer wieder genannten Schlagwörtern, auf deren Vorhandensein und Bewahrung Wert gelegt wird (vgl. u.a. HABLACHER 2009b, OEAV 2009c, HABLACHER 2010a, www.bergsteigerdoerfer.at 2011b). Damit ist auch die Alpingeschichte des „Bergsteigerdorfes“ bedeutend, denn es weist ein gewisses Maß an alptouristischer Tradition auf (OEAV 2009c, www.bergsteigerdoerfer.at 2011b). Zudem zeichnet sich ein „Bergsteigerdorf“ durch exzellente Landschafts- und Umweltqualität sowie ein ästhetisches Ortsbild mit Alpincharakter aus, welches in seiner Ursprünglichkeit noch nicht durch größere Bausünden beeinträchtigt worden ist. Ein „Bergsteigerdorf“ bietet dem Gast Ruhe und Freiräume; all das, was in anderen, „lauten“ Alpendestinationen längst nicht mehr zu finden ist (HABLACHER 2011a). Das touristische Sommer- und Winterangebot beschränkt sich auf ein Bergsport-Aktivitäten, welche mit

einer nachhaltigen Tourismusentwicklung vereinbar sind (www.bergsteigerdoerfer.at 2011b).

„Bergsteigerdorf“ des OeAV können bislang im Geltungsbereich der Alpenkonvention befindliche Gemeinden in ländlichen Räumen Österreichs werden. Unter einem „Bergsteigerdorf“ ist nicht immer genau eine Gemeinde zu verstehen, es kann sich auch um mehrere Gemeinden oder ganze Talschaften handeln, die sich unter gemeinsamem Namen zu einem „Bergsteigerdorf“ zusammenschließen (z.B. Tiroler Gailtal, Villgratental, Großes Walsertal). Bei den Mitgliedsgemeinden der Initiative „Bergsteigerdörfer“ handelt es sich meist um entwicklungsschwache Gemeinden in Peripherielage (HABLACHER 2011a). Laut OeAV wurden solche Orte als „Bergsteigerdörfer“ ausgewählt, die in ihrer Entwicklung einen vom Standard abweichenden Weg eingeschlagen haben, indem sie entweder bewusst auf stärkere touristische Erschließungen verzichtet haben oder nicht in der Lage waren, sich an dem sog. „Erschließungs-Kapital-Event-Kreisel“ einer massentouristischen Entwicklung zu beteiligen (HABLACHER & KALS 2010).

Der vom OeAV Anfang 2009 unter Rücksprache mit Vertretern der beteiligten Orte festgesetzte Kriterienkatalog liefert Anhaltspunkte dafür, was unter einem „Bergsteigerdorf“ zu verstehen ist (s. Anhang A). Der Kriterienkatalog gliedert sich in Ausschluss-, Pflicht und Zielkriterien, die den Charakter und Zustand bzw. den anzustrebenden Zustand eines „Bergsteigerdorfes“ beschreiben. Mit Hilfe dieser Kriterien sollen die hinter dem Projekt stehenden Zielvorstellungen, die sich oft auf nicht messbare Sachverhalte beziehen, operationalisiert werden. Sowohl „objektive Tatbestände als auch subjektive Einschätzungen“ flossen bei der Kriterienbildung ein (OeAV 2009c). Die Aufnahmekriterien des OeAV müssen im Gemeinderat der Partnergemeinden besprochen und angenommen werden (SCHWANN 2009).

Die als Ausschlusskriterien angeführten Punkte umfassen Negativbedingungen, die eine Gemeinde an der Aufnahme als „Bergsteigerdorf“ hindern. Sofern die Gemeinden den Vorgaben der Pflichtkriterien noch nicht entsprechen, müssen sie „innerhalb eines vertretbaren Zeitraumes“ kurzfristig in der Lage sein, sie zu erfüllen (OeAV 2009c). Unter Zielkriterien genannte Aspekte gelten als optionale Zusatzqualitäten, die der Realisierung des Projektes vor Ort sozusagen ein „Sahnehäubchen“ aufsetzen (OeAV 2009c). Die Zielkriterien sollen im weiteren Projektverlauf noch erweitert werden.

Obwohl für die Zusammenarbeit im Rahmen der Initiative einheitliche Kriterien unerlässlich sind, ist darauf hinzuweisen, dass der OeAV darauf bedacht ist, die Einzigartigkeit der „Bergsteigerdörfer“-Gemeinden zu bewahren. Ziel der „Bergsteigerdörfer“-Initiative soll es keinesfalls sein, die verschiedenen Gemeinden einander anzugleichen und dem Gast ein einheitliches touristisches Angebot zu liefern,

sondern es ist gerade die Vielfalt der Dörfer, die als sehr positiv angesehen wird (RICCABONA 2011). Die Pflichtkriterien soll jede Mitgliedsgemeinde zwar erfüllen, es ist jedoch nicht zwingend notwendig, dass jedes Dorf dem Gast ein perfektes Rundum-Angebot an Aktivitäten bietet, da sich manche Orte für bestimmte Aktivitäten besonders gut eignen bzw. für diese besonders bekannt sind (www.bergsteigerdoerfer.at 2011a).

2.2.4 Aktueller Stand und Ausblick

Momentan gibt es in Österreich 17 „Bergsteigerdörfer“ in sieben Bundesländern. Die Lage der einzelnen „Bergsteigerdörfer“ ist Abb. 9 zu entnehmen (Stand: September 2011).

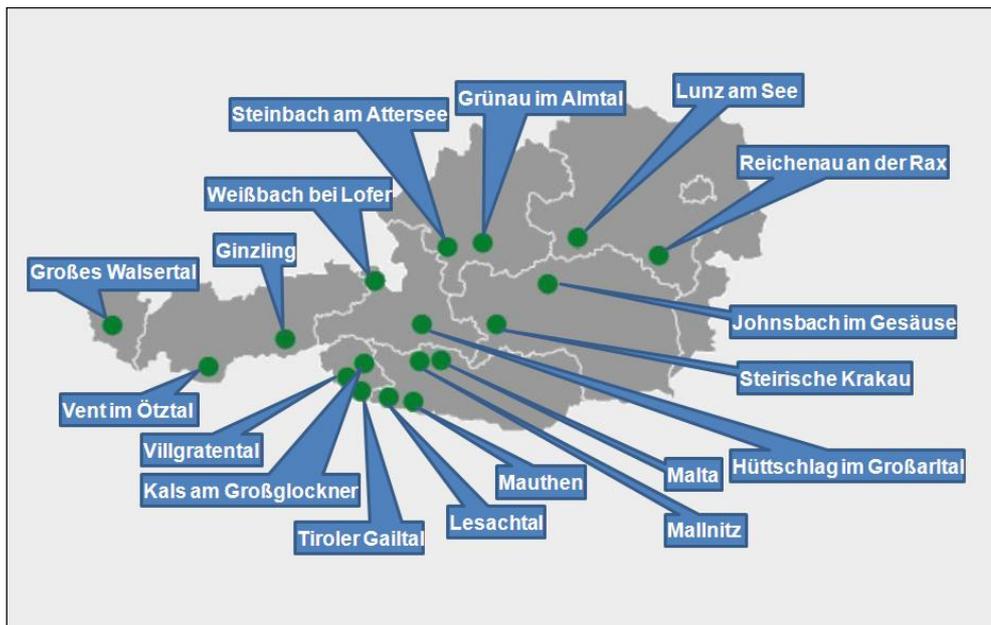


Abb. 9: Lage der „Bergsteigerdörfer“ in Österreich (Quelle: verändert nach www.bergsteigerdoerfer.at 2011e, Stand September 2011)

Nach Ende der ersten Projektphase legt der Alpenverein nun sein Hauptaugenmerk auf Schritte, die der Qualitätssteigerung und -sicherung dienen; dementsprechend sollen die OeAV-Kriterien künftig verschärft werden (OeAV 2011b). Nachdem sich in der ersten Projektphase einzelne Partnerbetriebe als ungeeignet erwiesen, d.h. den gesetzten Kriterien nicht gerecht wurden (OeAV 2011b), soll die Einführung eines Mitgliedsbeitrags nicht zuletzt die „Steigerung der Ernsthaftigkeit“ bewirken (STAMPFL & SCHWANN 2009), dem Alpenverein sozusagen dabei helfen, „die Spreu vom Weizen [zu] trennen“ (SCHWANN mündl. 26.05.2011, zitiert nach TIROLER TAGESZEITUNG 26.05.2011). Bei den teilnehmenden Gemeinden und Betrieben kommt es dem Projektträger nicht auf Quantität an, sondern auf deren Qualität, d.h. deren bewusste Entscheidung für das Projekt. So kam es beispielsweise Ende Oktober 2011 nach der Zusammenlegung der Skigebiete Kals und Mautrei und dem Bau eines Chaletdorfes mit über 450 Betten im

Kaiser Gemeindegebiet zum Ausschluss der Gemeinde Kals. Laut OEAV war die „touristische Ausrichtung der Osttiroler Gemeinde [...] nicht mehr mit den [...] festgeschriebenen Kriterien der Bergsteigerdörfer in Einklang zu bringen“ (OEAV 2011b). Auch den in Tiroler Raumordnungsprogramm und Alpenkonvention festgelegten Zielen entspricht diese Entwicklung nicht mehr (SCHWANN persönliche Mitteilung 21.11.2011). Geplant ist die Anfertigung sog. Qualitätsentwicklungskonzepte für die einzelnen „Bergsteigerdörfer“. Diese sollen eine Hilfestellung bei der Umsetzung der Projektziele geben und werden gemeinsam mit den Akteuren der jeweiligen Gemeinde erstellt. Die Konzepte können u.a. „Package“-Angebote, geführte Touren, die Einbindung von Verkehrsanbietern und die Förderung regionaler Produkte beinhalten. Mit der Arbeit am ersten Qualitätsentwicklungskonzept wurde im Frühjahr 2011 begonnen (OEAV 2011b). Der Alpenverein hofft auf die Fertigstellung der Entwicklungskonzepte bis zum voraussichtlichen Ende der Projektlaufzeit zum 31.12.2013.

Die Zahl der „Bergsteigerdörfer“ in Österreich soll nach Aussage des OeAV (SCHWANN mündl., zitiert nach FAZ 09.05.2010) auch in Zukunft eine Anzahl von 25 nicht überschreiten, damit die Idee der „Bergsteigerdörfer“ als „kleines, feines“ (vgl. Slogan der Initiative) Spezialangebot nicht durch eine zu hohe Zahl an Mitgliedsgemeinden unglaublich gemacht wird (OEAV 2011b). Aktuell ist die Aufnahme vierer weiterer Interessenten in der Diskussion, dies sind: Prägraten am Großvenediger und Virgen (Osttirol), St. Jodock, Schmirn- und Valsertal (Tirol), Bad Eisenkappl (Kärnten) und Zell Pfarre (Kärnten) (OEAV 2011b).

Zudem ist eine Ausweitung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative über Österreichs Grenzen hinweg angedacht, mögliche Kandidaten gibt es dem Alpenverein zufolge in Deutschland, Südtirol und Slowenien (STAMPFL & SCHLOSSER 2009). Wann die internationale Ausweitung in Zusammenarbeit mit dem Ständigen Sekretariat der Alpenkonvention ansteht, ist noch nicht klar; bevor das Projekt auf andere Staaten übertragen wird, muss es erst einmal „im eigenen Bereich passen“ (STAMPFL & SCHLOSSER 2009). Bis Ende der derzeitigen Projektlaufzeit ist jedoch noch nicht damit zu rechnen (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011).

Der Alpenverein möchte sich um eine weitere Verlängerung des Projektes bis Ende Juni 2014 bewerben. Eine Fortführung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative nach 2014 ist zudem wünschenswert (SCHWANN mündl. 23.05.2011).

2.3 Forschungsinteresse und Zielsetzung der Arbeit

Für den Alpenverein als Träger der Initiative „Bergsteigerdörfer“ ist von zentralem Interesse, inwieweit das Projekt vor Ort in den Partnergemeinden verankert ist. So geht es um die Frage, ob tatsächlich eine Entwicklung in Richtung der Zielvorstellung des

OeAV stattfindet. Außerdem soll in Erfahrung gebracht werden, inwieweit sich heute bereits Effekte der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die Initiative bemerkbar machen. Aus Sicht des Projektträgers sollen sich die Gemeinden bewusst für die Teilnahme an der Initiative entscheiden und sich hinsichtlich der Projektteilnahme intern einig sein.

Der Alpenverein begrüßt eine wissenschaftliche Begleitung des Projektes; so wurden bereits zwei Studien bei der TU Wien in Auftrag gegeben. Abgesehen von der vorliegenden Arbeit ist derzeit auch eine Diplomarbeit zum Thema „Bergsteigerdörfer“ in Bearbeitung.

Im Rahmen dieser Arbeit wird gegen Ende der ersten Projektphase eine Untersuchung zum Vergleich der bisherigen Auswirkungen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative anhand zweier Fallbeispiele (s.u.) durchgeführt. Angesichts der erst relativ kurzen Projektlaufzeit soll diese Arbeit keine Erfolgskontrolle leisten, sondern eine Zustandserhebung im Sinne einer Zwischenevaluierung. Als Erhebungsmethoden wurden Experteninterviews sowie eine Gästebefragung gewählt.

Für einen Vergleich werden Kartitsch und das Villgratental mit den Gemeinden Außer- und Innervillgraten herangezogen, da hier von vornherein von einem unterschiedlichen Vorgehen in der Projektumsetzung ausgegangen wurde (SCHWANN mündl. 23.05.2011). Im Unterschied zu den meisten anderen „Bergsteigerdörfern“ ist die zukünftige Entwicklung der beiden Untersuchungsgebiete unklar, was die Untersuchung der gewählten Beispiele besonders interessant macht. Aufgrund verschiedener Einflüsse befinden sich Kartitsch und Villgraten in einer Art „Schwebezustand“ hinsichtlich ihres „Bergsteigerdorf“-Status‘ (KALS mündl. 04.07.2011).

Obgleich Kartitsch im Rahmen des Projektes gemeinsam mit Unter- und Obertilliach als „Bergsteigerdorf“ Tiroler Gailtal vermarktet wird, war die einzelne Betrachtung der Gemeinde Kartitsch als Arbeitseinschränkung vorgegeben. Die Gemeinden Unter- und Obertilliach vermarkten sich bevorzugt unter dem Namen Lesachtal, zählen jedoch offiziell zum daran anschließenden Tiroler Gailtal. Während sich Kartitsch aus marketingtechnischer Sicht von Ober- und Untertilliach differenzieren lässt, arbeiten Außer- und Innervillgraten touristisch gesehen eng zusammen und werden in dieser Untersuchung als eine Einheit - Villgratental - behandelt.

Die vorliegende Arbeit orientiert sich an den nachfolgend formulierten Forschungsfragen, welche sich fünf wesentlichen Themenbereichen zuordnen lassen.

1) Zunächst liegt hier das Augenmerk auf der Untersuchung des **Ist-Zustandes** der Untersuchungsgebiete. Dies umfasst Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Kartitsch und Villgraten mit Blick auf das touristische Angebot und dessen Nutzung

durch die befragten Gäste. Im Zusammenhang mit dem Projekt interessiert, in welcher Hinsicht sich die Orte als „Bergsteigerdörfer“ auszeichnen und inwiefern die vom Alpenverein festgesetzten „Bergsteigerdörfer“-Kriterien derzeit erfüllt sind.

- Was verleiht den Charakter eines „Bergsteigerdorfes“ des OeAV und in welchen Punkten unterscheiden sich die Untersuchungsgebiete?
- Sind die Pflichtkriterien erfüllt?
- Wo liegen möglicherweise Schwächen des Angebots und was ließe sich aus Gästesicht verbessern?

2) Um herauszustellen, welche Schritte in der **Umsetzung** der Projektanforderungen und -ziele bisher erfolgt sind, werden die vor Ort agierenden Akteure, die Wahrnehmung von Aufgaben und die im Rahmen des Projektes stattfindende Kooperation analysiert. Zudem werden bisherige Auswirkungen in Form realisierter Projekte und Entwicklungen in den Gemeinden erfasst und in dieser Arbeit dargelegt.

- Welche Akteure sind für die Projektkoordination vor Ort verantwortlich und/oder an der Umsetzung des Projektes beteiligt? Wie sind konkrete Aufgaben verteilt?
- Wie ist die Kooperationsqualität zu bewerten? Ließe sich die Zusammenarbeit noch verbessern?
- Warum sind genau diese Akteure beteiligt und was schließt andere Personen aus?
- Welche konkreten Maßnahmen wurden im Rahmen der Projektteilnahme ergriffen und lassen sich bereits „Erfolge“ in den Partnergemeinden feststellen?

3) Des Weiteren dienen die Befragungen dazu, einen Einblick in die **Wahrnehmung**, d.h. Kenntnis und Akzeptanz, der Marke „Bergsteigerdörfer“ in den betroffenen Gemeinden zu verschaffen - sowohl auf Seite der lokalen Akteure und Einheimischen selbst (Innensicht), als auch aus Sicht der Gäste (Außensicht).

- Wie ist es um Bekanntheit und Akzeptanz der „Bergsteigerdörfer“-Initiative aus Innen- und Außensicht bestellt?
- Ist die Initiative Alpenvereinsmitgliedern eher bekannt als Gästen, die nicht Mitglied eines alpinen Vereins sind?
- Ist die Initiative eher unter deutschsprachigen Gästen bekannt?
- Verbringt heute schon ein Teil der Gäste seinen Urlaub bewusst in einem Bergsteigerdorf?
- Was assoziieren die Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“? Stimmen die Vorstellungen mit der Projektidee überein oder besteht ein Imageproblem?

4) Zur Untersuchung der Nachfrage interessiert weiterhin, durch welche Eigenschaften und Interessen sich die in den untersuchten Gemeinden angetroffenen Gäste

auszeichnen, d.h. was die **angetroffene Zielgruppe** kennzeichnet.

- Wie lässt sich die angetroffene Zielgruppe charakterisieren?
- Entspricht diese Zielgruppe möglicherweise der Zielgruppe der „Bergsteigerdörfer“-Initiative?
- Lässt sich die ermittelte Zielgruppe einer bereits vordefinierten Zielgruppe zuordnen?

5) Abschließend werden mögliche **Zukunftsperspektiven** aufgezeigt. Zum einen zukünftige Gemeindeentwicklungen; zum anderen werden Entwicklungsperspektiven im Tourismusbereich dargestellt und die aktuellen Chancen des nachhaltigen Tourismus eruiert.

- Wie ist die zukünftige Tourismusentwicklung in Bezug auf Potential, Trends, und Grenzen einzuschätzen?
- Welche aktuellen Planungen gibt es in den Gemeinden?
- Besteht die Möglichkeit, dass die untersuchten Gemeinden aus der Förderung im Rahmen der OeAV-Initiative herausfallen?

Zur Beantwortung der hier genannten Forschungsfragen werden die untersuchten Aspekte im Vergleich zwischen den Untersuchungsgebieten in der Diskussion der Untersuchungsergebnisse (Kap. 6.1) dargelegt. Ziel dieser Zwischenbewertung ist es u.a. auch, Feedback zu erhalten, um Verbesserungsvorschläge machen zu können. Sofern möglich, werden daher bestehende Schwächen aufgezeigt und anwendungsbezogene Empfehlungen ausgesprochen.

3 Die Untersuchungsgebiete

Die untersuchten Gemeinden, Kartitsch zum einen sowie Außer- und Innervillgraten zu anderen, werden in dieser Arbeit auch als die beiden Untersuchungsgebiete bezeichnet. Beide Untersuchungsgebiete liegen in Osttirol (s. Abb. 10). Osttirol grenzt an Salzburg und Kärnten im Norden und Osten sowie an die südlich und westlich gelegenen italienischen Regionen Venetien und Südtirol. Nach dem ersten Weltkrieg wurde Südtirol an Italien abgetreten, wobei Osttirol vom restlichen Bundesland Tirol abgetrennt wurde (s. Abb. 10). Osttirol ist deckungsgleich mit dem Tiroler Regierungsbezirk Lienz und besteht bis heute in den damals festgelegten Grenzen. Obgleich es sich um den flächenmäßig größten Bezirk Tirols handelt, zählt der Bezirk Lienz zu den bevölkerungsärmsten Bezirken des Landes (SCHNEIDER 2006). Insgesamt befinden sich in Osttirol neben der Bezirkshauptstadt Lienz 32 Gemeinden. Pustertal, Iseltal, Defereggental, Virgental, Kalser Tal und Tiroler Gailtal bilden die Haupttäler Osttirols; große Flächen des Bezirkes werden von den Gebirgen der Hohen Tauern und der

Karnischen Alpen eingenommen (SCHNEIDER 2006).

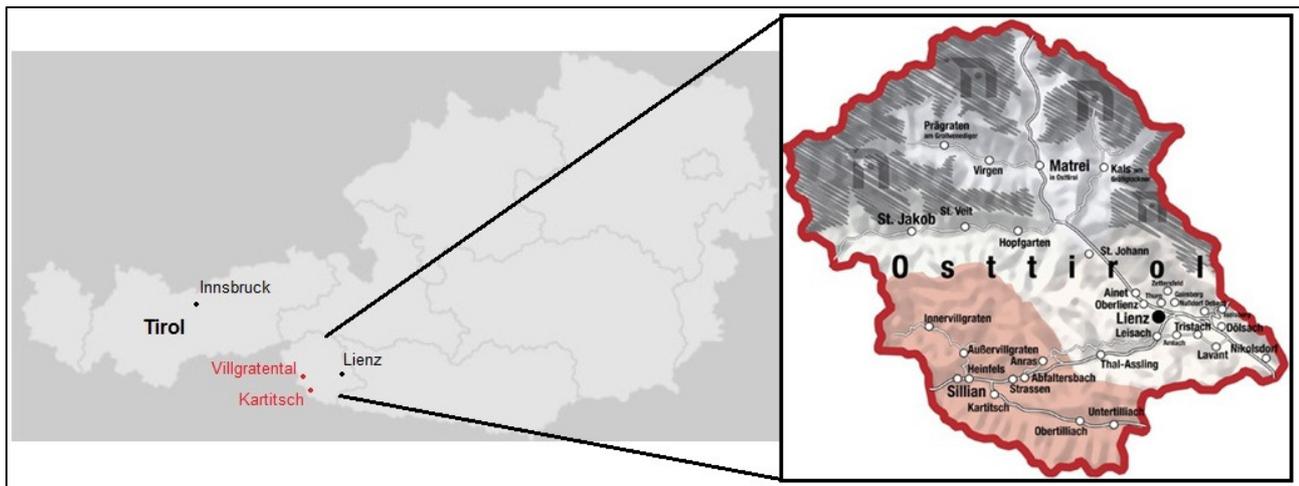


Abb. 10: Lage von Kartitsch und dem Villgratental in Österreich (links) und in Osttirol (rechts) (Quelle: verändert nach www.austria-navigator.de 2011 und www.osttirol.com 2011)

Die Untersuchungsgebiete befinden sich in einander gegenüber liegenden Seitentälern des Hochpustertals und sind mit einer Entfernung von nur ca. 12 km räumlich recht nahe beieinander gelegen (s. Abb. 10). Die Peripherielage der betrachteten Gemeinden im ländlichen Raum wird durch deren gleichzeitige Lage an der österreichischen Staatsgrenze verstärkt.

Kartitsch und Villgraten liegen in der Tourismusregion Hochpustertal, einer der vier Tourismusregionen im Zuständigkeitsbereich des TVB Osttirol (www.osttirol.com 2011). Kartitsch, Außer- und Innervillgraten besitzen jeweils ein Tourismusbüro, die Ortsinformationsstellen werden durch den TVB Osttirol betreut.

Dass der Sommertourismus in den drei betrachteten Gemeinden stärker bzw. zum Teil gleich stark ist, wie der Wintertourismus unterscheidet sie touristisch gesehen vom Land Tirol insgesamt, jedoch nicht vom Bezirk Osttirol (vgl. Kap. 1.1.6, Abb. 12 und 14). Insgesamt betrachtet ist der Sommertourismus eher rückläufig (s. Abb. 12 und 14).

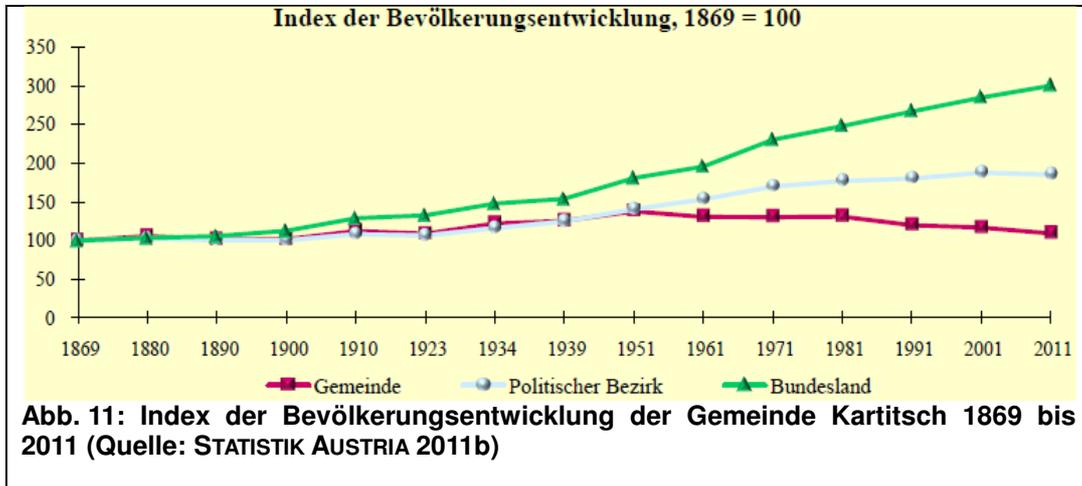
3.1 Kartitsch

Die Gemeinde Kartitsch liegt im Tiroler Gailtal zwischen den Gailtaler Alpen im Norden und dem Karnischen Kamm im Süden. Es handelt sich hierbei um eine Streusiedlung, die sich aus sechs Ortsteilen zusammensetzt und sich über eine Länge von ca. 10 km am Talboden des Tiroler Gailtals erstreckt (www.kartitsch.at 2011a). Mit einer Höhenlage von ca. 1.350 m stellt das Tiroler Gailtal das höchstgelegene, besiedelte Tal in Osttirol dar (WIEDEMAYR 2010). Kartitsch befindet sich neben der Grenze zu Italien (s.o.) auch nahe der Landesgrenze zu Kärnten im Osten.

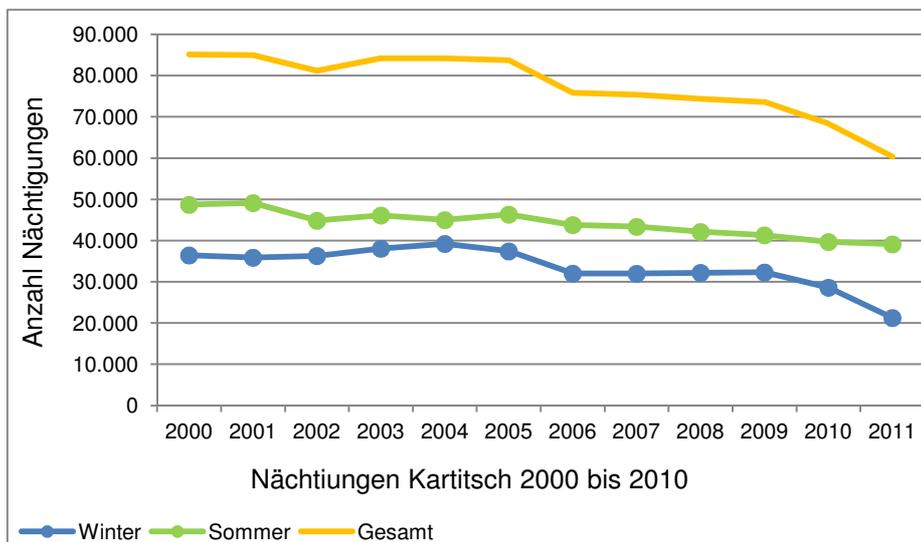
Im ersten Weltkrieg war Kartitsch in der Zeit von Mai 1915 bis November 1917

Frontgebiet gegen Italien (WIEDEMAYR 2010). Noch heute am Karnischen Kamm vorzufindende Kriegsrelikte (Kriegerfriedhof, Unterstände, Wälle etc.) stellen daher eine Besonderheit der Gemeinde dar.

Derzeit hat Kartitsch 840 Einwohner (Stand 2010, STATISTIK AUSTRIA 2011a), seit den 1980er Jahren fand ein leichter Bevölkerungsrückgang statt (vgl. Abb. 11).



Betrachtet man die Entwicklung der Nächtigungszahlen im letzten Jahrzehnt (2000 bis 2010), so ist ein starker Rückgang im Kartitscher Tourismus zu erkennen: Von ca. 85.000 Nächtigungen pro Jahr sank die Zahl auf ca. 60.000 im Jahr 2010 (s. Abb. 12). Dabei ist der Wintertourismus stärker rückläufig, als der Sommertourismus. Aktuell (Stand 2010) liegen die Sommer-Nächtigungszahlen der Gemeinde bei etwa 40.000 (Abb. 12).



Kartitsch ist Teil des „Bergsteigerdorfes“ Tiroler Gailtal, welchem außerdem die östlich gelegenen Nachbargemeinden Untertilliach und Obertilliach angehören. WIEDEMAYR zufolge ist das Tiroler Gailtal „prädestiniert“ als „Bergsteigerdorf“ des Alpenvereins (WIEDEMAYR 2010). „Später als in anderen Bergregionen Österreichs“ entwickelte sich der Tourismus in Kartitsch, was wahrscheinlich durch die abgeschiedene Lage des Ortes sowie die als wenig spektakulär empfundenen umliegenden Gebirgszüge der Gailtaler Alpen und des Karnischen Kamms zu erklären ist (WIEDEMAYR 2010). So verhinderten die Abgeschiedenheit der Orte durch ihre geographische Lage und schlechte Verkehrsanbindung, ein Mangel an infrastrukturellen Einrichtungen sowie Kapital zu deren Errichtung und nicht gegebene Voraussetzungen für die Anlage großer Skigebiete Bedingungen die Ausbildung des Massentourismus im Tiroler Gailtal (WIEDEMAYR 2010). Durch seine natürlichen Gegebenheiten, die gepflegte Kulturlandschaft und vorhandenen Wanderwege eignet sich das Tal zur Teilnahme an der Initiative „Bergsteigerdörfer“ (WIEDEMAYR 2010).

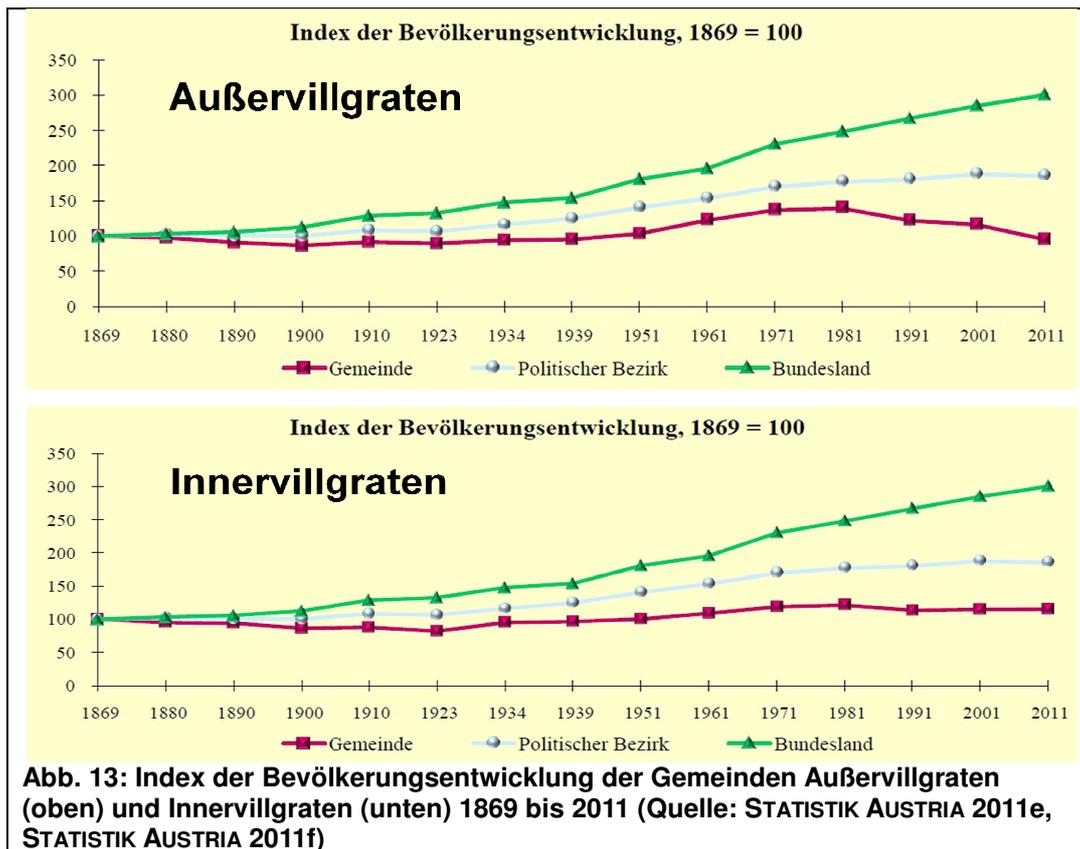
3.2 Das Villgratental

Das Villgratental ist ein nördlich der Gemeinde Sillian gelegenes Seitental des Hochpustertals, welches aus dem Haupttal, dem östlich abzweigenden Winkeltal und mehreren Nebentälern besteht, die von den Villgrater Bergen umgeben sind. Neben den Hauptsiedlungen Außer- und Innervillgraten gibt es in dem bergbäuerlich geprägten Tal Einzelhöfe und Weiler, die sich in Streulage auf die bis zu 70 Grad geneigten Hänge bis unter die Waldgrenze verteilen (SAUER 2011).

Das Villgratental zeichnet sich durch den traditionellen Baustil mit Holzhäusern aus, hat einige besonders hoch gelegene Bergbauernhöfe (bis 1.730 m Höhenlage) sowie die Almdörfer Unter- und Oberstaller Alm, welche in der Vergangenheit oft als Filmkulisse dienten (SAUER 2011).

Zurzeit hat das Tal knapp 1.800 Einwohner, 804 in Außer- und 987 in Innervillgraten (STATISTIK AUSTRIA 2011c, STATISTIK AUSTRIA 2011d).

Während die Gemeinde Außervillgraten seit Anfang der 1980er Jahre einen deutlichen Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen hat, waren die Bevölkerungszahlen von Innervillgraten in den 1970ern und 1980ern nur leicht höher als heute und haben sich seitdem relativ stabil gehalten (s. Abb. 13).



Anhand der Nächtigungszahlen unterscheiden sich Außer- und Innervillgraten wesentlich voneinander. Während Außervillgraten im Jahr 2010 etwa 19.000 Nächtigungen machte, waren es in Innervillgraten annähernd 50.000 (s. Abb. 14). Insgesamt betrachtet war der Tourismus über die letzten zehn Jahre (2000 bis 2010) in Außervillgraten rückläufig, wobei der Sommertourismus stärker zurückging, heute liegen die Nächtigungen in Sommer- und Wintersaison etwa auf dem gleichen Niveau (s. Abb. 14).

Innervillgraten konnte seine sommerlichen Nächtigungszahlen im vergangenen Jahrzehnt halten und sogar leicht steigern (s. Abb. 14). Der Sommersaison kommt im Innervillgrater Tourismus wesentlich höhere Bedeutung zu, als dem Winter; im Jahr 2010 waren die Sommer-Nächtigungen z.B. um über 10.000 Nächtigungen höher, als im Winter (s. Abb. 14).

Auf der Webseite der Gemeinde Außervillgraten ist die Rede davon, dass sich der Tourismus trotz lokaler und überregionaler Bewerbung nicht über ein „Durchschnittsmaß“ entwickelt hat (www.ausservillgraten.gv.at 2011). Auf der Innervillgrater Webseite wird gerade damit geworben: „Innervillgraten ist einer der letzten Orte in den Alpen, der noch weitgehend unberührt ist. Es gibt keinen Schilift, keine Massen-Gastronomieburgen, keine verschrobene Bauernhausarchitektur, hinter der sich tausende Gästebetten verstecken, keine Massenattraktionen.“ (www.innervillgraten.at 2011). SAUER zufolge geht man im Villgratental schon lange den Weg eines eher sanften Tourismus, was in

dem Anfang der 1990er für Innervillgraten erstellten Tourismuskonzept zum Ausdruck kommt (SAUER 2011). Dort wird eine weiterhin nachhaltige und auf den sommerlichen Wandertourismus ausgerichtete Tourismusedwicklung unter Bewahrung der Ursprünglichkeit des Tals befürwortet (TVB INNERVILLGRATEN 1992). In Außervillgraten erfolgte im Jahr 1999 jedoch eine Anbindung an das 1973 von Sillian aus erschlossene Skigebiet am Thurmtaler; der Skilift geht allerdings nicht bis in den Ort hinab (www.ausservillgraten.gv.at 2011).

Dadurch, dass man im Villgratental darum bemüht ist, Landwirtschaft mit Tourismus und Naturschutz zu verbinden, erscheint laut SAUER auch das Villgratental „prädestiniert für ein „Bergsteigerdorf““ (SAUER 2011).

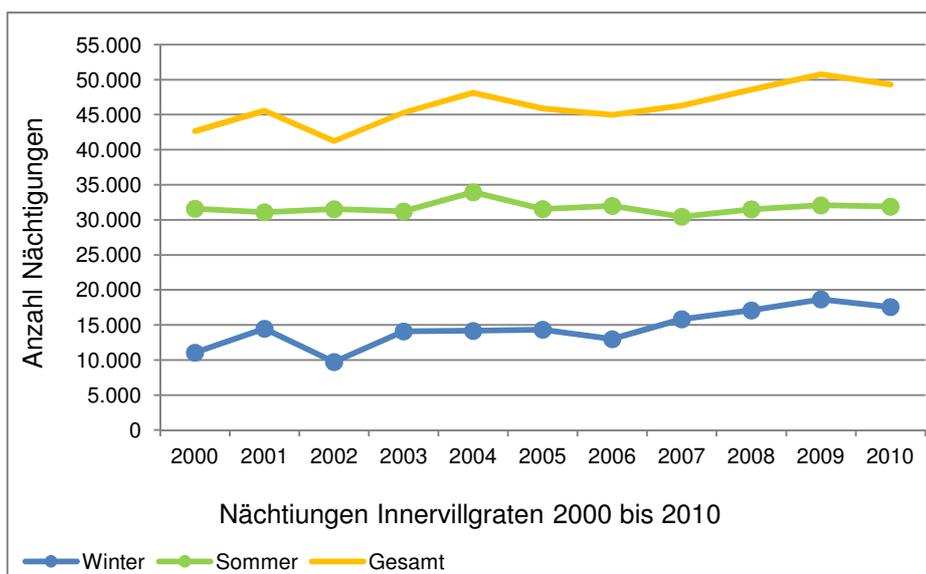
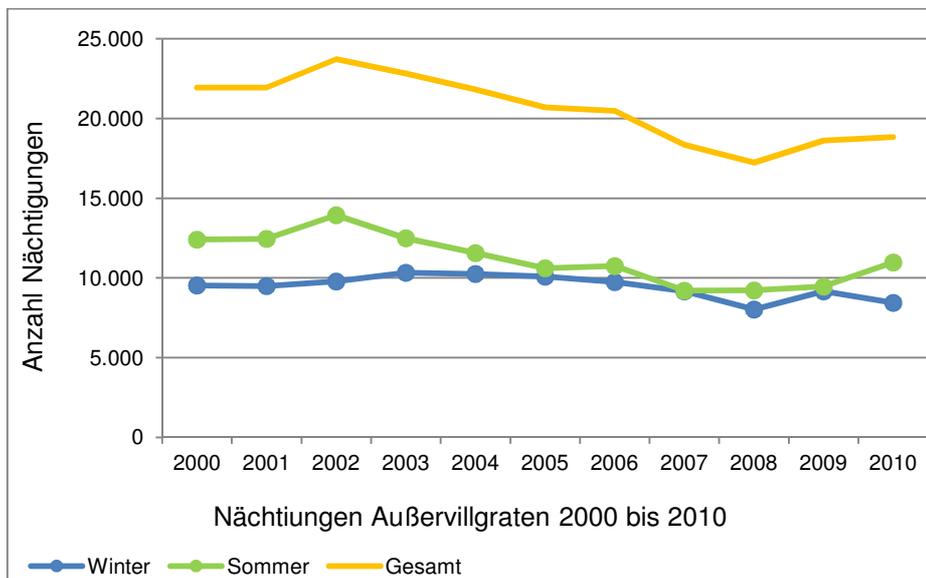


Abb. 14: Nächtigungszahlen in Außervillgraten (oben) und Innervillgraten (unten) von 2000 bis 2010 (Quelle: verändert nach TIROLER LANDESREGIERUNG 2011)

4 Methodik

Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Erhebungen umfassen qualitative Experteninterviews sowie eine quantitative Gästebefragung, welche in der Zeit von Ende Mai bis Mitte August 2011 stattfanden.

Bei der Erstellung des Zeitplans für die praktische Arbeit wurde die Saison im Sommertourismus berücksichtigt. So fanden die Expertengespräche noch möglichst früh im Jahr, nämlich von Ende Mai bis Mitte Juni, statt. Die Hauptsaison entspricht dem Zeitraum von Anfang Juli bis Anfang September (TVB OSTTIROL 2011a), wobei im Juli und August die meisten Besucher zu erwarten sind. Die Bedingungen waren daher günstig, um Gesprächstermine mit den Befragten auszumachen, die teilweise im Tourismussektor beschäftigt sind. Die Befragung der Gäste erfolgte erst im Juli und August, da zuvor nur vereinzelt Gäste in den Untersuchungsgebieten anzutreffen waren. Eine vorgegebene Arbeitseinschränkung bestand darin, dass keine gesonderte Befragung der Einwohner erfolgte. Eine solche Befragung wurde zum einen aus Mangel an Ressourcen als nicht durchführbar, aber auch inhaltlich als nicht unbedingt notwendig angesehen. In Hinblick auf die Fragestellung der Arbeit (vgl. Kap. 2.3) interessieren zwar Ergebnisse, die einen Eindruck von der Akzeptanz des „Bergsteigerdörfer“-Projektes in Kartitsch und Villgraten vonseiten der Einwohner vermitteln; diese Sichtweise wurde allerdings mehr oder weniger indirekt dadurch erfasst, dass sämtliche befragte Experten, die entweder selbst Einwohner des jeweiligen „Bergsteigerdorfes“ sind oder in der näheren Umgebung leben, die eigene Einstellung gegenüber dem Projekt äußerten und subjektive Einschätzungen bezüglich der Stimmung unter den Einwohnern machten.

Das methodische Vorgehen in dieser Arbeit lässt sich als teils qualitativ, teils quantitativ beschreiben, was sich anhand der beiden verwendeten Methoden manifestiert. Qualitative Methoden beschäftigen sich üblicherweise mit der ausführlichen Analyse und Beschreibung von Einzelfällen, wobei relativ flexible, wenig standardisierte Vorgehensweisen eine Rolle spielen (KELLE 2008). Es wird explorativ geforscht, d.h. man wagt sich mit geringer Vorkenntnis an einen Untersuchungsgegenstand heran und die Untersuchung an sich trägt zum Verständnis dessen, worum es in der geplanten Studie gehen wird, bei. Die Arbeitshypothesen werden daher erst bei der Auswertung und Interpretation der erhobenen Daten formuliert, da man erst dann genau weiß, welche Forschungsfragen interessieren (z.B. ATTESLANDER 2008, KELLE 2008, MOSE mündl. 01.09.2011). Die quantitative Forschungstradition zeichnet sich hingegen durch objektive Datenerhebung und -auswertung, theoriegeleitetes Vorgehen und statistische Verallgemeinerbarkeit der Befunde aus. Bei der Datenerhebung ist der Grad der

Standardisierung hoch und meist werden große Stichproben benötigt (KELLE 2008). Kombinationen qualitativer und quantitativer Verfahren, sog. „Mixed Method Designs“, finden in wissenschaftlichen Studien immer häufiger erfolgreich Anwendung (KELLE 2008). Dies bietet den Vorteil, dass die Forschungsergebnisse durch die verschiedenen Methoden gegenseitig ergänzt werden und sich so womöglich ein umfassenderes Bild des Untersuchungsgegenstandes ergibt (KELLE 2008).

Wie bei quantitativen Untersuchungen üblich, wurden zu Beginn der Arbeit auf Grundlage des theoretischen Vorwissens aus der verfügbaren Literatur einige Hypothesen aufgestellt, die in die eingangs genannten (s. Kap. 2.3), „weicher“ formulierten und daher anschaulicheren Forschungsfragen überführt wurden. Im Sinne der qualitativen Arbeitsweise wurden die bereits vor Beginn der praktischen Arbeit erarbeiteten Forschungsfragen nach Beendigung der Auswertung der Expertengespräche durch einige Ergänzungen vervollständigt bzw. bei Bedarf angepasst. Zum Teil bestanden Hypothesen, die den zu bearbeiteten Forschungsfragen zugrunde liegen, also schon im Vorfeld der Untersuchung (theoriegeleitetes Forschen, quantitativer Ansatz), zum Teil kamen sie erst im Laufe der Auswertung (exploratives Forschen, qualitativer Ansatz) hinzu.

Demzufolge ist die Reihenfolge der unterschiedlichen Befragungen schlüssig: Zuerst wurde mithilfe der explorativen Experteninterviews analysiert, welches touristische Angebot vorhanden ist und wie das Projekt vor Ort umgesetzt wird. Im Anschluss daran wurde untersucht, wer dieses Angebot nutzt und wie dieses von den Gästen angenommen und wahrgenommen wird.

4.1 Methodik Expertengespräche

Bei der Anwendung qualitativer Erhebungsmethoden ist immer eine mündliche Befragung notwendig (ATTESLANDER 2008). Der Methodik nach ATTESLANDER folgend wurden daher im Rahmen dieser Arbeit qualitative Expertengespräche eingesetzt. Das Einzelinterview mit Nutzung eines Fragebogens gilt als die „wohl bekannteste“ und „gebräuchlichste“ Form der Befragung (ATTESLANDER 2008). Befragungen können sich hinsichtlich der Kommunikationsart (mündlich oder schriftlich) und -form (wenig strukturiert, teilstrukturiert oder stark strukturiert) unterscheiden. Bei den geführten Gesprächen handelt es sich um leitfadengestützte, teilstrukturierte Interviews mit einer neutralen Grundhaltung seitens des Interviewenden. Leitfaden-Befragungen, zu denen auch Expertengespräche zählen, sind teilstrukturiert, da der Interviewende einen Leitfaden, bestehend aus vorformulierten Fragen abarbeitet, welche in ihrer Abfolge flexibel gehandhabt werden können. So ist die Möglichkeit gegeben, sich ergebende Themen aufzunehmen, ohne den Gesprächsfluss zu unterbrechen. Gegebenenfalls

ausgelassene Fragen können später im Gesprächsverlauf wieder aufgegriffen werden (ATTESLANDER 2008). Laut SCHNELL et al. (2008) zeichnet sich das „ideale Interviewverhalten“ durch eine vollkommene Neutralität des Interviewenden gegenüber Gesprächsthema und -partner aus. Beim neutralen Interviewverhalten wird versucht, Gefühle in der Beziehung zwischen Interviewendem und Befragtem möglichst auszuschalten (ATTESLANDER 2008). Der Interviewer soll sich lediglich als Übermittler von Fragen und Empfänger von Reaktionen sehen, darf dem Befragten gegenüber aber keine Reaktionen, wie persönliche Wertungen der gegebenen Antworten, zeigen (ATTESLANDER 2008). Lediglich Kopfnicken, Lächeln und Ähnliches sind erlaubt, um den Interviewpartner zum Weitererzählen anzuregen. Der Interviewer bemüht sich, freundlich und seriös zu wirken und Interesse an dem Gespräch zu zeigen; so nimmt er innerhalb des Interviews eine „Haltung freundlichen Gewährenlassens“ (MACCOBY & MACCOBY 1974, zitiert nach ATTESLANDER 2008) ein. Die genannten Verhaltensregeln wurden berücksichtigt, denn die dadurch angestrebte Neutralität des Interviews soll die Vergleichbarkeit der erhaltenen Informationen erhöhen (ATTESLANDER 2008).

4.1.1 Auswahl der Gesprächspartner

In den beiden Untersuchungsgebieten wurden Interviews mit Akteuren geführt, die in das „Bergsteigerdörfer“-Projekt eingebunden sind und sich deshalb als „Experten“ für dieses Thema bezeichnen lassen. Mit einem Experten ist nicht zwangsläufig ein Wissenschaftler oder eine Person gemeint, die sich beruflich mit einem Thema befasst. Es handelt sich hierbei um Personen, die sich Fachwissen in einem bestimmten Bereich angeeignet haben, sei dies aus beruflichem oder persönlichem Interesse heraus (GLÄSER & LAUDEL 2006).

Die befragten Akteure wurden aus verschiedenen Bereichen ausgewählt, um einen möglichst breit gefächerten Überblick über das jeweilige Untersuchungsgebiet zu gewinnen. So zählen zu den Befragten vor allem Vertreter der Partnerbetriebe des Projektes, der Gemeinden, des Alpenvereins, sowie Obmänner der örtlichen Tourismus-Ausschüsse und Mitarbeiter des zuständigen Tourismusverbandes. Die Auswahl der Gesprächspartner konnte nicht im Vorfeld der Untersuchungen erfolgen, da es aus der Ferne nicht möglich war, zu beurteilen, welche Personen als wichtige Akteure zu betrachten sind. Daher fand die Bestimmung der zu interviewenden Personen erst vor Ort in Kartitsch bzw. Villgraten mit Hilfe von Ratschlägen lokaler Ansprechpartner, selbst Experten, statt. Die Termine für die Experteninterviews wurden mit den Gesprächspartnern in der Regel telefonisch vereinbart.

4.1.2 Durchführung der Expertengespräche

Im Vorfeld der Interviews wurde eine Liste möglicher Fragen erstellt, aus welcher die in Zusammenhang mit der Fragestellung dieser Arbeit relevanten Fragen ausgewählt wurden. Der daraus resultierende Gesprächsleitfaden, welcher in Anhang B zu finden ist, setzt sich aus 13 Fragen in sechs thematisch differenzierten Fragekategorien (Fragekategorien A bis F) zusammen. Abgeschlossen wurden die Interviews mit der Frage danach, ob der Befragte von sich aus noch weitere Anmerkungen machen möchte (Frage 14, Anhang B). Es wurden ausschließlich offene Fragen verwendet, bei denen der Befragte nicht etwa bestimmte Antwortmöglichkeiten vorgegeben bekommt, sondern seine Antworten frei formulieren kann (wie empfohlen in ATTESLANDER 2008).

Um eine ausreichende Verständlichkeit der Interviewfragen zu gewährleisten, wurden diese vorab im Sinne eines Pretests an drei Kommilitonen getestet und anschließend optimiert. Dabei wurde auch der zeitliche Rahmen berücksichtigt, da eine Gesprächsdauer von unter einer Stunde angestrebt wurde. SCHNELL et al. empfehlen aufgrund sinkender Konzentration seitens des Befragten, eine Interviewdauer von einer bis eineinhalb Stunden (SCHNELL et al. 2008).

Qualitative Methoden zur Datenerhebung zeichnen sich in der Regel durch eine hohe Flexibilität aus (ATTESLANDER 2008), was sich auch in der hier angewandten Methodik widerspiegelt. Der Leitfaden wurde bei allen Interviews verwendet, um eine möglichst hohe Vergleichbarkeit der Interview-Ergebnisse zu erzielen. Dennoch sollte zusätzlich das Fachwissen bestimmter Experten hinzugezogen werden. Eine Variationsmöglichkeit ist in dem Fragenkatalog daher durch drei Zusatzfragen gegeben (Fragen Z1 bis Z3, Anhang B), diese wurden nur Gemeindevertretern bzw. Mitarbeitern des TVBs und Tourismus-Anbietern gestellt, da sie speziell auf diese Akteure zugeschnitten sind. Des Weiteren wurde neben den eigentlichen Fragen (Fragekategorien A bis F, Anhang B) auch eine Reihe möglicher Nachfragen formuliert (s. kursiv gedruckte Fragen, Anhang B), welche nur gestellt wurden, wenn in der Antwort des Gesprächspartners wissenswerte Aspekte fehlten. Darüber hinaus wurden den Befragten ggf. weitere Fragen gestellt, die auf eine genauere Ausführung des vom Befragten geschilderten Gegenstandes abzielten, womit auch auf Themen eingegangen werden konnte, die sich erst im Gesprächsverlauf ergaben (vgl. ATTESLANDER 2008).

Alle Interviews wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät („Voice & Music DM1“, Firma Olympus) aufgezeichnet. Aufgrund technischer Schwierigkeiten ist die komplette Aufnahme eines Gespräches unbrauchbar. Die Gesprächsinhalte wurden in diesem Fall, soweit möglich, wenige Stunden später aus dem Gedächtnis rekonstruiert.

Zudem wurde zur Unterstützung des eigenen Gedächtnisses nach jedem Gespräch ein Interviewprotokollbogen nach dem Vorbild von HORNFIELD (2007) ausgefüllt (s. Anhang

C). In diesem kurzen Interviewbericht sind Kontaktinformationen des Befragten, Angaben zu dessen Bezug zu dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt, Gesprächsdauer und -ort sowie ggf. Unterbrechungen des Gespräches dokumentiert. Falls nach Beendigung des Interviews noch weitere Aussagen folgten, wurden diese hier stichwortartig notiert.

4.2 Methodik Gästebefragung

Über einen Zeitraum von knapp sieben Wochen, von Anfang Juli (04.07) bis Mitte August (18.08) 2011, wurde in den beiden Untersuchungsgebieten eine quantitative Befragung der Urlaubs- und Tagesgäste durchgeführt. Dabei wurde die schriftliche Art der Befragung mit Hilfe eines Fragebogens gewählt. Aus verschiedenen Gründen erschien die Nutzung eines schriftlichen Erhebungsbogens vorteilhaft: Aufgrund der Praktikabilität der Befragung (mit einem teilweise standardisierten Fragebogen werden vergleichbare Daten produziert, was eine statistische Auswertung ermöglicht), wegen des begrenzten Zeitrahmens der Untersuchung (im Rahmen einer Masterarbeit) und der zu investierenden Kosten sowie geringer personeller Ressourcen (neben ausliegenden Fragebögen aktive Befragung der Touristen durch nur eine Person) und geringer Mobilität der Befragenden.

4.2.1 Erstellung des Fragebogens

Für die Erstellung des Fragebogens wurde wie bereits bei der Expertenbefragung geschildert vorgegangen und eine Liste mit Fragen gesammelt, die zur Beantwortung der Forschungsfragen (vgl. Kap. 2.3) von Bedeutung sein könnten. Der verwendete Fragebogen wurde in Anlehnung an eine bereits 2009 vom OeAV durchgeführte Gästebefragung erstellt, d.h. einige Fragen (Fragen eins bis sechs und acht des OeAV-Fragebogens, SCHWANN 2009b) wurden entweder wörtlich oder abgeändert übernommen. Mit Hilfe von Pretests an vier Personen wurden die Fragen im Vorfeld der Untersuchung überprüft und in ihrem Umfang reduziert.

Der Fragebogen (Anhang D) setzt sich aus 18 Fragen zusammen, bei deren Formulierung den Empfehlungen von SCHNELL et al. (2008) gefolgt wurde. Demnach sollen die Fragen knapp und präzise formuliert sein, keine Fremdwörter sondern einfache Begriffe enthalten und den Befragten nicht überfordern. Außerdem sind die Fragen balanciert, d.h. bei vorformulierten Antworten ist sowohl eine positive als auch eine negative Antwortmöglichkeit gegeben (SCHNELL et al. 2008). Kommen bei geschlossenen Fragen noch weitere Antworten in Frage, können diese unter dem Punkt „Sonstiges“ vom Befragten angegeben werden (Fragen 2, 4, 5, 9, 12, 13 und 16, Anhang D).

Die Verwendung geschlossener Fragen bietet den Vorteil, dass die vorgegebenen

Antworten eine hohe Vergleichbarkeit der erhobenen Daten gewährleisten und so eine Auswertung mit Hilfe deskriptiver Statistik zulassen (ATTESLANDER 2008). Offene Fragen hingegen geben dem Befragten die Möglichkeit, seine Antworten frei zu formulieren und ermöglichen somit kreativere Antworten, eben auch solche, mit denen der Befragte nicht rechnet, denn laut ATTESLANDER (2008) ist die „Phantasie des Forschers der Realität der Befragung nicht gewachsen“. Nicht zuletzt auch zur interessanteren Gestaltung und um ein „reines Abhaken“ ohne tiefere Auseinandersetzung mit dem Inhalt zu vermeiden, wurde auf einen Wechsel zwischen offenen und geschlossenen Fragen in dem Fragebogen geachtet. Insgesamt wurde der Fragebogen mit zwei Seiten möglichst kurz gehalten, um die Motivation zur Teilnahme an der Befragung zu erhöhen.

Bei der Erstellung des Fragebogens wurde nach dem „Trichter-Prinzip“ vorgegangen, welches besagt, dass auf allgemeine Fragen speziellere folgen (KONRAD 1999). Der Fragebogen beginnt mit einer kurzen Erklärung über den Zweck der Befragung, welche den Gast zur Teilnahme motivieren soll.

Der Erhebungsbogen wurde in insgesamt sechs Versionen ausgearbeitet. Einerseits aufgrund der Nähe der Untersuchungsgebiete zu Italien, die in beiden Fällen direkt an Südtirol grenzen, und zum anderen wegen der Zielpersonen für die Befragung, d.h. Touristen aus dem In- und Ausland, wurde der Fragebogen dreisprachig (deutsch, italienisch und englisch, s. Anhang D) verfasst, um eine möglichst hohe Teilnahmebereitschaft zu erreichen. Zudem war es selbstverständlich notwendig, ihn auf die beiden Untersuchungsgebiete zuzuschneiden, d.h. die Ortsnamen auszutauschen, damit sich die Gäste am jeweiligen Ort angesprochen fühlen. Ein Problem, welches sich bei der Gästebefragung im Bereich des Karnischen Kammes ergab (alpine Schutzhütten in Kartitscher Gemeindegebiet: Obstansersee-Hütte und Filmoor-Standschützenhütte), war die fehlende Kenntnis bzw. Identifikation der Gäste mit dem Talort Kartitsch, sodass diese nur über die handschriftliche Ergänzung „oder in den umliegenden Bergen“ im Erhebungsbogen (bei den Fragen sieben, zwölf, 13, 17 und 18, Anhang D) zur Teilnahme bewegt werden konnten.

4.2.2 Durchführung der Gästebefragung

Eine persönliche Befragung der Gäste fand in Kartitsch in der Zeit von Anfang bis Mitte Juli sowie drei weitere Tage Mitte August statt, in Villgraten von Mitte bis Ende Juli. Bei dieser direkten Art der Befragung wurden die Gäste angesprochen und der Fragebogen von der Befragenden selbst oder von den Gästen ausgefüllt, wobei die Fragestellerin bei eventuellen Rückfragen zur Seite stand. Die Auswahl geeigneter Befragungsstandorte erfolgte vor Ort mit dem Ziel, möglichst viele Gäste anzutreffen. So zählten zu diesen Standorten Parkplätze, die Start- und Zielpunkte von Wanderungen darstellen,

Haltestellen öffentlichen Nahverkehrs und Orte, die sich in der Nähe von Touristenattraktionen, Gaststätten oder Einkaufsmöglichkeiten befinden. Eine genauere Beschreibung und kartographische Darstellung der häufig aufgesuchten Orte ist im Anhang einsehbar (Anhang E).

Die befragten Personen wurden nach dem Prinzip der sog. Ad-hoc-Stichprobe ausgewählt (BORTZ & DÖRING 2006). Hierbei handelt es sich um die Entnahme von Stichproben ohne methodengeleitete vorherige Personenauswahl, stattdessen werden Urlaubs- oder Tagesgäste befragt, die „gerade zur Verfügung stehen oder leicht zugänglich sind (BORTZ & DÖRING 2006). Diese Art der Beprobung wurde aufgrund methodischer Schwierigkeiten gewählt, welche die Ziehung von Zufallsstichproben nicht ermöglichten (vgl. Kap. 6.2).

Um die Effektivität der Gästebefragung zu erhöhen, wurden neben der persönlichen Befragung Fragebögen in Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben (sowohl Partnerbetriebe der „Bergsteigerdörfer“-Initiative als auch sonstige) und Tourismusbüros in den jeweiligen Gemeinden ausgelegt. Eine Liste der insgesamt 48 Auslegestellen, 24 in Kartitsch und 24 im Villgratental (Außervillgraten: 8, Innervillgraten: 16) ist in Anhang E zu finden. An den Auslegestellen wurden mehrere Exemplare der verschiedensprachigen Fragebögen sowie ein Satz Kopiervorlagen hinterlegt. Die zuständigen Personen wurden darum gebeten, die Fragebögen gut sichtbar auszulegen und ihre Gäste möglichst auf die Befragung hinzuweisen oder, besser noch, die Fragebögen persönlich zu überreichen. Ausgefüllte Fragebögen wurden an den Auslegestellen selbst gesammelt oder beim lokalen Tourismusbüro abgegeben. In unregelmäßigen Abständen wurden die Auslegestellen aufgesucht, um ausgefüllte Fragebögen einzusammeln und bei Bedarf nachzulegen. Bei dieser Gelegenheit wurden die Ansprechpartner ggf. noch einmal um Berücksichtigung der Befragung gebeten.

Zum geplanten Befragungsende wurden alle Fragebögen am 16.08.2011 eingesammelt. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Mitarbeiter der Tourismusbüros beider Untersuchungsgebiete gebeten wurden, bis zum Monatsende bei Ihnen eingehende Fragebögen zu sammeln und der Befragenden zuzusenden, woraufhin sich die Dauer der schriftlichen Befragung über ausliegende Fragebögen um zwei Wochen verlängerte.

4.2.3 Wahl des Stichprobenumfangs

Vor Beginn der Untersuchung wurde eine Anzahl von 200 bis 250 Befragten pro Untersuchungsgebiet angepeilt. Dieser zu erzielende Stichprobenumfang wurde angesichts der Methodik und unter Berücksichtigung des Rahmens der Untersuchung bezüglich verfügbarer Zeit, geringer personeller Ressourcen sowie Mobilität (s. Kap. 4.2), als realistisch eingeschätzt. Ist die Grundgesamtheit einer Untersuchung

bekannt, kann der für die gewünschte Schätzwertgenauigkeit notwendige Umfang einer Stichprobe genau ermittelt werden (ATTESLANDER 2008). Von dem Versuch, die Stichprobengröße unter Einsatz von Berechnungen im Vorfeld der Befragung festzulegen, wurde jedoch abgesehen, da sich die der Befragung zugrunde liegende Grundgesamtheit, in diesem Falle entspricht sie der Anzahl von Tagesgästen und übernachtenden Gästen in den beiden Untersuchungsgebieten während des Untersuchungszeitraums, nicht bestimmen lässt. Über die in den vorigen Jahren ermittelte Zahl der Sommergäste ist zwar bei der Statistik Austria (österreichische Bundesanstalt für Statistik) in Form von dokumentierten Gästeankünften Auskunft erhältlich, bei diesen Angaben werden allerdings die Tagesgäste nicht berücksichtigt. Zudem ist natürlich von schwankenden Gästezahlen zwischen den einzelnen Jahren auszugehen. Die Tatsache, dass die Grundgesamtheit einer Befragung nicht bestimmbar ist, gilt als häufig auftretendes Problem in der Freizeit- und Tourismusforschung (MOSE mündl. 01.09.2011).

Grundsätzlich wurde bei der Gästebefragung nach dem Prinzip „je mehr, desto besser“ gearbeitet, um nach Ende der Datenerhebung genügend auswertbares Datenmaterial zur Verfügung zu haben. Zu Beginn der Untersuchung war nämlich noch nicht abzusehen, ob der angestrebte Stichprobenumfang tatsächlich erreicht würde. Es ist davon auszugehen, dass die Aussagekraft der erhobenen Daten bei einer umfassenderen Datengrundlage steigt.

4.3 Datenanalyse

4.3.1 Auswertung der Expertengespräche

Die Expertengespräche wurden unter teilweiser Zuhilfenahme der Software f4 (Version 3.1.0) transkribiert. Versprecher, Stottern und Ähnliches wurden bei diesem Schritt vernachlässigt, da das Forschungsinteresse nicht in der Art, wie etwas gesagt wurde, sondern im kommunizierten Gesprächsinhalt liegt. Die Texte wurden in Hochdeutsch verfasst, vereinzelt wurden allerdings Dialektbegriffe und abweichende grammatikalische Strukturen beibehalten.

Die Auswertung der Expertengespräche erfolgte mit Hilfe der von MAYRING beschriebenen qualitativen Inhaltsanalyse (MAYRING 2003). In der Fachliteratur sind zahlreiche unterschiedliche Definitionen der qualitativen Inhaltsanalyse zu finden, MAYRING beschreibt diese recht allgemein gehalten als „Analyse von Material, das aus irgendeiner Art von Kommunikation stammt“ (MAYRING 2003). Ziel der Analyse ist es, eine große Datenmenge auf ein überschaubares Maß zu reduzieren, indem das Ausgangsmaterial systematisch zusammengefasst wird. Für diese Analysemethode ist die Konstruktion und Anwendung eines Kategoriensystems von zentraler Bedeutung.

Wie bereits erwähnt (Kap. 4.1.2), wurden die im Gesprächsleitfaden enthaltenen Fragen schon vor Durchführung der Gespräche verschiedenen Kategorien zugeordnet. Ausgehend von dem Leitfaden und unter Berücksichtigung den Untersuchungsgegenstand betreffender zusätzlicher Themen, welche in den Gesprächen aufgegriffen wurden, wurde das in Abb. 15 dargestellte Kategoriensystem entworfen, welches der Auswertung der Gespräche zugrunde lag.

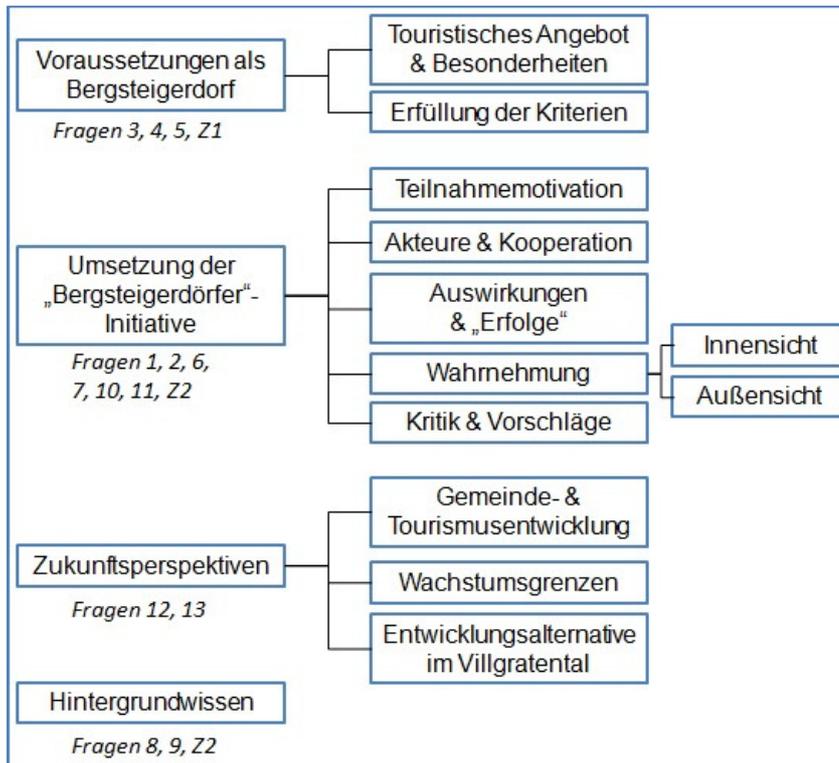


Abb. 15: Der qualitativen Analyse der Expertengespräche zugrunde liegendes Kategoriensystem (Kursiv gedruckt sind die jeweiligen Fragen aus dem Gesprächsleitfaden (Anhang B), auf welche sich die Kategorie inhaltlich bezieht, Quelle: Eigene Darstellung)

Die qualitative Analyse der Experteninterviews begann mit intensivem Durchlesen der transkribierten Gespräche, wobei die Kernaussagen identifiziert und mit Hilfe des Textbearbeitungsprogrammes (Microsoft Word 2007) hervorgehoben wurden. Mittels farbiger Markierungen der Textausschnitte erfolgte im nächsten Schritt eine Zuordnung der für die Untersuchung relevanten Inhalte der einzelnen Experten-Aussagen zu den im Kategoriensystem enthaltenen Kategorien und Unterkategorien. Die Inhalte der Experten-Aussagen wurden der Methodik nach MAYRING folgend paraphrasiert, generalisiert und in ihrem Umfang soweit reduziert, dass sie inhaltlich noch immer das Ausgangsmaterial repräsentieren (MAYRING 2003). Die Ergebnisse der Expertenbefragung sind in Form eines Fließtextes festgehalten.

Da es sich bei den Expertengesprächen um qualitative Einzelfalluntersuchungen handelt (vgl. Kap. 4), hätte eine stärkere Reduktion im Umfang, d.h. knappere

Zusammenfassung der Expertenaussagen, den steigenden Verlust einzelner Expertenmeinungen zur Folge. Um diesen qualitativen Charakter der Ergebnisse möglichst zu bewahren, wurde von einer stärkeren Verallgemeinerung der Aussagen abgesehen.

4.3.2 Auswertung der Fragebögen

Die Rohdaten aus den Fragebögen wurden in Excel-Datentabellen eingegeben (Microsoft Excel 2007, s. Anhang J). Bei diesem Schritt wurden die Daten größtenteils codiert, um eine statistische Auswertung zu ermöglichen. Zur nachträglichen Überprüfung der Dateneingabe wurden sämtliche Fragebögen mit laufender Nummer markiert, was die Rückverfolgung und ggf. Korrektur der Daten nach erfolgter Eingabe ermöglicht. Die Erstellung der Graphiken und Diagramme sowie die Berechnung von absoluten Werten, prozentualen Anteilen und ggf. arithmetischen Mittelwerten erfolgte ebenfalls in Excel. Die Datenanalyse beschränkt sich auf den Einsatz deskriptiver Statistik. Die Daten weisen durch die eingesetzte Methodik bedingt, einen teils lückenhaften Charakter auf (s.u.), welcher die Anwendung fortgeschrittener statistischer Verfahren, beispielsweise den Einsatz statistischer Tests, nicht sinnvoll erscheinen lässt. Da sich ein gewisses Maß an Datenlücken, sog. „missing data“, bei schriftlichen Befragungen nicht vermeiden lässt (KIRCHHOFF et al. 2003), wurde im Nachhinein die Antwortmöglichkeit „keine Angabe“ (k.A.) eingeführt, um die Angaben unvollständig ausgefüllter Erhebungsbögen nicht etwa zu vernachlässigen, sondern ebenfalls in die Auswertung einfließen zu lassen. So konnte auf fehlende Antworten z.B. bei der Berechnung von Prozentwerten Rücksicht genommen werden. Obgleich fehlende Angaben in alle Berechnungen mit eingeflossen sind, wurde der Anteil fehlender Antworten der Anschaulichkeit halber in den angefertigten Diagrammen nur dann dargestellt, wenn dieser als auffallend hoch eingeschätzt wurde (vgl. KIRCHHOFF et al. 2003), was hier ab einem Anteil von 3% geschah.

Unseriös beantwortete Fragebögen, die u.a. aufgrund völlig konträrer Angaben oder der Auswahl sämtlicher Antwortmöglichkeiten auszumachen waren, wurden von vornherein von der Auswertung ausgenommen. Bei offenen Fragen sowie unter dem Punkt „Sonstiges“ geäußerte Kommentare, die hinsichtlich der Ziele dieser Untersuchung als irrelevant zu betrachten sind (z.B. Kritik am Wetter), wurden generell vernachlässigt.

5 Ergebnisse

Bei der Auswertung wird auf eine Trennung zwischen der Darstellung der erhobenen Daten (Kap. 5) und deren Interpretation geachtet. Erst in der Diskussion (Kap. 6) werden die Ergebnisse aus Experten- und Gästebefragung miteinander in Bezug gebracht sowie mit vorhandener Literatur.

5.1 Ergebnisse der Expertenbefragung

Aus Datenschutz-Gründen sind die Transkripte der geführten Interviews in dieser Arbeit nicht offen zugänglich gemacht. Die transkribierten Gespräche sind lediglich für die Prüfer der Arbeit auf einer CD beigefügt (s. Anhang I). Interessierte Personen können sich jedoch mit der Autorin der Arbeit in Verbindung setzen, um einzelne Transkripte, bei Einverständnis der jeweils befragten Person, zu erhalten. Dieser Umgang mit den Daten wird als sinnvoll erachtet, da eine Verschlüsselung der einzelnen Interviews allein durch Umbenennung der Gesprächspartner nicht ausreichen würde, um die Aussagen der Befragten zu anonymisieren.

Alle Befragten wurden vor Gesprächsbeginn darüber informiert, dass die gemachten Aussagen für die Arbeit verwendet werden, was neben der inhaltlichen Wiedergabe zum Teil auch wörtliche Zitate betrifft. Da sie sich hiermit einverstanden erklärten, sind die Befragungsergebnisse im folgenden Text in nicht-anonymisierter Form dargestellt, wobei jedoch im Einzelfall auf die Bitte der Befragten, bestimmte Interviewinhalte nicht zu zitieren, Rücksicht genommen wurde. In diesem Fall wurde der Befragte nicht namentlich zitiert, sondern die Quelle des Zitats als „anonyme Aussage“ mit Verweis auf die Seitenzahl in Anhang I angegeben. Die Quelle der Expertenaussage bleibt in diesen Fällen somit ausschließlich für die Prüfer der Masterarbeit nachvollziehbar, sodass deren Herkunft methodisch belegt ist.

Pro Untersuchungsgebiet fanden zehn Expertengespräche mit einer Dauer zwischen 30 und 90 Minuten statt, wobei die Interviewdauer im Mittel ca. 45 Minuten betrug. Eine Liste der befragten Experten ist in Tab. 2 (Anhang F) einzusehen; dort sind Informationen zu den Personen enthalten, welche deren Bezug zur „Bergsteigerdörfer“-Initiative des OeAV erkennen lassen. Einige Befragte nehmen mehrere Positionen ein, welche sie zu Experten in Zusammenhang mit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative machen (s. Spalte „Akteursgruppe“ in Tab. 2).

Wie bereits in Kap. 4 angesprochen, sind die interviewten Experten, abgesehen von den Alpenvereinsvertretern und zwei weiteren Befragten, Einwohner von Kartitsch bzw. der an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative teilnehmenden Gemeinden im Villgratental. Die

„Nicht-Einwohner“ sind im Nachbarort Sillian oder in der näheren Umgebung (St. Lorenzen in Kärnten) wohnhaft und kennen die untersuchten Gemeinden u.a. deshalb gut, weil sie dort, zumindest gelegentlich, arbeiten. Abgesehen von einer zugezogenen Person stammen die Befragten aus den in Tab. 2 genannten Orten.

Der Großteil der in beiden Untersuchungsgebieten befragten Experten ist im Tourismussektor tätig, entweder als Tourismus-Anbieter (z.B. Gastwirte, Bergführer), was auf die Hälfte der Befragten zutrifft, oder als Mitarbeiter des zuständigen TVBs (ein Befragter pro Untersuchungsgebiet). Zudem ist unter den Befragten ein hohes ehrenamtliches Engagement im jeweiligen örtlichen Tourismus-Ausschuss festzustellen, so befanden sich unter den Befragten neben den beiden Tourismusobmännern sieben weitere Ausschuss-Mitglieder. Die befragten touristischen Leistungsträger vertreten, abgesehen von einem Befragten, der an einer Partnerschaft interessiert ist, Partnerbetriebe der „Bergsteigerdörfer“-Initiative. Im Unterschied zu den Befragten in Kartitsch, darunter zwei Landwirte, ist über die Hälfte der befragten Villgrater von Beruf Landwirt und zumeist nebenberuflich in diesem Bereich tätig.

Die gemäß der Zielsetzung der Arbeit (vgl. Kap. 2.3) relevanten Gesprächsinhalte sind für die beiden Untersuchungsgebiete in Textform festgehalten. Zu Beginn der an dem Kategoriensystem (s. Abb. 15, Kap. 4.3.1) orientierten Teilkapitel sind die Fragen aus dem Gesprächsleitfaden aufgeführt bzw. ggf. in Kurzform genannt (grau hinterlegt, mit Angabe der Fragenummer im Leitfaden, s. Anhang B), auf welche sich die Darlegung inhaltlich bezieht. Am Ende jedes zusammengefassten Abschnittes tauchen einzelne Zitate auf, welche die herausgearbeiteten Kernaussagen verdeutlichen (kursiv gedruckt). Diese Zitate wurden entweder als besonders treffend eingeschätzt oder dienen dazu, verschiedene Standpunkte wiederzugeben; sie sind personenbezogen zitiert. Alle anderen durch Anführungszeichen kenntlich gemachten, wörtlichen Wiedergaben der Expertenaussagen sind in der Regel nicht namentlich gekennzeichnet, können jedoch in Anhang I wiedergefunden werden. Zumeist werden die Befragungsergebnisse erst für die Gemeinde Kartitsch und im Anschluss für das Villgratental dargestellt.

Die unter der Kategorie „Hintergrundwissen“ (s. Abb. 15, Kap. 4.3.1) zusammengetragenen Aussagen sind hinsichtlich der Forschungsfragen zwar nicht irrelevant, würden aber den Rahmen der Ergebnisdarstellung „sprengen“. Da in der Diskussion auf diese Aussagen teils Bezug genommen wird, sind die diesbezüglich zusammengefassten Expertenaussagen in Anhang G beigelegt.

5.1.1 Voraussetzungen als „Bergsteigerdorf“

5.1.1.1 Touristisches Angebot und Besonderheiten

3a. Was hat Kartitsch / das Villgratental mit den anderen Gemeinden im Netzwerk der „Bergsteigerdörfer“ gemeinsam?

Die befragten Experten gaben an, die Ähnlichkeit der in den beiden Untersuchungsgebieten gelegenen Gemeinden zu den anderen Mitgliedsgemeinden des „Bergsteigerdörfer“-Projektes betreffe in erster Linie die natürlichen Gegebenheiten, wozu die „bergige Umgebung“ sowie die relativ hohe Lage zählten. Die „Bergsteigerdörfer“ zeichne die „Unberührtheit“ von Natur- und Kulturlandschaft durch das weitgehende Fehlen technischer Erschließung aus. Des Weiteren hätten die Gemeinden mit anderen „Bergsteigerdörfern“ gemeinsam, dass sie sich auf eine gewisse Größe mit „weniger als 2.000, 3.000 Einwohnern“ beschränkten, somit handele es sich um „überschaubare Dörfer“. Laut Aussagen der Experten wiesen die Gemeinden „dörflichen Charakter“ und „ländliche Struktur“ auf und besäßen zudem meist eine gewisse „Bergsteiger-Tradition“. Sowohl in Kartitsch als auch in Villgraten seien vielfältige Wandermöglichkeiten vorhanden. Bei einer geringen touristischen Erschließung sei allen „Bergsteigerdörfern“ der in beiden Untersuchungsgebieten praktizierte, „sanfte“ Tourismus gemeinsam. So seien Kartitsch und das Villgratental „nicht übererschlossen“ und es gebe keine Anzeichen einer „massentouristischen“ Entwicklung, beispielsweise in Form von „Hotelburgen“.

Die Expertenaussagen stimmen dahingehend überein, dass jedes „Bergsteigerdorf“ seine „eigenen Charakteristika“ habe und es wichtig sei, dass jeder Ort auf seine „eigenen Stärken“ setze. Ziel sei es daher, dass die einzelnen Mitgliedsgemeinden der OeAV-Initiative die vorgegebenen Kriterien mit regionalen Unterschieden erfüllten.

3. Was zeichnet die Gemeinde Kartitsch / das Villgratental als „Bergsteigerdorf“ aus?

3b. Was unterscheidet Kartitsch / das Villgratental von den anderen „Bergsteigerdörfern“, was macht Kartitsch / das Villgratental zu etwas Besonderem?

Sämtliche zur Gemeinde Kartitsch befragten Experten sprachen das Vorhandensein vielfältiger Wandermöglichkeiten an, wobei der südlich des Tiroler Gailtals verlaufende, international bekannte Karnische Höhenweg, welcher ein Teilstück der Via Alpina bildet und ist auch als „Friedensweg“ bekannt ist, stets erwähnt wird. Allerdings werde Kartitsch in der Regel nicht als Ausgangspunkt für die Begehung des Karnischen Höhenweges genutzt, stattdessen werde dieser meist ab Sillian (Osttirol) oder Sexten (Südtirol) in Richtung Kötschach-Mauthen (Kärnten) begonnen. Der Karnische Kamm sei

„bergsteigermäßig hochgradig interessant“ und Kartitsch „alpinistisch recht gut erschlossen“: Mit der Obstansersee-Hütte sowie der Filmoor-Standschützenhütte befinden sich zwei alpine Schutzhütten des OeAV in Kartitscher Gemeindegebiet. Einige Befragte nannten auch den Gailtaler Höhenweg, welcher im Vergleich zum Karnischen Höhenweg weniger anspruchsvoll sei und für welchen Kartitsch den Einstiegspunkt darstelle. Mit seinen fünf landschaftlich recht unterschiedlichen Seitentälern biete Kartitsch viele Möglichkeiten für Tageswanderungen „vor der Haustür“. Der mit dem Bergwege-Gütesiegel des Landes Tirol ausgezeichnete Prinz-Heinrich-Gedächtnisweg zähle zudem zu den touristischen Besonderheiten in Kartitsch.

Eine „Rarität“, die das Tiroler Gailtal betreffe (damit auch die weiteren dem dortigen „Bergsteigerdorf“ zugehörigen Gemeinden Ober- und Untertilliach) und dieses von allen anderen „Bergsteigerdörfern“ unterscheide, seien die am Karnischen Kamm vorzufindenden Relikte des ersten Weltkriegs. In Hochgränten befinde sich beispielsweise der „höchstgelegene Kriegerfriedhof Mitteleuropas“, außerdem gebe es einen weiteren, im Tal gelegenen, Kriegerfriedhof.

Mehrere Befragte wiesen auf das in Kartitsch verfügbare „sehr große“ alpine Angebotspektrum hin, welches Wandern, Bergsteigen, Klettersteiggehen und Klettern im Sommer sowie Skitouren gehen, Schneeschuhwandern und Langlauf im Winter umfasse. Im Winter seien Skitouren „aller Schwierigkeitsgrade“ vorzufinden. Als weithin bekannt gelte außerdem die „Grenzlandloipe“, eine gemeinsame Langlaufloipe mit den „Bergsteigerdörfer“-Partnergemeinden Ober- und Untertilliach mit einer Länge von 60km. Der Wintertourismus sei in Kartitsch durch kleine Skilifte, nämlich den Kanterlift als Übungslift für Kinder sowie den Dorfberglift im Ortsteil St. Oswald, „nicht so groß“ wie z.B. im Nachbarort Sillian.

Neben der geringen touristischen Erschließung zeichne sich Kartitsch durch eine „kleinbetriebliche Strukturierung“ sowohl im Tourismusbereich als auch in der Landwirtschaft aus. Laut Aussage der Interviewten sei die Gemeinde frei von „Großlifтанlagen“, sodass es keine „verbauten Berge“ gebe. Anstatt größerer Hotels gebe es vorwiegend „kleinere Beherbergungsbetriebe“, sodass das Klima zwischen Gast und Gastgeber im Allgemeinen als „familiär“ und „persönlich“ betrachtet werden könne: das Verhältnis zeuge noch von „Menschlichkeit“; der Gast sei „nicht eine Nummer“.

Insgesamt wird Kartitsch als „überschaubarer“ Ort beschrieben, der „authentischen dörflichen Charakter“ besitze und dessen Einwohner „bodenständig“ seien.

*„Vor allem müssen wir das Rad der Zeit nicht zurück drehen. Wir sind noch bodenständig, es ist keine Übererschlossenheit an Aufstiegshilfen, an Riesenhotels und so weiter. Es ist überschaubar, klein, familiär und absolut persönlich und das sollte gerade wohl für diese Sache auch eine ganz besondere Voraussetzung sein, nicht?“
(Franz Strasser)*

Im Gebiet der Gemeinden Außer- und Innervillgraten im Villgratental liegen die meisten Berge in der Osttiroler Tourismusregion Hochpustertal, darunter auch der höchste Berg, die Weißspitze. Der Großteil der Befragten sagte allerdings aus, im Villgratental gebe es im Gegensatz zu anderen „Bergsteigerdörfern“ wenige Möglichkeiten „zum Bergsteigen im klassischen Sinne“. Die vorhandenen Wandermöglichkeiten seien „leichte Wanderungen“ anstelle von „extremen Touren“. Im Untersuchungsgebiet Villgratental fehlten die „hochalpinen Bereiche“, womit das Tal „zum Klettern eigentlich nicht interessant“ sei. Mehrmals ist die Rede von fehlender Infrastruktur für „echte Bergsteiger“, womit alpine Schutzhütten sowie Höhenwege, die z.B. mit dem Karnischen Höhenweg vergleichbar wären, gemeint sind. Des Weiteren gebe es keine Kletterrouten sowie nur wenige, kurze Klettersteige. Drei der zum Villgratental befragten Experten vertraten daher die Ansicht, die Teilnahme Villgratens an der Initiative des OeAV sei ihnen aufgrund dieses Mangels an hochalpiner Infrastruktur nicht von vornherein klar gewesen.

Als Besonderheit wurden drei vom Villgratental ausgehende, grenzüberschreitende Themen-Wanderwege genannt, welche im Rahmen eines Interreg-Programmes in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Gsies (Südtirol) errichtet worden seien. In der Sommersaison sei die Nutzung eines Wanderbusses möglich, welcher die Wanderer im Gsieser Tal abhole.

Während sich das Sommerangebot des Villgratentals auf den Wandertourismus beschränke, habe man dort im Winter „hauptsächlich auf die Skitouren gesetzt“. „Vor 25 bis 30 Jahren“ seien die Innervillgrater „die Ersten gewesen in ganz Osttirol“, die mit Skitouren geworben haben. Mit seinem Skitourenangebot sei das Villgratental seither erfolgreich, sodass es heute als bekanntes und „beliebtes Skitourengebiet“ gelte. Es gebe viele Tourenmöglichkeiten mittleren Schwierigkeitsgrades, zudem genieße man den Vorteil, eines sehr lawinensicheren Gebietes.

Den Befragten zufolge zeichne sich das Villgratental insgesamt durch eine „geringe touristische Infrastruktur“ aus. Dementsprechend gebe es keine „Groß-Hotels“. Innervillgraten sei frei von „technischen Infrastrukturen“, während in Außervillgrater Gemeindegebiet am Thurntaler ein Teil des Skigebietes „Hochpustertal“ liege.

Die Hälfte der Villgratental-Experten gab an, das Tal sei schon seit Jahrzehnten für einen „eher sanfteren“ Tourismus bekannt. So wiesen mehrere Befragte Innervillgrater auf die bewusste Entscheidung der Villgrater für einen Tourismus hin, der sich vom „klassischen“ Tourismus abhebe. Vor über 20 Jahren habe man sich im Villgratental zum „sanften“ Tourismus bekannt und dies als Stärke betrachtet, wie in dem Anfang der 1990er für Innervillgraten ausgearbeiteten Tourismuskonzept „Der Weg über den Berg“

(TVB INNERVILLGRATEN 1992) festgehalten ist.

Zudem erwähnten die Befragten immer wieder, im Villgratental gebe es heute noch Dinge, die andernorts nur noch selten bzw. „immer seltener“ zu finden seien. Der Großteil der Befragten sprach in diesem Zusammenhang auf die „gut funktionierende bäuerliche Struktur“ an. Das Tal sei noch stärker landwirtschaftlich geprägt und die Kulturlandschaft sei „wesentlich besser ausgeprägt“, als dies in „anderen Bergregionen“ heutzutage der Fall sei. Zu den hervorzuhebenden Seltenheiten Villgratens zähle auch der authentische, traditionell-bäuerliche und recht einheitliche Baustil. Eine weitere Besonderheit im touristischen Bereich stelle die Vermietung von Almhütten dar, welche bei den Gästen „sehr gut ankomme“. Neben der gepflegten Kulturlandschaft war auch von der im Tal vorzufindenden „Naturbelassenheit“ oder „Unberührtheit“ die Rede.

„Das Villgratental hat Vieles, das die Anderen nicht mehr haben.“ (Oswald Fürhapter)

„[...] Innervillgraten ist schon seit Jahren als nachhaltige Bergregion bekannt.“ (Martin Fürhapter)

In Bezug auf ihre Lage lassen sich die Untersuchungsgebiete Kartitsch und Villgratental im Wesentlichen dadurch unterscheiden, dass es sich beim Villgratental um eine „Sackgasse“, nämlich ein Tal mit zwei Haupttälern und Talschluss handele, während das Tiroler Gailtal ein durchgehendes Tal, sozusagen ein „Durchzugstal“, sei. Wie aus den Expertenaussagen hervorgeht, weisen die Berge in Villgrater Gebiet eine größere räumliche Ausdehnung auf, als die in Kartitscher Gebiet befindlichen, zudem gebe es Berge, „die Nahe an die 3.000er-Grenze gehen“ und damit höher seien, als die Kartitsch umgebenden Gipfel. Insgesamt sei das Tal enger als das Tiroler Gailtal. Die Nähe zu den Dolomiten haben beide Untersuchungsgebiete gemeinsam, womit diese von den Gästen oft als Ausgangspunkte für Tagesausflüge in die Umgebung genutzt würden.

Der häufigen Aussage der Villgrater Befragten, das Villgratental sei in seinem Zustand noch ursprünglicher und stärker landwirtschaftlich geprägt als andere Orte, stimmen auch Befragte aus Kartitsch zu. So vertrat ein Kartitscher Gastwirt die Meinung, im Vergleich zu Kartitsch sei das Villgratental in seinem urtümlichen Charakter und der Bodenständigkeit seiner Einwohner „eigentlich nicht zu übertreffen“.

Ein befragter Kartitscher Gemeindevertreter bestätigte die Aussagen der Villgrater Experten, indem er als wesentlichen Unterschied zwischen Kartitsch und dem Villgratental auf die touristische Entwicklung Bezug nahm, die in Villgraten von Anfang an „zurückhaltender“ gewesen sei, was in der Mentalität der Villgrater begründet liege, die sich „lange Zeit gegen Einflüsse von außen [...] gewehrt“ hätten.

Den Expertenaussagen zufolge seien Kartitsch sowie Außer- und Innervillgraten „ganz ähnliche Gemeinden“, die im Besonderen „touristisch gesehen ähnliche Strukturen“ besäßen, wobei Kartitsch höhere Nächtigungszahlen aufweise und somit als „ein wenig touristischer“ einzuschätzen sei. Im Unterschied zu Kartitsch „boome“ das Villgratental durch die Vermietung von Almhütten, einer Unterkunftsart, die in Kartitsch nicht angeboten werde. Umgekehrt gebe es in Villgraten „keine Schutzhütten der Alpenvereine“. Eine Ausnahme bildet ein Haus des AVS, welches jedoch nicht in den Bergen, sondern im Tal liegt.

Ging es um den Vergleich des jeweiligen Untersuchungsgebietes zu anderen „Bergsteigerdörfern“, gaben die Befragten meist an, andere Mitgliedsgemeinden des Projektes nicht bzw. nicht gut zu kennen. Daher sind die herausgestellten Gemeinsamkeiten und Unterschiede, abgesehen von dem Vergleich zwischen Kartitsch und Villgraten, wenig ergiebig. Festhalten lässt sich allerdings, dass knapp die Hälfte der Befragten zu dem Status der Gemeinde Kals als „Bergsteigerdorf“ Stellung nahm. Vor dem Hintergrund des Skigebietszusammenschlusses Kals-Matrei waren mehrere Befragte der Meinung, Kals sei von den „Bergsteigerdörfern“ ausgeschlossen worden oder das Ausscheiden der Kalser stünde bevor. Der Ausbau touristischer Infrastruktur habe in Kals ein gewisses Niveau überschritten, was dessen Mitgliedschaft nicht länger rechtfertige. Auf der anderen Seite befürworteten zwei Experten eine weitere Projektzugehörigkeit, da sich im Sommer viele Bergsteiger im Ort aufhielten und Kals mit seiner Lage am Großglockner als das klassische „Bergsteigerdorf“ zu betrachten sei.

„War ein schönes Bergsteigerdorf, liegt am höchsten Berg von Österreich, Großglockner, und da hat man vor zwei Jahren [...] gewaltige Lifanlagen gebaut, das hat mit Bergsteigerdorf eigentlich nichts mehr zu tun. Von da aus würde ich sagen, kann man das nicht mehr in einem Atemzug nennen, Villgratental und Kals.“ (Hannes Grüner)

„Kals z.B. ist ein klassisches Bergsteigerdorf, hat aber Vollerschließung.“ (Josef Lusser)

5.1.1.2 Erfüllung der Kriterien

Z1. Konnte Ihre Gemeinde die Pflichtkriterien von Beginn an erfüllen, um innerhalb des Projektes als Mitglied der „Bergsteigerdörfer“ anerkannt zu werden?

5. Kann Kartitsch / das Villgratental halten, was es im Sinne eines „Bergsteigerdorfes“ verspricht ~~oder gibt es noch Bereiche, die verbessert werden sollten?~~

Die Antworten, welche auf die nur Gemeindevertretern gestellte Zusatzfrage Z1 und den ersten Teil der Frage 5 gegebenen wurden, sind hier miteinander verschmolzen. Die Aussagen, die sich auf den zweiten Frageteil von Frage 5 beziehen, fließen an anderer

Stelle (s. Kap. 5.1.2.6) in die Darstellung der Gesprächsinhalte ein.

Laut den befragten Gemeindevertretern habe Kartitsch dem Alpenverein bei seiner damaligen Suche nach Kriterien für die „Bergsteigerdörfer“ als „Mustergemeinde“ gedient und man habe mitgeholfen, diese Kriterien zu erarbeiten. Man habe keine Kriterien nachrüsten müssen, da das „Bergsteigerdörfer“-Projekt auf die ersten teilnehmenden Gemeinden „maßgeschneidert“ gewesen sei; die Pflichtkriterien seien daher offensichtlich von Anfang an erfüllt gewesen.

Auch aus Sicht der übrigen, nicht für die Gemeinde sprechenden, Experten können die vom Alpenverein gestellten Kriterien erfüllt werden, wobei sich die Aussagen nicht nur auf die Anforderungen an die Gemeinde selbst, sondern auch auf die Kriterien für die Partnerbetriebe bezogen. Aus Sicht der als Partnerbetriebe teilnehmenden Gastgeber falle es nicht schwer, den Kriterien zu genügen, da das derzeitige Angebot ihnen bereits entspreche.

Von Gemeindeseite hieß es, die einzige Ausnahme bei der Erfüllung der Kriterien bildeten die an den öffentlichen Verkehr gestellten Anforderungen. In den Pflichtkriterien wird die Erreichbarkeit an Wochenenden und Feiertagen mit einem Richtwert von mindestens zwei Busverbindungen am Tag gefordert (vgl. Anhang A). Zwar bemühe sich die Gemeinde um die Aufrechterhaltung des Angebotes des öffentlichen Verkehrs, der Nahverkehr werde aber Jahr für Jahr „Verhandlungssache“ zwischen den Gemeinden in der Region und dem Verkehrsverbund bleiben. Zur Aufrechterhaltung des Nahverkehrs müsse die Gemeinde hohe Kosten aufwenden. Ein weiterer Befragter, der den öffentlichen Verkehr als „ausbaufähig“ bezeichnete, erwähnte das im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ in Auftrag gegebene Mobilitätskonzept für den Karnischen Kamm, an welchem Studenten der Technischen Universität Wien arbeiteten. Möglicherweise liefere die Studie hilfreiche Vorschläge.

„Und dann [...] hat man Dörfer ausgesucht, wie könnte das aussehen? Und da war Kartitsch eines, wo man gesagt hat: Das ist ein typisches Bergsteigerdorf, wir müssen Kriterien auswählen.“ (Josef Außerlechner)

Die zum Villgratental befragten Experten gaben an, die Erfüllung der vom OeAV an die Gemeinden gestellten Kriterien sei „sicher gegeben“. Die beiden im Villgratental interviewten Bürgermeister waren sich hinsichtlich des Inhaltes der Kriterien unsicher, gingen aber davon aus, dass diese weitgehend erfüllt seien. Bei einer vor Beitritt als „Bergsteigerdorf“ im Außervillgrater Gemeinderat geführten Grundsatzdiskussion habe beispielsweise die Meinung bestanden, der Großteil der Kriterien sei damals „ohnein schon erfüllt“ gewesen. Es zeigte sich, dass die Bürgermeister als weniger stark in das

Projekt involvierte Personen (vgl. Kap. 5.1.2.2) weniger gut über das Projekt informiert waren; unklar erschien z.B. die Unterscheidung zwischen Pflicht- und Zielkriterien.

Laut dem Innervillgrater Bürgermeister Josef Lusser seien weder in Innervillgrater noch in Außervillgrater Gemeindegebiet Schutzgebiete vorhanden. Damit erfüllen beide Gemeinden das unter dem Punkt „Landschaftsqualität“ genannte Kriterium nicht: Gemäß OeAV-Kriterien soll der Schutzgebietsanteil an der Gemeindefläche in der Regel über 20% betragen (vgl. Anhang A). Man habe versucht, ein Schutzgebiet auszuweisen, was aber nicht gelungen sei; die Ausweisung eines kleineren Gebietes sei dann „auch nicht in Frage gekommen“.

Ein Vertreter eines Partnerbetriebes gab zu bedenken, es sei schwierig zu beurteilen, was jeder beteiligte Betrieb „persönlich“ zu dem Projekt beitrage, d.h. ob jeder „seine Hausaufgaben“ erledige. Wie in Kartitsch, gaben allerdings auch einige Villgrater Gastwirte an, sie hätten „nicht wirklich viel was umstellen müssen“, um den Kriterien zu entsprechen.

*„[...] im Großen und Ganzen können wir das schon halten, bin ich der Meinung.“
(Oswald Fürhapter)*

Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass einige Betriebe die Kriterien für Partnerbetriebe des OeAV (vgl. OeAV 2011c) per se nicht erfüllen. Dies ist einerseits dadurch zu begründen, dass die Kriterien nicht auf alle Arten von Beherbergungsbetrieben zugeschnitten sind, andererseits können auch Betriebe, die außerhalb des Beherbergungs- und Gastronomiebereiches angesiedelt sind, Partner der Initiative sein. Diesen Aspekt sprachen die Vermieter eines Selbstversorgerhauses und einer Almhütte an, da sie ihren Gästen z.B. generell kein Essen zubereiten.

5.1.2 Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

5.1.2.1 Teilnahmemotivation

6. Welche Hoffnungen und Erwartungen an das Projekt liegen der Entscheidung der Gemeinde zugrunde, an dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt teilzunehmen?

7. Was erwarten Sie sich persönlich vom Projekt „Bergsteigerdörfer“?

Die in den Interviews erhaltenen Aussagen zeigen deutlich, dass sich die Gemeinde Kartitsch von der Teilnahme an dem Projekt auf lange Sicht einen Aufschwung des Tourismus vor Ort erhofft. Als touristische Anbieter in das Projekt involvierte Personen erwarten sich durch „eine Belebung des Gebietes“ positive Auswirkungen auf den eigenen Betrieb.

Fast die Hälfte der Befragten erwähnte, der Tourismus sei in Kartitsch in den letzten 15

bis 20 Jahren stark rückläufig gewesen, weshalb es gemeindepolitisches Ziel sei, diesen „wieder mehr aufleben zu lassen“. Neben den als „eher klein“ bezeichneten Standbeinen Landwirtschaft und Gewerbe stelle der Tourismus das wichtigste wirtschaftliche Standbein der Gemeinde dar, dessen Stärkung langfristig möglicherweise Arbeitsplätze schaffe und somit helfe, Einwohner „da zu halten“.

Ein befragter Hotelier erläuterte, warum das Tourismusmarketing in Kartitsch aus seiner Sicht zu verbessern sei: Man habe den sommerlichen Wandertourismus, welcher in den 1960er und 70er Jahren ein „Selbstläufer“ gewesen sei, vermarktungstechnisch zu lange „schleifen lassen“, sodass inzwischen Handlungsbedarf bestehe, das touristische Angebot neu zu positionieren. Zwei weitere Vertreter von Beherbergungsbetrieben bestätigten dies und wiesen auf die Notwendigkeit hin, dass sich Kartitsch mit seinem touristischen Angebot „in einer Nische“ positioniere. Abgesehen von einer Verbesserung des Images von Kartitsch hofften Touristiker, dass im Rahmen der Projektteilnahme generell Qualitätsverbesserungen im örtlichen Tourismus-Angebot erreicht werden.

Mehrere Befragte äußerten die Hoffnung, dass es bei der heute im Tourismus zu beobachteten Entwicklung dahingehend, dass immer mehr Reisende „Wander- und Bergtourismus bevorzugen“ und „eine gewisse Sparte suchen“ bleibe und es gelinge, Gäste mit dem Projekt „anzulocken“. In dem Zusammenhang kam mehrmals das hohe Gästepotential zur Sprache, welches die Partnerschaft mit dem OeAV sowie evtl. weiterer alpiner Vereine, z.B. auch in Deutschland, mit sich bringe. Im Speziellen werde auf eine bessere Auslastung in der Vor- und Nachsaison gehofft. Das Projekt biete zudem die Möglichkeit, dass bestehende Staats- und Landesgrenzen „noch stärker abgebaut werden“, sodass z.B. auch der italienische Tourismusmarkt über das Marketing erreicht werden könne. Infolge der Mitgliedschaft der Gemeinde im Netzwerk der „Bergsteigerdörfer“ erhoffe man sich laut Anton Goller, Amtsleiter der Gemeinde Kartitsch, nach einem Zeitraum von ca. drei bis fünf Jahren, dass über die Werbeschiene der Marke „Bergsteigerdorf“ Gäste auf Kartitsch aufmerksam werden. Als „schlagendes Argument“ zur Mitgliedschaft der Gemeinde als „Bergsteigerdorf“ sprachen zwei Befragte zudem die einfache Tatsache an, dass man hierbei „fast eine kostenlose Werbeschiene“ für den Kartitscher Tourismus nutze, was einen deutlichen Vorteil gegenüber anderen Projekten darstelle, die „schon gleich zum Einstieg mit nicht unerheblichen Kosten verbunden“ seien.

Bürgermeister Josef Außerlechner zufolge sei der auf die infrastrukturelle Erschließung für die Tourismusnutzung bezogene „Nachholbedarf“ gegenüber bekannten Tourismusorten Österreichs, wie z.B. Ischgl oder Sölden, derart groß und für die Gemeinde ohnehin nicht finanzierbar, dass sie alternativ auf ein „Konzept der Nachhaltigkeit“ setze. In dieses passe die „Bergsteigerdörfer“-Initiative genau hinein. Ein

weiterer Experte bestätigte die Aussage: Man setze auf Wandertourismus, Natur und Landschaft, da man schlichtweg „nichts anderes“ zu bieten habe.

Ohne den Alpenverein als „Verhinderer“ darstellen zu wollen, vertrat der befragte Alpenvereinsvertreter die Ansicht, die Lage des „Bergsteigerdorfes“ im Tiroler Gailtal sei nicht zufällig gewählt worden, sondern solle auch helfen, die „Position der Alpendörfer“ angesichts der „aggressiven Erschließung“ zu stärken. Dabei wies er auf eine diskutierte Trassenvariante im Weiterbau der von Italien ausgehenden Autobahn „Alemagna“ hin; obgleich die Alpenkonvention einer solchen Entwicklung entgegen spreche könne man nie sicher sein, was die Zukunft bringe.

„[...] man muss ein Produkt definieren, man muss eine Destination definieren, man muss einfach sagen: "dafür stehen wir" und die Gemeinde hat, denke ich, hier das Potential erkannt. [...] Und davon profitieren wir dann als Beherberger vor Ort, von dem Publikum, das gezielt über diese Schiene kommt.“ (André Cis)

Außervillgratens Bürgermeister Josef Mair beschrieb treffend, worauf es den Villgratern in Zusammenhang mit der Teilnahme als „Bergsteigerdorf“ ankomme: Man habe „in erster Linie touristische Erwartungen“ an das Projekt. Die Experten für das Villgratental vertraten überwiegend die Meinung, die Klientel des Tals entspreche bereits der Zielgruppe der „Bergsteigerdörfer“, sodass es lediglich darum gehe, mehr Gäste ins Tal zu bekommen, um künftig eine verbesserte Auslastung der örtlichen Beherbergungsbetriebe zu erreichen. Die Nutzung der Initiative als Werbemittel wurde von beinahe allen Experten als Teilnahmemotiv angesprochen. Konkret erwarte man sich eine verstärkte Außenwerbung für das Villgratental, wobei das Projekt als „Werbepattform“ diene. Vonseiten der Partnerbetriebe wurde die Hoffnung ausgesprochen, infolge der Projektteilnahme „von mehr Leuten gefunden“ zu werden, sodass sich dies nach einer gewissen Weile auch anhand der Nächtigungszahlen bemerkbar mache. Über die Hälfte der Befragten ging auf das Gästepotential ein, welches sich über die Zusammenarbeit mit dem OeAV eröffne, das, „wenn man das dann vielleicht noch weiterspinn“, auch Mitglieder anderer Alpenvereine als potentielle Gästegruppe betreffe.

Ein befragter Gastwirt war der Ansicht, Ziel der Auszeichnung als „Bergsteigerdorf“ müsse es sein, das touristische Angebot im Tal insgesamt qualitativ zu verbessern, sodass insgesamt der „Wert gehoben“ werde.

Außerdem passe das Projekt gut zu dem Konzept des sanften Tourismus im Villgratental und seiner „Tourismus-Vergangenheit“, denn es stelle eine „Untermalung des Villgrater Weges im Tourismus“ dar; schließlich habe man sich schon vor langer Zeit „für diesen nachhaltigen Weg“ entschieden (vgl. Kap. 5.1.1.1). Man wolle sich in Villgraten bewusst

von anderen Tourismusorten abheben und sich „nicht so positionieren, wie andere Gemeinden sich schon positioniert haben“ und bei denen die Nüchternungen letztendlich zurück gegangen seien.

Seit 2005 ist Innervillgraten zertifizierte LA 21-Gemeinde (Lokalentwicklungsprozess Agenda 21). Im Rahmen dieser Initiative habe man laut Martin Fürhapter, Mit-Initiator des LA 21-Prozesses in Innervillgraten, ein Konzept ausgearbeitet, das „den zukünftigen, nachhaltigen Weg von Innervillgraten bezeichnen soll“. Auch in diesem Kontext passe das Projekt „Bergsteigerdörfer“, in diesem Fall nur auf Innervillgraten bezogen, sehr gut.

„Und unsere Hoffnung ist damit verbunden, dass wir mit Hilfe des OeAV eine entsprechende Werbewirksamkeit erreichen, dass wir Gäste herein ins Villgratental kriegen, zusätzliche. Zusätzliche Wertschöpfung, zusätzlicher Motor für den bescheidenen Tourismus da im Tale.“ (Josef Mair)

„Und ich sehe da ganz große Chancen für die Zukunft, weil genau wir in unserem Tal mit unserem Angebot, das wir haben, damit eine ganz große Zielgruppe hätten.“ (Josef Schett)

Auf die Frage nach ihren persönlichen Erwartungen an das Projekt äußerten jeweils ein Tourismus-Anbieter aus Kartitsch sowie Villgraten die Hoffnung, dass das Projekt infolge einer zukünftigen Verschärfung der Partnerbetriebs-Kriterien in keine zu „fundamentale Strömung“ verlegt werde. Sollte der Alpenverein das Projekt künftig darauf ausrichten, zu sagen: „wir wollen per se nur diese und jene Leute“, so müsse man „innerbetrieblich im schlimmsten Fall die Konsequenzen ziehen“. Während der eine Befragte dies durch eine Ausrichtung des eigenen Betriebes auf zwei bis drei verschiedene Gästegruppen begründete, hieß es von dem anderen Anbieter, die eigene Geschäftsidee funktioniere gut, sodass man nicht bereit sei, wesentliche Änderungen daran vorzunehmen.

Nicht auf die Motivation der einzelnen Gemeinden bezogene, allgemeinere Gründe für die Projektteilnahme nannten die zu den beiden Untersuchungsgebieten befragten Alpenvereinsfunktionäre. Einer der OeAV-Repräsentanten sprach hinter dem Projekt stehende Gedanken an, welche auf die Erhaltung der ökologischen Ressourcen abzielen. So habe das Projekt „die Erhaltung eines natürlichen Umfeldes“ zum Ziel, was jedoch nicht heiße, „der einheimischen Bevölkerung Verdienstmöglichkeiten zu entziehen“ bzw. aus der Bergwelt ein Schutzgebiet zu machen, in welchem „jegliches Wirtschaften unmöglich“ werde. Vor dem Hintergrund der Alpenkonvention schaffe das Projekt Bewusstsein „für eine andere Form der touristischen Betätigung und Entwicklung“. Ein weiterer Experte wünschte, dass der Alpenverein über die im Rahmen

der „Bergsteigerdörfer“-Initiative geleistete Öffentlichkeitsarbeit und Werbung den Bezug der Initiative zur Alpenkonvention noch etwas mehr in den Vordergrund rücke.

Ein befragter Villgrater Gastwirt äußerte den Wunsch, dass das Projekt über den Alpenverein generell zu einer Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Bevölkerung, insbesondere junger Menschen, beitrage.

Laut einem Villgratental-Experten gebe es den sanften Tourismus anstelle einer intensiveren touristischen Nutzung in anderen Tourismusorten, wobei er sich auch auf Kartitsch bezieht, meist aus dem Motiv heraus, dass es Nächtigungsrückgänge gegeben habe und man versuche, „aus der Not noch eine Tugend zu machen“. Im Villgratental, zumindest in Innervillgraten, habe man es hingegen nicht mit sinkenden Nächtigungszahlen zu tun. Der Aussage ist zu entnehmen, dass der moralische Hintergrund zur Projektteilnahme im Falle des Villgratentales ein anderer sei: Dort betreibe man den nachhaltigen Tourismus nicht aus einem konkreten Bedarf heraus, sondern infolge einer bewussten Entscheidung für die nachhaltige Tourismusentwicklung (vgl. Kap. 5.1.1.1). Dass eine andere touristische Entwicklung wirtschaftlich gesehen nicht denkbar sei, streiten die Kartitscher gar nicht ab (s.o.); im Gegenteil sagt der Tourismusobmann von Kartitsch ganz offen:

„[...] da wo der Tourismus nicht ordentlich funktioniert, die gehen dann her und sagen: „Wir haben den sanften Tourismus.“ [...] Wie gesagt, bei uns, auch wenn das Dorf voll ist, haben wir immer einen sanften Tourismus.“ (Heinz Bodner)

8. Viele Gemeinden in peripheren ländlichen Räumen der Alpen sind, wie Kartitsch / die Gemeinden im Villgratental auch, als strukturschwach zu bezeichnen. Welche damit verbundenen Probleme gibt es derzeit in Kartitsch / im Villgratental? Wird gehofft, diese im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes zu lösen?

Auch Frage Nr. 8 des Gesprächsleitfadens (s.o.) zielt indirekt auf die Motivation der betroffenen Gemeinden zur Teilnahme am „Bergsteigerdörfer“-Projekt ab. Da es sich im Zusammenhang mit der Betrachtung des Projektes eher um ein Randthema handelt, ist hier nur ein knappes Gesamtergebnis dargestellt. Eine detailliertere, nach den einzelnen Untersuchungsgebieten aufgetrennte, Zusammenfassung ist als „Hintergrundwissen“ in Anhang G beigefügt.

Sowohl für Kartitsch als auch Inner- und Außervillgraten wurden Probleme beschrieben, welche die Befragten als typisch für ländliche Regionen ansehen; die Probleme seien „wahrscheinlich ähnlich, wie im gesamten Alpenbereich“.

Für beide Untersuchungsgebiete stellt die Mehrheit der befragten Experten fest, dass ein Bevölkerungsrückgang durch Abwanderung stattfindet. Dieser sei jedoch nicht auf eine

grundsätzlich schlechte Arbeitsplatzsituation im Einzugsbereich der Gemeinden zurückzuführen, vielmehr stünden im Raum Sillian ausreichend Arbeitsplätze zur Verfügung, da sich in den letzten Jahren mehrere große Firmen im Pustertal angesiedelt haben (z.B. Nordpan, Loacker und Hella). Allenfalls fehlten, wie für strukturschwache, ländliche Gebiete generell festzustellen, Arbeitsplätze für höher qualifizierte Personen, mit deren Abwanderung daher zu rechnen sei. Weitere Gründe für die Abwanderung stelle die geringe Verfügbarkeit von Mietwohnungen in beiden Untersuchungsgebieten dar, sodass sich die Gemeinden stärker darum bemühen müssten, siedlungswilligen jungen Menschen Bauland zur Verfügung zu stellen.

Insgesamt sahen die Experten für Kartitsch und Außervillgraten in den letzten Jahren einen deutlichen Bevölkerungsrückgang. Lediglich in Innervillgraten sei nur ein geringer Rückgang zu verzeichnen gewesen, seit einigen Jahren sei die Bevölkerungszahl relativ stabil geblieben. Trotzdem stehe in allen Gemeinden eine Überalterung der Bevölkerung zu befürchten, zudem werde die Aufrechterhaltung der Infrastruktur in den Orten bei sinkenden Einwohnerzahlen erschwert.

Beiden Untersuchungsgebieten gemeinsam sei ein von mehreren Experten als unzureichend beschriebenes Angebot im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs, dessen Erhaltung eine hohe finanzielle Belastung für die Gemeinden darstelle (s.o.). Zudem sei die Abstimmung der Busverbindungen auf den Zugverkehr in Kartitsch und Villgraten in Zukunft zu verbessern.

Sowohl in Kartitsch als auch in Villgraten befragten Experten zufolge seien die Gemeinden „finanzschwach“, da die eigenen Steuereinnahmen gering sind. Aufgrund intensiver, landesweiter Budgetkürzungen im Jahr 2010 kämen generell finanzielle Probleme insbesondere auf kleinere Gemeinden in Österreich zu. Damit scheint die Teilnahme an den „Bergsteigerdörfern“ aufgrund der in Aussicht gestellten Bereitstellung von Fördergeldern vorteilhaft.

In der Landwirtschaft, welche heutzutage vorwiegend im Nebenerwerb betrieben werde, sei man Expertenaussagen zufolge aufgrund der Förderungspolitik der EU vom politischen Willen abhängig. Anhand der gemachten Aussagen sei die Förderlage für die Höfe im Villgratental, die sich stärker in benachteiligten Lagen befänden, generell besser, als für die Kartitscher Landwirte, da deren Höfe im Allgemeinen flächenhaft größer und ebener seien, sodass sie weniger Fördergelder erhielten und so vor allem von der eigenen Produktion leben müssten.

Sämtliche befragte Experten sind sich einig, dass die Umsetzung des „Bergsteigerdörfer“-Projektes keine Abhilfe bei grundsätzlichen gemeindepolitischen Problemen, wie z.B. der Abwanderung der Bevölkerung, liefern kann und dies auch gar nicht ihr ursprünglicher Zweck sei. Allerdings könne eine positive Entwicklung des

Tourismus die betroffenen „Bergsteigerdörfer“ wirtschaftlich stärken und somit langfristig zum Erhalt der vorhandenen Infrastruktur und eventuell zur Schaffung von Arbeitsplätzen beitragen. Kurzfristig erscheinen die genannten Probleme jedenfalls nicht durch das Projekt lösbar.

5.1.2.2 Akteure und Kooperation

2. Inwieweit sind Sie in das Projekt eingebunden und was sind dabei Ihre Aufgaben?

9. Welche Personen sind in Kartitsch / im Villgratental Mitglied der Projektarbeitsgruppe zum Thema „Bergsteigerdörfer“ und gibt es evtl. weitere Akteure, deren Mitarbeit Sie sich wünschen würden?

Im Falle von Kartitsch stimmen die Aussagen der Experten dahingehend überein, dass die Projektteilnahme vonseiten des Gemeindeamtsleiters Anton Goller und des ehemaligen Bürgermeisters angeregt und inzwischen von dessen Nachfolger Josef Außerlechner übernommen worden sei. Herr Außerlechner sehe sich als „Projektleiter“ für die Koordination der „Bergsteigerdörfer“-Initiative vor Ort verantwortlich. Zu seinen Aufgaben zähle er die Kommunikation mit den örtlichen Tourismus-Verantwortlichen, Alpenverein, Partnerbetrieben und den anderen „Bergsteigerdörfern“, wobei die Gemeinde die zur Umsetzung des Projektes vor Ort benötigten Strukturen, sprich Büroräume und Mitarbeiter, bereit stelle.

Laut dem Leiter des lokalen Tourismusbüros haben sich die Verantwortlichen der Gemeinde die „Tourismus-Mitarbeiter“ teilweise „zur Hilfe gezogen“. Im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes sehe er sich als Ansprechpartner in touristischen Fragen. Die derzeit als Partner an dem Projekt beteiligten Betriebe gaben an, ihre Aufgabe in der Erfüllung der vom OeAV vorgegebenen Kriterien zu sehen. Kartitsch liegt im Arbeitsgebiet der OeAV-Sektion Austria, deren örtliche Interessenvertretung die Ortsgruppe „Die Karnischen“ darstellt. Der befragte Vertreter der „Karnischen“ gab an, man habe die Obfrau der Ortsgruppe im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ kontaktiert, ihm sei allerdings nicht bekannt, inwieweit die Gemeinde Kartitsch angefragt habe. Lediglich zwei Befragte äußerten, keine Aufgabe wahrzunehmen, da ihre Einbindung in das Projekt in dem einen Fall über die Mitgliedschaft im Kartitscher Gemeinderat nicht hinausgeht und in dem anderen Fall eine Mitgliedschaft als Partnerbetrieb noch nicht besteht.

Auf die Frage, inwieweit die Befragten in das Projekt eingebunden seien und welche Aufgaben sie in diesem Zusammenhang wahrnehmen, antworteten Vertreter von Gemeinde und Alpenverein sowie ein weiterer Experte, sie seien an der Anfertigung von Texten für die „Bergsteigerdörfer“-Broschüren beteiligt gewesen.

Von der Hälfte der Experten gemachte Aussagen verdeutlichen, dass sich der Kartitscher Tourismus-Ortsausschuss bisher kaum in das Projekt eingebracht habe. Dies bestätigte auch der Tourismusobmann selbst. Aus dem Gespräch mit dem Tourismusobmann ging hervor, dass es infolge der Fusionierung zum TVB Osttirol zu einem Kompetenzverlust des örtlichen Ausschusses gekommen ist, welcher geringe Motivation vonseiten der Ausschuss-Mitglieder zur Folge hat (vgl. Anhang G, S. 180-181). Vonseiten mehrerer Experten wurde der Wunsch geäußert, dass sich der örtliche Tourismus-Ausschuss stärker in das Projekt einbringe, während der Tourismusobmann selbst äußerte, er habe sich eine stärkere Mitarbeit an dem Projekt vonseiten des TVB Osttirol erwartet. Ein befragter Landwirt war der Meinung, dass sich die Touristiker generell, d.h. Vertreter des TVB als auch des Ortsausschusses, mehr für das Projekt engagieren müssten, da es in erster Linie die Tourismuswirtschaft sei, die einen Nutzen aus der Förderung eines sanften Tourismus ziehe. Dass man in Kartitsch seit der Fusionierung zum TVB Osttirol (Anhang G, S. 180-181) „keine starke Ortsgruppe“ im Tourismus gehabt habe, habe die Gemeinde sozusagen „aufgefangen“, indem sie Amtsleiter Goller zufolge mit der Projektkoordination im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ eine Aufgabe der Touristiker wahrnehme (s. u., Zitat Anton Goller).

Auf die Frage hin, welche Akteure an der lokalen Projektarbeitsgruppe zum Thema „Bergsteigerdörfer“ mitwirken, mutmaßten diejenigen Experten, welche sich nicht selbst unmittelbar involviert sahen. Eine „offizielle Gruppe“ sei ihnen nämlich nicht bekannt. Vonseiten der Befragten wurden vorwiegend Gemeindevertreter als Mitwirkende namentlich genannt: Bürgermeister Josef Außerlechner, Amtsleiter Anton Goller und Vize-Bürgermeister Leonhard Draschl seien beteiligt. Bei dieser Arbeitsgruppe handelt es sich, abgesehen von den Gemeindevertretern, offensichtlich um keine feste Personengruppe, da die Anzahl der Beteiligten laut dem Amtsleiter variere: „Und so sitzen wir halt oft, zu viert, zu fünft, zu sechst, und versuchen, unsere Arbeit zu machen [...]“. Zwei Befragte vermuteten, dass als weitere Akteure Tourismus-Vertreter sowie Alpenvereinsfunktionäre an der Projektarbeitsgruppe beteiligt seien. Der befragte Mitarbeiter des TVB gab an, eine spezielle Arbeitsgruppe existiere seines Erachtens nicht; „Bergsteigerdörfer“-relevante Themen würden stattdessen in sonstigen Ortsversammlungen, wie z.B. Sitzungen des örtlichen Tourismus-Ausschusses, abgehandelt.

Der an einer Partnerschaft mit den „Bergsteigerdörfern“ interessierte Gastwirt war der Meinung, „das Thema Arbeitsgruppen“ müsse es vor Ort sowieso vermehrt geben. Als Mitglieder einer speziellen „Bergsteigerdörfer“-Arbeitsgruppe würde er Personen vorschlagen, „die in irgendeiner Form Partner sind“, da bei ihnen von entsprechendem Interesse auszugehen sei.

„Die Bürgermeister sind eigentlich die Schnittstelle zwischen Alpenverein und den Gemeinden. Das heißt, die Bürgermeister sind eigentlich die Personen, die versuchen, das voranzutreiben, die versuchen neuen Tourismus einzubinden, die eigentlich die dörfliche Koordination machen.“ (Josef Außerlechner)

„Also, wir haben ein kleines Team zusammengestellt, was anfangs nur aus Bürgermeister und Amtsleiter bestanden hat, weil jetzt halt der Tourismus in der Fusionierung von unserem Ort weg gegangen ist. [...] Das ist der Gemeinde natürlich ein großen Anliegen, dass der Tourismus als wichtiges Standbein funktioniert. Und wie immer, wenn man etwas in die Hand nimmt, besteht immer die Gefahr, dass es bleibt.“ (Anton Goller)

„Für mich ist diese Sache offiziell gar nicht existent muss ich sagen. Ich muss mich entschuldigen, wenn ich was Falsches sage [...], aber ich weiß, dass einige Leute kräftig daran arbeiten. [...] aber ich bin der Meinung, dass da jeder einzeln arbeitet. Zwar an eine Aufgabe gebunden, aber dass es dieses Gremium nicht gibt.“ (Franz Strasser)

Kartitsch wird im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ gemeinsam mit Ober- und Untertillich unter dem beworben: „Wir sind ja nicht als Gemeinde einzeln dabei, sondern als Tiroler Gailtal.“ Beide Gemeindevertreter von Kartitsch äußerten sich positiv hinsichtlich einer bereits verstärkten Zusammenarbeit mit den beiden Partnergemeinden. Zugleich finde eine separate Vermarktung als „Kartitsch in Osttirol“ statt. In den Gesprächen klingt an, dass darin langfristig größeres touristisches Entwicklungspotential gesehen werde. Aus Sicht eines nicht in Kartitsch wohnhaften Befragten wird die Annahme bestätigt, dieser äußerte, dass es sich aus Sicht der Kartitscher eher lohne, ein eigenes Marketing zu betreiben. Eine Art „Identitätsproblem“ bestehe in dem Sinne, dass sich die Unter- und Obertilliacher eher als Lesachtaler sähen und sich daher auf die Werbeschiene des Lesachtals aufgesprungen seien.

„Ich denke, für Kartitsch wird sicherlich die Vermarktung als Kartitsch interessanter bleiben, als sich unter dem Namen Tiroler Gailtal zu vermarkten.“ (Jan Salcher)

Die Expertengespräche ergeben für das Villgratental, dass die örtliche Projektkoordination vom Villgrater Tourismus-Ausschuss und dem Innervillgrater Tourismusbüro ausgeht. Konkret nennen nahezu alle Experten den Obmann des Villgrater Tourismus-Ausschusses, Josef Schett. Dieser stelle im Tal generell eine touristische „Leitfigur“ dar, sei Ansprechpartner für die Partnerbetriebe und als Akteur im Rahmen des Projektes als „antreibende Kraft“ zu bezeichnen. Als Tourismusobmann sehe er seine wesentliche Aufgabe in der Gewinnung von Partnerbetrieben für das Projekt sowie der Bewusstseinsbildung bei den Partnern, damit diese mit Überzeugung hinter der Projektidee stünden. Als weitere Ansprechperson für das Projekt „Bergsteigerdörfer“ wurde der für das Tourismusbüro Innervillgraten zuständige Mitarbeiter des TVB Osttirol, Oswald Fürhapter, genannt. Dieser sei „voll in das Projekt

eingebunden“, denn er übernehme „die ganzen Arbeiten, die da anfallen“, was neben der Ausarbeitung und Zusammenstellung von Texten für die „Bergsteigerdörfer“-Broschüren ebenfalls die Aufgabe umschließe, Mitgliedsbetriebe für das Projekt „zusammen zu bekommen“. Inwiefern der Leiter des Außervillgrater Tourismusbüros innerhalb des Projektes eingebunden ist, ist den Gesprächsinhalten nicht zu entnehmen. Der zu Villgraten befragte Alpenvereinsvertreter gab zudem an, der Naturschutzwart der OeAV-Sektion Sillian, zu deren Arbeitsgebiet das Villgratental zähle, Anton Sint, wirke an dem Projekt „federführend“ mit. Befragte Vertreter von Partnerbetrieben sagten aus, neben der Erfüllung der für ihre Betriebe vorgesehenen Kriterien keine weiteren Aufgaben zu übernehmen.

Dem Bürgermeister Außervillgratens zufolge habe es, als zum ersten Mal die Idee einer Projektteilnahme der Gemeinden Inner- und Außervillgraten aufkam, in Außervillgraten eine Gemeinderatsabstimmung gegeben, infolge derer eine Teilnahme der Gemeinde „einstimmig“ beschlossen wurde. Die Bürgermeister beider Gemeinden wiesen darauf hin, der Tourismus werde zwar von Gemeindegeseite her unterstützt, die Verantwortung für das Projekt läge allerdings bei den Touristikern.

Vom Großteil der Befragten hieß es, das Vorhandensein einer speziellen Projektarbeitsgruppe für die „Bergsteigerdörfer“ bzw. daran beteiligte Akteure seien ihnen nicht bekannt, auch höre man nichts von eventuell stattfindenden Treffen. Dass eine gesonderte Arbeitsgruppe nicht besteht, bestätigen ein Mitglied des Tourismus-Ausschusses sowie dessen Obmann. Die Tatsache, dass sich einzelne Mitglieder des Villgrater Tourismus-Ausschusses widersprüchlich äußerten, verleitet zu der Annahme, dass eine Gruppe von Ausschuss-Mitgliedern sich mit der Projektkoordination vor Ort befasst; bestimmt ist nicht der gesamte Tourismus-Ausschuss daran beteiligt. Ein befragter Tourismus-Anbieter merkte an, es sei ein „schwieriges Unternehmen, wenn man so eine Gruppe gründet“, womit er sich auf die laut OeAV-Kriterien geforderte Projektarbeitsgruppe bezieht. Ein Problem bei der Einrichtung einer freiwilligen Arbeitsgruppe liege sicherlich darin, dass die Verpflichtung ihrer Mitglieder „rein moralisch“ und „nicht allzu groß“ sei, die Motivation zur Teilnahme damit evtl. gering. Ein weiterer Experte sprach darauf an, dass es generell gut wäre, wenn man im Tal mehr engagierte Menschen hätte, die den Tourismus vorantreiben, gerade weil es sich um „etwas Freiwilliges“ handele.

Unter den befragten Experten für das Villgratental hielten der TVB-Mitarbeiter Oswald Fürhapter und ein Gastwirt die Schaffung einer konkreten Projektarbeitsgruppe, die sich mit dem Thema „Bergsteigerdörfer“ befasst, für einen verbesserungswürdigen und „sehr wichtigen Punkt“. Laut Herrn Fürhapter sei die Einbindung der Partnerbetriebe in diese Arbeitsgruppe grundlegend. Als mögliche Akteure schlug er „ausgesuchte

Beherbergungsbetriebe“ vor. Zu beachten sei, dass man ausschließlich „Fachleute“, die an dem Projekt beteiligt seien, auswähle; es nütze nichts, wenn nicht wirklich interessierte Ausschuss-Mitglieder Teil der Gruppe seien.

Ein interviewter Vertreter eines Partnerbetriebes war der Auffassung, dass der Alpenverein grundsätzlich mehr für das Projekt tun müsse. Da die Betriebe Alpenvereinsmitgliedern einen zehnpromzentigen Rabatt gewähren sollten, müsse im Gegenzug „ein gewisser Vorteil daraus auch dem Ort und dem Betrieb entstehen“.

Aus Sicht des TVB-Vertreters wurde die Meinung geäußert, es käme noch „zu wenig“ Initiative vonseiten des Villgrater Tourismus-Ausschusses. Weshalb sich der, bereits stark in das Projekt eingebundene, TVB-Mitarbeiter nicht noch mehr für das Projekt engagiert habe, geht aus der folgenden Aussage hervor:

„[...] habe ich mich vielleicht zu wenig hineingesetzt oder was getan, weil mehr und weniger das der Obmann, der Schett Josef, selber in der Hand hat. Da will ich ihm nicht ins Werk pfuschen.“ (Oswald Fürhapter)

„[...] ich bin der Tourismusobmann, und ich habe eigentlich das Projekt ins Tal gebracht und das dann auch bei den Vermietern bekannt gemacht [...].“ (Josef Schett)

„Wir haben ja den Talschafts-Ausschuss Tourismus, von der Struktur her den Tourismusverband Osttirol als Gesamtverband. Die ganzen Agenden, was die Bergsteigerdörfer betrifft, werden eigentlich über den Tourismus abgehandelt und ich glaube, dass da die Personen ident sind.“ (Josef Mair)

„Und unsere Aufgabe ist, einfach diese Bergsteigerdörfer, ja diese Idee, zu unterstützen und der ganz konkret auf die Beine zu helfen. [...] unsere Sektion, ist jetzt nicht unmittelbar da drinnen in so einer Arbeitsgruppe.“ (Hans Walder)

Durch die Expertengespräche wurde als grundsätzliches Problem für das Villgratental eine fehlende Kooperationsbereitschaft zwischen dem Tourismus-Ausschuss des Tales und den beiden (politischen) Gemeinden festgestellt. Aus Sicht eines Vertreters des Villgrater Tourismus-Ausschusses wurde das vom Alpenverein innerhalb der gestellten Kriterien geforderte „Harmoniebedürfnis“ kritisiert, wenn es um die Beteiligung der Gemeindepolitik an der Realisierung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative geht. Der Befragte ist der Ansicht, die Touristiker müssten sich mit dem Projekt befassen, ohne dass ein Mitwirken der Gemeinde „auf Teufel komm raus“ verlangt werden solle. Er sei zwar nicht prinzipiell gegen eine Kooperation mit der Gemeinde, sei aber nicht gewillt, mit den derzeit amtierenden Bürgermeistern zu kooperieren, da zumindest einer der Bürgermeister Gegner des „Bergsteigerdörfer“-Projektes sei. Die Aussagen mehrerer weiterer Experten legen nahe, dass Bürgermeister Lusser dem Projekt zumindest kritisch gegenüber steht, da er sich stark für den Bau eines Skilifts sowie zweier Kleinwasserkraftwerke in Innervillgraten einsetzt; beides Projekte, die nach Meinung einiger Experten zum Ausschluss Villgratens von den „Bergsteigerdörfern“ führen

könnten (vgl. Kap. 5.1.3.1, 5.1.3.3).

Die derzeitige Situation vor Ort, in der man es ständig mit internen „Streitereien“ zu tun habe, da eine andauernde politische Diskussion um den Bau von Kraftwerken und eines Skilifts geführt werde, bezeichneten zwei Befragte als kontraproduktiv. Die Situation sei weder für die Gemeinde noch für den Tourismus gut, da Energie dadurch verloren gehe, dass man nicht miteinander, sondern teils gegeneinander arbeite. Laut Aussage eines Befragten bestehe außerdem ein persönlicher Konflikt zwischen dem Tourismusobmann und dem Bürgermeister der Gemeinde Innervillgraten.

Die Erfahrung habe gezeigt, dass sich eine gute Kooperation zwischen Tourismusobmann und Bürgermeister positiv auf den Tourismus auswirke. So waren zwei Experten der Auffassung, die lokalen Akteure, „die Gemeinde und der Tourismus sowie die Bevölkerung“, müssten sich „zusammenraufen“, damit man eine nachhaltige Tourismusentwicklung im Sinne der „Bergsteigerdörfer“ erreichen könne.

„Gemeinde und Tourismus müssen mehr korrelieren. Es ist auch einfach so bei uns sehr schlecht, dass sich der Obmann und der Bürgermeister nicht sehr mögen.“ (anonymes Zitat Nr. 1, Anhang I, S. 245)

„Ja, und dieser Streit, das ist ein Horror. Deswegen bleiben wir momentan ein bisschen stehen, auch im Tourismus. [...] Der Tourismus braucht die Gemeinde, gleich wie die Gemeinde den Tourismus. Das System muss eine Einheit sein und dann geht sehr viel und sonst geht nichts.“ (anonymes Zitat Nr. 2, Anhang I, S. 245-246)

„Vielleicht ist das auch gut so, das ist ja in der Demokratie ein fairer Wettbewerb, der Wettbewerb der besten Ideen. [...] Andererseits ist es natürlich irgendwie schade, weil wenn wir alle in die gleiche Richtung arbeiten würden, dann wäre man natürlich wesentlich erfolgreicher.“ (anonymes Zitat Nr. 3, Anhang I, S. 188)

Sowohl Herr Salcher von den „Karnischen“ als auch der Kartitscher Amtsleiter sagen aus, das Arbeitsgebiet der OeAV-Sektion Austria erstreckte sich von Kartitsch bis zum östlich gelegenen Kötschach-Mauthen (Kärnten). Der Obmann der Sektion Sillian, Hans Walder, zählt das Tiroler Gailtal bis Untertilliach zum Gebiet der Sektion Sillian, was u.a. die Gemeinde Kartitsch einschließt. Die widersprüchlichen Expertenaussagen lassen eine Überschneidung der Arbeitsgebiete der Sektionen Austria und Sillian im Bereich des Tiroler Gailtals vermuten.

Die Befragungsergebnisse weisen darauf hin, dass die Vorstellung der Initiative bei den Partnerbetrieben durch den OeAV in beiden Untersuchungsgebieten Mitte 2009 erfolgte. Gemeinsam ist allen befragten „Bergsteigerdörfer“-Partnern, dass sie angeben, „von Anfang an“ als Projektpartner dabei zu sein, wobei die Aussagen der befragten Experten darauf schließen lassen, dass sie erst seit 2010 Partnerbetrieb sind.

5.1.2.3 Auswirkungen und „Erfolge“

10. Wie wird das Projekt „Bergsteigerdörfer“ in Kartitsch / im Villgratental umgesetzt und was hatte dies bisher für Auswirkungen zur Folge?

10b. Welche „Erfolge“ des Projektes lassen sich bereits verzeichnen?

Zu den „sichtbaren“ Auswirkungen des Projektes zählen in Kartitsch die folgenden Punkte: Ein neues Ortseingangsschild mit dem „Bergsteigerdörfer“-Logo und dem Wappen von Kartitsch sei aufgestellt worden, in den Briefkopf offizieller Gemeindeschreiben habe man das Logo der „Bergsteigerdörfer“ aufgenommen, im Dorf hänge eine Fahne mit dem „Bergsteigerdörfer“-Logo und man habe die „Bergsteigerdörfer“-Broschüre für das Tiroler Gailtal sowie das Büchlein zur Alpingeschichte erstellt. Zudem fanden im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ mehrere Veranstaltungen vor Ort statt, „um Bewusstseinsbildung und PR-Arbeit“ zu betreiben, wie z.B. die Präsentation der Broschüren. Verschiedene „kleinere Projekte“ seien bereits umgesetzt worden, wobei die Gemeinde bereits von der Projektteilnahme profitiert habe, indem sie Fördergelder erhalten habe.

Vonseiten der Gemeindevertreter hieß es, man habe über Bewusstseinsbildung im Ort Partnerbetriebe für das Projekt gewonnen; derzeit nehmen drei Betriebe teil. Der befragte Mitarbeiter des TVB Osttirol sagte aus, touristisch gesehen habe man das gesamte Außenbild der Gemeinde „auf die Bergsteigerdörfer abgestimmt“. Dabei nahm er auf das Ortseingangsschild Bezug, erwähnte aber auch, dass das „Bergsteigerdörfer“-Logo in den vom TVB herausgegebenen Broschüren präsent sei.

Während einige Befragte der Meinung waren, es seien bereits Erfolge sichtbar, sagten andere aus, es hätten sich kaum Auswirkungen oder „Erfolge“ bemerkbar gemacht. So bezeichnete ein Experte z.B. die vom OeAV publizierten Printmedien als Erfolg: Die Prospekte seien „von einer ganz hervorragenden Qualität“. Ein Gast, der nicht viel in Führerliteratur investieren wolle, könne mit der Broschüre für das Tiroler Gailtal ohne zusätzliche Recherche „einen schönen Wochenurlaub gestalten“. Vorteilhaft sei natürlich die Möglichkeit der kostenlosen Bestellung der Materialien über das Internet.

Aus Sicht der befragten Tourismus-Vertreter war zu vernehmen, dass es infolge der Projektteilnahme, noch keine wesentlich spürbaren Auswirkungen bzw. noch keine „Erfolge“ gegeben habe. Obwohl sie teils anmerkten, dass schon viel getan worden sei (Ortseingangsschild, Veranstaltungen etc.), sprachen sie alle darauf an, dass noch keine Nächtigungszuwächse zu verzeichnen gewesen seien. Die Befragten waren sich jedoch einig, dass es noch zu früh sei, um mit einem Tourismuszuwachs in „definitive[n] Zahlen“ zu rechnen.

Beinahe alle Befragten nannten die Planung zum Bau eines Klettersteiges an der

Großen Kinigat als Auswirkung des „Bergsteigerdörfer“-Projektes. Dieser solle mit Zufinanzierung über Projektmittel der „Bergsteigerdörfer“ noch im Jahr 2011 realisiert werden. Ein Experte war der Meinung, dass der Bau des Klettersteiges sicherlich erst durch die finanzielle Unterstützung im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative möglich geworden sei.

Darüber hinaus sei die Einrichtung von Themenwegen in den fünf Kartitscher Seitentälern geplant. Die Idee stamme von einem Hotelier, dieser wolle das „ortsnahe Erlebniswandern“ fördern und bewerben. Konkret gehe es darum, „die Täler von Kartitsch alle mit einem Schwerpunkt aufzuarbeiten: Holz, Wasser, Gestein, Meditation, Licht, Feuer, Luft“. Das Konzept habe er schon vor längerer Zeit erarbeitet, sehe nun aber im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ eine Chance, dieses umsetzen zu können.

Als „erste[n] größere[n] Schritt, den wir gemeinsam mit dem Bergsteigerdörfern hier in unserer Region durchführen“ bezeichnete TVB-Mitarbeiter Arthur Bucher, dass in Zusammenarbeit mit dem TVB das Angebot geführter Touren und der Einsatz von Wanderbussen geplant sei, beides solle noch im Jahr 2011 umgesetzt werden.

„Ich würde sagen, die erste Projektphase war jetzt geprägt von sonstigen Vorarbeiten. Vom Schaffen eines Rahmens, in dem das Projekt jetzt weiter wachsen kann [...].“ (Jan Salcher)

„Kartitsch hat eigentlich schon relativ viel getan.“ (Anton Goller)

„Also bisher hat es noch keine großen Auswirkungen gehabt.“ (Franz Strasser)

„Ich kann jetzt, seitdem wir Mitglied sind, keine Buchungen effektiv darauf zurückführen. Das ist auch nicht, was ich mir persönlich erwartet habe, da man einfach aus Erfahrung weiß, dass Projekte, [...] die einfach bei null anfangen und nicht schon etabliert sind, [...] Anlaufzeit brauchen. [...] Und ich denke, es wäre unfair, wenn wir nach einem Jahr Bilanz ziehen [...].“ (André Cis)

Im Villgratental sei „Vieles aufgearbeitet“ worden. So nannten die zu dem Untersuchungsgebiet befragten Experten als Auswirkungen bzw. „Erfolge“ im Rahmen der Projektteilnahme die veröffentlichten Broschüren, ebenso wie das Büchlein zur Alpingeschichte. Des Weiteren hätten Tagungen sowie mit dem Projekt in Zusammenhang stehende, sonstige Veranstaltungen im Tal stattgefunden.

Außervillgratens Bürgermeister Mair zufolge stellen die teilnehmenden Partnerbetriebe das erste sichtbare Ergebnis der Initiative „Bergsteigerdörfer“ dar. So sagten zwei Experten aus, das Logo der Initiative sei im Ort präsent, da entsprechende Plaketten an der Tourismus-Ortsinformation Innervillgratens sowie bei den Partnerbetrieben angebracht seien. Ein Tourismus-Anbieter merkte an, dass das Interesse an dem Projekt vonseiten der Anbieter im Villgratental groß zu sein scheine, da sich die Betriebe zu

einem „sehr hohen Prozentsatz“ als Partner daran beteiligten.

Die befragten Tourismus-Anbieter waren überwiegend der Ansicht, dass bisher eher wenig passiert sei und noch „zu wenige“ Auswirkungen spürbar gewesen seien. Dabei wurde allerdings mehrfach auf den noch frühen Zeitpunkt innerhalb des Projektes hingewiesen.

Der in Innervillgraten eingesetzte Mitarbeiter des TVB äußerte, dass man noch keine Erfolge hinsichtlich steigender Besucher- oder Nächtigungszahlen habe feststellen können und merkte an, man könne anhand solcher Statistiken sowieso nicht nachweisen, ob die Gäste aufgrund der Teilnahme als „Bergsteigerdorf“ ins Villgratental kommen (s.u., Zitat Oswald Fürhapter).

Zwei Experten räumten ein, die „Bergsteigerdörfer“-Initiative wirke sich positiv aus, indem sie zum Nachdenken angeregt habe. Man könne das Projekt als einen „Hotspot“ für das Tal betrachten, von welchem ausgehend Ideen für touristische Vorhaben entstünden. Künftig würden sicherlich kleinere „Infrastrukturprojekte“ umgesetzt.

Etwa die Hälfte der Experten sprach das zum Erhebungszeitpunkt diskutierte Tourismusprojekt zum Thema „Herz-Ass“-Runde an; die Idee wurde zum Teil als ein Erfolg der „Bergsteigerdörfer“-Initiative bezeichnet. Geplant ist die „Umrundung der Villgrater Berge“, diese Wanderroute soll unter dem Namen „Herz-Ass Villgraten“ vermarktet werden. Geplant sei, dass die „Herz-Ass“-Runde als mehrtägige Bergwandertour begehbar werde, wobei man zwischen einer schwierigeren, „alpinen“ und einer einfacheren Variante wählen könne. Bürgermeister Mair zufolge habe man bereits „mit der Dokumentation“ des Weges begonnen, da geplant sei, einen Führer für die „Herz-Ass“ herauszubringen. Von Seite des Villgrater Tourismus-Ausschusses hieß es, das Budget stünde, sodass der „Herz-Ass“-Weg noch im Jahr 2011 in Zusammenarbeit „mit dem Tourismus-Ausschuss Villgratental, mit der Sektion Sillian“ und sonstigen interessierten Personen fertig gestellt werde. Die Wege an sich gebe es bereits, man müsse sie nun für die Öffentlichkeit ein „bisschen begehbarer machen“, indem man einzelne Passagen absichere. Zudem fehlten noch Übernachtungsmöglichkeiten, sodass die Strecke nicht ohne Abstieg ins Tal oder Biwakieren möglich sei. Daher plane man am Schwarzsee eine Biwakschachtel zu errichten sowie eine Biwakschachtel, deren Standort allerdings noch nicht feststehe. Wie der befragte Alpenvereinsfunktionär anmerkte, wäre es erstrebenswert, in Zukunft geführte Touren der „Herz-Ass“-Runde anzubieten, um die Talumrundung attraktiver zu machen.

Lediglich ein befragter Bergführer sprach ein weiteres geplantes Projekt an, innerhalb dessen überlegt werde, einen Klettergarten im Villgrater Arntal anzulegen.

„Ja, es gibt ein paar Mitgliedsbetriebe, touristische Mitgliedsbetriebe. Das ist das erste optische Zeichen, dass die irgendwo halt als solche auch scheinen[...]. Das zweite ist, dass an diesem Projekt Höhenwanderweg gearbeitet wird, was auch gut dort hinein passt.“ (Josef Mair)

„Erfolge haben wir da leider noch nicht gehabt. Vor allem weil, man kann es eben nicht nachweisen, wie viele Gäste da jetzt aufgrund der Bergsteigerdörfer gekommen sind.“ (Oswald Fürhapter)

Die Experten gehen generell davon aus, dass Auswirkungen oder Erfolge des Projektes nicht kurzfristig, „von heute auf morgen“, zu erwarten seien, sondern dass es sich um einen Prozess handele, der eine gewisse „Anlaufzeit“ benötige. Aus Sicht des Großteils der befragten touristischen Anbieter und TVB-Mitarbeiter sei es selbstverständlich, dass es noch einige Zeit in Anspruch nehmen werde, bis die Werbung für die Marke „Bergsteigerdörfer“ bei den potentiellen Kunden ankomme. Daraufhin, dass noch keine wesentlichen Anstiege der Nächtigungszahlen in den „Bergsteigerdörfern“ zu verzeichnen sind, äußern alle befragten Vertreter der Beherbergungsbetriebe, dass man erst in einigen Jahren mit Auswirkungen der Initiative rechnen könne.

„Im Gästebereich gesehen ist es zu kurzfristig. Es hat die Initiative jetzt seit letztem Jahr wirklich gegriffen.“ (Arthur Bucher)

„Die starken Erfolge oder die sofortigen sind immer schwer zu erhalten. Besser ist, wenn es langsam aufgebaut wird, meiner Meinung nach. Nur, wie gesagt, das muss erst wachsen, die ganze Sache.“ (Heinz Bodner)

5.1.2.4 Wahrnehmung: Innensicht

11. Wie beurteilen Sie die Einstellung der Einwohner von Kartitsch / des Villgratentals gegenüber der Initiative „Bergsteigerdörfer“ des OeAV?

Da eine gesonderte Befragung der Einwohner nicht erfolgte (s. Kap. 4), sind an dieser Stelle die hinsichtlich der „inneren“ Wahrnehmung gesammelten Aussagen der befragten Experten zusammengestellt, um indirekt einen Eindruck von der Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative sowie der Akzeptanz der Projektteilnahme aus Sicht der Einwohner des jeweiligen Untersuchungsgebietes zu vermitteln.

Insgesamt beschrieben die befragten Experten die Einstellung der Kartitscher gegenüber der „Bergsteigerdörfer“-Initiative als eher positiv, vorsichtig abwartend oder gleichgültig, wobei die Sicht auf das Projekt von dem jeweiligen Standpunkt der Bewohner abhängig sei. Gleichgültig stünden der Teilnahme der Gemeinde an dem Projekt die Dorfbewohner gegenüber, die selbst nichts mit Tourismus zu tun und somit „überhaupt keine Bindung dazu haben“. Aus Sicht eines Landwirtes hieß es beispielsweise, die Mitgliedschaft als „Bergsteigerdorf“ des OeAV sei ihm persönlich

„ehrlich gesagt egal“, da er selbst weder davon profitiere, noch daran Schaden nehme. Ein Experte erklärte, früher sei die Einstellung zum Tourismus im Allgemeinen „irgendwie solidarischer“ gewesen, da auch die Landwirte Zimmer vermietet hätten; heute sei deren Anteil unter den Vermietern geringer. Dementsprechend äußerte sich auch ein weiterer Befragter, welcher die Meinung vertrat, im Ort müsse das „Tourismusverständnis“ gestärkt werden. Zudem wurde in den Interviews häufig erwähnt, eine gleichgültige Haltung rühre grundsätzlich von der Mentalität der Einwohner her und sei sicherlich nur deshalb nicht überwiegend negativ, weil das Projekt für sie keine finanzielle Belastung darstelle. Die Hälfte der Experten vertrat die Ansicht, dass Diejenigen, die selbst in das Projekt eingebunden sind, d.h. teilnehmende Partnerbetriebe sowie andere Akteure, die Initiative „eher positiv“ beurteilten. Einige kritische Stimmen gebe es immer, allerdings gebe es „im Großen und Ganzen [...] keine Widerstände“. So gaben zwei Befragte explizit an, keine negativen Meinungen gehört zu haben.

Aus Sicht der Gemeinde stünden inzwischen viele Einwohner hinter dem Projekt und man identifiziere sich zunehmend mit der Auszeichnung als „Bergsteigerdorf“. Anfangs habe es seitens der Landwirte noch Bedenken gegeben, dass sie im Rahmen des Projektes möglicherweise eingeschränkt werden würden, was sich inzwischen jedoch positiv geklärt habe. Die befragten Gemeindevertreter waren der Meinung, Skeptiker könnten durch künftige Erfolge des Projektes „früher oder später“ von der Projektidee überzeugt werden. Zwei Experten teilten die Ansicht, die das Projekt betreffende Innenwerbung, d.h. Überzeugungsarbeit bei den Vermietern im Ort, um diese zur Teilnahme als Partnerbetriebe zu motivieren, müsse gestärkt werden. Der Leiter des Kartitscher Tourismusbüros, Herr Bucher, gab an, ein gestiegenes Interesse am Bergwandertourismus sei vonseiten der örtlichen Tourismus-Anbieter bereits zu beobachten. Vonseiten befragter Experten, die nicht der Gemeindeverwaltung angehören, hieß es, die „politischen Entscheidungsträger“ bzw. der Gemeinderat seien als Unterstützer der „Bergsteigerdörfer“-Idee zu betrachten.

Als eher „außenstehende“ Befragte, sahen sich zwei Personen, die nicht selbst Einwohner von Kartitsch sind, nicht in der Lage, die Einstellung der Kartitscher gegenüber der Initiative zu beurteilen.

Ein Kartitscher Experte ging darauf ein, dass das „Bergsteigerdörfer“-Projekt gemeinhin bekannt sei, da es ein in Lokalpolitik und Medien präsent Thema darstelle:

„Naja, Bergsteigerdörfer, [...] ist eigentlich seit zwei Jahren sehr bekannt und immer wieder wird man auf diese Sache angesprochen, ob das in der Gemeindepolitik ist, in der Tourismuspolitik, in den Medien natürlich auch liest man und hört man und ich finde es eine sehr gute Kooperationsmöglichkeit.“ (Franz Strasser)

„Der Dorfbewohner gegenüber dem Neuem ist so: „Naja, schauen wir mal, was kommt, was werden die daraus machen?“ Entweder man sieht: Ja, es bringt was und nachher ist man begeistert. Deshalb unsere Aufgabe und der Sinn der Bergsteigerdörfer ist, die Überzeugungsarbeit leisten.“ (Josef Außerlechner)

Wenn es um die Frage nach der Einstellung der Villgrater gegenüber der „Bergsteigerdörfer“-Initiative geht, variieren die Aussagen der befragten Experten stärker bzw. sind stehen eher in Widerspruch zueinander, als dies in Hinblick auf Kartitsch der Fall ist. So treffe man bei den Villgratern auf ein „breites Spektrum“ an Meinungen, wobei die Einschätzungen der Experten von insgesamt „sehr positiv“ oder „hunderprozentig[er]“ Befürwortung, über eher gleichgültig bis hin zu „nicht unbedingt positiv“ reichten. Die Mehrzahl der Experten gab an, das Projekt werde vonseiten der betroffenen Beherbergungsbetriebe und anderer Tourismusvertreter positiv bis sehr positiv betrachtet. So sei eine hohe Anzahl an Betrieben, darunter alle touristischen „Hauptbetriebe“, als Partner an der Initiative beteiligt. Laut Annahme eines Tourismus-Anbieters werde die kostenlose Werbung für den eigenen Betrieb vonseiten der Projektpartner grundsätzlich positiv gesehen. Andererseits wies ein weiterer Experte darauf hin, dass es sicherlich auch einige Betriebe gebe, denen der Nutzen einer Partnerschaft im Rahmen des Projektes nicht einleuchte.

Die Teilnahme des Villgratentals an der Initiative sei unter den Personen, die sich mit Tourismus befassen, größtenteils bekannt; dem Außervillgrater Bürgermeister zufolge stehe „ein ganz großer Teil“ der Touristiker der Initiative positiv gegenüber. Allerdings sei das Projekt bislang noch „nicht stark genug“ ins öffentliche Bewusstsein gedrungen, denn die Expertenaussagen stimmen weitgehend überein, dass die Projektteilnahme des Villgratentals touristisch nicht interessierten Personen oft gänzlich unbekannt sei. Sicherlich bekämen nicht alle Bewohner mit, dass ihr Tal Mitglied der „Bergsteigerdörfer“ sei, da die Neugier in der Regel nicht so groß sei, dass sich nicht selbst vom Tourismus Betroffene mit dem Projekt auseinandersetzten. Es liege in der Mentalität der Villgrater, eine gewisse Vorsicht gegenüber Neuem zu bewahren, was mehrere Experten zum Ausdruck brachten. Laut Einschätzung eines Experten gehe die kritische Grundhaltung der Bevölkerung sogar soweit, dass die Talbewohner prinzipiell „zuerst einmal das Negativste“ annähmen.

Einer befragten Person zufolge sei sich die Innervillgrater Bevölkerung eher über das Projekt und die Mitgliedschaft ihrer Gemeinde bewusst, als dies unter den Außervillgratern der Fall sei und nannte als Begründung, in Innervillgraten werde generell mehr für den Tourismus getan als in Außervillgraten, wo die Landwirtschaft hingegen noch eine größere Rolle spiele.

Während einige Experten die Innensicht auf das Projekt „im großen Kontext“ als positiv

beurteilten und angaben, „laute kritische Stimmen“ seien nicht zu vernehmen, sprachen die Aussagen Anderer dafür, dass es „immer auch Kritiker“ gebe. Konkret wurde das Bestehen verschiedener Interessengruppen angesprochen, welche dem Projekt mit geteilten Meinungen gegenüberstünden. Dabei sei die Gruppe, welche hinter dem Projekt stehe, „nicht unbedingt die größte“. Die Personengruppe, die dem Projekt negativ gegenüber stehe, befürworte im Tal diskutierte Erschließungsgedanken in Form einer Skigebietsanbindung Innervillgratens an das Skigebiet am Thurntaler bzw. des Baus von Kleinwasserkraftwerken in Innervillgrater Gemeindegebiet (vgl. Kap. 5.1.3.1). Mehrere Befragte vermuten, dass manche Einwohner den Alpenverein eher als „Verhinderer“ sehen, anstatt als Förderer.

Eine Erklärung für die von den Befragten vermuteten, sehr unterschiedlichen Einstellungen gegenüber der Initiative „Bergsteigerdörfer“ liefert womöglich das folgende Zitat:

„Also ich kann das eigentlich nicht einschätzen, das geht hier überhaupt gar nicht einzuschätzen. Jeder, wenn man die Leute fragt, [...] zumindestens die extrem positionierten, dann sieht das jeder aus seiner Sicht und jeder meint, dass er die Mehrheit hinter sich hat.“ (Josef Schett)

„Es gibt sicher eine Gruppe, die von dem [gemeint: „Bergsteigerdörfer“-Initiative] gar nichts wissen wollen. Vielleicht ist diese Gruppe gar nicht so klein. Vor allem junge Leute, die glauben, etwas zu verlieren, weil bei uns halt nichts ist. Die glauben, dass das nur mit Lift- und Kraftwerksbau getan ist. Aber die denken da vielleicht nicht so viel nach, das sind junge Leute, die glauben, den Anschluss zu verlieren, die meinen, wenn wir jetzt nicht das machen, was alle machen oder was andere machen, dass es dann bergab geht.“ (Benjamin Schaller)

5.1.2.5 Wahrnehmung: Außensicht

Z2: Welches Feedback geben die Gäste? Sind sie sich der Teilnahme von Kartitsch / des Villgratentals an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative bewusst?

Die bezüglich des Gäste-Feedbacks in Kartitsch befragten Experten (Zusatzfrage an Tourismus-Anbieter und Mitarbeiter des TVBs) stimmen darin überein, dass sich bislang noch keine wesentlichen Auswirkungen des Projektes gezeigt hätten. Aus Sicht der drei befragten touristischen Leistungsträger habe es noch keine Rückmeldungen in der Form gegeben, dass sie als Gastgeber auf die Initiative angesprochen worden wären. So habe weder jemand auf die die Partnerbetriebe kennzeichnende Plakette oder die ausliegenden Broschüren angesprochen, noch habe man bisher den zehnpromzentigen Rabatt an Alpenvereinsmitglieder vergeben müssen.

Vom Leiter des Kartitscher Tourismusbüros hieß es, bisher hätten noch keine Gäste geäußert, aufgrund der Mitgliedschaft bei den „Bergsteigerdörfern“ hergekommen zu sein, aber: „Das ist, was wir uns erwarten.“ Rückmeldungen bezüglich der Initiative gebe

es vonseiten der Gäste selten und überhaupt erst, seitdem mit „optischen Hilfsmittel[n]“ darauf aufmerksam gemacht werde, sprich Kartitscher Ortseingangs-Schild mit „Bergsteigerdörfer“-Logo, Plaketten bei den Partnerbetrieben etc. (s. Kap. 5.1.2.3).

Für das Villgratental ergeben die Experteneinschätzungen hinsichtlich der Außensicht auf das „Bergsteigerdörfer“-Projekt ein nur leicht positiveres Bild, als für Kartitsch. Auch hier gab der überwiegende Teil der befragten Tourismus-Vertreter an, bisher kein entsprechendes Feedback von den Gästen vernommen zu haben. Es habe sich noch niemand nach den „Bergsteigerdörfern“ oder dem Rabatt für Alpenvereinsmitglieder erkundigt. Zwei Experten vermuteten daher, die Bekanntheit der Initiative sei unter den Gästen gering, da sich diese nicht des „Bergsteigerdorf“-Status‘ des Villgratentals bewusst seien. Lediglich zwei Tourismus-Anbieter sagten aus, vereinzelt Rückmeldungen zu dem Projekt von ihren Gästen vernommen zu haben. Den zehnprozentigen Rabatt hätten beide Partnerbetriebe bereits vergeben, außerdem seien die „Bergsteigerdörfer“ in wenigen Fällen als Grund für den Aufenthalt in Villgraten genannt worden. Ein Gastgeber gab an, die Broschüren zu den „Bergsteigerdörfern“ würden von den Gästen viel genutzt und mitgenommen, wobei ein weiterer Experte zu bedenken gab, selbst wenn die kostenlosen Prospekte mitgenommen würden bleibe unklar, ob sich die Gäste mit dem Inhalt der ausliegenden Broschüren auseinandersetzen.

*„Obwohl wir diese Broschüren auch auf den Zimmern auflegen. Ich muss aber dazu sagen, dass mich da noch nie jemanden mehr oder intensiver angesprochen hätte.“
(Alois Mühlmann)*

„[...] also es gibt Gäste, die ausschließlich Bergsteigerdörfer besuchen. Das gibt es eben sehr einzeln.“ (Martin Fürhapter)

Insgesamt lassen sich die erhaltenen Aussagen dahingehend zusammenfassen, dass das Feedback der Gäste hinsichtlich der „Bergsteigerdörfer“-Initiative in beiden Untersuchungsgebieten gering ist. Laut den Experten schwankt die Bekanntheit des Projektes unter den Gästen in dem Bereich zwischen einer Bekanntheit „gleich Null“ bis zu wenigen Gästen, die sich darüber bewusst sind.

5.1.2.6 Kritik und Vorschläge

10a. Haben Sie bisher schon schlechte Erfahrungen im Rahmen der Teilnahme an dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt gemacht?

5. Kann Kartitsch / das Villgratental halten, was es im Sinne eines „Bergsteigerdorfes“ verspricht oder gibt es noch Bereiche, die verbessert werden sollten?

Die zu beiden Untersuchungsgebieten geführten Expertengespräche geben deutlich zu erkennen, dass, abgesehen von kleineren Kritikpunkten und einem Akteur, der sich im Zuge einer Projektplanung etwas übergangen fühlt (s.u.), keiner der Befragten schlechte Erfahrungen im Rahmen der Projektteilnahme gemacht hat.

Grundsätzlichere Kritik äußerte lediglich ein befragter Bergführer hinsichtlich des geplanten Baus eines Klettersteiges an der Großen Kinigat in Kartitsch. Zum einen sei er als Experte nicht nach seiner Meinung gefragt worden, zum anderen bezweifle er die Sinnhaftigkeit des Vorhabens. So erklärte er, in Kartitsch und Villgraten habe man nicht die Gäste, die sich für einen solchen, verhältnismäßig schwierigen, Klettersteig interessieren würden, da es sich größtenteils um „keine extremen Leute“, sondern Wanderer handele. Dass er erst im Nachhinein von dem Projekt gehört habe, ärgere ihn, da er nicht die Möglichkeit erhalten habe, eigene Ideen einzubringen. So habe er bereits vor zehn Jahren ein Projekt am Karnischen Kamm konzipiert, welches damals aufgrund fehlender finanzieller Mittel nicht habe realisiert werden können. Generell vertrat er die Auffassung, dass man die zur Verfügung stehenden Mittel besser einsetzen könne. Dies bezog er auch auf den im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative angedachtes Projekt zum Bau eines Klettergartens im Arntal, einem Seitental des Villgratentals. Zu kritisieren sei, dass die Felsqualität dort nicht besonders gut sei und der geplante Standort nahe am Talschluss läge. Laut seiner Einschätzung würden die Leute eher zum Klettern in die Dolomiten fahren, anstatt weit ins Villgratental hinein.

Ein befragter Anbieter im Tourismusbereich gab zu bedenken, dass die Terminwahl des Alpenvereins für Partnertagungen und ähnliche Veranstaltungen in der Sommerzeit ungünstig sei, da diejenigen, die im Tourismus tätig seien sozusagen „mit Händen und Füßen in den Betrieben“ stünden und darum häufig nicht in der Lage seien, die Termine wahrzunehmen.

Ein Experte vertrat die Ansicht, dass man im Zuge der ehrenamtlichen Mitarbeit an der Erstellung der Broschüre für das Tiroler Gailtal gerne „gewisse Dinge auch abgegolten“ bekommen hätte, sah dies letztendlich jedoch „nicht wirklich“ als eine schlechte Erfahrung an.

Aus beiden Untersuchungsgebieten kam vermehrt die Rückmeldung, dass bei den örtlichen Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben teilweise akuter Bedarf bestehe, in qualitative Verbesserungen zu investieren (vgl. Kap. 5.1.3.1). Einige Betriebe würden dem heute üblichen Standard nicht gerecht.

Ein Kartitscher Gemeindevertreter erwähnte, es gebe Überlegungen, das Angebot des öffentlichen Verkehrs durch private Anbieter, wie Taxis oder Mietunternehmen, zu ergänzen. Eine große Verbesserung wäre, wenn es der Gemeinde gelinge, „wirklich regelmäßige Linien bei eher gleichbleibendem Fahrplan“ aufrecht zu erhalten.

Ein Kartitscher Hotelier wies darauf hin, einige Gäste haben Kritik an dem verfügbaren Kartenmaterial geäußert. Die Karten seien einerseits verbesserungswürdig, da sie detailreicher sein sollten, andererseits sei mehrsprachiges, „grenzüberschreitendes Kartenmaterial“ wünschenswert.

Hinsichtlich der Instandhaltungsarbeiten am Wegenetz in Kartitsch und Villgraten äußerte ein befragter Bergführer: „der Soll-Bereich ist sicher okay“. Während die Instandhaltung der Hauptstrecken zufriedenstellend sei, seien die Nebenwege oft noch verbesserungswürdig.

Ein Kartitscher Experte sowie drei Gesprächspartner aus dem Villgratental forderten eine Verschärfung der vom Alpenverein vorgeschriebenen Kriterien, denn um die Marke „Bergsteigerdörfer“ zu stärken, müsse das „Reglement streng genug“ sein. Der Alpenverein solle insgesamt noch „viel mehr Druck ausüben“, als dies bisher der Fall gewesen sei. Einerseits schlug TVB-Mitarbeiter Fürhapter die Kontrolle der Aktivitäten einer, noch einzurichtenden (vgl. Kap. 5.1.2.2), Projektarbeitsgruppe durch den OeAV vor. Andererseits wurde eine Kontrolle der Partnerbetriebe vonseiten des Alpenvereins aus Sicht eines Tourismus-Anbieters als notwendig erachtet. Bei der Vergabe von Gütesiegeln, wie den „Bergsteigerdörfern“ als Marke, sei grundlegend, dass die Einhaltung der Kriterien überprüft werde, ansonsten seien derartige Auszeichnungen nicht ernst zu nehmen. Alternativ schlug ein befragter Gastwirt vor, im Ort eine Personengruppe zu gründen, die Selbsttests zur Qualitätssicherung durchführen solle; auch die Durchführung von „Mystery Checks“ sei dem dienlich. Dem Villgrater Tourismusobmann zufolge sind derzeit auch Betriebe an dem Projekt beteiligt, die lediglich von der Möglichkeit kostenloser Werbung über die „Bergsteigerdörfer“ profitierten, sich aber nicht bewusst für die „Bergsteigerdörfer“ entschieden. Nach dem Motto „Was nichts kostet, ist nichts wert“ sei die Einführung eines Mitgliedsbeitrages für Partnerbetriebe erforderlich.

TVB-Vertreter Oswald Fürhapter sprach den Wunsch nach einer verstärkten gemeinsamen Vermarktung der „Bergsteigerdörfer“ in Osttirol an. Die Kooperation zwischen dem Alpenverein und dem TVB Osttirol sollte künftig gestärkt werden, da es in der Region insgesamt drei „Bergsteigerdörfer“ gebe. Demzufolge sollten sich auch die Osttiroler Mitgliedsgemeinden mehr zusammentun und sich über die Schiene des TVBs werbetechnisch gemeinsam zu positionieren.

„Die Qualität und die Kriterien für die Betriebe, vielleicht auch für Dörfer, da kann man ohne Weiteres das Niveau höher legen. Die Kriterien sollten durch den Alpenverein kontrolliert werden. [...] Das ist eine unbedingte Notwendigkeit, um das Ganze an Wert zu erhalten und um den Wert zu steigern.“ (Alois Mühlmann)

5.1.3 Zukunftsperspektiven

Einerseits sehen viele Experten eine Entwicklung der Gemeinde Kartitsch und des Villgratentals, die sich weiterhin im Rahmen eines sanften Tourismus hält (s. Kap. 5.1.3.1). Eine andere Entwicklung könnte im Villgratental ablaufen, sollte die immer wieder angesprochene (vgl. z.B. auch Kap. 5.1.2.4) Skianbindung Innervillgratens an das Skigebiet „Hochpustertal“ am Thurntaler umgesetzt werden. Aus Expertensicht ist nicht auszuschließen, dass der Skigebietsanschluss zur Ausbildung des harten Tourismus im Tal führen könnte. Auf diese Entwicklungsperspektive für das Villgratental wird im Anschluss eingegangen (Kap. 5.1.3.2).

„Also für mich gibt es diese zwei Möglichkeiten, diese zwei Wege, entweder den Weg des harten Tourismus gehen, [...] dann werden die Hotelburgen oder die großen Häuser kommen, die Eigenbestimmung wird zum Teil verloren gehen. Oder es wird der Weg der Bergsteigerdörfer beschritten, der sanfte Tourismus. Dann denke ich, wird in zehn, zwanzig Jahren, da wird sich nicht viel ändern. [...] Aber die Villgrater werden sich eben entscheiden müssen, welchen Weg sie gehen. Das können nicht wir, denke ich, von außen sein und ihnen aufzwingen.“ (Hans Walder)

5.1.3.1 Gemeinde- und Tourismusentwicklung

12. Wie sehen Sie die Gemeinde Kartitsch / das Villgratental in 10 – 20 Jahren?

Die Hoffnung zweier Kartitscher Experten, dass man die Abwanderung in Zukunft stoppen und „im besten Fall“ sogar einen Zuwachs erreichen könne, hält Amtsleiter Anton Goller für wahrscheinlich. So gehe er davon aus, dass die Bevölkerungsentwicklung künftig eher positiv sei und die Einwohnerzahl auf etwa 1.000 bis 1.500 Einwohner ansteige. Außerdem sollte die Abwanderung aufgrund der vorhandenen Arbeitsplätze im Pustertal (vgl. Kap. 5.1.2.1) nicht so schwerwiegend sein, wie in anderen ländlichen Gemeinden.

Die Hälfte der befragten Kartitscher sagte aus, dass eine stärkere Entwicklung in Richtung Wohngemeinde angestrebt werde. Wichtig sei generell, dass man künftigen Generationen eine Chance gebe, im Ort zu bleiben, indem entsprechende „politische Weichen“ gestellt werden. So sei von Gemeinde Seite die Errichtung einer Mietwohnanlage mit zwölf Wohnungen in Kartitsch geplant. Die Chancen der Siedlungswirtschaft stünden bei der Verfügbarkeit von Arbeitsplätzen für Pendler gut. Gleichzeitig sei durch den Zuzug von Südtirolern im Pustertal abzusehen, dass der Baugrund dort immer knapper und teurer werde, sodass man in Erwägung ziehen könnte, sich stattdessen im nahe gelegenen Kartitsch anzusiedeln. Darüber hinaus stelle Kartitsch aus Sicht der Gemeinde ein „lukratives Angebot für Klein- und Mittelbetriebe“ vor allem auf dem „technischen Sektor“ dar. Diese Sichtweise stellte ein anderer Experte in Frage, welcher es in Anbetracht der „starken wirtschaftlichen Struktur im Sillianer Raum“ für

unwahrscheinlich hielt, dass sich Betriebe in Kartitscher Gemeindegebiet ansiedeln würden. Laut Bürgermeister Außerlechner sei in Zukunft die Nutzung von Wasserkraft zur Energieerzeugung in Kartitsch angedacht; zu konkreten Plänen äußerte er sich jedoch nicht.

Der sanfte Tourismus sei dem Kartitscher Amtsleiter Goller zufolge zukünftig als wirtschaftliches Standbein der Gemeinde zu sehen, wohingegen mit einer eher „schwindenden“ Landwirtschaft zu rechnen sei. Zukunftschancen der Gemeinde wurden von den Experten nur im nachhaltigen Tourismus gesehen (vgl. Kap. 5.1.2.1). So sagte z.B. ein befragter Gastwirt, er sehe gerade unter dem Motto „weniger ist mehr“ für Kartitsch „absolute Zukunft“. Mehrere Experten teilten jedoch eine derzeit wenig optimistische Sichtweise. Sollte die touristische Entwicklung, wie in den letzten Jahren, weiterhin rückläufig bleiben, so nahmen sie an, dass man dies in Kartitsch zu spüren bekomme. Um die vorhandene Infrastruktur aufrecht erhalten zu können, müsse das durchaus vorhandene Entwicklungspotential im Tourismusbereich genutzt werden. Laut Aussage zweier touristischer Leistungsträger stelle sich in den Kartitscher Tourismusbetrieben in Hinblick auf deren Weiterführung zum Teil ein „Generationenproblem“. Ein Befragter war der Ansicht, der scheinbar zu geringe Ehrgeiz, die elterlichen Betriebe zu übernehmen, sei unter anderem der zunehmenden Freizeitorientierung junger Menschen zu verschulden. Zudem sei „das touristische Interesse“ in der Gemeinde allgemein zurück gegangen (vgl. Kap. 5.1.2.4).

Zwei Touristiker waren der Auffassung, der Wintertourismus werde in Zukunft nachlassen, wobei ein Befragter darauf hinwies, dass Kartitsch im Vergleich zum Nachbarort Obertilliach, welcher ein kleines Skigebiet habe, „nicht die optimalsten Voraussetzungen“ für den Wintersport biete. Andererseits könne Kartitsch laut Meinung eines befragten Bergführers „dem Klimawandel wesentlich gelassener entgegen treten“, als Gemeinden, die stärker skitouristisch erschlossen seien, da grundsätzlich „keine großen Mittel“ in der skitouristischen Infrastruktur gebunden seien.

Ein Befragter äußerte die Ansicht, der moderne Bergtourismus spiele sich mit Höhenwegen und Schutzhütten mehr in den Bergen selbst ab, als im Tal. Früher hätten die Gäste ihr Quartier in der Regel im Tal gehabt und Ausflüge in die Berge unternommen. Es stehe zu hoffen, dass die Anbieter im Tal von der Vermarktung der Gemeinde über die „Bergsteigerdörfer“ profitieren.

„Also ich sehe es als Wohngemeinde, als Tourismusgemeinde, [...] Tourismus, der da noch überschaubarer ist, [...] auch was vielleicht ein Vorteil ist, dass die ganzen Beherbergungsbetriebe, die ganzen Hotels noch in den Händen der Einheimischen sind.“ (Josef Außerlechner)

„[...] die Bergsteigerdörfer, das sehe ich eher so, dass die Dörfer hier unten, das Dorf

selber, glaube ich, gar nicht mal so viel profitiert von der ganzen Bergsteigersache. Weil [...], aus meiner Sicht, gerade in den letzten Jahren der Bergtourismus eher mehr so abläuft, dass die Leute irgendwo einsteigen, irgendwo in einen Höhenweg, in ein Wanderprojekt einsteigen und dann eben oben bleiben, solange dies das Wetter und die Zeit eben erlaubt, und dann erst wieder absteigen.“ (Josef Bodner)

Auch Außervillgratens Bürgermeister Josef Mair nannte die Stabilisierung der Einwohnerzahlen als Ziel seiner Gemeinde. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen könne man der Abwanderung entgegenwirken, wobei im Tourismus hohes Potential liege. Mit dessen Hilfe hoffe man, den aktuellen Trend der Bevölkerungsentwicklung umzukehren und die Wertschöpfung vor Ort zu steigern. Die Gemeinde Außervillgraten habe sich laut dem Bürgermeister im Zuge der Gemeinderatsabstimmung zum Beitritt zu den „Bergsteigerdörfern“ eine gewisse Erweiterung des Skigebietes am Thurntaler, einen „bescheidenen Weiterbau“, vorbehalten. Eine konkrete Erweiterungsmöglichkeit habe nämlich bereits vor dem Beschluss zur Projektteilnahme als „Zielvorstellung“ bestanden. Der entsprechende Gemeinderatsbeschluss sei dem OeAV mitgeteilt worden.

Ein Innervillgrater Experte nahm an, dass die Einwohnerzahl der Gemeinde sicherlich in ihrer derzeitigen Größenordnung bestehen bleibe. Ein Gastwirt war der Ansicht, es sei besonders wichtig, die Vorstellungen der Jugend in die künftigen Entwicklungen im Tal einfließen zu lassen, um den folgenden Generationen eine Perspektive zu geben. So betrachte er es als Erfolg, wenn junge Leute im Tal bleiben wollten und die dort vorhandene, hohe Lebensqualität zu schätzen wüssten.

Im Hinblick auf die Gemeindeentwicklung Innervillgratens gab Bürgermeister Josef Lusser an, vor einigen Jahren sei bereits „gemeinsam mit der Bevölkerung“ ein Diskussionsprozess geführt worden, welcher die Entwicklungsziele für die nächsten zehn bis zwanzig Jahre betraf. Dabei sei man zu dem Ergebnis gekommen, dass die wirtschaftliche Entwicklung Innervillgratens aus Sicht der Gemeinde mit den folgenden Zielen einhergehen müsse: „alternative Energieformen nutzen, Tourismus ausbauen, Wertschöpfung erhöhen“.

Die Hälfte der zum Villgratental Befragten sprach den geplanten Bau zweier Kleinwasserkraftwerke im Innervillgrater Gemeindegebiet an. Die Planungen laufen seit 2005, nachdem Einwände abgelehnt wurden, seien die Kraftwerke bewilligt worden. Momentan würden von zwei Betroffenen erhobene Einsprüche geprüft; mit einer Entscheidung sei voraussichtlich bis Ende 2011 zu rechnen. Mehrere Kritiker zweifelten zwar nicht an der generellen Sinnhaftigkeit der Wasserkraftnutzung, kritisierten aber den bevorstehenden Eingriff in die Natur sowie die zu erwartende, geringe Leistung der geplanten Kraftwerke. So erklärte ein Kritiker, zur Zeit des höheren Energiebedarfs in

den Wintermonaten würde aufgrund des Vorhandenseins von wenig Wasser kaum Strom produziert werden, dagegen im Sommer ein Strom-Überschuss. Den verschiedenen Aussagen ist zu entnehmen, dass es sich bei diesem Vorhaben um ein kontroverses Thema im Ort handelt. Eine Minderheit der Befragten vertrat die Ansicht, der Bau der Wasserkraftwerke lasse sich nicht mit der Teilnahme des Villgratentals als „Bergsteigerdorf“ vereinbaren. In diesem Kontext wies ein Befragter auf die mögliche Gefährdung einer alten „Lodenstampfe“ sowie eines funktionsfähigen antiken Sägewerks hin, welche beide über Wasser aus den betroffenen Bächen betrieben werden.

Zwei in der Landwirtschaft tätige Experten befürchten eine sinkende Bedeutung der Landwirtschaft im Villgratental sowie deren weitere Schwächung durch den Strukturwandel. Da es sich im Falle Innervillgratens nach wie vor um eine „bäuerliche Gemeinde“ handele, habe der Tourismus laut Einschätzung des Bürgermeisters „nur im Miteinander mit der Landwirtschaft“ Zukunft. Schätzungswise die Hälfte aller Landwirte vermiete derzeit Gästezimmer, was „sicher in Zukunft einmal vermehrt“ werde. Künftig müsse man die beiden Wirtschaftszweige, zwischen denen bereits „wirtschaftliche Synergien“ bestünden, noch stärker miteinander vernetzen, was Tourismus-Vertreter aus Inner- sowie Außervillgraten ebenfalls als vielversprechende Zukunftsperspektive bezeichneten.

Ein Touristiker äußerte, „im Gegensatz zu vielen anderen Osttiroler Gemeinden, die in den letzten drei Jahren an Nächtigungen verloren haben“, habe das Villgratental seine Nächtigungszahl im Sommer halten können. Trotzdem sei bei den derzeitigen Voraussetzungen davon auszugehen, dass der Villgrater Tourismus weiterhin „bescheiden“ bleiben werde. Sicherlich werde man nicht „das Geld zur Türe herein werfen“, andererseits bleibe die Selbstbestimmung im Tal erhalten, da keine Abhängigkeiten von auswärtigen Investoren entstünden.

„Die Landwirtschaft ist natürlich ein sehr großer Teil. Von der Wirtschaftskraft her würde ich es gleich einschätzen. Allein bin ich der Meinung, dass im Tourismus mehr Entwicklungsmöglichkeit ist, als wie in der Landwirtschaft. Aber in Kombination ist speziell der Tourismus für die Landwirtschaft eine große Chance.“ (Josef Lusser)

„Meiner Meinung nach lässt sich das nicht vereinbaren, Wasserkraft und Bergsteigerdörfer. [...] entweder mache ich das eine oder das andere, aber nicht beides zusammen. [...] wenn jetzt groß draufsteht „Bergsteigerdorf“, dann muss es irgendwo auch eine Linie geben und das ist nicht die Linie, die ein Bergsteigerdorf haben sollte.“ (Hannes Grüner)

Für beide Untersuchungsgebiete in den Expertengesprächen angesprochene, allgemein im örtlichen Tourismus zu beobachtende Trends werden an dieser Stelle für Kartitsch und Villgraten gemeinsam wiedergegeben.

Weitgehend einig sind sich die Experten dahingehend, dass in Zukunft Qualitätsverbesserungen im touristischen Bereich erforderlich sind. Aufgrund des nicht zeitgemäßen Standards vieler Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe bestehe akuter Handlungsbedarf: Durch Investitionen in das bestehende Angebot müsse man dem „Grundbedürfnis eines Urlaubers“ gerecht werden. Während die Partnerbetriebe der „Bergsteigerdörfer“ die Kriterien des Alpenvereins sicherlich größtenteils erfüllten, bestehe in anderen Beherbergungsbetrieben Verbesserungsbedarf.

Beispielsweise gab ein Befragter an, früher habe es in Kartitsch mehr Gasthöfe mit einem hochwertigeren Angebot gegeben; heute befinde sich der Großteil der Betriebe „eher auf einem absteigenden Ast“. Aus dem Villgratental kamen ähnliche Rückmeldungen. So sei die Villgrater Gastronomie „ein bisschen abgeflaut“. Ein konkretes Beispiel für eine Angebotsverbesserung nannte ein Villgrater Almhüttenvermieter. Er habe seine Hütte durch Isoliermaterial und den Einbau von Heizungen „wintersicher“ gemacht, um sie auch in der Wintersaison anbieten zu können.

„Zum Teil, muss ich auch sagen, die Qualität, [...] die Leistung, die ist nicht mehr zeitgemäß. [...] Da heißt das Sprichwort: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“ (Heinz Bodner)

„ [...] der Kunde, der da herkommt, [...] hat bestimmte Erwartungshaltungen und die müssen übertroffen werden, dann passt es.“ (Josef Schett)

Sehr häufig kam in Kartitsch und Villgraten der „Wegfall von Privatvermietern“ zur Sprache. Dies sei einerseits dadurch zu begründen, dass die privaten Anbieter nicht bereit seien, in ihr Angebot zu investieren, um dieses an dem heutigen Standard gemäß (s.o.) zu gestalten. Andererseits werde der Tourismus als Zuerwerb aufgegeben, da er bei einem ausreichenden Arbeitsplatzangebot im nahen Pustertal (vgl. Kap. 5.1.2.1) als Erwerbsquelle an Bedeutung verliere. Auch die Tatsache, dass heutzutage meist beide Ehepartner arbeiten gehen, spiele eine Rolle, da es keine Hausfrau daheim bleibe, die sich um Gäste kümmern könne. Die Experten vermuteten, dass in Zukunft weiterhin ein Rückgang in der Privatzimmervermietung zu verzeichnen sei.

Zu beiden Untersuchungsgebieten befragte Tourismus-Anbieter sprachen das generelle Vorhandensein von Überkapazitäten im Tourismusbereich an. Die daraus resultierende, von Konkurrenz geprägte, Marktlage mache „den Preis kaputt“ hieß es von einem Kartitscher Gastwirt.

Als weiteren, allgemeinen Trend äußerte ein Kartitscher Touristiker, insbesondere „der junge Gast“ werde heutzutage in den Alpen immer seltener. Die „große Masse“ verbringe ihren Urlaub am Meer.

Mit Blick auf das Marketing habe man der Aussage eines Kartitscher Tourismus-

Anbieters zufolge im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes gute Chancen, denn man platziere sich in der im Vergleich zum Wandertourismus noch nicht „großartig besetzt[en]“ Nische des Bergsteigens. Generell nehme Osttirol mit seinem touristischen Angebot einen „Nischenplatz“ ein. Zwei Kartitscher Touristiker waren der Ansicht, dass touristische Angebote im „Wander- und Bergtourismus“ momentan im Trend liegen.

5.1.3.2 Wachstumsgrenzen des nachhaltigen Tourismus

13. Wie schätzen Sie das ein: Wie weit kann es gehen, bis sozusagen die „Wachstumsgrenzen“ in der Förderung eines nachhaltigen Tourismus in Kartitsch / im Villgratental erreicht sind? Ist diese Gefahr überhaupt gegeben?

Die Einschätzungen sämtlicher Experten sprechen dafür, dass die Gefahr eines starken touristischen Wachstums, welche über das Niveau eines nachhaltigen Tourismus hinaus in Richtung Massentourismus ginge, unter den derzeitigen Voraussetzungen in beiden Untersuchungsgebieten nicht gegeben ist.

In Kartitsch und dem Villgratental stellte jeweils ein Gemeindevertreter fest, die Entwicklung zu einem klassischen Tourismusort, als Vergleich wurde in beiden Fällen u.a. Ischgl genannt, sei bei ihnen nicht vorstellbar und werde auch nicht angestrebt. Kurz- bis mittelfristig bestehe die Gefahr der Ausbildung eines „übermäßigen“ Tourismus „überhaupt nicht“.

„Wir haben nicht die Absicht, ein eine Millionen Übernachtungen zählender Tourismus-Wahnsinnsort zu werden, sondern wirklich bestimmte Gäste nach Kartitsch zu ziehen [...].“ (Anton Goller)

„Also ich bin schon der Meinung, dass bei uns die Entwicklung ginge, aber nicht so eine übermäßige. So z.B. klassische Tourismusorte, wie wenn man mal mit Ischgl und den ganzen anderen vergleicht.“ (Josef Lusser)

Die Expertenaussagen für Kartitsch und das Villgratental stimmen darin überein, dass jeweils eine Verdopplung der momentanen Nächtigungszahlen als maximales Ziel der touristischen Entwicklung einzuschätzen sei. Auch in diesem Fall sei nicht mit ökologischen oder sozialen Problemen zu rechnen. Des Weiteren spreche die Mentalität der Kartitscher und Villgrater Bevölkerung gegen massentouristische Entwicklungen, wie Aussagen aus beiden Untersuchungsgebieten besagen.

Als Begründung, warum ein Gäste-Zuwachs über das Niveau eines nachhaltigen Tourismus hinaus nicht abzusehen sei, äußerten drei Experten für Kartitsch, in den letzten Jahren habe man „eher mit einem Bettenverlust als mit einem Bettenzuwachs zu kämpfen“ gehabt. Vielmehr gehe es vor Ort darum, „überhaupt am Ball zu bleiben“. Aufgrund des Weges, den man im nachhaltigen Tourismus gehe, sei man bei der vor Ort

vorhandenen touristischen Infrastruktur in Kartitsch zwar „steigerungsfähig“, wesentlich höhere Nächtigungszahlen seien aber nicht möglich: „Kartitsch reguliert sich von selber.“ Aus Sicht der Touristiker bleibe man sicherlich auch bei einer Stärkung der Tourismuswirtschaft in Kartitsch „überschaubar klein“.

Die Bürgermeister Außer- und Innervillgratens waren der Auffassung, die Nächtigungszahlen seien noch steigerbar. Obgleich man die Sommer-Nächtigungszahlen, zumindest im Falle Innervillgratens, habe halten können (s. Kap. 5.1.3.1), komme es zurzeit nur wenige Tage im Jahr vor, dass alle Betten belegt seien, wie ein Tourismus-Anbieter äußerte. Zudem gebe es im Tal auch kein größeres Hotel. Solange man sich nicht entschieße, einen Skilift zu bauen (s. Kap. 5.1.3.3) und „diesen klassischen Tourismus einzuführen“, sei eine derart starke touristische Entwicklung nach Ansicht des Großteils der Villgraten-Experten „in zu weiter Ferne“.

„Ich sehe dahingehend kurz- bis mittelfristig überhaupt keine Gefahr, sogar eher ein massives Entwicklungspotential im Rahmen dieser Nachhaltigkeit und eines grünen, sanften Tourismus, ohne dass wir Gefahr laufen, auf einmal in diese Massenschiene zu kommen.“ (André Cis)

„Also, in unserem Tal, da glaube ich ist die Gefahr noch nicht zu groß. Da ist noch viel Potential auszuschöpfen, das man positiv nutzen kann und damit noch lange, glaube ich, keine Gefahr, dass das ins Negative geht [...]“ (Josef Mair)

„Ich sehe bei uns keinerlei Gefahr. Der Lift wird nichts. Das wäre ein ausschließendes Kriterium, für mich auch, wenn der Lift gemacht wird, dann passen wir da nicht mehr rein. Wenn kein Lift gemacht wird, gibt es auch keine auswärtigen Investoren, die irgendeine Hotelburg hierher bauen und dann passieren diese kleinen, sensiblen Dinge, die man sich selber im Tal leisten kann und die sind umwelt- und menschenverträglich.“ (Josef Schett)

5.1.3.3 Entwicklungsalternative im Villgratental

Bis auf eine Person kamen alle zum Villgratental befragten Experten auf eine mögliche Skilift-Anbindung Innervillgratens an das Skigebiet „Hochpustertal“ am Thurntaler zu sprechen. Das Thema werde bereits seit geraumer Zeit, seit etwa 25 Jahren, im Villgratental diskutiert. Vier Experten wiesen darauf hin, dass sich die Gemeinde Innervillgraten in den letzten Jahren bemüht und „einiges unternommen“ habe, um diesen Anschluss zu bekommen. Im Gegensatz zum Innervillgrater Bürgermeister Lusser, der zur Erweiterung des Skigebiets keine konkreten Angaben machte, hieß es von Außervillgratens Bürgermeister Josef Mair, es gebe derzeit die Idee der „Erweiterung Hochrast-Tafin“, was in erster Linie die Gemeinden Sillian und Innervillgraten betreffe.

Bei einem gleichbleibenden Angebot geht der überwiegende Teil der Villgratental-Experten von nachhaltigem Tourismus aus (s. Kap. 5.1.3.2). Im Villgrater Tourismus-

Ausschuss sei man sich den Aussagen mehrerer Mitglieder zufolge einig, dass man im Tourismus „den Weg so beschreiten muss, wie er jetzt ist“; d.h. man versuche ohne skitouristische Erschließungsmaßnahmen „eine größere Wertschöpfung“ aus dem örtlichen Tourismus zu erzielen.

Mehrere Experten äußerten allerdings Bedenken: Würde ein Skilift in Innervillgraten gebaut, laufe man Gefahr, dass sich im Villgratental ein Wachstum massentouristischen Ausmaßes einstelle. Daher waren sich mehrere Experten unsicher, ob das Villgratental in Zukunft Teil der „Bergsteigerdörfer“ bleiben werde. Mehrfach wurde die Ansicht geäußert, im Falle eines Skiliftbaus in Innervillgraten, falle man aus der Förderung im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative heraus.

Im Falle einer Lift-Anbindung Innervillgratens an das Skigebiet müsse eine entsprechende touristische Entwicklung stattfinden, infolge derer es durchaus sein könne, dass man sich vom nachhaltigen Tourismus abwende und einen „klassischen“ Tourismus betreibe. Nach Ansicht des Großteils der Experten ergebe der Bau eines Skilifts zur Anbindung Innervillgratens aus wirtschaftlicher Sicht nur Sinn, wenn die erforderliche Infrastruktur im Tal gegeben sei: „Da braucht man natürlich auch das Drumherum.“ Den Einschätzungen der Befragten zufolge benötige man eine Nächtigungskapazität von etwa 2.000 Betten, um den Lift unterhalten zu können. Somit sei eine Skigebiets-Anbindung „unweigerlich“ damit verbunden, dass größere Hotels und demzufolge wahrscheinlich auch „Investoren von außen“ ins Villgratental kämen.

Da das Bettenangebot im Tal zurzeit nicht ansatzweise ausreiche, bezeichneten zwei Tourismus-Vertreter den Skiliftbau als „nicht umsetzbar“ bzw. „außer Sichtweite“. Ein Befragter fügte hinzu, der Liftbetreiber des Skigebiets „Hochpustertal“ habe einen Liftbau nicht in Aussicht gestellt. Im Gegensatz dazu gehen zwei Experten davon aus, dass es lediglich von den politischen Entscheidungsträgern abhängt, ob der Skilift komme: „je nach Bürgermeister“. Der aktuelle Bürgermeister befürworte zwar den Liftbau, weshalb einem anderen Befragten zufolge aber nicht mit dessen Durchsetzung zu rechnen sei; schließlich sei die Liftanbindung auch nach langjährigen Bemühungen des amtierenden Bürgermeisters noch nicht gelungen.

Dass sie generell nicht mit der Umsetzung größerer Projekte rechneten, äußerten zwei befragte Innervillgrater. „In den letzten 30 Jahren“ habe sich in ihrer Gemeinde „nicht viel“ verändert. Aufgrund der Mentalität der Einheimischen sei anzunehmen, dass auch in Zukunft kaum wesentliche Veränderungen eintreten werden.

„[...] wenn die falschen Leute vorangehen, [...] die einfach die anderen Visionen haben und dann wirklich auf das Skilift hoffen, auf große Hotels, die müssten eh kommen, weil sonst bringt der Skilift ja nichts. Dann kommen 2.000 Betten und dann ist das vorbei mit dem kleinen feinen Bergsteigerdorf. Die Gefahr ist schon da.“ (Benjamin Schaller)

„Man muss auch aufpassen, wenn man dann Tourismus betreibt, dass man nicht zu hoch hinaus kommt und dann Massentourismus macht. Das ist schon ein bisschen mit Vorsicht zu genießen. Dass man Sachen nicht macht, das ist wichtig.“ (Oswald Fürhapter)

„Also wir haben da auch eine sehr starke, breite Gruppe, die das Villgratental grundlegend verändern möchte in Richtung alpinen Skitourismus. Und natürlich auch einfach die schnelle, die Wirtschaft... also in Richtung Massentourismus.“ (Martin Fürhapter)

5.2 Ergebnisse der Gästebefragung

In diesem Teilkapitel erfolgt die Präsentation der Untersuchungsergebnisse der Gästebefragung. Darüber hinaus sind im Anhang (Anhang H) Tabellen enthalten, die eine Zusammenfassung der wichtigsten Informationen aus den zur Befragung erstellten Datentabellen bieten. Die vollständigen Datentabellen sind aufgrund der Dateigröße nicht im Anhang abgedruckt, sondern auf CD beigefügt (Anhang J).

Von den insgesamt eingesammelten 642 ausgefüllten Fragebögen stammen 373 aus Kartitsch und 269 aus dem Villgratental. Nach Durchsicht der Daten flossen in die hier präsentierte Datenanalyse die Angaben von 371 bzw. 267 befragten Gästen ein. Der angestrebte Stichprobenumfang (vgl. Kap. 4.2.3) wurde daher im Villgratental erfüllt und in Kartitsch mehr als ausreichend erfüllt. Unter den erhaltenen Erhebungsbögen befanden sich 520 deutschsprachige (Kartitsch: 295, Villgratental: 225), 104 italienische (Kartitsch: 66, Villgratental: 38) und 14 englische Exemplare (Kartitsch: 10, Villgratental: 4). Mittels persönlicher Befragung der Gäste wurden ca. 59% der Daten erhoben, die übrigen 41% durch Auslegen der Erhebungsbögen.

5.2.1 Demographische Daten

Insgesamt sind ca. 49% der im Rahmen der Gästebefragung erfassten Gäste männlich und ca. 42% weiblich, die übrigen Befragten machten keine Angabe (vgl. Tab. 3, Anhang H). Die Befragungsergebnisse zeigen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Gästen im Villgratental auf, während in Kartitsch scheinbar deutlich mehr männliche Gäste angetroffen wurden. Hier stehen einem Männeranteil von ca. 51% lediglich 38% Frauen gegenüber, wobei aber darauf hinzuweisen ist, dass der Anteil an Personen, die sich diesbezüglich nicht äußerten, im Untersuchungsgebiet Kartitsch relativ hoch war und zwar lag dieser mit beinahe 12% fast doppelt so hoch, wie im Villgratental.

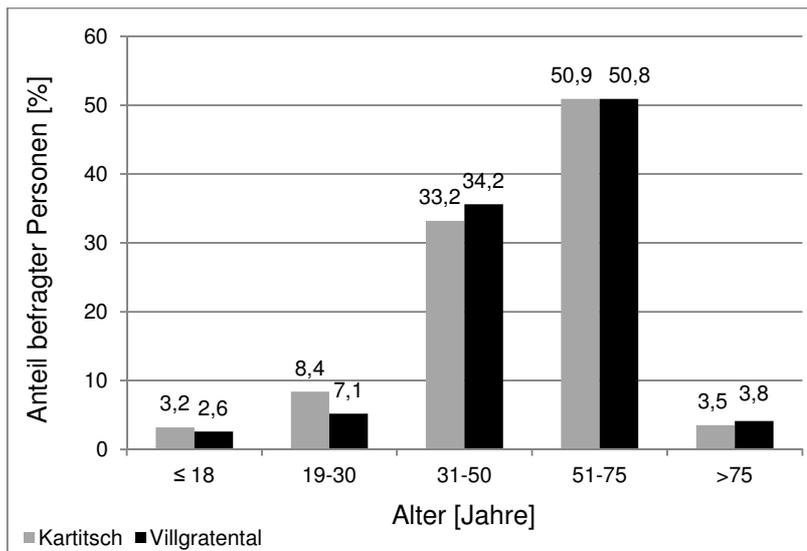


Abb. 16: Alter der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Bei der Zuordnung der Befragten zu den vorgegebenen Altersgruppen lässt sich für beide Untersuchungsgebiete feststellen, dass der Anteil älterer Befragter deutlich höher ist, als derjenige jüngerer Personen (Abb. 16). Insgesamt betrachtet bietet ein Vergleich

der beiden Untersuchungsgebiete hinsichtlich des Altersspektrums der dort angetroffenen Gäste ein recht homogenes Bild. Sowohl für Kartitsch als auch für das Villgratental ist festzustellen, dass gut die Hälfte aller befragten Gäste zwischen 51 und 75 Jahren alt ist. Etwas mehr als ein Drittel der im jeweiligen Untersuchungsgebiet befragten Personen ist zwischen 31 und 50 Jahren alt. An dritter Stelle folgen darauf die 19- bis 30-Jährigen. Die Anteile Minderjähriger als auch über 75-Jähriger liegen jeweils um einen Wert von ca. 3 bis 4%.

Im Hinblick auf die Herkunft der befragten Gäste und deren Anteile in den beiden Untersuchungsgebieten bieten sich anhand der erhobenen Daten kaum Unterschiede zwischen Kartitsch und dem Villgratental. An beiden Orten überwiegt der Anteil ausländischer Gäste, welcher jeweils in etwa zwei Drittel der Befragten ausmacht (Kartitsch: ca. 66%, Villgratental: ca. 62%, vgl. Abb. 17). Deutschland stellt dabei das Haupt-Herkunftsland dar; knapp 40% der in beiden Untersuchungsgebieten Befragten stammen von dort. Der Anteil der Deutschen liegt allerdings nur knapp über der Anzahl jeweils befragter Österreicher. Mit einem Anteil von nahezu 21% der Befragten, wurden in Kartitscher Gebiet verhältnismäßig mehr Italiener angetroffen, als dies im Villgratental mit einem Anteil von ca. 16% der Fall ist. Abgesehen von den bisher genannten Herkunftsländern befinden sich unter den Befragten nur wenige Personen, die aus anderen europäischen Ländern angereist sind; in beiden Untersuchungsgebieten entspricht ihr Anteil etwa 7% der Befragten. Dabei ist die Anzahl befragter Personen aus den Niederlanden und Belgien am Größten. Aus dem außereuropäischen Ausland stammende Gäste sind auf Grundlage der erhobenen Daten als Seltenheit zu

bezeichnen, insgesamt wurde eine Person aus Russland und eine aus den USA erfasst.

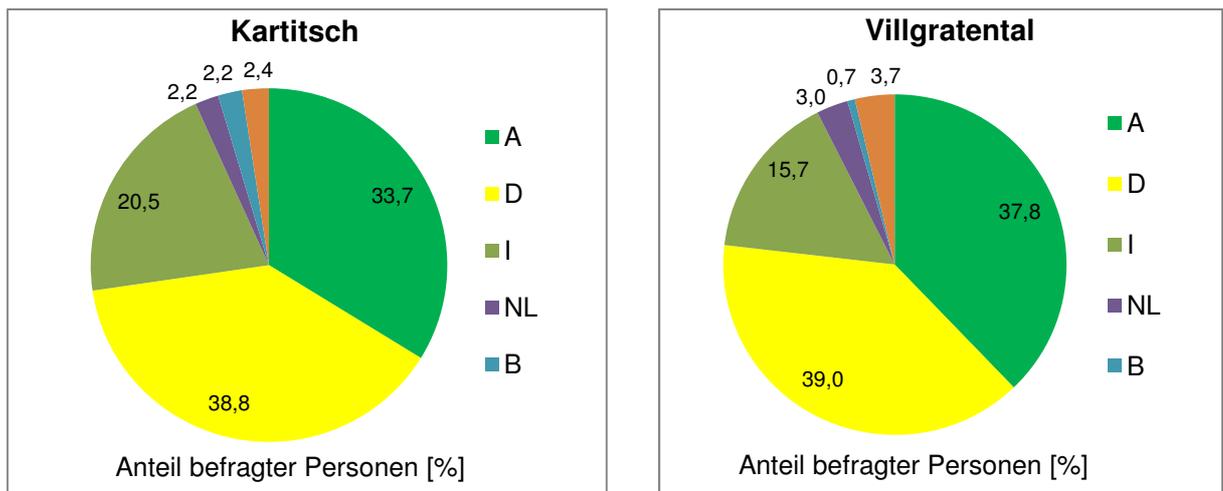


Abb. 17: Herkunftsland der in Kartitsch (links) und dem Villgratental (rechts) befragten Gäste (Länderkürzel: s. Abkürzungsverzeichnis, Aufteilung in sonstige Herkunftsländer: s. Tab. 5, Quelle: Eigene Erhebung)

5.2.2 Reiseverhalten

In Bezug auf ihre Reisebegleitung unterscheiden sich die in Kartitsch und Villgraten befragten Gäste nicht wesentlich voneinander. Der Graphik in Abb. 18 ist zu entnehmen, dass die Anzahl mit ihrem Partner bzw. ihrer Partnerin reisender Personen die unter den befragten Personen am häufigsten zu verzeichnende Reisekonstellation darstellt. Sie liegt in beiden Untersuchungsgebieten bei knapp über 40% und ist im Villgratental nur geringfügig höher, als in Kartitsch. Nach den Paaren waren Familien in beiden Untersuchungsgebieten mit ca. einem Viertel (Kartitsch) bis nahezu 30% (Villgratental) der Befragten am zweithäufigsten anzutreffen; darauf folgen gemeinsam reisende Freunde.

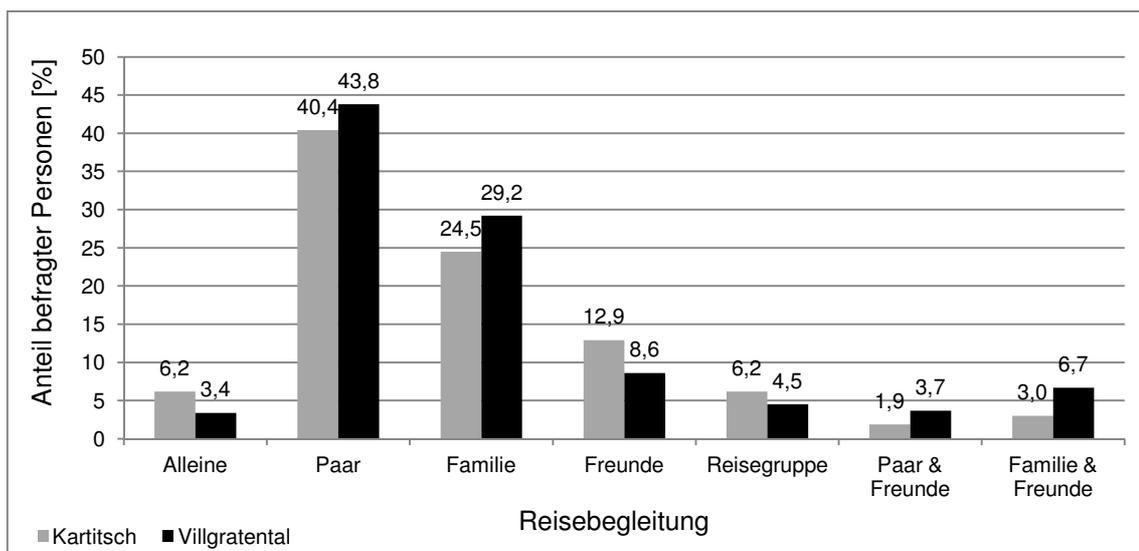


Abb. 18: Reisebegleitung der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Des Weiteren lässt sich festhalten, dass in Kartitsch mehr Alleinreisende anzutreffen waren, als im Villgratental. Im Vergleich zu Villgraten wurden dort weniger Familien sowie Familien und Paare, die ihren Urlaub mit Freunden verbringen, befragt. Der Anteil der Befragten, die mit Freunden oder organisierten Reisegruppen unterwegs waren, ist im Villgratental gegenüber Kartitsch leicht höher.

Aus der Befragung geht sehr deutlich hervor, dass der PKW das Verkehrsmittel erster Wahl darstellt, wenn es um die Anreise zum Urlaubsort geht (vgl. Abb. 19). Der überwiegende Anteil der in beiden Untersuchungsgebieten Befragten nutzte den PKW, wobei die Bedeutung des PKW-Verkehrs im Villgratental etwas höher scheint, als in Kartitsch: rund 80% (Kartitsch) bzw. ca. 87% (Villgraten) der Befragten reisten mit dem PKW an (Abb. 19).

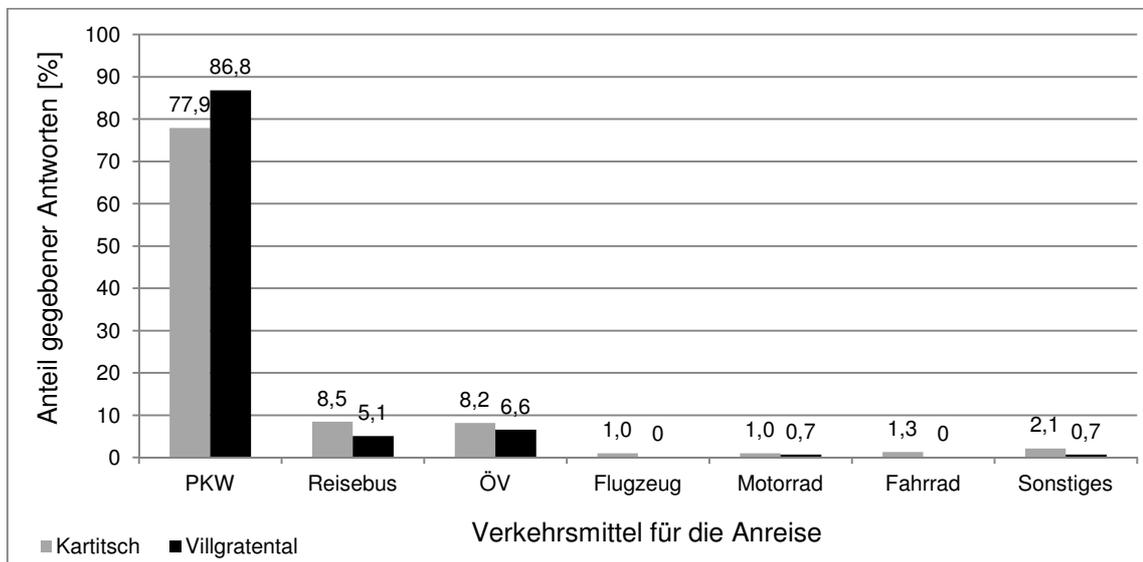


Abb. 19: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen für die Anreise genutzte Verkehrsmittel (Mehrfachangaben möglich, ÖV: öffentliche Verkehrsmittel, Aufteilung sonstiger Verkehrsmittel: s. Tab. 7, Quelle: Eigene Erhebung)

Nur wenige Befragte machten von öffentlichen Verkehrsmitteln Gebrauch. Nach Kartitsch reisten nur ca. 8% der Gäste mit Bus und/oder Bahn, ins Villgratental knapp 7%. Etwa gleich gering ist der Personenanteil, der mit einem Reisebus unterwegs war, dieser liegt in Kartitsch allerdings leicht höher als im Villgratental. Unter sonstigen Verkehrsmitteln wurden, zu sehr geringen Anteilen um 1%, vorwiegend Motorrad und Fahrrad genannt. Einige auf dem Karnischen Kamm angetroffene Wanderer gaben zudem an, zu Fuß nach Kartitsch gekommen zu sein, wobei allerdings die Frage nach der eigentlichen Anreise an den Urlaubsort unbeantwortet bleibt. Das Flugzeug und sonstige Verkehrsmittel, darunter fallen Kleinbus, Wohnwagen und Wohnmobil, wurden von 1% oder weniger der Befragten genutzt.

Der Großteil der befragten Gäste, nämlich 60% aller Befragten (vgl. Tab. 8, Anhang H), gab an, das jeweilige Urlaubsziel nicht zum ersten Mal zu besuchen. Weit über die Hälfte (Kartitsch) bzw. gut zwei Drittel (Villgraten) der befragten Gäste war dort zu wiederholtem Male zu Besuch (Abb. 20). In beiden Untersuchungsgebieten ist über die Hälfte der angetroffenen „Wiederkehrer“ als Stammgäste zu bezeichnen (Abb. 21). Mit einem Anteil von knapp 56% Stammgästen wurde in Kartitsch ein gegenüber dem Villgratental (53% Stammgäste) geringfügig höherer Anteil der Stammgast-Klientel erfasst.

Diejenigen Gäste, die sich selbst als Stammgäste sehen, wurden gebeten, zusätzlich anzugeben, seit wie vielen Jahren sie nach Kartitsch bzw. ins Villgratental kommen. Dabei ist anzumerken, dass Stammgäste erst ab einer Wiederkehrdauer von mindestens drei Jahren als solche gezählt wurden. Gäste, die beispielsweise angaben, seit einem Jahr Stammgäste in dem Untersuchungsgebiet zu sein, wurden aufgrund der geringen Nachvollziehbarkeit einer solchen Aussage bei der Datenanalyse nicht als Stammgäste gewertet.

Die befragten Kartitscher Stammgäste verbringen im Mittel seit 18 Jahren ihren Urlaub in der Gemeinde, während der Mittelwert für die Wiederkehr von Stammgästen unter den im Villgratental Befragten etwas niedriger liegt, er beträgt knapp 16 Jahre.

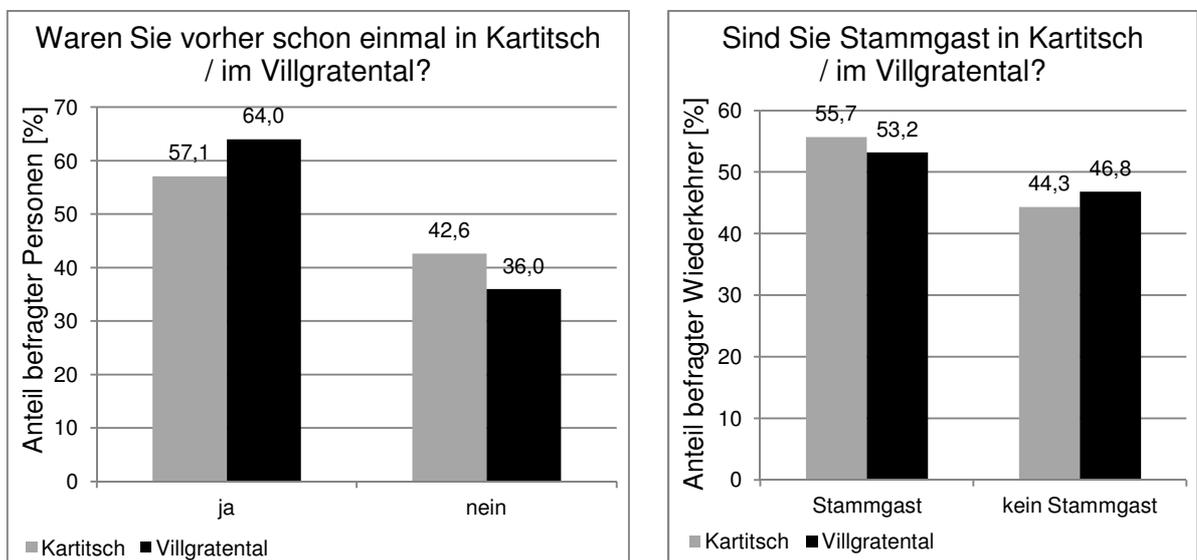


Abb. 20 und 21: Frage nach dem wiederholten Besuch der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste im jeweiligen Untersuchungsgebiet (Abb. 20, links) und Unterscheidung von Stammgästen und Nicht-Stammgästen unter den befragten „Wiederkehrern“ (Abb. 21, rechts) (Quelle: Eigene Erhebung)

In beiden Untersuchungsgebieten betrug das Verhältnis von Tagesgästen zu Urlaubsgästen unter den Befragten ungefähr ein Drittel zu zwei Dritteln (vgl. Tab. 10, Anhang H). In Kartitsch wurden allerdings etwas weniger Tagesgäste befragt; dort waren

mit ca. 70% leicht mehr Urlaubsgäste als in Villgraten (ca. 66%) anzutreffen. Als Tagesgäste wurden all jene Gäste gewertet, die angaben, im Bereich des jeweiligen Untersuchungsgebietes, d.h. entweder im Villgratental oder in Kartitscher Gemeindegebiet, welches auch die Obstansersee-Hütte und die Filmoor-Standschützenhütte des OeAV am Karnischen Kamm umfasst, zu nächtigen.

Betrachtet man die von den befragten Gästen gewählten Unterkünfte, so lässt sich ein stark unterschiedliches Beherbergungsangebot in den Untersuchungsgebieten feststellen (vgl. Abb. 22). Mit einem Anteil von jeweils ca. einem Drittel der Befragten nächtigte der Großteil der Kartitscher Urlaubsgäste in Hotels, während der überwiegende Teil der Villgrater Urlaubsgäste in einen Gasthof unterkam und dort niemand angab, in einem Hotel zu nächtigen. In Kartitsch waren nur halb so viele Personen in einem Gasthof beherbergt, wie im Villgratental. Ein eindeutiger Unterschied zwischen den beiden Untersuchungsgebieten bildet zudem die Nächtigung auf alpinen Schutzhütten am Karnischen Kamm bzw. in Almhütten im Villgratental: Beide Unterkunftsarten wurden von den Befragten im jeweiligen Untersuchungsgebiet am zweithäufigsten genannt, wohingegen sie im jeweils anderen Untersuchungsgebiet von keinem Befragten erwähnt wurden. Ein knappes Fünftel der in Kartitscher Gemeindegebiet angetroffenen Urlaubsgäste wählte alpine Schutzhütten als Unterkunft, ein gutes Viertel der Villgrater Urlaubsgäste entschied sich für Almhütten. Wie der Graphik in Abb. 22 zu entnehmen ist, waren in Kartitsch verhältnismäßig deutlich weniger Befragte in Ferienwohnungen oder -häusern zu Gast oder machten einen Urlaub auf dem Bauernhof, als dies im Villgratental der Fall war. Dafür wurden in Kartitsch allerdings mehr Privatzimmer und sonstige Unterkünfte genutzt.

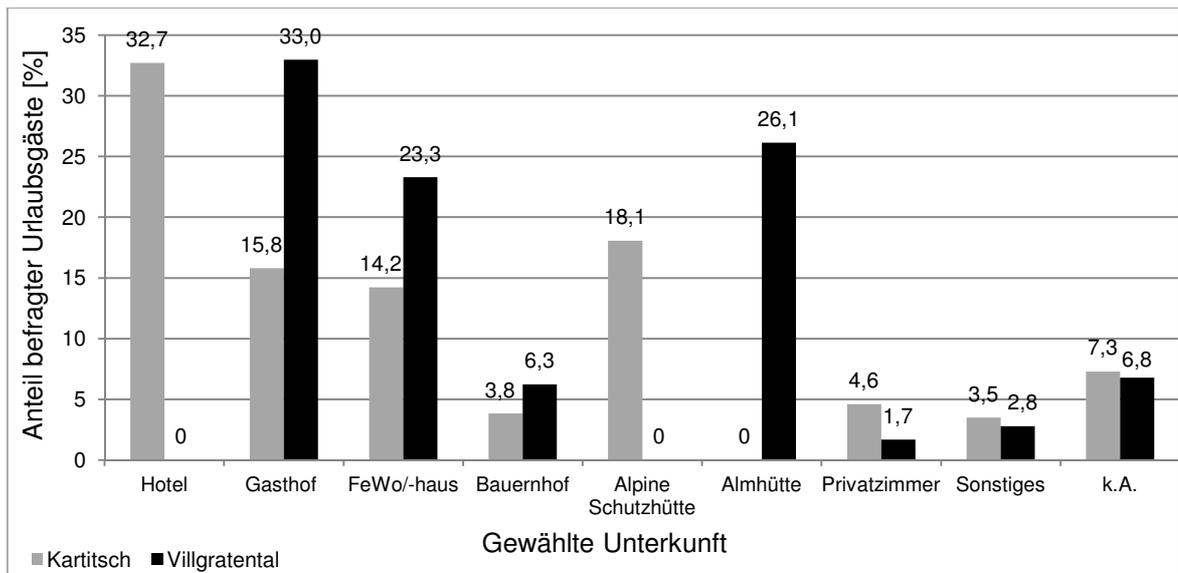


Abb. 22: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Urlaubsgästen gewählte Unterkunft (FeWo: Ferienwohnung, Zuordnung zu verschiedenen Kategorien von Unterkünften gem. TVB OSTTIROL 2011a, Aufteilung sonstiger Unterkünfte: s. Tab. 11, Quelle: Eigene Erhebung)

Über die Hälfte der insgesamt befragten Urlaubsgäste gab an, zwischen vier und 13 Nächten am jeweiligen Urlaubsort zu verbringen, wobei der Anteil der bis zu zwei Wochen bleibenden Gäste gegenüber den vier- bis sechsmal übernachtenden Personen deutlich höher ist (vgl. Tab. 12, Anhang H). Auffällig ist, dass der Anteil derjenigen Befragten, die angaben, sich bis zu zwei Wochen am Urlaubsort aufzuhalten, für das Villgratental fast doppelt so hoch ist, wie für Kartitsch (Abb. 23). Etwas mehr Befragte verbrachten ihren Angaben zufolge zwischen vier und sechs Nächten im Villgratental, als in Kartitsch. Die Anteile der befragten Urlaubsgäste, die ein bis drei Nächte oder bis zu drei Wochen und länger am Urlaubsort verblieben, sind hingegen in Kartitsch teilweise deutlich höher, als in Villgraten.

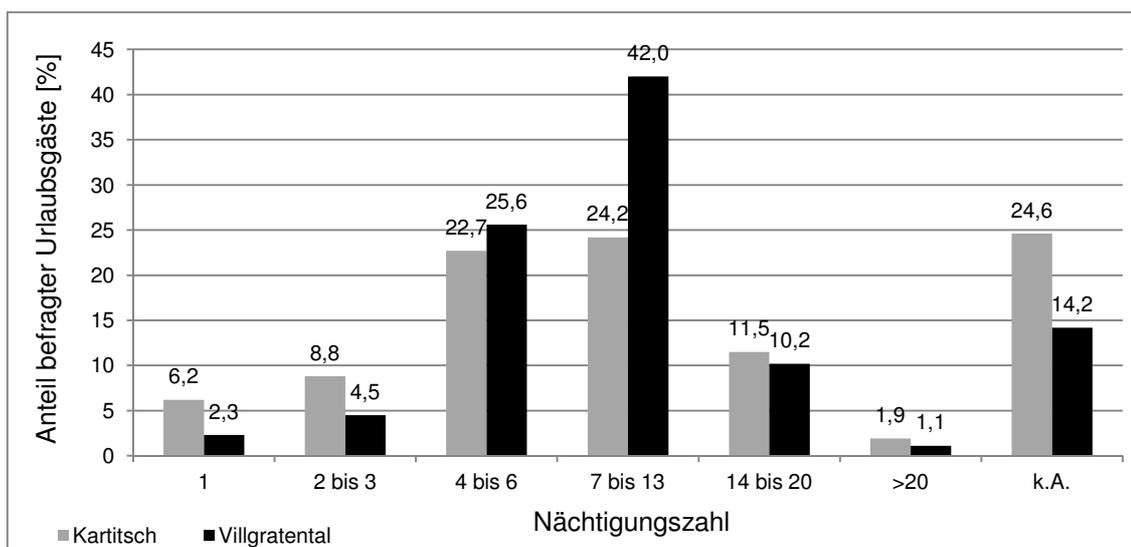


Abb. 23: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Urlaubsgästen angegebene Nächtigungszahl

Die Ergebnisse der Befragung deuten darauf hin, dass die Anzahl der Nächtigungen und damit auch die Aufenthaltsdauer der Gäste im Villgratental mit einem Mittelwert von 8,8 Nächten gegenüber Kartitsch mit im Mittel 8,5 Nächten generell nur geringfügig höher ist, womit sich die Untersuchungsgebiete nicht wesentlich unterscheiden lassen (s. Tab. 12, Anhang H).

Die vonseiten der Gäste gemachten Angaben zur Informationseinholung deuten auf die große Bedeutung des Internets für die Reisevorbereitung hin: Das Internet wurde von beinahe einem Viertel aller Befragten genannt und stellt damit die häufigste Informationsquelle dar, welche genutzt wurde, um sich vorab über den Aufenthalt am Urlaubsort zu erkundigen (Abb. 24). Den Befragten war die Möglichkeit gegeben, die Internetquellen genauer zu spezifizieren, indem sie entweder den Besuch der Webseite der Initiative „Bergsteigerdörfer“ oder des TVB Osttirol angeben konnten. Dabei ergibt sich, dass ca. ein Fünftel bzw. 30% der in Kartitsch bzw. im Villgratental angetroffenen Internetnutzer auf die Seite des TVBs zugriff, während nur 3% (Kartitsch) bzw. ca. 2% (Villgratental) die „Bergsteigerdörfer“-Webseite besuchte (vgl. Tab. 13, Anhang H). Bei der persönlichen Befragung wurde aus dem Gespräch mit den Gästen klar, dass sich die befragten Internetnutzer oft unsicher waren, auf welche Webseiten genau sie zugegriffen hatten. Dies sollte berücksichtigt werden, d.h. den gemachten Angaben sollte nicht zu großes Gewicht beigemessen werden.

Anhand des Diagrammes in Abb. 24 lässt sich aussagen, dass die Anwesenheit von Stammgästen und Empfehlungen in Kartitsch scheinbar eine größere Rolle spielen, als dies im Villgratental der Fall ist. Bei Personen, die angaben, Stammgast zu sein oder auf Empfehlung am Urlaubsort zu sein, bleibt ohne weitere Angaben unklar, ob sie sich Informationsquellen zunutze gemacht haben. Unter den in Kartitsch Befragten waren mehr Personen, die sich mit Hilfe von Reiseführer-Literatur informierten, in Villgraten hingegen wurden Printmedien und „Sonstiges“ häufiger als Informationsquelle angegeben. Insgesamt gaben beinahe 23% der Befragten, die Printmedien nutzten, an, eine Zeitschrift eines alpinen Vereins hinzugezogen zu haben; nur knapp 2% nannten eine Broschüre der „Bergsteigerdörfer“-Initiative (s. Tab. 13, Anhang H). Dabei griffen im Villgratental mehr Befragte auf die „Bergsteigerdörfer“-Broschüren zurück als in Kartitsch. Gegenüber elf befragten Kartitsch-Besuchern informierte sich nur ein Villgrater Gast über eine Alpenvereins-Zeitschrift.

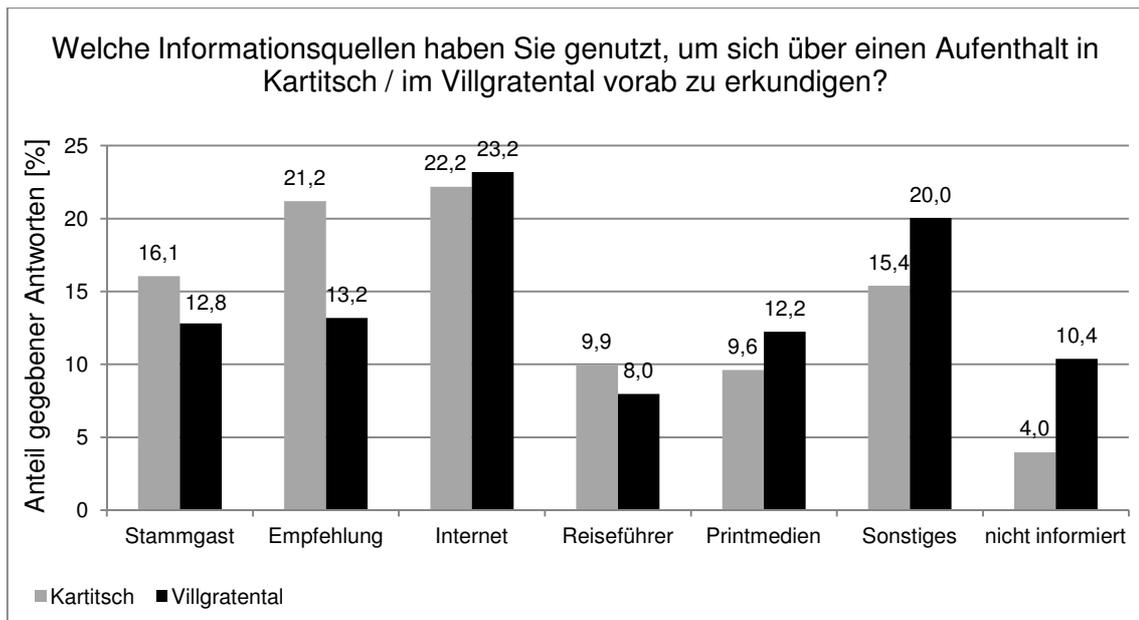


Abb. 24: Informationseinholung durch die in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste vor Reiseantritt (Mehrfachnennungen möglich, Aufteilung sonstiger Informationsquellen: s. Tab. 13, Quelle: Eigene Erhebung)

Deutlich voneinander unterscheiden lassen sich die in beiden Untersuchungsgebieten angetroffenen Gäste dahingehend, dass verhältnismäßig mehr als doppelt so viele Villgrater Gäste angaben, sich nicht vorab informiert zu haben. Häufig handelte es sich hierbei allerdings um Mitreisende, d.h. Personen, die mit jemandem zusammenreisen, der sich informiert hat.

Unter der Antwortmöglichkeit „Sonstiges“ wurde am häufigsten die Informationsbeschaffung über den TVB Osttirol bzw. die lokalen Tourismusbüros in den beiden Untersuchungsgebieten genannt. Des Weiteren wurde relativ häufig angegeben, die Umgebung sei bereits vor Reiseantritt bekannt gewesen, Informationen seien über die Reisegruppe bereit gestellt worden oder es sei Kartenmaterial verwendet worden (s. Tab. 13).

5.2.3 Wahrnehmung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

Etwa ein Drittel aller befragten Gäste gab an, Mitglied eines alpinen Vereins zu sein, wobei der Anteil von Vereinsmitgliedern mit ca. 40% in Kartitsch doppelt so hoch ist, wie im Villgratental, wo er ca. ein Fünftel beträgt (vgl. Tab. 14, Anhang H). Die Verteilung der Befragten auf die einzelnen Alpenvereine ist allerdings in beiden Untersuchungsgebieten als recht ähnlich zu bezeichnen, wie aus den Kreisdiagrammen in Abb. 25 ersichtlich ist. Der überwiegende Anteil der Befragten (Kartitsch: ca. 60%, Villgratental: ca. 80%) gab an, keinem alpinen Verein anzugehören bzw. machte keine genauere Angabe; daher rührt der Unterschied im Verhältnis „kein Verein“ zu einer Alpenvereinsmitgliedschaft bei den Prozentangaben zu den Frageteilen 5a und 5b (vgl. Tab. 14 und 15, Anhang H). Die

Befragungsergebnisse spiegeln wider, dass die meisten Alpenvereinsmitglieder den mitgliedsstarken Vereinen OeAV und DAV angehören, wobei sowohl in Kartitsch als auch in Villgraten deutlich mehr OeAV-Mitglieder erfasst wurden. Mitglieder der übrigen alpinen Vereine bewegen sich unter den Befragten im Bereich weniger Prozentwerte. Der italienische Alpenverein CAI zählt etwas mehr Mitglieder unter den Kartitscher Befragten, während die Naturfreunde Österreich (NFÖ) nur im Villgratental vertreten sind.

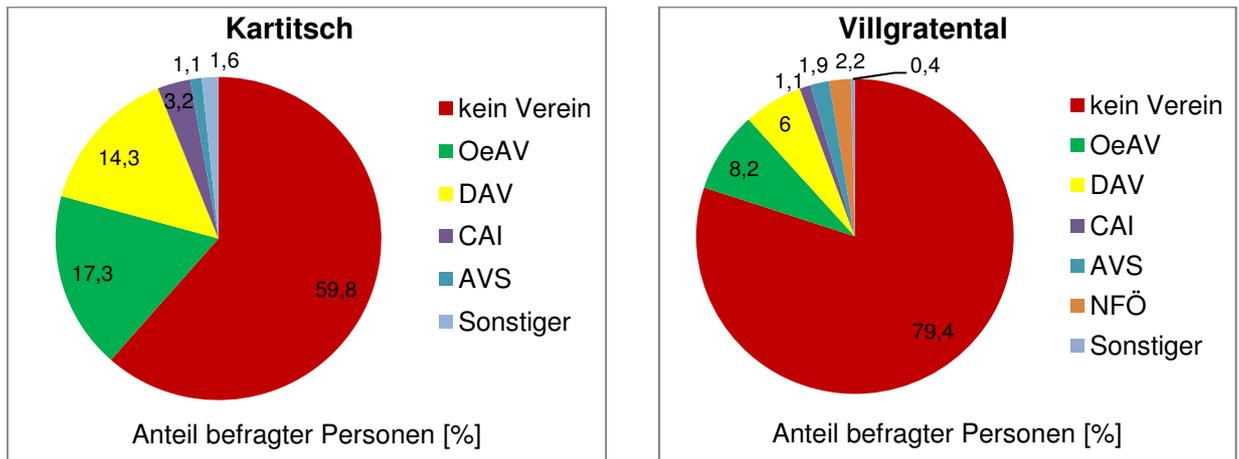


Abb. 25: Mitgliedschaft der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste in alpinen Vereinen (AVS: Alpenverein Südtirol, CAI: Club Alpino Italiano, DAV: Deutscher Alpenverein, NFÖ: Naturfreunde Österreich, Aufteilung in sonstige alpine Vereine: s. Tab. 15, Quelle: Eigene Erhebung)

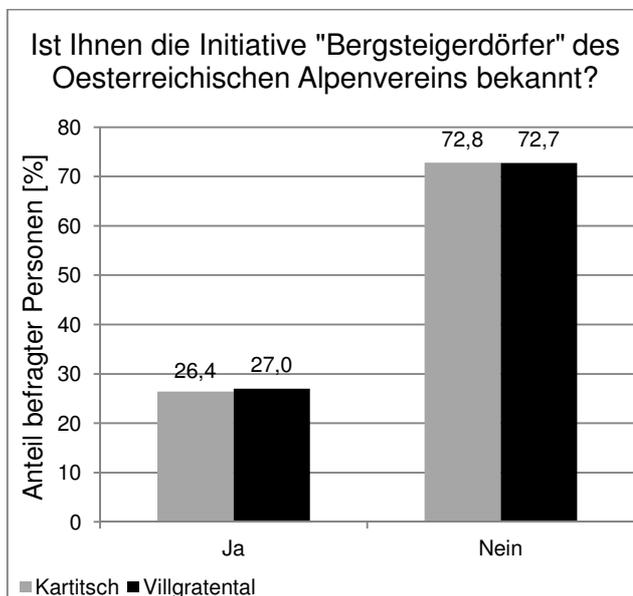


Abb. 26: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen (Quelle: Eigene Erhebung)

Die Frage nach der Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative des OeAV liefert erstaunlich einheitliche Ergebnisse für Kartitsch und Villgraten (s. Abb. 26). So war die Initiative etwa 26% (Kartitsch) bzw. 27% (Villgratental) der Befragten bekannt, während der Großteil, nämlich ca. 73%, noch nicht davon gehört hat. Meist blieb die Beantwortung der Frage unkommentiert, allerdings wurden während der persönlichen Gästebefragung gemachte Anmerkungen aufgezeichnet.

Diesen Notizen (s. Anhang J) ist zu entnehmen, dass die „Bergsteigerdörfer“-Initiative einigen Gästen erst seit dem Aufenthalt am jeweiligen Urlaubsort bekannt ist, da sie erst

vor Ort in den „Bergsteigerdörfern“ davon gehört oder etwas darüber gelesen haben. Als häufigster Kommentar vonseiten der befragten Gäste wurde die Aussage notiert, das Projekt sei ihnen nur flüchtig oder nur vom Namen her bekannt. Darüber hinaus sprachen in Kartitsch zwei Befragte die potentielle Verwechslungsgefahr mit der ebenfalls in Österreich existierenden touristischen Marke der „Wanderdörfer“ an.

Ausgehend von der generellen Frage nach dem Bekanntheitsgrad des „Bergsteigerdörfer“-Projektes interessiert in Anbetracht der eingangs formulierten Forschungsfragen (vgl. Kap. 2.3) die nähere Betrachtung der Ergebnisse dahingehend, ob zum einen das Herkunftsland der Befragten oder zum anderen deren Mitgliedschaft in einem alpinen Verein Einfluss auf die Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative nimmt. Daher ist die Frage nach der Kenntnis der Initiative im Folgenden auf Herkunft (s. Abb. 27) und Mitgliedschaft der Befragten in alpinen Vereinen (s. Abb. 28) bezogen dargestellt. Eine Unterscheidung zwischen den Ergebnissen für Kartitsch und Villgratental ist hierbei nicht als notwendig zu erachten, da sich der Bekanntheitsgrad der Initiative in beiden Untersuchungsgebieten als nahezu gleich hoch erwies (s.o., Abb. 26).

Das in Abb. 27 dargestellte Diagramm zeigt auf, dass die „Bergsteigerdörfer“-Initiative vor allem den österreichischen und deutschen Gästen bekannt ist, wobei natürlich beachtet werden muss, dass diese auch den Großteil der Befragten ausmachen. Absolut und relativ gesehen, ist das Projekt unter den deutschen Befragten weniger bekannt, als unter den österreichischen. Sehr deutlich heben sich die Italiener von den Österreichern und Deutschen ab, denn die Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“ unter den italienischen Befragten ist trotz eines insgesamt recht hohen Gästeanteils als ausgesprochen gering zu bezeichnen: Lediglich zwei Italienern war das Projekt bekannt (s. Tab. 17, Anhang H). Angesichts ihrer sehr viel geringeren Anzahl an den insgesamt Befragten, scheint das Projekt unter den belgischen, niederländischen und schweizerischen Gästen relativ gut bekannt zu sein (vgl. Abb. 27).

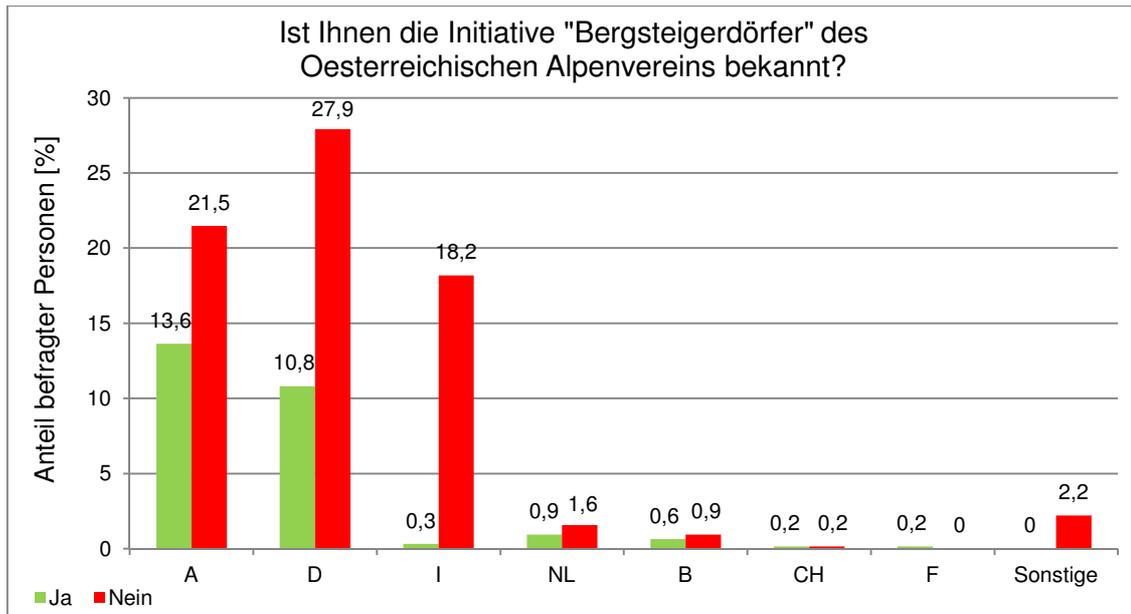


Abb. 27: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf deren Herkunftsland (Länderkürzel: s. Abkürzungsverzeichnis, Aufteilung nach sonstigen Herkunftsländern: s. Tab. 17, Quelle: Eigene Erhebung)

Der Graphik in Abb. 28 ist zu entnehmen, dass die „Bergsteigerdörfer“-Initiative unter den in beiden Untersuchungsgebieten befragten Gästen den Mitgliedern des OeAV verhältnismäßig gesehen am ehesten bekannt ist. Vergleicht man die Verhältnisse zwischen Personen, denen die „Bergsteigerdörfer“ bekannt sind und den „Unwissenden“ unter Berücksichtigung der jeweiligen Vereins-Zugehörigkeit bzw. Nicht-Mitgliedschaft (d.h. das Verhältnis von „Ja“-Angaben zu „Nein“-Angaben in Abb. 28), so fällt auf, dass die befragten OeAV-Mitglieder mit einem Anteil von 44% überdurchschnittlich häufig angaben, das Projekt sei ihnen bekannt (vgl. Abb. 28). Deutlich geringer - verhältnismäßig gesehen mindestens um etwa 20% geringer - ist der Bekanntheitsgrad des „Bergsteigerdörfer“-Projektes unter den Befragten, die keinem alpinen Verein oder einem der anderen Alpenvereine angehören. Mit einem Verhältnis von einem Viertel „Ja“-Antworten zu drei Vierteln „Nein“-Antworten auf die Frage nach Kenntnis des Projektes liegen die Nicht-Mitglieder an zweiter Stelle der Personen, denen die OeAV-Initiative bekannt ist, dicht gefolgt von den Mitgliedern des DAV. Der vergleichsweise niedrige Bekanntheitsgrad der Initiative unter den befragten Mitgliedern von AVS, CAI, NFÖ sowie sonstigen Alpenvereinen ist wahrscheinlich durch die erheblich geringere Anzahl befragter Mitglieder der entsprechenden Vereine zu begründen.

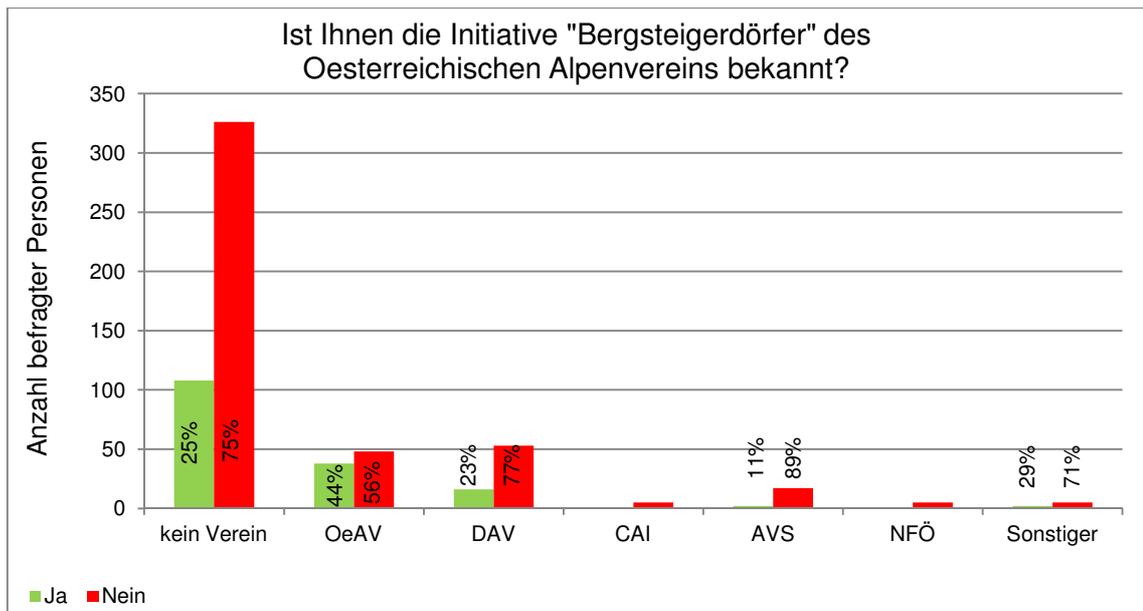


Abb. 28: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf deren Mitgliedschaft in alpinen Vereinen (AVS: Alpenverein Südtirol, CAI: Club Alpino Italiano, DAV: Deutscher Alpenverein, NFÖ: Naturfreunde Österreich; Um anhand des Diagrammes eine bessere Vergleichbarkeit der Daten zu schaffen, sind die Verhältnisse zwischen „Ja“- und „Nein“-Antworten in Prozentwerten angegeben, diese Prozentwerte beziehen sich auf die auf der x-Achse dargestellten Kategorien, Quelle: Eigene Erhebung)

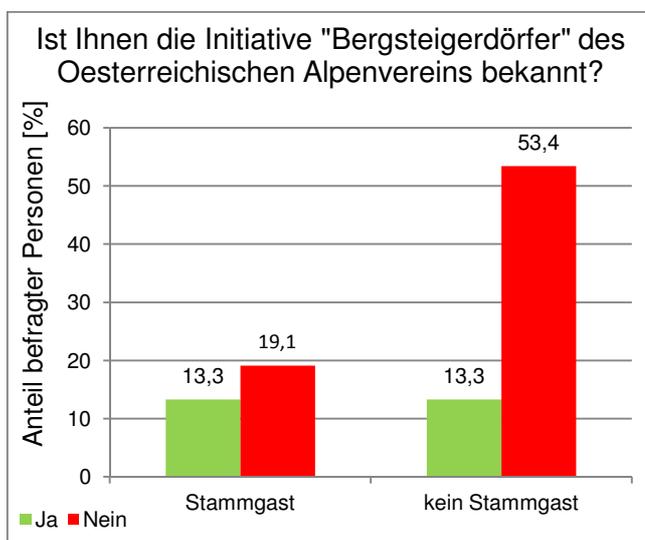


Abb. 29: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf die Unterscheidung der Befragten in Stammgäste und Nicht-Stammgäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Weiterhin wurde die Frage nach der Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“ damit in Zusammenhang gebracht, ob es sich bei den Befragten, die angaben, die „Bergsteigerdörfer“ zu kennen, um Stammgäste handelt. Überwiegend ist das „Bergsteigerdörfer“-Projekt noch nicht bekannt (vgl. Abb. 26); so kennt ein Anteil von jeweils etwa 13% der Stammgäste und der Nicht-Stammgäste die Initiative (s. Abb. 29). Unter den Stammgästen befinden sich mit

ca. 19% aller Befragten deutlich weniger Personen, denen das Projekt unbekannt ist, als unter den Nicht-Stammgästen, von welchen über die Hälfte nicht über die „Bergsteigerdörfer“ informiert ist (s. Abb. 29).

An die Frage nach der Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative ist die Frage gekoppelt, ob die Initiative, sofern sie bereits bekannt war, Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes genommen hat. Insgesamt gab mit 11% der „Bergsteigerdörfer-Kenner“

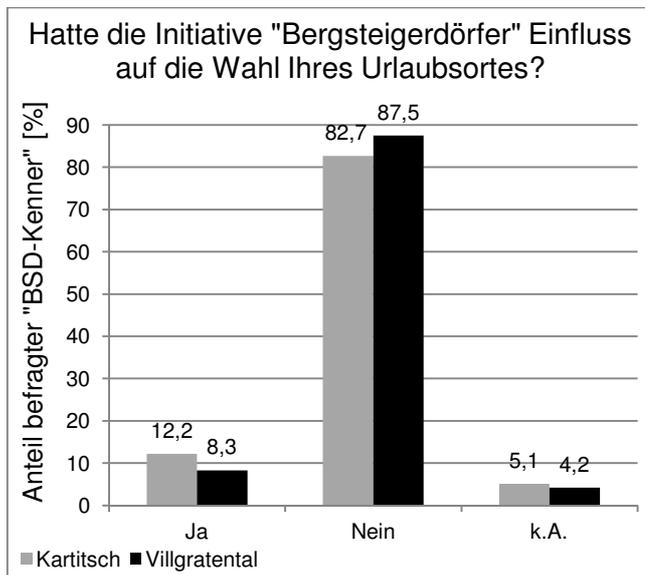


Abb. 30: Einfluss auf die Wahl des Urlaubsortes der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste, denen die Initiative „Bergsteigerdörfer“ bekannt ist (BSD: Bergsteigerdörfer, Quelle: Eigene Erhebung)

Angaben zufolge durch die „Bergsteigerdörfer“ beeinflusst wurden, in Bezug zu der Gesamtzahl der Befragten, so ist der Einfluss der Initiative auf die Urlaubsort-Entscheidung der befragten Gäste allerdings als äußerst gering einzuschätzen: nur ca. 3% der in beiden Untersuchungsgebieten befragten Personen entschied sich bewusst für einen Aufenthalt im Bergsteigerdorf.

Um einen Überblick über die allgemeine Bekanntheit der anderen Mitgliedsgemeinden des „Bergsteigerdörfer“-Projektes zu erhalten, wurden die Gäste gebeten, die sonstigen Bergsteigerdörfer anzugeben, die sie bereits besucht haben. Dabei konnten nur andere Bergsteigerdörfer angegeben werden, demzufolge tauchen die Orte, in denen sich die befragten Gäste selbst befinden (Kartitsch als Teil des Bergsteigerdorfes Tiroler Gailtal und das Villgratental) in der entsprechenden Graphik (Abb. 31) nicht auf. Außerdem wurde nicht danach gefragt, wann die Befragten dort waren, sodass der Besuch möglicherweise schon längere Zeit zurück liegt.

Der Großteil der Villgrater Gäste (ca. 62%) hat zuvor andere Mitgliedsgemeinden des „Bergsteigerdörfer“-Projektes besucht, von den in Kartitsch befragten Personen gab nur knapp die Hälfte an, bereits in einem der Orte gewesen zu sein (vgl. Abb. 31). Bei der Betrachtung der Untersuchungsergebnisse stechen die Bergsteigerdörfer Kals am Großglockner und Lesachtal ganz deutlich hervor. Sie liegen mit Abstand vorne, was sie

zu denjenigen Bergsteigerdörfern macht, die unter den Befragten am bekanntesten sind (Abb. 31).

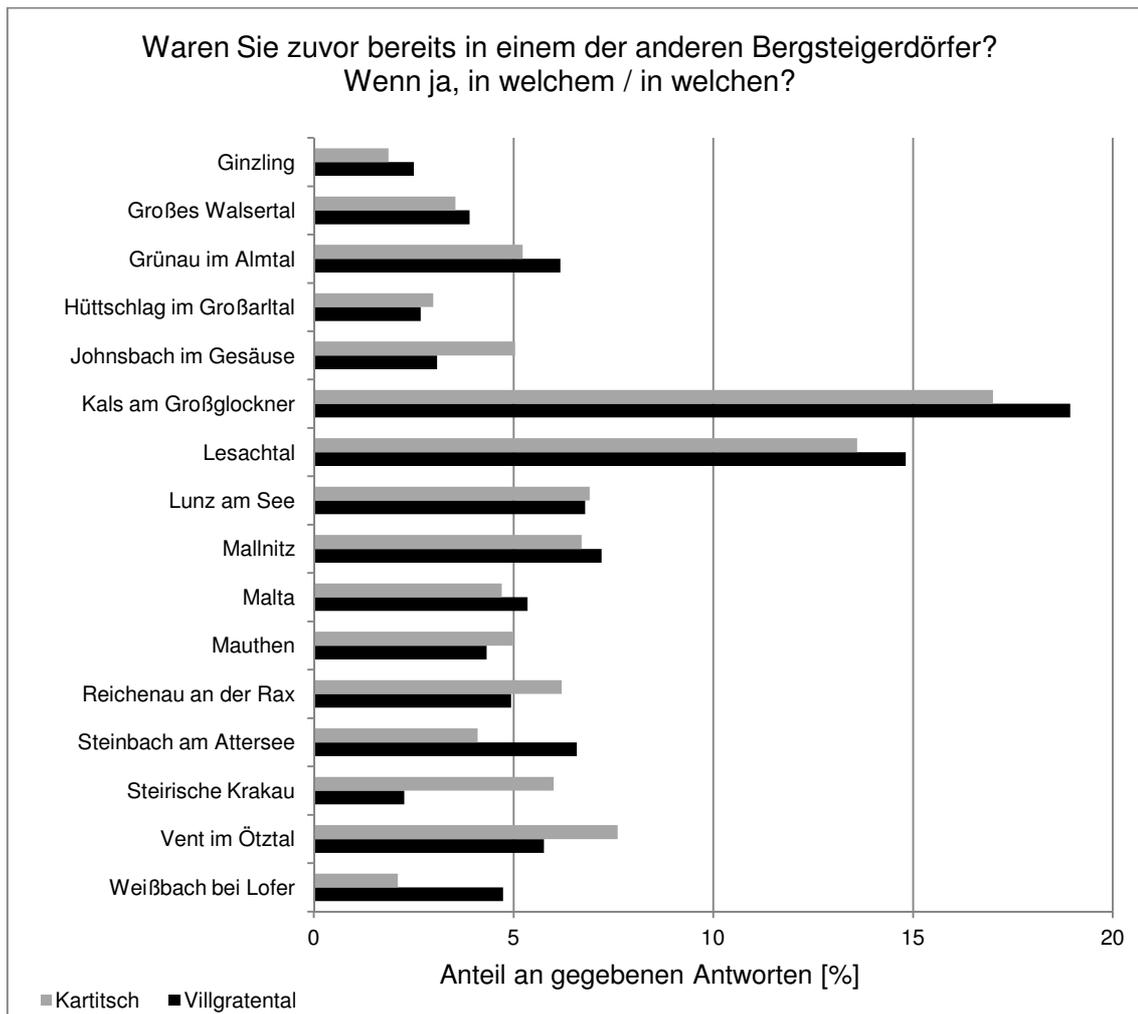


Abb. 31: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen besuchte, andere Bergsteigerdörfer (Mehrfachangaben möglich, Quelle: Eigene Erhebung)

Mit Hilfe der Frage - Woran denken Sie bei dem Begriff „Bergsteigerdorf“? - sollte aufgedeckt werden, was die Gäste, auch unabhängig von einer Kenntnis bzw. tieferen Beschäftigung mit der OeAV-Initiative, mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ assoziieren und inwiefern diese Vorstellungen mit der Projektidee übereinstimmen. Am häufigsten wählten sowohl die in Kartitsch als auch im Villgratental befragten Gäste die naheliegende Antwort „Wandern und Bergsteigen“ (Abb. 32). Des Weiteren wurde der Begriff häufig mit „Naturerlebnis“ und, insbesondere seitens der Villgrater Gäste, mit „Ruhe und Erholung“ verbunden. Etwa dreimal so viele Befragte brachten mit einem „Bergsteigerdorf“ die Antwortmöglichkeit „Sommerurlaub“ in Verbindung, als mit „Winterurlaub“, was sicherlich auch mit dem Befragungszeitpunkt im Sommer zusammenhängt.

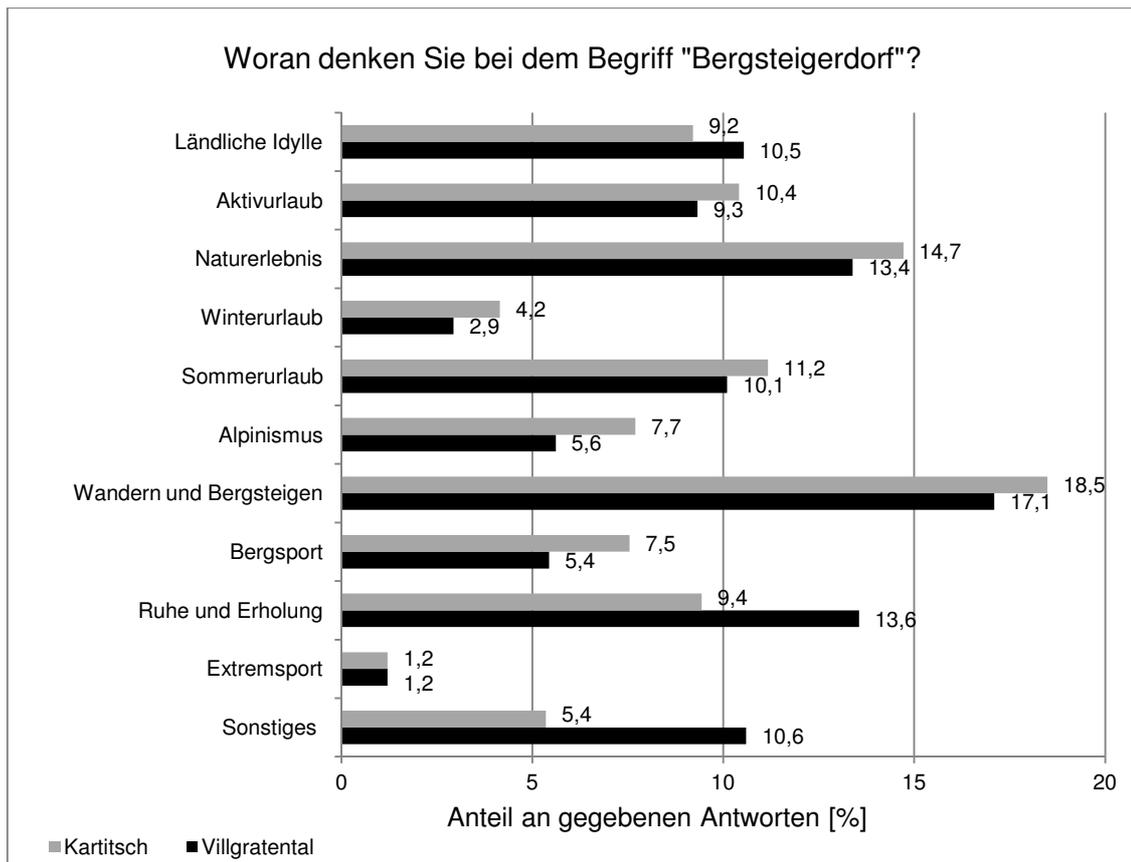


Abb. 32: Assoziationen der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ (Mehrfachangaben möglich, Sonstige Assoziationen s. Tab. 24, Quelle: Eigene Erhebung)

Die Assoziation mit „extremere“ alpinsportlichen Aktivitäten fiel in den beiden Untersuchungsgebieten einheitlich aus: „Extremsportarten“ wurden mit einem auffällig geringen Anteil von ca. 1% der gegebenen Antworten am seltensten genannt, wobei der Begriff an sich nicht genauer definiert worden war.

Zu den unter der Antwortmöglichkeit „Sonstiges“ häufig angegebenen Stichpunkten und Kommentaren der Befragten zählen (vgl. Tab. 24, Anhang H):

- Vorhandensein landschaftlicher Grundvoraussetzungen (Berge, gewisse Höhenlage)
- als urig bzw. ursprünglich empfundene Bestandteile eines Bergdorfes (typische Architektur, Lebensweise der Einheimischen, insbesondere Bewunderung der Arbeit der Bergbauern, Almwirtschaft etc.)
- bergsteigerfreundliche Orte, die eine entsprechende Infrastruktur bieten (Tourenmöglichkeiten, Beschilderung, Gästeinformation, geführte Touren etc.)
- einfache Unterkünfte anstatt großer Hotels (z.B. Alm- oder Schutzhütten, kleine Pensionen)
- ein meist als „sanft“ bezeichneter Tourismus im Gegensatz zum Massentourismus, welcher ohne „Schicki-Micki“ (Fragebogen Villgratental Nr. 19)

oder „Materialismusrummel“ (Fragebogen Villgratental Nr. 40) auskommt

- Nennung zusätzlicher Aktivitäten (Klettern, Klettersteiggehen, Mountainbiken)

Ob die Bergsteigerdörfer eher an sportliche oder ruhige Aktivitäten denken lassen, ist von Person zu Person verschieden. Aus dem persönlichen Kontakt zu den Befragten kann abgeleitet werden, dass der Begriff meist nicht an sich nüchtern betrachtet, sondern mit denjenigen Voraussetzungen bzw. Aktivitäten in Kontext gesetzt wurde, welche für die Befragten selbst von Bedeutung sind. Während drei Villgrater Gäste explizit angaben, beim Villgratental könne es sich um ein „Bergsteigerdorf“ handeln (Fragebögen Villgratental Nr. 20, 115 und 158, Tab. 24), war eine Person entgegengesetzter Meinung (Fragebogen Villgratental Nr. 70, Tab. 24).

Anhand der gemachten Kommentare ließen sich, abgesehen von der vereinzelt Nennung von Teilaspekten des jeweiligen Untersuchungsgebietes (z.B. Oberstaller Alm im Villgratental), keine wesentlichen Unterschiede zwischen den mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ in Zusammenhang gebrachten Vorstellungen der in Kartitsch und Villgraten befragten Gäste festmachen.

5.2.4 Urlaubsmotive und Aktivitäten am Urlaubsort

Hinsichtlich der von den Gästen genannten Motive für einen Aufenthalt in Kartitsch bzw. Villgraten unterscheiden sich die in den beiden Untersuchungsgebieten erfassten Angaben kaum voneinander (s. Abb. 33). Als Hauptgrund für die Wahl von Kartitsch bzw. Villgraten zählte mit nahezu einem Drittel der in beiden Untersuchungsgebieten gegebenen Antworten landschaftliche Schönheit und/oder Natur. Ebenso spielen Ruhe und Erholung, Tourenmöglichkeiten und Gastfreundschaft eine wesentliche Rolle in der Entscheidung der befragten Personen, ihren Urlaub am jeweiligen Urlaubsort zu verbringen (Abb. 33). Dem Punkt „Kultur“, insbesondere aber geführten Touren und alpiner Kompetenz bzw. Kursangebot vor Ort, wurde großteils keine besondere Bedeutung beigemessen. Sonstige Urlaubsmotive stellen im Wesentlichen gute Luft, gutes Essen, die Möglichkeit zu Ausflügen in die Umgebung (vor allem in Richtung Dolomiten), die Ruhe eines touristisch nicht überlaufenen Urlaubsortes, das Sammeln von Pilzen oder Beeren oder der Besuch von Bekannten dar (vgl. Tab. 26, Anhang H). Im Falle von Kartitsch wurde zudem mehrfach die Begehung des Karnischen Höhenweges als Aufenthaltsgrund angesprochen.

Die Befragungsergebnisse deuten darauf hin, dass das ursprüngliche touristische Angebot (in erster Linie natürliche Ausstattungsfaktoren sowie Tradition, Gastfreundschaft etc.) eine größere Rolle für den Urlaubentscheid in einem der beiden Bergsteigerdörfer spielt, als das abgeleitete Angebot (materielle Infrastruktur, wie Beherbergungsbetriebe oder nur für den Tourismus geschaffene Angebotsbestandteile).

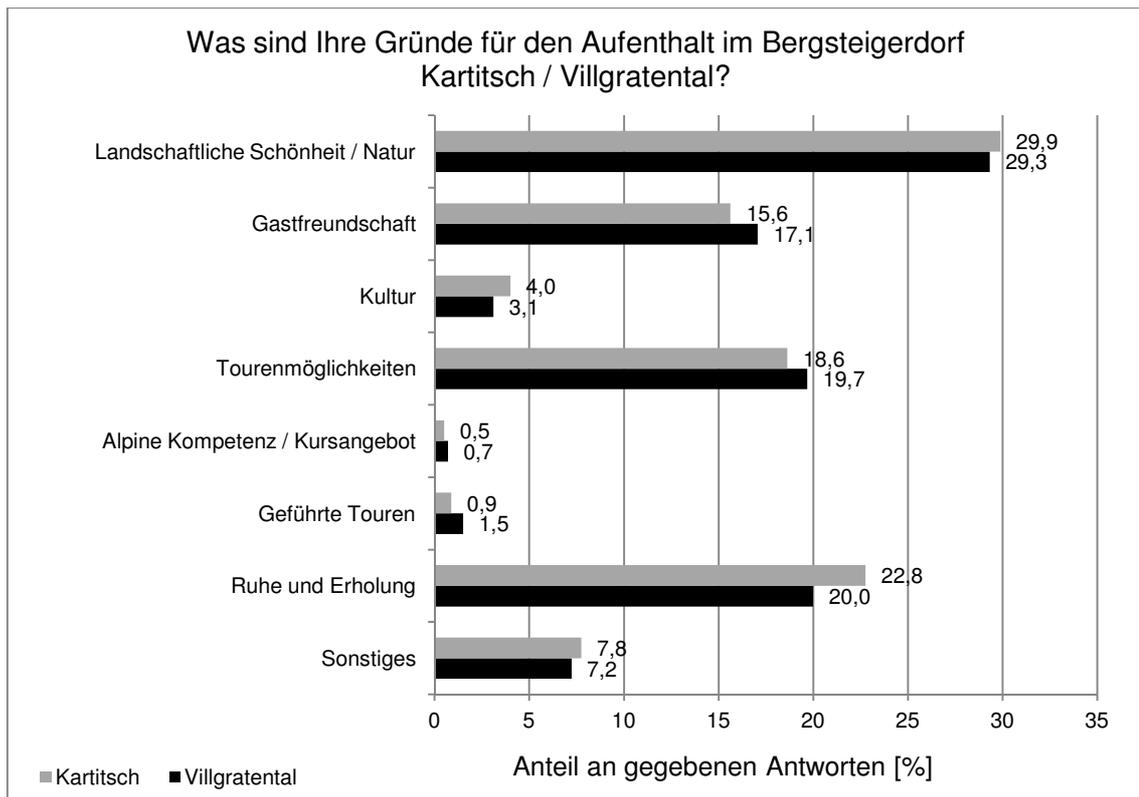


Abb. 33: Gründe der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste für den Aufenthalt in Kartitsch bzw. im Villgratental (Mehrfachantwort möglich, Aufteilung sonstiger Gründe s. Tab. 26, Quelle: Eigene Erhebung)

Mit jeweils weit über 50% der gemachten Angaben geht der Großteil der in Kartitsch und Villgraten erfassten Sommergäste wandern (s. Abb. 34). Wesentlich weniger Gäste sind zum Bergsteigen hergekommen, was als zweitbeliebteste Aktivität zu nennen ist; dabei ist die Unterscheidung zwischen Wandern und Bergsteigen Ansichtssache, da die Begriffe auf dem Fragebogen nicht weiter definiert wurden. Obgleich es sich hierbei verglichen mit Wandern und Bergsteigen um viel seltener genannte Aktivitäten handelt, ist anhand der Darstellung in Abb. 34 deutlich zu erkennen, dass wesentlich mehr Kartitscher Gäste Mountainbiken, Klettern oder Klettersteige gehen, als diejenigen Gäste, die sich im Villgratental aufhalten. Aus dem Vergleich der sonstigen genannten Aktivitäten geht hervor, dass in Kartitsch mehr Befragte Pilze sammeln, während Villgrater Gäste angaben, Sehenswürdigkeiten im Tal zu besichtigen (vgl. Tab. 28, Anhang H). Insgesamt gesehen gaben die Befragten in beiden Untersuchungsgebieten außerdem an, spazieren und essen zu gehen, zum Teil auch Fahrrad zu fahren. Drei Befragte, die im Villgratental zu Gast waren, gaben an, ihren Gastgebern bei der Heuernte zu helfen.

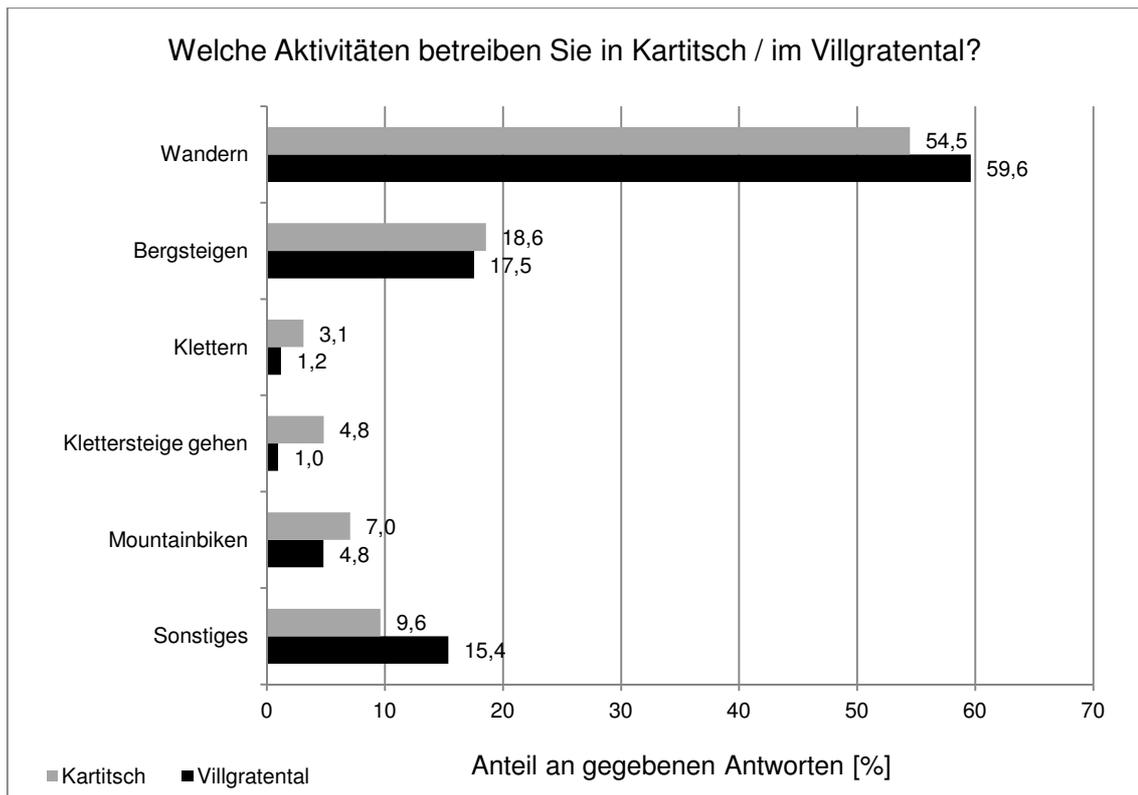


Abb. 34: Von den in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gästen in Kartitsch bzw. im Villgratental betriebene Aktivitäten (Mehrfachantwort möglich, Aufteilung sonstiger Gründe s. Tab. 28, Quelle: Eigene Erhebung)

Die Teilnahme an geführten Touren mit einem Berg- oder Wanderführer ist generell niedrig, sie liegt bei einem Anteil von lediglich ca. 9% der Befragten, wobei in Kartitsch geringfügig mehr Personen ein solches Angebot wahrnahmen (vgl. Tab. 29, Anhang H). Bei der persönlichen Befragung wurden Aussagen der Gäste notiert, welche zu dem Schluss führen, dass für geführte Touren in der Regel ein eigener Berg- oder Wanderführer mitgebracht wurde. Der Großteil der in Kartitsch erwähnten, geführten Touren erfolgte mit dem Reiseleiter einer Reisegruppe, andernfalls wurden die Führungen über alpine Vereine organisiert.

Etwa ein Drittel der in beiden Untersuchungsgebieten befragten Gäste gab an, lokale Kulturveranstaltungen besucht zu haben, wobei dieses Angebot in Kartitsch etwas stärker in Anspruch genommen wurde (Tab. 30, Anhang H). Da nicht immer Veranstaltungen stattfinden, wurde die Antwortmöglichkeit einer „noch nicht“ erfolgten Teilnahme an kulturellen Ereignissen hinzugefügt: ca. ein Drittel der Befragten wählte diese Antwort.

5.2.5 Feedback der Gäste

Die Graphik in Abb. 35 veranschaulicht ganz deutlich, dass die Wiederbesuchs-Absicht der Befragten in beiden Untersuchungsgebieten außerordentlich hoch liegt. So können sich ca. 91% der in Kartitsch angetroffenen Gäste und sogar fast 98% der Villgrater Gäste vorstellen, ihren Urlaub bzw. Tagesausflug noch einmal am jeweiligen Ort zu verbringen. Diese Zahlen lassen eine hohe Zufriedenheit vonseiten der Gäste vermuten.

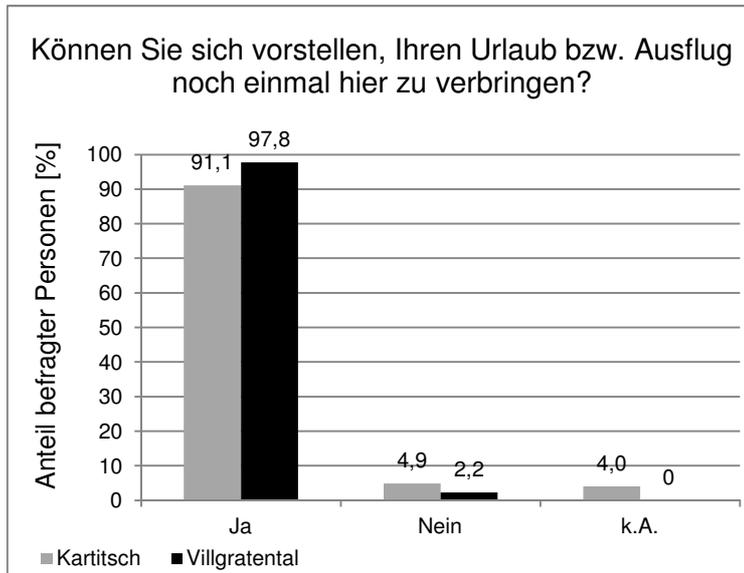


Abb. 35: Wiederbesuchs-Absicht der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

beim Gast zurückzuführen. Knapp 3% der in Kartitsch befragten Gäste können sich vielmehr vorstellen, einen zukünftigen Urlaub in der Nähe von Kartitsch, nämlich auf dem Karnischen Kamm, oder in der näheren Umgebung (z.B. Lesachtal), zu verbringen und dann ggf. einen Tagesausflug nach Kartitsch zu unternehmen.

Die bei der Frage nach negativer Kritik - „Was hat Ihnen in Kartitsch / im Villgratental gefehlt oder nicht gefallen?“ - und unter „Sonstigen Anmerkungen“ gesammelten Kommentare der befragten Gäste wurden im Zuge der Auswertung zusammengefasst, da sich positive und negative Kritik gleichermaßen auf beide Antwortmöglichkeiten verteilte und die gemeinsame Wiedergabe sämtlicher, negativer wie positiver, Anmerkungen daher sinnvoll erschien. Obwohl es sich in beiden Fällen um offene Fragen handelt, wurden beide Fragen erstaunlich häufig beantwortet: in Kartitsch beantworteten 38% der Befragten die Frage nach Fehlendem oder Dingen, die nicht gefielen und/oder merkten „Sonstiges“ an, im Villgratental gab ein Anteil von ca. 56% der Befragten Feedback (Tab. 31). Einige Gäste sagten, sie enthielten sich einer Kommentierung, da sie nach einem erst kurzen Aufenthalt am Urlaubsort noch nicht in der Lage seien, sich ein Urteil zu bilden.

Einer der hauptsächlichen Gründe für die Nicht-Beantwortung der Frage oder „Nein“-Antwort ist laut notierten Kommentaren der Kartitscher Gäste die Tatsache, dass sie im Urlaub lieber „etwas Neues“ sehen möchten, d.h. die Aussagen sind nicht notwendigerweise auf eine Unzufriedenheit

Wie der Graphik in Abb. 36 zu entnehmen ist, wurde sowohl in Kartitsch als auch im Villgratental vorwiegend positive Kritik geäußert, diese macht über die Hälfte der jeweils gesammelten Kommentare aus und lag im Villgratental insgesamt etwas höher als in Kartitsch. Die in Kartitsch befragten Gäste äußerten mehr negative Kritik. Diese Gegenüberstellung ist allerdings mit Vorsicht zu genießen, da sie keine Aussage über die „Qualität“, d.h. Stärke und Relevanz, der Kritik liefert, d.h. ein höherer Anteil negativer Kritik bedeutet keinesfalls automatisch, dass es den Gästen schlechter gefällt.

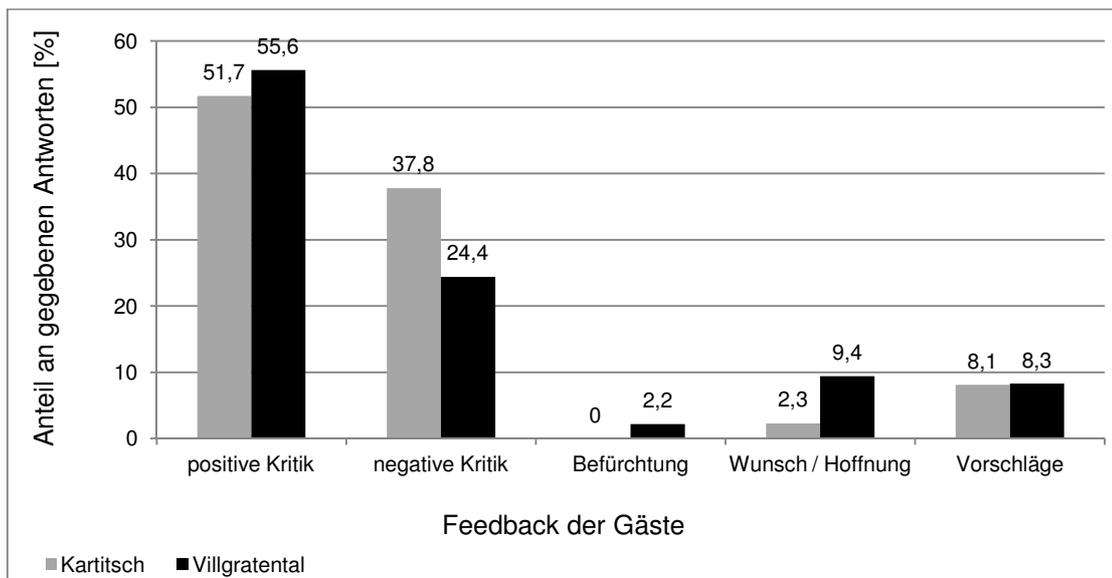


Abb. 36: Feedback der in Kartitsch (graue Balken) und dem Villgratental (schwarze Balken) befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

An dieser Stelle kann nur eine recht allgemein gehaltene Zusammenfassung des Gästefeedbacks erfolgen, da die einzelnen Kommentare zum Teil sehr speziell sind. Genauer ist jedoch den Tabellen 32, 33 und 34 in Anhang H zu entnehmen.

In beiden Untersuchungsgebieten wurden die vorhandene Natur- und Kulturlandschaft und die Freundlichkeit der Einwohner im Allgemeinen sowie der Wirtsleute positiv gesehen. Einzelne Unterkünfte wurden gelobt, wobei einige Gäste sogar angaben, sich dort „wie zu Hause“ (Fragebögen Kartitsch Nr. 137, 175, 176; Villgratental Nr. 7, 8, Tab. 32) zu fühlen. Ebenfalls als positiv herausgestellt wird die im Falle beider Gebiete genannte Ruhe: es gibt keinen „Riesen-Rummel“ (Fragebogen Kartitsch Nr. 172, Tab. 32) oder „einfach nichts“ (Fragebogen Villgratental Nr. 55, Tab. 32), wobei mehr im Villgratental gesammelte Kommentare in diese Richtung gehen. Im Speziellen wurden der Karnische Höhenweg in Kartitsch sowie der traditionelle Baustil und die zu beobachtende Arbeit der Bergbauern bzw. deren Ergebnis in Form einer gepflegten Kulturlandschaft im Villgratental von den Befragten positiv hervorgehoben.

Nicht sinnvoll ist ein zahlenmäßiger Vergleich der als zufrieden eingestuften Gäste in Kartitsch und Villgraten, da der Anteil nicht gegebenen Feedbacks sehr hoch ist (s.o.).

Zur Beurteilung der Zufriedenheit der befragten Gäste lässt sich lediglich Abb. 35 heranziehen.

Anhand mehrfacher konträrer Aussagen der Befragten ist abzuleiten, dass die Wegbeschilderung in beiden Untersuchungsgebieten ein kontroverses Thema darstellt, was sicherlich daher rührt, dass sie ein gewisses Maß an eigener Erfahrung und Kompetenz voraussetzt.

Eine mangelnde Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten sowie teilweise gastronomischem Angebot wurde in Kartitsch vielfach beklagt. Darüber hinaus sprachen mehrere Gäste das Fehlen von Bademöglichkeiten (Schwimmbad oder See) in der näheren Umgebung an, bemängelten auf einigen Wanderschildern fehlende Gehzeiten und teilweise das Angebot des öffentlichen Verkehrs. Den Villgrater Gästen fehlten den gemachten Kommentaren zufolge vor allem bewirtschaftete Almhütten, außerdem wurden häufigere Busverbindungen und mehr Geschäfte vermisst.

Abgesehen von den Wegmarkierungen (s.o.) kritisierten die in Kartitsch befragten seltener auch den Zustand des Wegenetzes. Die meisten Gäste-Kommentare aus dem Villgratental, die unter die Kategorie „missfällt“ fielen, bezogen sich auf die zu zahlenden Parkgebühren an der Unterstaller Alm, da die Befragten dort häufig nicht mit einer Parkgebühr gerechnet hatten. Zudem wurden Motorrad- und Mopedfahrer, die in den Bergen unterwegs sind, von mehreren Gästen als störend empfunden.

In Kartitsch gaben zwei der Befragten an, dass sie auf keine weitere touristische Erschließung hoffen. Auch Villgrater Gäste sprachen sich für die Beibehaltung von Ursprünglichkeit und einem sanften Tourismus aus und formulierten konkretere Befürchtungen; dabei ging es um Skiliftbau und die Ansiedlung größerer Hotels. Allerdings befürwortete auch ein Gast den Bau eines weiteren Skilifts am Thurntaler.

Die von den Gästen gemachten Vorschläge lassen sich dahingehend zusammenfassen, dass das Angebot öffentlicher Verkehrsmittel verbessert werden sollte; Besucher beider Untersuchungsgebiete hielten den Einsatz von Wanderbussen für sinnvoll. Außerdem wurde um die frühzeitigere Ankündigung von Veranstaltungen gebeten. Von Villgrater Gästen wurden Qualitätsverbesserungen in den Almhütten (Mobiliar etc.) vorgeschlagen. Zwei Kartitscher Gäste schlugen eine Verstärkung des Marketings für Osttirol vor.

6 Diskussion

6.1 Diskussion der Untersuchungsergebnisse

Bei der Diskussion der Untersuchungsergebnisse werden ggf. Empfehlungen ausgesprochen, diese sind jeweils im anschließenden Textabschnitt erläutert.

6.1.1 Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

Teilnahmemotivation

Warum die Partnergemeinden an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative teilnehmen, ob sie sich, wie das Villgratental, bewusst für nachhaltigen Tourismus entscheiden oder, wie die Gemeinde Kartitsch, aufgrund der wirtschaftlichen Lage keine andere Alternative sehen (Kap. 5.1.2.1), ist als zweitrangig anzusehen; diese Meinung vertritt auch der Alpenverein als Projektträger (vgl. Kap. 2.2.3). Was letztendlich interessiert, ist das Resultat in der Vergangenheit getroffener Entscheidungen, welche eine stärkere Erschließung in den Orten verhinderten: Das „Bergsteigerdorf“ in seinem heutigen Zustand, welches sich dem Gast mit seinem touristischen Angebot präsentiert.

Die zu beiden Untersuchungsgebieten erhaltenen Expertenaussagen zeigen, dass neben rein ökonomischen - insgesamt überwiegt ein aus der Partnerschaft erhoffter, wirtschaftlicher Vorteil als Teilnahmemotiv - auch ökologische Interessen mit dem Projekt „Bergsteigerdörfer“ verfolgt werden (Kap. 5.1.2.1). Das ökonomisch-soziale Interesse, als Ort „autonom“ zu bleiben, d.h. den Tourismus ohne auswärtige Investoren zu gestalten, wird ebenfalls angesprochen (Kap. 5.1.3.1). Soziale Aspekte werden von den Befragten nur angerissen, indem Kartitscher Experten die im Gegensatz zu massentouristischen Destinationen noch vorhandene Menschlichkeit im Umgang zwischen Gastgeber und Gast sowie das intakte Familienleben erwähnen (Kap. 5.1.1.1). Gerade aufgrund dieser verschiedenen Teilnahmemotive, deren Verflechtung dem Konzept der Nachhaltigkeit entspräche, ist die Förderung eines nachhaltigen Tourismus im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes erstrebenswert.

Akteure und Kooperation

Hinsichtlich der mitwirkenden Akteure gibt es bei der Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative in den beiden Untersuchungsgebieten deutliche Unterschiede. Während das Projekt in Kartitsch auf gemeindepolitischer Ebene koordiniert wird, spielt im Villgratental der Tourismus, sprich der ehrenamtliche Tourismus-Ausschuss des Tals in Zusammenarbeit mit dem Innervillgrater Tourismusbüro, die tragende Rolle (s. Kap. 5.1.2.2). Die unterschiedlich starke Einbindung der Gemeinde bei der Projektumsetzung spiegelt sich in der Wahrnehmung konkreter Aufgaben wider: Der Bürgermeister von Kartitsch sieht sich als einer der Hauptverantwortlichen und Ansprechperson zum Thema „Bergsteigerdörfer“, wohingegen die Bürgermeister von Inner- und Außervillgraten sich nicht näher mit dem Projekt auseinandersetzen. Genauso ist es andersherum um den örtlichen Tourismus-Ausschuss bestellt, welcher sich in Kartitsch kaum einbringt, in Villgraten hingegen federführend auftritt. Als wichtigste Akteure kristallisieren sich anhand der geführten Interviews in Kartitsch Gemeindevertreter und im Villgratental Tourismusobmann Josef Schett heraus, was

tatsächlich zutrifft. Der Leiter des Kartitscher Gemeindeamtes Anton Goller sowie Herr Schett stellen die Hauptansprechpartner des Projektträgers dar (Kontaktangabe seitens OeAV: SCHWANN persönlicher Kontakt 04.05.2011).

Als Gründe für die Einseitigkeit der Projektkoordination (s.o.) sind im Falle von Kartitsch die Folgen der Umstrukturierung des TVB Osttirol zu nennen (s. Kap. 5.1.2.2 und Anhang G, S. 180-181); im Falle des Villgratentals die nicht funktionierende Zusammenarbeit des Tourismus-Ausschusses mit der Gemeindepolitik (s. Kap. 5.1.2.2).

- Der Tourismus-Ortsausschuss sollte sich stärker an der Projektkoordination und -umsetzung in Kartitsch beteiligen.

Hinsichtlich der Fusionierungen der Osttiroler Tourismusverbände zu drei Regionalverbänden im Jahr 2003 heißt es laut SCHNEIDER, dieser Schritt habe bereits sowohl bei Bevölkerung als auch Tourismusverantwortlichen „zum Teil auf wenig Gegenliebe“ gestoßen (SCHNEIDER 2006). Infolge der weiteren Umstrukturierung des TVB Osttirol scheint unter den Mitgliedern des Tourismus-Ortsausschusses zurzeit geringe Motivation zu herrschen (Anhang G, S. 180-181). Dass die Kartitscher Gemeindeverwaltung mit der örtlichen Projektkoordination eine Aufgabe der Touristiker übernimmt (s. Zitat Anton Goller Kap. 5.1.2.2), ist jedoch grundsätzlich zu kritisieren. Da ein Erfolg der „Bergsteigerdörfer“-Initiative durch eine Stärkung des Tourismus im Ort vor allem im Interesse der Tourismus-Anbieter liegt, die daraus einen Nutzen ziehen (s. Zitat André Cis, Kap. 5.1.2.1), scheint die Forderung nach einer stärkeren Beteiligung des Ausschusses (s. Aussage eines Landwirtes, Kap. 5.1.2.2) berechtigt. Der Erhalt des lokalen Tourismusbüros durch das Eingreifen des Tourismus-Ortsausschusses (vgl. Anhang G, S. 181) beweist, dass der Ausschuss auch in seiner heutigen Form keinesfalls unfähig ist, Probleme zu lösen.

- Im Villgratental sollte auch die Gemeindeverwaltung in das Projekt eingebunden werden.

Dass es zu einem Energieverlust durch interne Unstimmigkeiten zwischen Gemeindeverwaltung und Tourismus-Ausschuss kommt und eine Beilegung der Streitigkeiten für die Tourismusentwicklung von Vorteil wäre, ist zwar längst erkannt (s. anonyme Zitate Nr. 2 und 3, Kap. 5.1.2.2); ob eine Problemlösung kurzfristig in Aussicht steht, bleibt jedoch unklar. Zum einen sollten die betroffenen Akteure versuchen, im Sinne von Professionalität über persönliche Konflikte hinweg zu schauen. Ob es tatsächlich gelingt, im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative eine Kooperation zwischen Gemeinde und Tourismus herzustellen, hängt zum anderen von Interessen (und Durchsetzungskraft) der politischen Entscheidungsträger ab. Verfolgt die Gemeindepolitik tatsächlich dem Projekt gegenläufige Ziele, ist auch in Zukunft keine

Kooperation mit den Touristikern zu erwarten. Im Gegenteil könnten politische Entscheidungen bis hin zum Ausschluss des Villgratentals von dem Projekt führen, wenn sich Entwicklungen durchsetzen, welche, wie von einigen Experten befürchtet (Kap. 5.1.3.1, 5.1.3.3), mit den Kriterien des OeAV unvereinbar sind.

Die öffentliche Wahrnehmung der Projektarbeitsgruppen, die sich mit dem Thema „Bergsteigerdörfer“ befassen, ist sowohl in Kartitsch als auch Villgraten gering (Kap. 5.1.2.2). Die für beide untersuchten „Bergsteigerdörfer“ verantwortlichen Arbeitsgruppen besitzen in ihrer bisherigen Form keinen „offiziellen“ Charakter, sodass nach außen hin unklar bleibt, wie die Zuständigkeiten verteilt sind und keine regelmäßigen Treffen bekannt sind. In welcher Form diese Arbeitsgruppe bestehen soll, d.h. inwieweit sie „offiziellen“ Charakter innehaben soll, ist mittels OeAV-Kriterien allerdings nicht näher definiert (vgl. Anhang A). Es hat den Anschein, dass die „Bergsteigerdörfer“ betreffende Angelegenheiten in Versammlungen der Gemeinde bzw. des Tourismus-Ausschusses einfließen, nicht aber in einer speziell auf das Projekt ausgerichteten Arbeitsgruppe besprochen werden.

- In beiden Untersuchungsgebieten sollten Projektarbeitsgruppen eingerichtet werden, die sich ausschließlich mit den Aktivitäten im Rahmen der Projektteilnahme beschäftigen.

Allgemein lässt sich für beide Untersuchungsgebiete feststellen: Sobald ein Akteur bzw. eine Institution die lokale Projektkoordination der „Bergsteigerdörfer“-Initiative übernimmt, „besteht immer die Gefahr, dass es [gemeint: die Aufgabe] bleibt“ (s. Zitat Anton Goller, Kap. 5.1.2.2). Außerdem scheuen sich im Rahmen des Projektes Involvierte, anderen Akteuren „ins Werk [zu] pfuschen“ (s. Zitat Oswald Fürhapter, Kap. 5.1.2.2). Gerade darum, d.h. um Aufgaben unter den einzelnen Akteuren verschiedener Interessengruppen zu verteilen, würde die Einrichtung einer „offiziellen“ Projektarbeitsgruppe zu einer Verbesserung der Kooperationsqualität führen.

- Vertreter der zuständigen Alpenvereinssektionen sollten sich in beiden Untersuchungsgebieten stärker an dem Projekt beteiligen. Die im Falle des „Bergsteigerdorfes“ Tiroler Gailtal betroffenen Sektionen sollten ihre Zuständigkeiten eindeutig klären.

Die Einbindung lokaler Alpenvereinsvertreter in Kartitsch und Villgraten scheint sich noch recht oberflächlich zu gestalten. Beide diesbezüglich Interviewten, der Obmann der OeAV-Sektion Sillian sowie stellvertretend für die Sektion Austria (die ihren Sitz in Wien hat) ein Mitglied der „Karnischen“, betonen eine dem Projekt gegenüber unterstützende Einstellung von Seite ihrer Sektion, machten allerdings nur vage Angaben hinsichtlich tatsächlich wahrgenommener Aufgaben (vgl. z.B. Zitat Hans Walder, Kap. 5.1.2.2).

Gerade weil es sich um ein vom Hauptverein OeAV ausgehendes Projekt handelt, sollten die Sektionen als lokale Vertretung aktiver werden. Sinn und Zweck der Initiative soll es schließlich nicht sein, dass der Projektträger von „oben“ herab bestimmt, was in den Mitgliedsgemeinden geschehen soll. Der Alpenverein muss „auch sozial mit drin stecken“ (KALS mündl. 04.07.2011), d.h. die Sektionen vor Ort müssen sich aktiv beteiligen. Auch die befragten Experten sind zum Teil der Ansicht, dass sich Alpenvereinsvertreter einbringen sollten (vgl. Kap. 5.1.2.2). Zudem wird in den „Bergsteigerdörfer“-Kriterien des Alpenvereins eine enge Zusammenarbeit mit den „örtlich zuständigen Alpinen Vereinen“ explizit gefordert (vgl. Anhang A).

Die vermutete Überschneidung der Arbeitsgebiete der Alpenvereinssektionen Austria und Sillian im Bereich des Karnischen Kammes (s. Kap. 5.1.2.2) kann bestätigt werden. Obgleich die Abgrenzung zwischen den Arbeitsgebieten der beiden Sektionen genau durch Kartitscher Gemeindegebiet verläuft (SCHWANN persönliche Mitteilung 10.01.2012), zählen laut dem Obmann der Sektion Sillian die Gemeinden im Tiroler Gailtal bis nach Untertilliach zum Arbeitsgebiet seiner Sektion (Kap. 5.1.2.2), was auch auf deren Webseite nachzulesen ist (www.alpenverein.at 2011c). Ganz offensichtlich ist es dem Projekt nicht zuträglich, dass sich die OeAV-Sektionen ihrer Zuständigkeitsbereiche scheinbar nicht genau bewusst sind bzw. sich diese überlagern. Hilfreich wäre daher, dass die Sektionen Sillian und Austria (bzw. die „Karnischen“ als deren lokale Interessenvertretung) untereinander absprechen, wer für die Erfüllung von Aufgaben im Rahmen des Projektes verantwortlich ist.

Roland Kals vom Projektteam des OeAV stellt die These auf, dass die Zusammenarbeit zwischen Alpenverein, Gemeinden und Tourismus in Zukunft als „Alleinstellungsmerkmal“ der „Bergsteigerdörfer“ gelten wird (KALS mündl. 04.07.2011, vgl. Kap. 2.2.1). Wie sich anhand der Untersuchung herausgestellt hat, sind Kartitsch und Villgraten mit Blick auf die Kooperation noch weit von dieser Vision entfernt, was auf den frühen Zeitpunkt der Erhebung (s.u.) zurückzuführen sein mag. Indem man den oben genannten Empfehlungen zur Verbesserung der Kooperationsqualität folgt, käme man dem gewünschten Zustand der Zusammenarbeit zwischen touristischen Leistungsträgern, Kommunalpolitik und ehrenamtlichen Alpenvereinsfunktionären allerdings ein Stück näher.

Kooperation im Tiroler Gailtal

Für Kartitsch als Teil des „Bergsteigerdorfes“ Tiroler Gailtal besteht die Möglichkeit, dass die Kooperation mit Ober- und Untertilliach in Zukunft verbessert werden kann. Bürgermeister Außerlechner bestätigt, dass man sich um gute Kontakte zu den Nachbargemeinden bemüht (Kap. 5.1.2.2). Laut Gemeindeamtsleiter Goller heißt es in einer telefonischen Befragung durch den OeAV 2010, die drei Gemeinden seien sich

bereits näher gekommen (OeAV 2010d). Eine engere Zusammenarbeit im Tourismusbereich erscheint aus Sicht der Kartitscher allerdings nicht sinnvoll. Die touristische Vermarktung der Gemeinden Unter- und Obertilliach unter dem Namen Lesachtal (vgl. Kap. 2.3) findet offensichtlich aufgrund der hohen Bekanntheit Anwendung, die das Lesachtal genießt. Mit seiner Auszeichnung als „Landschaft des Jahres“ 1995/1996 wirbt es noch heute als „naturbelassenstes Tal Europas“ (s. z.B. www.lesachtal.com). Die Gemeinde Kartitsch sieht bessere Chancen in einer eigenständigen Vermarktung bzw. stärkeren Orientierung in Richtung Pustertal. Anscheinend möchte man Synergieeffekte nutzen, welche die gemeinsame Vermarktung als „Bergsteigerdorf“ Tiroler Gailtal mit sich bringt, sich aber nicht von der eigenen Marketingstrategie verabschieden. Dies lässt sich andersherum auch für die Unter- und Obertilliacher vermuten. Es lässt sich darüber spekulieren, ob die Kartitscher vielleicht gerade aus diesem Grund ein eigenes „Bergsteigerdörfer“-Logo (s. Abb. 37) entworfen haben.



Abb. 37: Vom OeAV erstellte Logos der „Bergsteigerdörfer“-Initiative (links) und zusätzlich von der Gemeinde Kartitsch erstelltes Logo (Quelle: STAMPFL 04.07.2011, www.kartitsch.at 2011b)

Auswirkungen der Initiative

Das Projektteam des OeAV sowie die zu beiden Untersuchungsgebieten befragten Experten teilen die Ansicht, dass derzeit noch nicht mit wesentlichen Auswirkungen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative zu rechnen ist. Die erste Projektphase diente als Anlaufphase (vgl. Kap. 2.2.2, Zitat Jan Salcher, Kap. 5.1.2.3), sodass mit Auswirkungen im Wesentlichen erst im Laufe der zweiten Projektphase zu rechnen ist. Die Arbeit vor Ort in den Gemeinden begann meist mit der Erstellung der Einzelbroschüren sukzessive Mitte bis Ende 2009 (SCHWANN mündl. 10.01.2012). Der Beitritt der Partnerbetriebe ist individuell unterschiedlich und erfolgte ab Mitte 2010 (OeAV 2011b). Damit verkürzt sich die Aufnahme der praktischen Arbeit in den Mitgliedsgemeinden, die „praktische Projektlaufzeit“ sozusagen, gegenüber dem offiziellen Beitritt der Gemeinden als „Bergsteigerdörfer“ Mitte 2008 (Kap. 2.2) um ein Jahr aus Sicht der an der Broschüreneerstellung beteiligten Akteure bzw. um zwei Jahre aus Sicht der Partnerbetriebe. Vor diesem Hintergrund erscheint die Erwartung geringer Auswirkungen

der Initiative nachvollziehbar. Zu bedenken ist im Hinblick auf die zeitliche Dimension der Projektumsetzung laut Roland Kals, dass es sich bei den „Bergsteigerdörfern“ im Allgemeinen um sehr kleine Orte handelt, welche in finanzieller und personeller Hinsicht über begrenzte Ressourcen verfügen (KALS mündl. 04.07.2012).

Um besser einschätzen zu können, mit welchem zeitlichen Rahmen für die Umsetzung eines derartigen Projektes zu rechnen ist, wird im Folgenden ein Zitat des Geographen HEINTEL im Zusammenhang mit dem Regionalmanagement herangezogen. Die Aussage passt in diesem Kontext gut, da sich im Vorgehen im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative Parallelen zum Regionalmanagement erkennen lassen, welches eine nachhaltige Regionalentwicklung insgesamt zum Ziel hat (vgl. z.B. www.landesentwicklung.bayern.de 2011, AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG 2006).

„Erfolg im Regionalmanagement zeigt sich oft erst mittel- oder langfristig - auch über jeweilige Legislaturperioden hinaus. Vielfach ist die Zeit der aufgenommenen Tätigkeit noch zu kurz, Aufgabenfelder müssen erst definiert werden, (voreilige) Schlüsse über Erfolg und Misserfolg der Arbeits- und Aufgabenfelder sollten dann nicht gezogen werden. Vielfach geht es in den ersten Jahren der Implementierung von Regionalmanagements somit darum, die eigene Arbeit sichtbar zu machen und auch selbst zu konkretisieren. Vorschnelle Resümees über Erfolg und Misserfolg - was die Alltagsarbeit eines Regionalmanagements betrifft - sind auch eher hinderlich als förderlich.“ (HEINTEL 2004)

Damit bestätigt HEINTEL die Einschätzung von Experten und Projektteam, dass kurzfristig noch nicht mit starken Auswirkungen der Initiative zu rechnen ist. An dieser Stelle sei daran erinnert, dass eine Erfolgskontrolle nicht Ziel dieser Arbeit ist (vgl. Kap. 2.3) und zum derzeitigen Projektstand eher kontraproduktiv sein könnte. So ist es letztlich Folge des frühen Untersuchungszeitpunkts, dass objektiv anerkannte Erfolge noch nicht zu verzeichnen sind, wenn auch festzustellen ist, dass einzelne Akteure je nach Erwartungen und Engagement bereits jetzt subjektive Erfolge verzeichnen (s. Kap. 6.2.1).

Bisher umgesetzte Projekte und Aktivitäten

Da sich die Art der lokalen Projektkoordination in Kartitsch und dem Villgratental grundlegend unterscheidet (s.o.), erscheinen unterschiedliche Resultate schlüssig. Die Expertenaussagen zeigen, dass in Kartitsch schon mehr getan wurde, was über die „Standard“-Aktivitäten in den Mitgliedsgemeinden der Initiative - d.h. die Herausgabe der Broschüre zu dem jeweils teilnehmenden „Bergsteigerdorf“ sowie die Aufarbeitung dessen Alpingeschichte - hinaus geht (Kap. 5.1.2.3). Die bisherigen Auswirkungen der Projektumsetzung lassen in Kartitsch die starke Unterstützung von Gemeinde-seite her erkennen. Hinzu kommt als größer dimensioniertes Infrastrukturprojekt der im August

2011 fertig gestellte Klettersteig an der Großen Kinigat. Eine Unterstützung des Projektes von Gemeindeseite ist im Villgratental nicht gegeben, daher ist dort nicht mit stark auf die Gemeindeverwaltung angewiesenen, sichtbaren Effekten (Beispiel Ortsschild) zu rechnen. Insofern wäre es ungerecht, den Villgratern eine langsamere Umsetzung oder geringere Motivation anzulasten.

Tatsächlich zählt das Villgratental zu den wenigen Mitgliedsgemeinden, in denen während der ersten Projektphase kein eigenes, über „Bergsteigerdörfer“-Mittel gefördertes Projekt realisiert wurde, während die Kartitscher diese Möglichkeit zweimal in Anspruch nahmen (OeAV 2011b). Andererseits ist auch die Anzahl der Partnerbetriebe in einer Gemeinde als relevante Auswirkung der Initiative zu betrachten. Kartitsch liegt mit drei Partnerbetrieben im Vergleich zu den anderen Partnergemeinden der Initiative im Normalbereich (vgl. SCHWANN 2011). Das Villgratental ist in Bezug auf die Anzahl an Partnerbetrieben Spitzenreiter und fällt mit insgesamt 21 Betrieben, davon fünf in Außer- und 16 in Innervillgraten, völlig aus dem Rahmen (SCHWANN 2011). Dies spricht für besonders wirkungsvolle, interne Überzeugungsarbeit zur Gewinnung von Projektpartnern in Innervillgraten.

An dieser Stelle soll darauf eingegangen werden, inwieweit von den Interviewten angesprochene, geplante Projekte verwirklicht wurden. Wie bereits erwähnt ist der Kartitscher Klettersteig fertiggestellt. Ein von TVB-Mitarbeiter Arthur Bucher angesprochenes, ebenfalls im Jahr 2011 zur Umsetzung in Kartitsch vorgesehenes Projekt (Kap. 5.1.2.3) wurde noch nicht realisiert; dabei geht es um das Angebot von Wanderbussen und geführten Touren. Der Einsatz von Wanderbussen wurde vom Tiroler Verkehrsverbund 2011 nicht genehmigt. Ein Fahrplan für Sommer 2012 ist bereits ausgearbeitet, es muss allerdings noch geklärt werden, wer die Busse fährt (BUCHER persönliche Mitteilung 16.03.2012). Hinsichtlich der Anlegung von Themenwegen in Kartitsch nannten die Experten noch kein Umsetzungszeitpunkt. Diese Wege würden über den TVB Osttirol finanziert, dessen Entscheidung derzeit noch aussteht (BUCHER persönliche Mitteilung 16.03.2012).

Die praktische Arbeit an der Villgrater „Herz-Ass“-Tour sollte laut den diesbezüglich befragten Experten im Jahr 2011 beendet werden; diese Aussage war allerdings etwas voreilig. So wurde eine Arbeitsgruppe zum Thema „Herz Ass“ im November 2011 gegründet, ab Sommer 2012 wird mit der Absicherung und Markierung der Wege begonnen (OSWALD FÜRHAPTER mündl. 09.01.2012). Bis März 2012 wird ein Konzept erarbeitet, welches die Beschreibung der Wege zum Ziel hat und den vorhandenen Ausbesserungsbedarf der Wege aufzeigt. Voraussichtlich werden es auch Lehrpfade konzipiert, insgesamt sei TVB-Mitarbeiter Oswald Fürhapter zufolge „etwas Langfristiges“ geplant (OSWALD FÜRHAPTER mündl. 09.01.2012).

In Bezug auf bisher umgesetzte Einzelprojekte wirken die Kartitscher auf den ersten Blick zwar effizienter; allerdings möchte ich mir keine Bewertung dahingehend erlauben, ob sich die Villgrater weniger bemüht haben. Womöglich ist hier auch die Größenordnung der betrachteten Projekte ausschlaggebend. Die Dimensionen der Projekte, d.h. des Klettersteigbaus an der Großen Kinigat im Vergleich zur „Herz-Ass“-Route, zueinander in Bezug zu setzen, ist aus der Außensicht nicht möglich.

6.1.2 Ist-Zustand der Gemeinden

Stand der Kriterienerfüllung

Offensichtlich eignen sich Kartitsch und das Villgratental als Partner der „Bergsteigerdörfer“-Initiative, indem sie die Bedingungen des OeAV zum Betrittszeitpunkt insofern erfüllten, dass sie in das Projekt aufgenommen wurden. Eine differenzierte Betrachtung hinsichtlich der aktuellen Kriterienerfüllung über die Expertengespräche hinaus kann im Rahmen dieser Arbeit nicht geleistet werden, da sich das methodische Vorgehen auf Befragungen beschränkt. Inwieweit die Pflichtkriterien in den Untersuchungsgebieten gegeben sind, lässt sich auf Grundlage der erhobenen Daten nicht objektiv beurteilen. Es kann lediglich festgestellt werden, dass die an die Partnergemeinden gestellten Kriterien laut Expertenmeinung größtenteils erfüllt sind. Die Einhaltung der Partnerbetriebs-Kriterien ist nach Aussage der Kartitscher und Villgrater Gastwirte unproblematisch, da sie den geforderten Standards bereits gerecht werden (Kap. 5.1.1.2).

Hinsichtlich der Aspekte, die dem jeweiligen Untersuchungsgebiet den Charakter eines „Bergsteigerdorfes“ verleihen, geben die Expertenaussagen das Leitbild des Alpenvereins vom „Bergsteigerdorf“ (vgl. Kap. 2.2.3) insgesamt sehr genau wieder (Kap. 5.1.1.1). Die Expertenbefragung lässt darauf schließen, dass nicht alle Interviewten aktiv an der Projektumsetzung mitarbeiten (Kap. 6.1.1) und demzufolge nicht zwangsläufig über das „Bergsteigerdörfer“-Leitbild informiert sind. Dass die Befragten trotzdem in der Lage sind, dieses so detailliert wiederzugeben, lässt möglicherweise darauf rückschließen, dass Kartitsch und das Villgratental dem Leitbild in ihrem derzeitigen Zustand bereits nahe kommen.

Vergleich des touristischen Angebots

Die Experten sprechen eine stärker alpinistische Ausrichtung des Kartitscher Tourismus im Vergleich zum Villgratental an (Kap. 5.1.1.1). Im Villgratental ist der Ausbau hochalpiner Infrastruktur in Form von Wanderwegenetz, Kletterrouten und Klettersteigen sowie alpinen Schutzhütten wesentlich geringer. Diese Aussage bestätigen die Ergebnisse der Gästebefragung: Deutlich mehr befragte Kartitscher Gäste üben Aktivitäten wie Klettern, Klettersteiggehen oder Mountainbiken aus, als diejenigen Gäste,

die sich im Villgratental aufhalten (vgl. Kap. 5.2.4). Angaben der Experten (Kap. 5.1.1.1) wie auch der Gäste (Kap. 5.2.2) deuten außerdem auf Unterschiede in der Beherbergungsstruktur und damit ebenfalls auf das stärker alpintouristische Angebot in Kartitsch hin. Alpine Schutzhütten sind nur dort vorhanden, während im Villgratental die Almhüttenvermietung im Sommer von Bedeutung ist. Die hohe Bedeutung der Almhütten in Villgraten wird bei Betrachtung der Bettenzahl-Statistik deutlich: Im Sommer werden im Tal fast doppelt so viele touristische Betten angeboten, wie im Winter (1.287 sommers, 793 winters, STATISTIK AUSTRIA 2007). Dahingegen gibt es diese Form der Unterkunft in Kartitsch nicht (vgl. TVB OSTTIROL 2011a).

Gerade angesichts der geringen Hochgebirgs-Infrastruktur im Vergleich zu Orten wie Kartitsch wird das Entwicklungspotential des Villgratentals als dasjenige Tal mit den meisten Gipfeln im Hochpustertal deutlich. Mit der geplanten Umsetzung des „Herz-Ass“-Projektes nehmen die Villgrater dieses Potential wahr. Die Talumrundung stellt eine sinnvolle Ergänzung des bestehenden touristischen Angebots dar, da ein derartiger hochalpiner Weg den Experten zufolge dem Villgratental bislang fehlte (Kap. 5.1.1.1).

Da mit dem Bau eines neuen Klettersteigs in Kartitsch im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative eine Erweiterung des alpintouristischen Angebots erreicht werden soll, wirkt die Kritik, dass es sich um einen verhältnismäßig schwierigen Steig handele, wobei die in Kartitsch anzutreffenden Gäste aber weniger alpinorientiert seien (s. Aussage eines Bergführers, Kap. 5.1.2.6), widersinnig. Dass Aktivitäten wie Klettern und Klettersteiggehen in beiden Untersuchungsgebieten und so auch im Falle von Kartitsch als seltene Betätigungen der Gäste anzusehen sind (vgl. Abb. 34, Kap. 5.2.4), belegt die Aussage des Kritikers zwar inhaltlich; Sinn der Sache sollte es aber doch sein, mehr Gäste und damit auch neue Gäste, die nicht bereits Stammgäste des Ortes sind, anzulocken.

Wie aus der Expertenbefragung hervorgeht, stellt Kartitsch nicht den Ausgangspunkt für die Begehung des Karnischen Höhenwegs dar (Kap. 5.1.1.1). Der bekannte Höhenweg ist ohne Abstieg ins Tal begehbar, weshalb die Gefahr des „Vorbeilaufens“ der Wanderer am Talort gegeben scheint. Die Aussage eines Experten (s. Zitat Josef Bodner, Kap. 5.1.3.1) sowie einer ortsansässigen Gastwirtin sprechen dafür, dass die Gäste früher Tagesflüge vom Urlaubsort Kartitsch aus unternahmen, während heute der Trend dahin geht, einen bestimmten Weg ohne Abstieg ins Tal zu begehen. Die Lage von Kartitsch in einem zu beiden Seiten hin offenen Tal kann dieses Phänomen möglicherweise verstärken (Kap. 5.1.1.1). Durch ihre Lage in einem abgeschlossenen Tal haben Außer- und Innervillgraten möglicherweise einen Vorteil gegenüber Kartitsch: Wer dort hin kommt, hat dort auch eher sein Ziel. Die Kartitscher Tourismus-Anbieter im Tal haben keinen Nutzen von vorbeilaufenden Höhenwanderern. Herausforderung für

den Kartitscher Tourismus ist daher die Frage danach, wie man die Gäste von den Bergen ins Tal bekommen kann, um von dem vorhandenen Potential an Höhenwanderern mit zu profitieren. Beispielsweise wäre eine aktive Bewerbung des Talorts Kartitsch auf den Berghütten über Aushänge aktueller Veranstaltungen, Auslage von Informationsbroschüren etc. denkbar. Ich persönlich fand nur ein einziges Beispiel für die Einbindung der Talorte in den Höhenwanderer-Tourismus auf der Filmoor-Standschützenhütte und zwar kulinarischer Art: In der Speisekarte wird hier explizit auf das Angebot von Obertilliacher Brot und Kräutertees aus dem Ort verwiesen. Einzelne Unternehmen aus dem Tal profitieren von den Wanderern; z.B. wird auf der Obstansersee-Hütte für eine Taxi-Rückfahrt ab dem Plöckenpass geworben. Laut HAUGER et al. ist vonseiten örtlicher Touristiker auch eine stärkere Werbung für die Ortschaften im Tiroler Gailtal vor Antritt des Karnischen Höhenwegs durch die Gäste erwünscht (HAUGER et al. 2011).

Dass im Villgratental mehr Befragte auf einem Bauernhof nächtigen als in Kartitsch (Kap. 5.2.2) könnte man so interpretieren, dass die Bedeutung der Landwirtschaft in Villgraten eine größere Rolle spielt, was vonseiten der Experten mehrmals angesprochen wird (Kap. 5.1.1.1). Das Gästefeedback lässt durchblicken, dass die Landwirtschaft im Villgratental tatsächlich stark wahrnehmbar ist (Kap. 5.1.1.1). Zudem zeigt sich hier, dass Synergien zwischen den Sektoren Landwirtschaft und Tourismus bestehen. Die Verknüpfung der beiden Wirtschaftszweige soll dem Innervillgrater Bürgermeister zufolge zukünftig gestärkt werden (s. Zitat Josef Lusser, Kap. 5.1.3.1). In der Nutzung von Synergien zwischen Tourismus und Landwirtschaft sieht er eine große Chance. Eine stärkere Vernetzung von Landwirtschaft und Tourismus ist in beiden Untersuchungsgebieten wünschenswert, da dies der ökonomischen Nachhaltigkeit entgegenkäme, welche für eine „Einbettung des Tourismus in eine sektorübergreifende, regionsspezifische vernetzte Wirtschaft“ spricht (KÜHL 2003).

Schwächen des derzeitigen Angebots

Als Stärken Osttirols sind laut TVB OSTTIROL (2011b) Natur und Landschaft sowie Wandermöglichkeiten zu nennen. Schwächen der Tourismusregion liegen in den Bereichen Unterhaltung, Gastronomie und „Angebote für Kinder“ (TVB OSTTIROL 2011b). So heißt es vonseiten des TVBs: Gastronomie, Kunst, Kultur und Freizeitangebote sind „bei der Entscheidungsfindung für Osttirol von den Befragten bislang unterdurchschnittlich bewertet worden“ (TVB OSTTIROL 2008). Diese Situation im Osttiroler Tourismus spiegelt sich in den ermittelten Gründen für die Wahl des Urlaubsortes wider, welche nahelegen, dass das ursprüngliche touristische Angebot für die Gäste von größerer Bedeutung ist, als das abgeleitete Angebot (Kap. 5.2.4). Dass der Punkt „Kultur“, aber auch „geführte Touren“ und „Alpine Kompetenz/Kursangebot“ bei der

Urlaubsentscheidungen kaum relevant sind (Kap. 5.2.4), lässt auf ein geringes Angebot in diesen Bereichen rückschließen. Das Gäste-Feedback der OeAV-Umfrage von 2009 trifft die 2011 erhaltenen Kommentare sehr genau. So ist es bereits 2009 Umfrageergebnis für Villgraten gewesen, dass es zu wenige Almhütten mit gastronomischem Angebot gibt (SCHWANN 2009c). Kartitscher Gäste beklagen zudem eine geringe Vielfalt der vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten und Gastronomie (Kap. 5.2.5). In beiden Untersuchungsgebieten befragte Gäste sowie Experten, vorwiegend Gemeindevertreter, stimmen darin überein, dass das Angebot des öffentlichen Nahverkehrs im Hinblick auf die Anzahl an Busverbindungen pro Tag und den Anschluss an andere öffentliche Verkehrsmittel zu verbessern ist. Allgemein gilt, dass Infrastruktur (z.B. Gastronomie und öffentlicher Verkehr) nur in dem Maße aufrecht erhalten werden kann, das man sich vor Ort bzw., mit Blick auf den Verkehr, in der Region leisten kann. Die „Bergsteigerdörfer“ können einen Beitrag leisten, indem sie mittel- bis langfristig die Gästefrequenz erhöhen und somit zur Aufrechterhaltung örtlicher Infrastruktur beitragen und Investitionen zur qualitativen Verbesserungen des Angebots ermöglichen. Auf den in beiden Untersuchungsgebieten bestehenden Bedarf an Qualitätsverbesserungen wird unter dem Punkt „Zukunftsperspektiven“ (Kap. 6.1.5) näher eingegangen.

Befragte Experten und Gäste (Kap. 5.1.1.2, 5.1.2.1, 5.2.5), OeAV (Kap. 2.2), TVB Osttirol (TVB OSTTIROL 2008) sowie andere Autoren, die sich mit dem österreichischen Bergtourismus befassen (z.B. MUHAR et al. 2006) sind sich einig, dass sowohl in Kartitsch als auch dem Villgratental Verbesserungsbedarf im Bereich des öffentlichen Nahverkehrs besteht, was ein typisches Problem der peripheren Gemeinden Österreichs darstellt. Mit Hilfe der Gästebefragung wurde eine geringe Nutzung des öffentlichen Verkehrs zur Anreise in die Untersuchungsgebiete ermittelt: Insgesamt nutzen 7,5% aller Befragten öffentliche Verkehrsmittel, ca. 82% reisen mit dem PKW (vgl. Abb. 19, Kap. 5.2.2). Hier zeigt sich eine starke Übereinstimmung mit vergangenen Untersuchungen nach denen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs zwischen sieben und 14%, der Anteil der Autofahrer zwischen 85 und 89% lag (MUHAR et al. 2006, SCHWANN 2009c, TVB OSTTIROL 2011b). Die bevorzugte PKW-Nutzung begründen MUHAR et al. 2006 durch die höhere Flexibilität der Reisenden. Gegen die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel sprechen oft die „teils schwere Erreichbarkeit österreichischer alpiner Orte“, ein häufig nur als „rudimentär“ bezeichnetes Angebot und lange Wartezeiten, welche die Anreisezeit oft signifikant erhöhen (MUHAR et al. 2006). Dass der Ausbau des öffentlichen Verkehrs nicht nur von den Experten, sondern auch aus Sicht der befragten Gäste gefordert wird, verleitet zu der Annahme, dass das Angebot genutzt würde, sofern man es verbessert. Über einen Ausbau im Bereich des Nahverkehrs, sowie über den Einsatz von Wanderbussen im Sommer, könnte ein

Angebot geschaffen werden, dass Gäste erst „anlockt“, die kein Auto besitzen oder auf den PKW verzichten möchten, womit ein besonders nachhaltiges, ressourcenschonendes Reisen möglich würde. Allerdings weisen MUHAR et al. 2006 darauf hin, dass ein Ausbau des öffentlichen Verkehrs nicht automatisch dessen Nutzung zufolge hat: „aus dem verbalen Bekenntnis zu öffentlichen Verkehrsmitteln kann nicht auf die tatsächliche Bereitschaft zum Umstieg geschlossen werden“. Laut einem Experten wird dieses Mobilitätsproblem „die harte Arbeit“ in dem Projekt darstellen. Es dreht sich dabei immer um eine Geldfrage und nur regionsübergreifend können Lösungen gefunden werden. Da die einzelnen Gemeinden in ihren Ressourcen beschränkt sind, liegen Lösungsansätze in der Bildung von Netzwerken und Kooperationen, wie im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ vorgesehen. In der Erklärung der strategischen Grundsätze des TVB Osttirol heißt es: „Generell sollte das Thema nachhaltige Mobilität behandelt werden, um die Erreichbarkeit Osttirols und seiner Täler zu optimieren und einen Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit zu leisten.“ (TVB OSTTIROL 2008). So spricht Vieles für eine engere Zusammenarbeit mit dem TVB Osttirol im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“, was auch von einem der Experten gefordert wird (Kap. 5.1.2.6). Der geplante Einsatz von Wanderbussen in Kooperation zwischen der Initiative und dem TVB (s. Kap. 6.1.1) scheint somit genau in die richtige Richtung zu gehen, da man sich gemeinsam um nachhaltige Mobilität am Urlaubsort, für Einheimische wie Gäste, bemüht. Derzeit gibt es zur Ergänzung des öffentlichen Verkehrs ein privates Taxiunternehmen in Kartitsch (s.o.) und einen Sommer-Wanderbus im Villgratental (Kap. 5.1.1.1); möglicherweise wird in Zukunft mehr über den privaten Sektor laufen. Konzepte und Ansätze zur Verbesserung der Verkehrssituation bestehen bereits. So wurde im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes ein Mobilitätskonzept für den Karnischen Kamm erstellt (s. Kap. 5.1.2.1); außerdem gibt es ein Interreg-Projekt („Mobiler zwischen drei Regionen“) in dem es um eine Verbesserung der Mobilität im Dolomitenraum und damit auch in den Seitentälern des Pustertals geht (www.rmo.at 2012).

Wie die niedrigen Teilnehmerzahlen (Kap. 5.2.4) bereits vermuten lassen, besteht vor Ort in den betrachteten Gemeinden nur dann ein Angebot an geführten Touren, wenn sich die Gäste selbst einen Führer organisieren. Aus Sicht der Ansässigen wäre es natürlich wünschenswert, wenn örtliche Führer gebucht würden, anstatt dass die Gäste, wie es gang und gebe scheint, mit einem Führer unterwegs sind, der meist von außerhalb (z.B. aus Deutschland) mitgebracht wird (s. Kap. 5.2.4).

- In beiden Untersuchungsgebieten sollte das Angebot geführter Touren im Sommer eingerichtet werden.

Das Angebot geführter Touren wird von den Gästen häufig mit dem Begriff des „Bergsteigerdorfes“ in Verbindung gebracht (Kap. 5.2.3). Natürlich besteht die Möglichkeit, dass sich die Gäste aus Eigeninitiative einen Berg- oder Wanderführer suchen. Attraktiv und, insbesondere im Rahmen des OeAV-Projektes, erstrebenswert wäre allerdings ein regelmäßiges Angebot an Touren mit festen Terminen, denen man sich anschließen kann. Dabei könnten Führungen nicht nur bergsportliche Aspekte beinhalten, sondern beispielsweise über Flora und Fauna, Geologie, örtliche Kultur und Brauchtümer informieren. Möglicherweise kann vonseiten der Tourismusbüros noch mehr getan werden, um geführte Touren anzubieten, indem die Kooperation mit lokalen Führern verstärkt und das Angebot über die „Bergsteigerdörfer“ beworben wird. Der für das Kartitscher Tourismusbüro zuständige TVB-Mitarbeiter sprach an, dass man in Zukunft geführte Touren anbieten wolle (s. Kap. 6.1.1). Eine Anfrage beim Innervillgrater Tourismusbüro ergab, dass es geführte Touren in Villgraten früher vermehrt gegeben habe, sich heute aber niemand mehr findet, der Führungen anbietet (OSWALD FÜRAPTER mündl. 25.07.2011). Zudem ging aus dem Gespräch hervor, dass es möglicherweise den Fusionierungen der Tourismusverbände (Anhang G, S. 180-181) zuzuschreiben ist, dass keine Führungen mehr angeboten werden; so seien die örtlichen Tourismusbüros weniger selbstständig geworden und müssten durchgehend besetzt sein (OSWALD FÜRAPTER mündl. 25.07.2011).

Erfüllung der Erwartungen aus Gästesicht

Die geführten Interviews machen deutlich, dass zwischen der aus den „Bergsteigerdörfer“-Broschüren des OeAV erwachsenden Erwartungshaltung und der vorgefundenen Realität in den Untersuchungsgebieten eine Diskrepanz besteht. Diese Feststellung wirkt teils logisch, wenn man bedenkt, dass in den OeAV-Broschüren nur die positiven Aspekte aufgeführt werden, da man hier ein touristisches Produkt an den Markt bringen möchte. Erst mit Hilfe der Expertengespräche werden verbesserungswürdige Aspekte aufgedeckt, z.B. hinsichtlich der Kooperation (Kap. 6.1.1) oder generellen Qualität des touristischen Angebots vor Ort (Kap. 6.1.5). Diese Punkte verdeutlichen, dass die Gemeinden noch auf dem Weg sind, sich zu „Bergsteigerdörfern“ zu entwickeln (vgl. Kap. 6.1.1). Es ist allerdings immer darauf zu achten, dass beim Gast keine falschen Erwartungen hervorgerufen werden. Stattdessen sollte man bemüht sein, die Erwartungen stets zu übertreffen, wie ein Experte feststellt (s. Zitat Josef Schett, Kap. 5.1.3.1). Daher:

- Mit einem nicht vorhandenen Angebot oder noch nicht in der Form vorhandenen Angebot, wie es in den „Bergsteigerdörfer“-Werbematerialien präsentiert wird, sollte nicht geworben werden.

Die Bewerbung eines nicht vorhandenen Angebotes wirkt irreführend, da möglicherweise falsche Erwartungen bei den Gästen geweckt werden, die ein „Bergsteigerdorf“ gezielt aufsuchen. In diesem Zusammenhang ist der „Herz-Ass“-Rundwanderweg im Villgratental zu nennen, der zwar heute schon begehbar ist, allerdings noch nicht gänzlich in der Form, wie er in den „Bergsteigerdörfer“-Printmedien präsentiert ist (vgl. OEAV 2010c). Um der breiten Öffentlichkeit Zugang zu verschaffen, sind aus Expertensicht noch gewisse Wegreparatur und -absicherungsarbeiten notwendig, zudem fehlt es an Nächtigungsmöglichkeiten, um einen Abstieg ins Tal zu vermeiden (Kap. 5.1.2.3). In der „Bergsteigerdörfer“-Einzelbroschüre zum Villgratental, welche bereits im Jahr 2010 herausgegeben wurde, ist die Route so dargestellt, dass man annehmen mag, die „Herz-Ass Villgraten“ sei heute schon für jedermann (nicht nur für Geübte) und in der hochalpinen Variante durchgängig (ohne Abstieg zur Nächtigung) begehbar (s. S. 26 und 27, OEAV 2010c). Der Bürgermeister Außervillgratens äußerte diesbezüglich: „Vielleicht war die Broschüre schneller, als manche Umsetzungsarbeiten“. Ferner ist auch die Wegelater Säge betroffen, wenn es um Werbung für ein nicht vorhandenes Angebot geht. Im Unterschied zur „Herz-Ass“-Tour ist das wasserkraftbetriebene, antike Schau-Sägewerk allerdings erst seit der Sommersaison 2011 geschlossen, da zu diesem Zeitpunkt der Pachtvertrag des Grundstücks abgelaufen ist (OSWALD FÜRHAPTER mündl. 27.07.2011).

Insgesamt lässt sich feststellen, dass im Villgratental derzeit und sicherlich auch in Zukunft Bemühungen notwendig sind, um das touristische Angebot aufrecht zu erhalten (Beispiel Wegelater Säge) und zu erweitern (Beispiel „Herz-Ass“).

Wiederkehrabsicht

Die mittels Gästebefragung ermittelte, außerordentlich hohe Wiederbesuchsabsicht sowohl der Kartitscher (91%) als auch der Villgrater Gäste (98%, Kap. 5.2.5) lässt auf hohe Zufriedenheit der derzeitigen Gäste mit dem vorhandenen Angebot schließen, lässt jedoch durchaus für die Annahme Raum, dass eine Angebotserweiterung die Anzahl künftiger Gäste erhöhen würde.

6.1.3 Wahrnehmung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

Innensicht

Der vom Alpenverein angestrebte Zustand der Partnergemeinden in Bezug auf interne Einigkeit und Akzeptanz der Projektteilnahme als „Bergsteigerdorf“ (vgl. Kap. 2.3) vonseiten der relevanten Akteure und Einwohner ist bislang in keinem der Untersuchungsgebiete erreicht. Generell gilt für Kartitsch, dass die Einwohner dem Projekt vorsichtig abwartend gegenüberstehen, wobei beteiligte Akteure eher positiv eingestellt sind. Dahingegen lässt sich aufgrund der Expertenaussagen für das

Villgratental vermuten, dass die Einheimischen die Mitgliedschaft als „Bergsteigerdorf“ sehr unterschiedlich bewerten und das Meinungsbild von Akzeptanz bis zu Ablehnung der Initiative reicht (Kap. 5.1.2.4). In beiden Untersuchungsgebieten sind diejenigen Personen, die in dem Projekt für sich persönlich weder Vor- noch Nachteile sehen, eher gleichgültig eingestellt.

Die Expertenaussagen lassen darauf schließen, dass nur die maßgeblich an der Projektkoordination beteiligten Akteure wirklich gut über Ziele und Inhalte der „Bergsteigerdörfer“-Initiative informiert sind (Kap. 5.1.1.2, 5.1.2.4). Vielen Einwohnern ist die Zugehörigkeit als „Bergsteigerdorf“ nicht bekannt. Daraus ist folgende Empfehlung abzuleiten:

- Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sollten weiterhin genutzt werden, um sowohl den allgemeinen Bekanntheitsgrad der Initiative als auch die Akzeptanz der Einwohner gegenüber der „Bergsteigerdörfer“-Initiative zu erhöhen.

Die Stimmung unter den Einwohnern könnte sich in Zukunft weiter in Richtung der Zielvorstellung des Alpenvereins einer internen Befürwortung der Projektteilnahme verschieben, was nach Ansicht der Experten jedoch der Leistung weiterer Überzeugungsarbeit zur Ausräumung negativer Einstellungen innerhalb der Dörfer bedarf. Den Einheimischen sollte bewusst gemacht werden, dass der Ort verschiedentlich von dem Projekt profitieren kann, z.B. durch Erhalt von Fördergeldern aus den Projektmitteln und Werbung für die Gemeinde als Urlaubsort, und es zumindest nicht schadet, teilzunehmen. Dass nicht am Tourismus interessierte Personen durch das Projekt angesprochen werden, ist auch in Zukunft nicht zu erwarten.

Den Aussagen der befragten Villgratental-Experten ist zu entnehmen, dass manche Einwohner den Alpenverein möglicherweise als „Verhinderer“ sehen (Kap. 5.1.2.4). Dass dieses Vorurteil besteht, verdeutlicht auch der zu Kartitsch befragte OeAV-Vertreter, indem er extra darauf hinweist, den Alpenverein nicht als Verhinderer darstellen zu wollen, wenn er auf den strategischen Gedanken bei der Wahl der „Bergsteigerdörfer“ im Tiroler Gailtal eingeht (s. Kap. 5.1.2.1). Eine Herausforderung an die „Bergsteigerdörfer“ besteht darin, genau dieses Vorurteil abzubauen. Ein Wandel der Vorstellung in der Bevölkerung von Alpenverein und Alpenkonvention von Verhinderern zu Förderern ist nicht zuletzt ein Ziel des Projektes (vgl. Kap. 1.2.4).

Außensicht

Die Einschätzungen der Experten zur Außensicht auf das Projekt lassen vermuten, dass die „Bergsteigerdörfer“ des OeAV unter den Gästen kaum bekannt sind (Kap. 5.1.2.5). Den Interviews ist zu entnehmen, dass ausschließlich von Besuchern des Villgratentals die seltene Rückmeldung kommt, dass „Bergsteigerdorf“ sei gezielt aufgesucht worden. Im Gegensatz dazu liefert die Gästebefragung für beide Untersuchungsgebiete sehr viel

positivere Ergebnisse: Die Initiative „Bergsteigerdörfer“ ist etwas mehr als einem Viertel der Befragten bekannt, wenn auch oft nur oberflächlich (vgl. Abb. 26, Kap. 5.2.3). Bedenkt man, dass der Zeitpunkt der Gästebefragung kurz vor Abschluss der ersten Projektphase und damit noch recht früh liegt (vgl. Kap. 6.1.1), erscheint der Bekanntheitsgrad der „Bergsteigerdörfer“ unter den Gästen bereits überraschend hoch. Die allgemeine Bekanntheit des Projektes ist trotzdem weiterhin verbesserungsfähig. Wie Kap. 5.2.3 (Abb. 29) zu entnehmen, kennen Stammgäste das Projekt eher, als Besucher, die ihren Urlaub nicht schon seit mehreren Jahren im jeweiligen Untersuchungsgebiet verbringen. Daher ist nicht auszuschließen, dass die überraschend hohe Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative darauf zurückzuführen ist, dass sehr viele Stammgäste (vgl. Kap. 6.1.4) angetroffen wurden.

Zum Vergleich mit den selbst erhobenen Daten wird an dieser Stelle eine Gästebefragung des OeAV in Mitgliedsgemeinden der „Bergsteigerdörfer“-Initiative aus dem Jahr 2009 (SCHWANN 2009c) herangezogen. Da die Fragestellung im Rahmen dieser Masterarbeit von derjenigen des OeAV leicht abweicht, ist das Diagramm in Abb. 38 mit Vorsicht zu interpretieren. In der eigenen Umfrage wurde eine Differenzierung der Frage nach der Bekanntheit der Initiative vorgenommen, indem einerseits nach der generellen Kenntnis gefragt wurde (s. orange Balken, Abb. 38) und andererseits danach, ob die Kenntnis des Projektes die Wahl des Urlaubsortes beeinflusst hat (s. grüne Balken, Abb. 38).

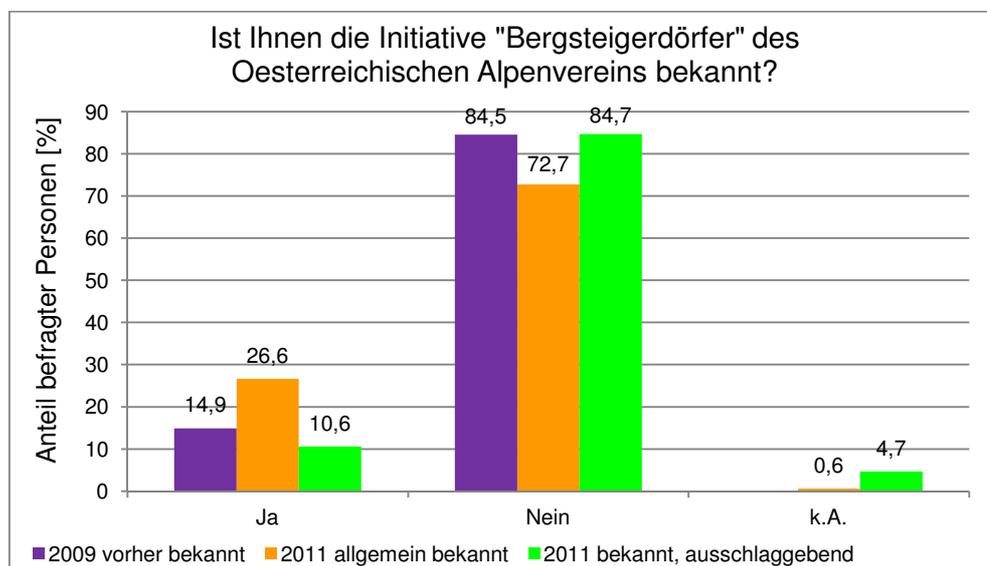


Abb. 38: Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative unter den 2011 (in Kartitsch und dem Villgratental) befragten Gästen im Vergleich zu den Ergebnissen einer Gästebefragung des OeAV von 2009 (in Ginzling, Steinbach am Attersee, Vent und dem Villgratental) (Quelle: SCHWANN 2009c und eigene Erhebung)

Anhand des Diagrammes in Abb. 38 lässt sich vermuten, dass der Bekanntheitsgrad des „Bergsteigerdörfer“-Projektes in dem Zeitraum von Sommer 2009 bis Sommer 2011

gestiegen ist, da ein erheblicher Anstieg der „Ja“-Antworten von „2009 vorher bekannt“ gegenüber den „Ja“-Antworten „2011 allgemein bekannt“ zu verzeichnen ist (violette vs. orange Balken, Abb. 38). Diese optimistische Sichtweise wird durch die zusätzlich gestellte Frage nach dem Gästeanteil, für dessen Reiseentscheidung die „Bergsteigerdörfer“ ausschlaggebend waren, jedoch relativiert (violette vs. grüne Balken, Abb. 38). Eine Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Initiative ist nicht statistisch nachweisbar, es kann lediglich festgehalten werden, dass sich der Bekanntheitsgrad der „Bergsteigerdörfer“-Initiative möglicherweise gegenüber 2009 erhöht hat. Über den Vergleich mit einer erneuten Umfrage des OeAV aus dem Jahr 2010 hätte eine Aussage hinsichtlich der möglichen Steigerung der Bekanntheit gestützt werden können; aufgrund geringen Rücklaufs stehen allerdings keine Daten aus 2010 zur Verfügung (SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011). In jedem Fall liefert das Ergebnis der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Befragung eine Datenbasis zum Vergleich mit künftigen Untersuchungen.

Nicht nur die leicht abweichende Fragestellung in 2009 und 2011 (s.o.) erschwert den Vergleich der Befragungsergebnisse miteinander; auch die unterschiedlichen Rahmenbedingungen der beiden Untersuchungen müssen hier diskutiert werden. Die Vergleichbarkeit der Daten ist grundsätzlich dadurch eingeschränkt, dass sich die Ergebnisse der Befragungen von 2009 (SCHWANN 2009c) und 2011 (eigene Erhebung) auf unterschiedliche Grundgesamtheiten beziehen. An der damaligen Umfrage nahmen Ginzling, Steinbach am Attersee, Vent und das Villgratental teil, während die eigene Untersuchung nur in Villgraten und Kartitsch stattfand. Zudem wurden mittels der OeAV-Umfrage nur in dem jeweiligen Erhebungsort nächtigende Gäste erfasst, da die Fragebögen bei den Beherbergungsbetrieben auslagen, jedoch keine persönliche Befragung erfolgte, d.h. Tagesgäste wurden nicht berücksichtigt. Andererseits ist davon auszugehen, dass es aufgrund der Gästebefragung als gewählter Methode grundsätzlich schwierig sein dürfte, eine Datengrundlage zu erhalten, die wesentlich besser zum Vergleich geeignet wäre.

Die Ergebnisse aus der Gästebefragung lassen ganz klar ein wirkungsvolles Marketing der „Bergsteigerdörfer“-Initiative in Österreich und Deutschland erkennen (vgl. Abb. 27 und 28, Kap. 5.2.3), welches speziell auf Mitglieder des OeAV ausgerichtet ist (vgl. Abb. 28, Kap. 5.2.3) (s.u.).

Zusammenhang Vereinsmitgliedschaft

Dass die befragten OeAV-Mitglieder deutlich häufiger angeben, die „Bergsteigerdörfer“-Initiative zu kennen, als Mitglieder keines oder eines anderen Alpenvereins (Abb. 28) führt zu der Annahme (vgl. Forschungsfragen in Kap. 2.3), dass die Werbung über die OeAV-Schiene effektiv ist. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Befragter von dem

„Bergsteigerdörfer“-Projekt, wenn auch nur oberflächlich, gehört hat, ist höher, sofern er Mitglied im OeAV ist. Der Oesterreichische Alpenverein selbst misst der Bekanntmachung der Initiative über die OeAV-Schiene großen Wert bei; so wird die kostenlose Einschaltung in dem OeAV-Mitgliedermagazin „Bergauf“ als wichtigstes Mittel der Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet (OeAV 2011b). Der niedrigere Bekanntheitsgrad des „Bergsteigerdörfer“-Projektes unter den befragten Mitgliedern von AVS, CAI, NFÖ und sonstiger Alpenvereine gegenüber Befragten, die nicht Mitglied eines alpinen Vereins sind (Abb. 28), könnte zu der Annahme verleiten, dass Mitglieder der genannten Alpenvereine schlechter hinsichtlich des Projektes informiert sind, als Nicht-Mitglieder. Dieses Befragungsergebnis ist sicherlich durch die erheblich geringere Stichprobenzahl der entsprechenden Vereinsmitglieder einerseits und den hohen Stammgastanteil unter den befragten Nicht-Mitgliedern andererseits zu begründen, da eine derartige Annahme offensichtlich nicht nachvollziehbar wäre.

Zusammenhang Herkunft

Bislang standen mit den Printmedien und der Webseite, deren englische Übersetzung erst kürzlich begonnen wurde (vgl. Kap. 2.2.2), nur deutschsprachige Werbematerialien für die „Bergsteigerdörfer“ zur Verfügung. Im Vorfeld der Untersuchung wurde von einer höheren Bekanntheit der „Bergsteigerdörfer“ bei deutschsprachigen Gästen ausgegangen (vgl. Forschungsfragen, Kap. 2.3), da diese über Werbung für die „Bergsteigerdörfer“ erreichbar sind. Für diese Annahme spricht die geringe Bekanntheit unter den italienischen Gästen trotz deren hohen Anteils an den Befragten insgesamt (Abb. 27, Kap. 5.2.3). Im Vergleich zu den Italienern sind aber nicht nur die schweizerischen Gäste, sondern auch die angetroffenen Niederländer, Belgier und Franzosen verhältnismäßig besser über die „Bergsteigerdörfer“ informiert, was prinzipiell gegen die Hypothese der Relevanz der Deutschsprachigkeit spricht (vgl. Abb. 27). Andererseits ist zu erwähnen - was die Relevanz der Deutschsprachigkeit wiederum stützen würde - dass die meisten Niederländer und Belgier selbst deutsch sprechen, wie der persönliche Kontakt und die überwiegende Anzahl deutschsprachig ausgefüllter Fragebögen unter Befragten dieser Herkunftsländer zeigen. Ohne letztendlich definitiv aussagen zu können, ob sprachliche Barrieren hier eine entscheidende Rolle spielen, lässt sich festhalten, dass die Initiative im Speziellen unter Österreichern und Deutschen bekannt ist.

Vergleich der Bekanntheit unter Stammgästen und Nicht-Stammgästen

Da die befragten Stammgäste ihren Urlaub bereits seit mindestens drei Jahren in dem jeweiligen Untersuchungsgebiet verbringen, ist davon auszugehen, dass sie die Orte gut kennen und daher als „Indikatoren“ für die Effektivität des Marketings im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ herangezogen werden können. Dass der Anteil der Befragten, denen

die Initiative nicht bekannt ist, auf Seite der Stammgäste erheblich - nämlich mehr als zweieinhalbfach - kleiner ist als unter den Nicht-Stammgästen (Abb. 29, Kap. 5.2.3) zeigt, dass die Stammgäste generell besser informiert sind. Dieses Ergebnis ist erfreulich, da es von einer wahrnehmbaren Präsenz der Initiative vor Ort zeugt.

Assoziation mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“

Im Vorfeld der Gästebefragung wurde vermutet, dass der Begriff „Bergsteigerdörfer“ in den Ohren des (potentiellen) Gastes womöglich zu alpinsportlich klingt und den Eindruck hervorrufen könnte, dass hier vornehmlich ein „extremes“ Publikum angesprochen wird (vgl. Forschungsfragen, Kap. 2.3). Grund zu der Annahme gab zum einen die Feststellung von Christina Schwann, oft werde geglaubt, man könne in den Mitgliedsgemeinden der Initiative nur klettern (SCHWANN mündl. 27.05.2011). Zum anderen deutete ein Kommentar eines befragten Experten in diese Richtung. Der Slogan „Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen“ (s. Kap. 2.2.1) wirkt in diesem Kontext bereits abmildernd, worin womöglich auch dessen Intention liegt. Das vermutete Imageproblem stellt sich allerdings als falsch heraus, wie im Folgenden erläutert wird.

Die Assoziationen der Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ (Kap. 5.2.3), ebenso wie die von ihnen genannten Urlaubsmotive und am Urlaubsort ausgeübten Aktivitäten (Kap. 5.2.4) verdeutlichen, dass die Vorstellungen der Gäste dem entsprechen, was die Initiative „Bergsteigerdörfer“ umfasst. Ein aus Sicht des Projektträgers sehr positiver Rückschluss bezüglich der Vorstellung von dem Begriff des „Bergsteigerdorfes“ besteht darin, dass die befragten Gäste zum Großteil unabhängig von einer Kenntnis des „Bergsteigerdörfer“-Projektes ziemlich gut die seitens OeAV gestellten Anforderungen an ein „Bergsteigerdorf“ (vgl. Leitbild eines „Bergsteigerdorfes“, Kap. 2.2.3) wiedergeben. Die Zusammenfassung der am häufigsten genannten Assoziationen der Gäste mit dem Begriff resultiert in einer Auflistung von Eigenschaften und Voraussetzungen (s. Kap. 5.2.3), die tatsächlich stark an den Kriterienkatalog des OeAV erinnert (s. Anhang A). Der Name „Bergsteigerdörfer“ scheint genau die Erwartungen beim Gast zu erwecken, die im Rahmen der Initiative erfüllt werden sollen.

6.1.4 Zielgruppe der Untersuchungsgebiete

Dieses Teilkapitel beschäftigt sich mit der Untersuchung der derzeitigen Nachfrage in Kartitsch und Villgraten in der Sommersaison. Die mittels Gästebefragung erhobenen Daten werden herangezogen, um die Zielgruppe der Untersuchungsgebiete zu charakterisieren. Diejenigen Gästedaten, die bereits in die Diskussion zum Thema des Ist-Zustandes (Kap. 6.1.2) oder der Wahrnehmung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative (Kap. 6.1.3) eingeflossen sind, werden nicht wiederholt, beim anschließenden Vergleich

mit der Zielgruppe des TVB Osttirol allerdings mit berücksichtigt.

Im Hinblick auf Alter, Herkunft, Besuchserfahrung, Reisebegleitung, Verkehrsmittelnutzung zur Anreise und Urlaubsmotive der Gäste sind anhand der durchgeführten Gästebefragung keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Untersuchungsgebieten festzustellen (vgl. Kap. 5.2.1 und 5.2.2).

Alter

Sowohl die Aussagen der befragten Tourismus-Anbieter, welche auf die Dominanz von über 50-jährigen Gästen in beiden Untersuchungsgebieten hinweisen (vgl. Anhang G, S. 184-185), als auch hinzugezogene Gästeinformationen für Osttirol untermauern die Ergebnisse der Gästebefragung. Mit einem ermittelten Anteil von 60% der Gäste im Bereich „50 plus“ sind die Befragten der eigenen Erhebung ähnlichen Alters, wie im gesamten Bezirk Osttirol, wo 63% der Gäste über 50 Jahre alt sind (TVB OSTTIROL 2011b). Das Durchschnittsalter des Osttirol-Gastes beträgt laut TVB OSTTIROL (2011b) 53 Jahre. Damit sprechen Kartitsch und das Villgratental eher ein älteres Publikum an, was insbesondere klar wird, wenn man bedenkt, dass das Durchschnittsalter der Österreich-Urlauber bei 45 Jahren liegt (SCHOBERT 2009).

Herkunft

In Bezug auf die Anteile deutscher und österreichischer Gäste stimmen die Expertenaussagen (Anhang G, S. 184-185) gut mit den Ergebnissen der Gästebefragung (Kap. 5.2.1) überein. Im Vergleich zum gesamten Bundesland Tirol sowie Osttirol entsprechen die ermittelten Haupt-Herkunftsländer der Gäste den wichtigsten Quellmärkten für den Tourismus. Dies sind Deutschland, Österreich, die Niederlande und Belgien (TIROL WERBUNG 2010, TVB OSTTIROL 2011b). Allerdings zeigen die Ergebnisse der eigenen Befragung ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen deutschen und österreichischen Gästen auf, indem der Anteil österreichischer Gäste nur um wenige Prozentwerte hinter dem der Deutschen liegt und damit deutlich über dem durchschnittlichen Anteil österreichischer Gäste in Tirol und Osttirol (vgl. TIROL WERBUNG 2010, TVB OSTTIROL 2011b). Der Anteil italienischer Gäste ist mit knapp 19% in Kartitsch und Villgraten höher als im gesamten Bezirk Osttirol, wo er 11% beträgt (TVB OSTTIROL 2011b). Grund für einen höheren Anteil an italienischen Gästen ist selbstverständlich, dass beide Untersuchungsgebiete an Italien grenzen. Zudem ist zu beachten, dass der Untersuchungszeitraum die Zeit des „Ferragosto“ (Haupturlaubszeit Italiens) beinhaltet, zu welcher der Anteil italienischer Gäste laut Expertenaussagen aus Kartitsch und Villgraten besonders hoch ist (vgl. Anhang G, S. 184-185).

Mitgliedschaft in alpinen Vereinen

Bereits 2009 stellte der OeAV aufgrund einer Gästebefragung fest, dass der Anteil der Alpenvereinsmitglieder von damals ca. 29% unter den in einigen „Bergsteigerdörfern“

befragten Gästen steigerungsfähig ist und durch vermehrte Projekt-Werbung in den Alpenvereinszeitschriften eine Erhöhung des Anteils der Vereinsmitglieder unter den Gästen gelingen sollte (SCHWANN 2009c). Anhand der eigenen Befragungsergebnisse lässt sich, bei einem Gästeanteil von insgesamt ca. 31% Mitgliedern alpiner Vereine im Jahr 2011, noch keine wesentliche Steigerung ablesen. Mit Blick auf den Anteil der OeAV-Mitglieder unter den angetroffenen Vereinsmitgliedern lässt sich allerdings ein relativer Erfolg erkennen. So ist festzustellen, dass der 2011 erfasste Anteil der OeAV-Mitglieder in den einzelnen Untersuchungsgebieten sowie insgesamt höher ist, als derjenige der DAV-Mitglieder, was im Jahr 2009 umgekehrt war (SCHWANN 2009c). Dies lässt möglicherweise auf die Werbewirksamkeit über die Vereinsmedien des OeAV schließen. Diese Annahme wird durch die Analyse des Zusammenhangs zwischen Kenntnis der „Bergsteigerdörfer“ und Vereinszugehörigkeit der Befragten bekräftigt (s. Kap. 6.1.3).

Besuchserfahrung

Die Experten gehen von einem extrem hohen Stammkundenpotential für Villgraten und Kartitsch aus (vgl. Anhang G, S. 184-185), was sich anhand der Gästebefragung belegen lässt. Der in Kartitsch und dem Villgratental insgesamt ermittelte Stammgastanteil beläuft sich auf ca. 55%, was deutlich über dem Osttiroler Durchschnittswert von 38% liegt (TVB OSTTIROL 2011b). Die Tatsache, dass neun von zehn Wander- und Bergsteigerurlaubern in Österreich Stammgäste oder regelmäßige Besucher sind (SCHOBERT 2009), spricht für den erfassten, hohen Anteil an Stammgästen, da hauptsächlich Wanderer und Bergsteiger angetroffen wurden (vgl. Kap. 5.2.4). Auch MUHAR et al. stellen fest, dass die Zahl der „Gelegenheits-Bergwanderer“ unter den Bergwanderern und Bergsteigern in Österreich gering ist (MUHAR et al. 2006).

Aufgrund des relativ hohen Alters der Gäste (s.o.) sowie des außerordentlich großen Stammgastanteils zeichnet sich hier möglicherweise ein künftiges Nachwuchsproblem ab. Die Tatsache, dass die angetroffenen Stammgäste schon seit sehr langer Zeit, durchschnittlich seit 18 (Kartitsch) bzw. 16 (Villgraten) Jahren, Stammgäste am jeweiligen Ort sind, lässt sozusagen eine Überalterung nicht nur der Einwohner (vgl. Kap. 5.1.2.1), sondern auch der Gäste befürchten. Das Projekt „Bergsteigerdörfer“ könnte hier Abhilfe schaffen und für „Nachwuchs“ sorgen, indem entweder insbesondere jüngere Gäste angeworben werden oder sich das Marketing auf die bestehende Zielgruppe ausrichtet, um die Gästezahl der Personen mittleren Alters (s.o.) zu erhöhen. Einerseits könnte der Jugendarbeit des Alpenvereins im Kontext mit dem Projekt eine besondere Bedeutung zukommen. Als der Alpenverein vor dem offiziellen Projektstart

der „Bergsteigerdörfer“ über seine Marketingidee berichtet, wird auch der Punkt „Einrichtungen für Kinder und Jugendliche“ genannt, welcher Betreuungsmöglichkeiten, spezielle Tourenangebote, Jugend-Alpinangebot sowie die Information von Schulen und Hochschulen bezüglich möglicher Exkursionen beinhaltet (KALS 2006). Dies weist auf das Ziel des OeAV hin, die Jugend in die „Bergsteigerdörfer“ zu holen. Für derartige Bemühungen zur Sicherung des „Gäste-Nachwuchses“ spricht auch die Erkenntnis: „Aktivitäten, die in der Kindheit und Jugend regelmäßig ausgeübt werden (mit den Eltern, in Vereinen), werden von diesen Personen auch als Erwachsene mit höherer Wahrscheinlichkeit regelmäßig betrieben (THOMPSON et al. 2005, zitiert nach MUHAR et al. 2006).“ Wie bereits in Kap. 6.1.2 erwähnt, fehlt es in Osttirol zurzeit an speziell auf Kinder zugeschnittenen Angeboten.

Andererseits stellt sich hier die grundsätzliche Frage, ob das Angebot der „Bergsteigerdörfer“ nicht zielstrebig auf eine Gästegruppe mittleren Alters, die Etablierten Postmateriellen (s.u.) ausgerichtet ist. Man könnte annehmen, dass jüngere Gäste sich eher in den Bergen aufhalten, als im Tal. Um den „Nachschub“ an Gästen zu sichern, können auch neue Gäste gewonnen werden, die aber nicht zwangsläufig jung sein müssen. So heißt es in den von MUHAR et al. empfohlenen Marketingmaßnahmen: „Wandern und Bergsteigen muss nicht nur für körperlich trainierte junge Menschen attraktiv sein, sondern kann auch auf sanfte Weise zu einem körperlichen und geistigen Ausgleich beitragen, indem Wandern zur Wellness-Aktivität gemacht wird, die den Besuchern die Schönheit alpiner Vegetation und Landschaften vor Augen führt, und einen Betrag zum körperlichen Wohlbefinden leistet“ (MUHAR et al. 2006).

Inwieweit die Jugendförderung im Falle der „Bergsteigerdörfer“ vonseiten des OeAV angedacht ist, bleibt allerdings unklar, möglicherweise besteht die Idee nicht für alle Mitgliedsgemeinden gleichermaßen. Es steht zu bedenken, dass eine sehr umfangreiche Jugendförderung im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“ könnte sich sogar kontraproduktiv auswirken könnte. Bezüglich des Faktors „Ruhe“ besteht hier möglicherweise Konfliktpotential. So könnte man vermuten, dass sich die derzeitigen, Ruhe suchenden, Gäste durch „laute“ Jugendgruppen gestört fühlen. Daher sollte im Marketing ein Schwerpunkt anstelle von Jugendgruppen auf Familien mit Kindern gelegt werden. Bisher fällt die Jugendförderung in den untersuchten Gemeinden offensichtlich (s. Abb. 16, Kap. 5.2.1) so gering aus, dass die eigentliche Zielgruppe nicht durch „Vertreibung“ gefährdet ist.

Reisebegleitung

Eine Expertenaussage spricht für das Ergebnis der Gästebefragung, indem ein hoher Anteil an Individualgästen, selbstorganisierten Reisegruppen und insbesondere Pärchen als üblich bezeichnet wird (Anhang G, S. 184-185). Der Abgleich mit Daten für Osttirol

stimmt ebenfalls gut mit dem erhobenen Anteil von über 40% als Paar Reisender in den Untersuchungsgebieten überein, wohingegen der ermittelte Anteil an Familien mit mehr als einem Viertel der Befragten deutlich über dem Osttiroler Schnitt von 15% liegt (TVB OSTTIROL 2011b). Der hohe Anteil der Familienurlauber erscheint zwar im Hinblick auf das befürchtete Nachwuchsdefizit (s.o.) erfreulich, ist jedoch kritisch zu betrachten. Es ist zu bedenken, dass der gesamte Erhebungszeitraum in die Zeit der österreichischen Schulferien fällt. Aufgrund des beschränkten Untersuchungszeitraumes (s. Kap. 4.2) kann es zu einer Verzerrung in den erhobenen Daten kommen, wahrscheinlich ergäbe sich über den ganzen Sommer betrachtet ein niedrigerer Familienanteil.

Aufenthaltsdauer

Beim Vergleich der seitens der Gäste beider Untersuchungsgebiete angegebenen Nächtigungszahl mit Daten für ganz Tirol (www.presse.tirol.at 2011) stellt sich heraus, dass sich die Urlaubsgäste mit durchschnittlich neun Nächtigungen recht lange in dem jeweiligen „Bergsteigerdorf“ aufhalten. Anhand der OeAV-Umfrage von 2009 (SCHWANN 2009c), der zufolge die Gäste bereits mit einer Woche „relativ lange“ am Urlaubsort bleiben, lässt sich die in Kartitsch und Villgraten ermittelte Aufenthaltsdauer als hoch einschätzen. Der heutige Trend zu häufigen Kurzreisen (Kap. 1.1.4) ist einem nachhaltigen Tourismus aufgrund des hohen Ressourcenverbrauches für An- und Abreise eher gegenläufig, lässt sich anhand der Untersuchungsergebnisse, zumindest in Bezug auf die übernachtenden Urlaubsgäste, jedoch nicht ablesen.

Urlaubsmotive

Der Gästebefragung zufolge bildet das Kriterium „landschaftliche Schönheit und/oder Natur“ den Hauptgrund für die Wahl des jeweiligen „Bergsteigerdorfes“ als Urlaubsort; darauf folgen als Beweggründe das Vorfinden von „Ruhe und Erholung“, Tourenmöglichkeiten sowie Gastfreundschaft. Hinsichtlich der Gründe für die Destinationsentscheidung stimmen die eigenen Ergebnisse mit der OeAV-Gästebefragung von 2009 gut überein (SCHWANN 2009c). Zusätzlich bestätigen Gästedaten des TVB Osttirol (TVB OSTTIROL 2008) sowie die Ergebnisse einer Stammgastbefragung in Innervillgraten (STEIDL & RAINER 2005) die hohe Bedeutung von Natur- und Kulturlandschaft und Wanderwegenetz bei der Wahl des Urlaubsortes. Dem Feedback der Gäste ist zu entnehmen, dass Besucher beider Untersuchungsgebiete auf den dort praktizierten, „sanften“ Tourismus und die Ruhe Wert legen (Kap. 5.2.5). Auch die Assoziationen mit dem „Bergsteigerdorf“ (Kap. 5.2.3) deuten auf die Relevanz dieser Aspekte hin.

Aktivitäten

Mit mehr als doppelt so häufiger Nennung als Bergsteigen stellt sich das Wandern eindeutig als die beliebteste Aktivität der befragten Kartitscher und Villgrater Gäste

heraus (Kap. 5.2.4). Eine gewisse Unschärfe ist durch die subjektive Unterscheidung zwischen Wandern und Bergsteigen gegeben, zudem gaben einige Gäste das „spazieren gehen“ als sonstige Aktivität an. Fest steht damit, dass vorwiegend Wandern im weiteren Sinne, d.h. in allen Schwierigkeitsgraden, praktiziert wird. Hierfür ist das Vorhandensein eines entsprechenden Wegenetzes klare Voraussetzung, welche im Falle beider Untersuchungsgebiete gegeben ist (Kap. 5.1.1.1). Zu dem Schluss, dass „die große Mehrzahl“ der Gäste in Partnergemeinden der „Bergsteigerdörfer“-Initiative wandern geht, kommt auch der OeAV in seiner Umfrage (SCHWANN 2009c). Abgesehen von den zahlenmäßig sonst ähnlichen Verhältnissen der angegebenen Aktivitäten zueinander, lässt die eigene Befragung im Vergleich zu derjenigen des OeAV (SCHWANN 2009c) allerdings noch viel stärker die Bedeutung des Wanderns gegenüber allen anderen Aktivitäten hervortreten.

Laut Aussagen zu Kartitsch Befragter liegen Wandern und Bergsteigen im Trend (Kap. 5.1.3.1). Vonseiten befragter Villgrater ist ebenso zu vernehmen, dass die Zielgruppe des Tals vor allem aus Wanderern und Bergsteigern besteht (Anhang G, S. 184-185). Der TVB Osttirol bestätigt die heutzutage hohe Bedeutung des Aktivurlaubes in der Natur. Die Besucher Osttirols gehen vor allem wandern, außerdem sind Bergsteigen und Radfahren beliebt: „Wichtig ist den Gästen, Zeit im Freien, in der Natur, zu verbringen und sich entweder sportlich zu betätigen oder zu entspannen.“ (TVB OSTTIROL 2011b). Insgesamt spiegelt sich hier ein in Kap. 1.1.4 angesprochener Trend wider: Bei erhöhter Sensibilisierung der Gesellschaft gegenüber Natur und Umwelt wächst die Bedeutung der Natur als Urlaubsmotiv.

Informationsnutzung

Das Internet wurde zur Informationsbeschaffung am stärksten genutzt. Die anhand der Gästebefragung ermittelte Nutzung der „Bergsteigerdörfer“-Webseite liegt bei einem niedrigen Anteil von 2-3% der Gäste. Nur knapp 2% der Befragten haben eine Broschüre der „Bergsteigerdörfer“-Initiative zur Reisevorbereitung genutzt. Offensichtlich liegt hier noch viel Potential.

Das Ergebnis der Gästebefragung verleitet zu der Annahme, dass die in Kartitsch und dem Villgratental angetroffene Zielgruppe im Wesentlichen zu der Initiative „Bergsteigerdörfer“ passt. Mit Blick auf deren Interessen, welche sich aus den genannten Aufenthaltsgründen und Aktivitäten ableiten lassen, und die geäußerten Vorstellungen vom „Bergsteigerdorf“ stimmt die erfasste Zielgruppe gut mit dem OeAV-Konzept überein (vgl. Kap. 2.2.1: „Eine Gruppe, die Ruhe und Erholung sucht, sich aber auch in der freien Natur bewegen will, die einen Aktiv-Urlaub fernab der großen Tourismuszentren anstrebt.“).

Die hier charakterisierte Zielgruppe lässt zudem starke Ähnlichkeit zu der Zielgruppe des TVB Osttirol erkennen. Auch die Experten nehmen an, dass die derzeitige Zielgruppe des Ortes (in diesem Fall ging es um das Villgratental) gut mit derjenigen der „Bergsteigerdörfer“ übereinstimmt die Gästezahlen lediglich erhöhen werden müssten. (vgl. Zitat Josef Schett, Kap. 5.1.2.1). Da die Angehörigen der Zielgruppe des TVB Osttirol, die Etablierten Postmateriellen (vgl. Kap. 1.1.6), im Allgemeinen „ökologisch und sozial engagiert und konsumkritisch orientiert“ sind, Massentourismus ablehnen und auf Qualität Wert legen (TVB OSTTIROL 2008), scheint die Zielgruppe sich mit derjenigen zu decken, die durch die Initiative „Bergsteigerdörfer“ angesprochen wird. Wie sich beim Vergleich der Projektziele mit den strategischen Grundsätzen des TVB (TVB OSTTIROL 2008) herausstellt, scheinen die Ziele des TVB Osttirol scheinen mit denen der Initiative „Bergsteigerdörfer“ optimal vereinbar. Das Marketing ist tatsächlich so ähnlich, dass sich aus der „Bergsteigerdörfer“-Werbung bekannte Schlagwörter wörtlich im Osttiroler Marketing wiederfinden (z.B. „Entschleunigung“). Der Wille zur Steigerung der Wertschöpfung vor Ort aus dem nachhaltigen Tourismus unter Durchführung von Qualitätsverbesserungen und Einbeziehung von Natur- und Traditionserlebnis ist beiderseits vorhanden. Dieses positive Fazit zeigt, dass eine engere Zusammenarbeit zwischen den „Bergsteigerdörfern“ und dem TVB Osttirol in Zukunft erstrebenswert scheint, um langfristig zu einer Stärkung des nachhaltigen Tourismus in der Region zu führen. Eine Verstärkung der Kooperation zwischen Alpenverein und TVB Osttirol, wird von einem TVB-Mitarbeiter gefordert (s. Aussage Oswald Fürhapter, Kap. 5.1.2.6).

6.1.5 Zukunftsperspektiven

Trends der Tourismusentwicklung in den beiden Untersuchungsgebieten

Die aus den Expertengesprächen abzuleitenden Trends, welche sich in der Tourismusentwicklung in Kartitsch wie auch in Villgraten abzeichnen, stimmen mit den aktuellen Tourismustrends überein, die der Literatur zu entnehmen sind (vgl. Kap. 1.1.1, Kap. 1.1.4, Kap. 1.1.6).

Im Falle beider Untersuchungsgebiete besteht aus Sicht der Experten Verbesserungsbedarf qualitativer Art. Das Angebot einiger Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe muss an den heutigen Standard angepasst werden (Kap. 5.1.3.1). Auch der Alpenverein stellt fest, dass sich die Mitgliedsgemeinden im Hinblick auf die Qualität des vor Ort verfügbaren Angebots derzeit noch stark unterscheiden (OEAV 2011b). Laut dem zuständigen TVB sind in der gesamten Tourismusregion Osttirol Qualitätsverbesserungen des Angebots erforderlich (s. Kap. 1.1.6). Da die Ansprüche der Reisenden generell gestiegen sind (s. Kap. 1.1.4) und sich bei der heutigen Marktsituation das Angebot nach der Nachfrage richtet

(vgl. Kap. 1.1.1), leuchtet der Verbesserungsbedarf ein. Laut HENSCHEL (2003) liegen die Marktchancen des europäischen Tourismus insgesamt im Bereich qualitativer Verbesserungen (s. Kap. 1.1.4). All dies spricht für die Teilnahme der untersuchten Gemeinden an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative, welche zur Umsetzung der Alpenkonvention die Schaffung von Qualitätsverbesserungen im Rahmen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung anstrebt (vgl. Kap. 1.2.2, 2.3). Um das örtliche Angebot in den Partnergemeinden zu verbessern, möchte der Alpenverein mit Hilfe von Qualitätsentwicklungskonzepten (s. Kap. 2.2.4) den Gemeinden künftig „Unterstützung in Form von Umsetzungsvorschlägen und Know How Transfer“ leisten (OEAV 2011b).

Auch der von den Experten beobachtete Rückgang der Privatvermieter, welche nicht in Qualitätsverbesserungen investieren wollen (Kap. 5.1.3.1) und infolge durch professionelle Anbieter vom Markt verdrängt werden, stellt ein tirol- sowie im Speziellen osttirolweites Phänomen dar (Kap. 1.1.6).

Wie bereits aus Kap. 6.1.4 ersichtlich, deuten von den Gästen genannte Urlaubsmotive und ausgeübte Aktivitäten auf die heutzutage hohe Bedeutung des Bergwandertourismus hin, weshalb hier Chancen in der Tourismusentwicklung der untersuchten „Bergsteigerdörfer“ zu sehen sind. Der Aussage befragter Touristiker (Kap. 5.1.3.1) sowie Literaturquellen (vgl. z.B. LUFT 2005a, KIRSTGES 1992) ist zu entnehmen, dass touristische Angebote, die in einer zielgruppenspezifischen Nische positioniert sind, aktuell Chancen haben, sich am Markt durchzusetzen. Dies lässt auf gute Voraussetzungen für die Etablierung der Marke „Bergsteigerdörfer“ als „touristisches Nischenprodukt“ (s. Kap. 2.2) schließen.

Erhöhung der Kontrolle „von oben“

Das „Bergsteigerdörfer“-Projekt hat nicht nur die Steigerung der Angebotsqualität (s.o.), sondern auch die Qualitätssicherung zum Ziel (vgl. Kap. 2.2.4). Mit Hilfe der eingeführten Kriterien erzielte Verbesserungen des touristischen Angebots können über Kontrollen auf dem gewünschten Niveau gehalten werden. Eine generelle Verschärfung der Kriterien hat der Alpenverein in der zweiten Projektphase angekündigt (OEAV 2011b, vgl. Kap. 2.2.4). Mit dem Ausschluss von Kals am Großglockner (Kap. 2.2.4) zeigt der OeAV Konsequenz und Fairness gegenüber den anderen Partnergemeinden und hat damit genau das getan, was ein Großteil der Experten bereits mehrere Monate zuvor forderte bzw. vermutete (Kap. 5.1.1.1).

Einige Anregungen vonseiten der Experten beinhalten den Wunsch nach einer allgemeinen Erhöhung der Kontrolle „von oben“ durch den Alpenverein (Kap. 5.1.2.6). Die folgenden Forderungen werden an den Projektträger gestellt (vgl. Kap. 5.1.2.6): Kontrolle der Partnerbetriebe sowie Einführung eines Mitgliedsbeitrags für diese und Kontrolle der Aktivitäten der noch einzurichtenden Projektarbeitsgruppen.

Die Forderung nach einer Kontrolle der Partnerbetriebe ist durchaus berechtigt und liegt im Interesse beider Seiten, sowohl der teilnehmenden Betriebe als auch des Alpenvereins. Um eine Auszeichnung, wie im diesen Falle durch die Marke „Bergsteigerdörfer“ zu erhalten, unterliegen die Mitgliedsbetriebe üblicherweise Kontrollen (vgl. Kap. 1.1.5). Gibt es solche Überprüfungen nicht, bliebe unklar, ob die Betriebe die Kriterien einhalten, die Marke wäre damit wenig vertrauenswürdig und es besteht die Gefahr, dass beim Gast falsche Erwartungen erweckt werden. Da die Partnerbetriebe Träger der Botschaft der „Bergsteigerdörfer“ sind und diese als „Qualitätsversprechen“ gelten sollen (OeAV 2009c), würde eine schlechte Angebotsqualität bei den Partnerbetrieben negativ auf das Image der Initiative rückwirken. Der Vorteil, der sich für die Partnerbetriebe aus Kriterienkontrollen ergeben würde, liegt zum einen in einer gerechten Behandlung (so kann es nicht vorkommen, dass einige Betriebe die Kriterien einhalten, während andere dies nicht tun), zum anderen gewinnt die Auszeichnung „Bergsteigerdörfer“ an Glaubwürdigkeit, sodass zukünftig mit der Auszeichnung geworben werden kann. Bislang erfüllen die „Bergsteigerdörfer“ die Ansprüche an die Markenstrategie (vgl. Kap. 1.1.5) insofern, dass transparente Kriterien gegeben sind (Anhang A) und ein Ausschluss bei Nicht-Einhaltung der Kriterien erfolgt; es fehlt nun noch ein Kontrollsystem zur Überprüfung der Einhaltung der Kriterien.

- Vonseiten des Alpenvereins sollte ein Kontrollsystem überlegt werden, welches es erlaubt, die an Partnergemeinden und -betriebe gestellten Kriterien zu überprüfen.

In Ermangelung eines Kontrollsystems zur Überprüfung der „Bergsteigerdörfer“-Kriterien bemüht sich der Alpenverein bislang, engen Kontakt zu den Gemeinden zu halten (SCHWANN mündl. 23.05.2011). Durch die Einführung eines Mitgliedsbeitrages für die Betriebe ab Mitte 2011 (Kap. 2.2.4) sollen die Partnerbetriebe auf die „Ernsthaftigkeit“ der Projektteilnahme überprüft werden (s. Kap. 2.2). Verständlicherweise liegt es im Interesse des Projektträgers, zu verhindern, dass das Projekt in dem Sinne „ausgenutzt“ wird, dass die Partnerbetriebe bzw. -gemeinden die „kostenlose Werbeschiene“ (vgl. Kap. 5.1.2.1) nutzen und die Alpenvereinsmitglieder als potentielle neue Gäste gewinnen ohne die Anliegen des OeAV mitzutragen. Daher erscheint eine Überprüfung der Betriebe aus Sicht des Alpenvereins unbedingt notwendig.

Eine Schwierigkeit bei der Überprüfung der Kriterienerfüllung ergibt sich gerade deshalb, weil es sich vorwiegend um nicht messbare, subjektiv einzuschätzende Sachverhalte handelt. Die grundsätzliche Sinnhaftigkeit des Kriterienkatalogs der „Bergsteigerdörfer“ wird durch die Kritik an Umweltzeichen bestärkt (vgl. Kap. 1.1.5), welche sich in der Regel zu stark auf objektiv messbare, ökologische Aspekte beschränken, die

Sozialverträglichkeit aber vernachlässigen. Schließlich soll innerhalb der Förderung des nachhaltigen Tourismus der integrativen Ansatz der Nachhaltigkeit (Kap. 1.1.3) nicht vernachlässigt werden.

Eine Kontrolle der Aktivitäten der einzelnen Projektgruppen (s.o.) ist als zu weitreichend einzuschätzen. Eine sehr starke Kontrolle bzw. Regelung über Kriterien bis ins kleinste Detail kann aufgrund des hohen Arbeitsaufwands für den Alpenverein wahrscheinlich nicht erfolgen. Vonseiten des OeAV heißt es zwar, dass die Kontrolle künftig erhöht werden soll, mit einer totalen Kontrolle „von oben“ ist es aber nicht getan. Die Motivation sollte primär „von unten“, von den Projektpartnern selbst, kommen. Engagiert sich in den Partnergemeinden niemand freiwillig für das Projekt, hat dieses keine Zukunft. Die derzeitige Erstellung von Qualitätsentwicklungskonzepten verdeutlicht diese Absicht: Die Konzepte entstehen in Zusammenarbeit mit den lokalen Akteuren, der OeAV schreibt nicht „von oben herab“ etwas vor.

Zukünftige Entwicklung in Kartitsch

Für Kartitsch sehen die befragten Akteure grundsätzlich keine andere touristische Entwicklung als eine solche, die sich im Rahmen des nachhaltigen Tourismus bewegt (Kap. 5.1.2.1, 5.1.3.2). Da der örtliche Tourismus in den letzten Jahren stark rückläufig war (vgl. Kap. 3.1, Kap. 5.1.3.2), sehen die Kartitscher Touristiker über die Förderung durch die „Bergsteigerdörfer“ die Möglichkeit zu Innovation und Qualitätsverbesserungen (s. Zitat André Cis, Kap. 5.1.3.2).

Eine im Vorfeld der Untersuchung vermutete, mögliche „Gefährdung“ des Status der Gemeinde als „Bergsteigerdorf“ (vgl. Kap. 2.3) ist anhand der Befragungsergebnisse nicht absehbar.

Zu der Annahme, dass Kartitsch möglicherweise Gefahr laufe, von der Initiative auszuscheiden, kommt es vor dem Hintergrund des seit mehreren Jahrzehnten diskutierten Weiterbaus der Autobahn „Alemagna“ (A 27). Hierbei handelt es sich um eine italienische Autobahn, die von Mestre (östlich von Venedig) nach Belluno im Norden verläuft. Eine Weiterführung war ursprünglich in den 1970ern geplant, um München und Venedig über eine neue Alpenquerung zu verbinden, wurde inzwischen jedoch zu den Akten gelegt (www.alpenverein.at 2011d). Seither wird eine Verlängerung der Autobahn bis Toblach diskutiert. So wurde immer wieder nach einer Verbindung in Richtung Norden ins Pustertal gesucht, was mit dem Cavallino/Kinigat-Tunnelprojekt auch eine über Kartitsch verlaufende Trassenvariante beinhaltet (www.alpenverein.at 2011d). Forderungen nach einem Weiterbau der „Alemagna“ wurden immer wieder Thema politischer Diskussion, auch nachdem deren Weiterbau mit der Ratifizierung des Verkehrsprotokolls der Alpenkonvention in österreichischem Staatsgebiet unzulässig wurde. Dort heißt es: „Die Vertragsparteien verzichteten auf den Bau neuer hochrangiger

Straßen für den alpenquerenden Verkehr“ (www.alpenverein.at 2011e). Im Frühjahr 2010 kam die Diskussion um den „Alemagna“-Weiterbau in Italien erneut auf (HABLACHER 2010b). Ganz vom Tisch ist die Sache sicher nicht. Auf Anfrage bei der Kartitscher Gemeindeverwaltung äußerte Amtsleiter Herr Goller seine persönliche Einschätzung. Zwar glaube er nicht, dass die Autobahn einmal in Kartitsch herauskommen werde, andererseits traue man der Politik nicht (GOLLER mündl. 18.07.2011).

Mit dem tatsächlichen Bau einer Trassenvariante, von der Kartitscher Gemeindegebiet betroffen wäre, würde die Gemeinde aufgrund des Ausschlusskriteriums „Lage an Hochleistungsverkehrswegen“ (s. Anhang A) aus der Initiative herausfallen. Der hypothetische Weiterbau der „Alemagna“ taucht in den Expertengesprächen jedoch nicht als zentrales Thema auf und lässt daher keine akute Gefahr vermuten. Lediglich ein Experte äußerte sich bezüglich der „Alemagna“. Der Alpenvereinsverteter sprach den strategischen Gedanken des OeAV an, welcher hinter der Auswahl der Gemeinde Kartitsch als „Bergsteigerdorf“ steckt (Kap. 5.1.2.1). Der Alpenverein wolle den Alpengemeinden den Rücken gegenüber großen Erschließungsmaßnahmen stärken. Diese Aussage trifft die Intention des OeAV sicherlich gut, zumal auch die Alpenkonvention gegen den Weiterbau der Autobahn spricht. Als Umsetzungsprojekt der Alpenkonvention bemüht man sich im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“ natürlich auch in diesem Punkt um die Implementierung der aus dem Vertragswerk hervorgehenden Anforderungen.

Zukünftige Entwicklung im Villgratental

Während in Kartitsch kein grundlegender Richtungswechsel in der Tourismuspolitik bevorsteht, herrscht im Villgratental ein Interessenkonflikt zwischen Touristikern, die die Wertschöpfung unter Beibehalt des derzeitigen Angebotes erhöhen wollen (Kap. 5.1.3.3) und der Gemeindepolitik, welche verschiedene Erschließungsprojekte anstrebt (Kap. 5.1.3.1, 5.1.3.3). Darum erscheint das Villgratental im Vergleich zu Kartitsch stärker in seinem derzeitigen Zustand gefährdet; der seitens Alpenverein vermutete „Schwebezustand“ (s. Kap. 2.3) scheint hier eher gegeben. Ob aktuell davon auszugehen ist, dass das Villgratental aus der Förderung im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“ ausscheidet, wird im Folgenden diskutiert.

Ein im Untersuchungsgebiet umstrittenes Thema stellt der von Gemeindeseite geplante Bau zweier Kleinwasserkraftwerke in Innervillgraten dar. Nur wenige Experten sind der Ansicht, dass dem Villgratental bei Realisierung des Wasserkraftprojektes der Ausschluss von den „Bergsteigerdörfern“ bevor steht (z.B. Zitat Hannes Grüner, Kap. 5.1.3.1). Aufgrund mangelnder Detailinformationen (auf Anfrage bei der Gemeinde Innervillgraten wurden die Planunterlagen zu dem Vorhaben nicht zur Verfügung gestellt, MAIR persönliche Mitteilung 24.06.2011) und daher fehlendem Urteilsvermögen kann

hier nur gemutmaßt werden, welche Folgen der Bau der Kraftwerke bezüglich der Projektteilnahme des Tals nach sich ziehen würde. Zu folgender Vorgabe aus dem Kriterienkatalog der „Bergsteigerdörfer“ könnte der Kraftwerksbau in Widerspruch stehen: Eine „Ganzjährig ausreichende Wasserführung (= ausreichend Restwasser) in Fließgewässern“ ist erforderlich (s. Anhang A). Einem Befragten zufolge wäre beim Betrieb der Kraftwerke zu erwarten, dass im Winter weniger Wasser rinnt. Mit Sicherheit würde nicht gegen das Kriterium „Verzicht auf Errichtung von großen Wasserkraft-, Windkraft, Photovoltaik-Anlagen (in überörtlicher Dimension)“ verstoßen werden, da es um Kleinwasserkraftwerke geht. Eine endgültige Entscheidung zu dem Vorhaben ist bisher nicht gefällt worden. Nachdem Einsprüche erhoben wurden, liegt die Entscheidung nun beim Bundesministerium (OSWALD FÜRHAPTER mündl. 09.01.2012). Nach eigener Einschätzung stehen die geplanten Wasserkraftwerke in keinem direkten Widerspruch zu den Kriterien der „Bergsteigerdörfer“. Allerdings ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass es vonseiten der Touristiker und Umweltschützer erhebliche Proteste gegen den Bau der Kraftwerke gibt. In einer 2008 von TVB Osttirol, den Tourismusregionen Hochpustertal und Villgraten, der Osttirol Werbung sowie der Abteilung Raumplanung-Naturschutz des Alpenvereins erstellten Deklaration heißt es, die touristische Ausrichtung des Tales sei mit Kraftwerksplänen „welcher Art auch immer“ nicht vereinbar, da diese Natur- und Kulturgüter im Tal gefährden (Unter- und Oberstaller Alm, Sinkensee, denkmalgeschützte Lodenstampfe und Wegelate Säge) (DEKLARATION 2008). Inwiefern sich der Bau der Wasserkraftwerke auf die Partnerschaft als „Bergsteigerdorf“ auswirken würde, kann nicht eingeschätzt werden. Über den Ausschluss einer Gemeinde entscheidet der Alpenverein gemeinsam mit dem Operativen Ausschuss (s. Kap. 2.2.1), in deren Ermessen somit eine Beurteilung liegt.

Nur für den Fall der weiteren skitouristischen Erschließung des Tals sehen die befragten Experten die Gefahr, dass man über den im Sinne der „Bergsteigerdörfer“-Initiative angestrebten, nachhaltigen Tourismus hinauswächst (Kap. 5.1.3.3).

In Außervillgraten wurde den „Bergsteigerdörfer“-Kriterien unter dem Zusatz zugestimmt, dass man sich weitere Erschließungsmöglichkeiten des Skigebiets am Thurntaler in Form eines „bescheidenen Weiterbaus“ offen hält (s. Aussage Josef Mair, Kap. 5.1.3.1). Projektbetreuerin Christina Schwann vom OeAV zufolge war eine solch zurückhaltende Reaktion vonseiten mehrerer Partnergemeinden zu beobachten (SCHWANN mündl. 10.01.2012). Erweiterungen des Skigebiets in Außervillgrater Gemeindegebiet sind damit langfristig nicht auszuschließen. Aktuell ist allerdings nicht von einer Erweiterung auszugehen. Weder äußerten sich die Experten zu konkreten Plänen, noch sind der Berichterstattung der lokalen Presse diesbezüglich Informationen zu entnehmen.

Bürgermeister Mair erwähnt lediglich, dass eine „Zielvorstellung“ für die Skigebietserweiterung schon seit einigen Jahren besteht (Kap. 5.1.3.1).

Eine Lift-Anbindung Innervillgratens an das bestehende Skigebiet am Thurntaler würde sicherlich den Ausschluss des Villgratentals von den „Bergsteigerdörfern“ bewirken, da hiermit die Pflichtkriterien für Partnergemeinden der Initiative verletzt würden. Die Kriterien sprechen gegen skitouristische „Neuerschließungen und großräumige Erweiterungen (entsprechend Salzburger Sachprogramm Schierschließung 2008, Tiroler Raumordnungsprogramm Seilbahnen 2005)“ (s. Anhang A). Eine Liftanbindung der Gemeinde Innervillgraten würde gegen folgende Vorgabe des Salzburger Sachprogrammes verstoßen: „Entsprechende Infra- bzw. Suprastrukturen wie Verkehrserschließungen, Parkflächen, Bettenkapazitäten, Gaststätten udgl. müssen bereits als touristische Grundlagen vorhanden sein.“ (LAND SALZBURG 2008). Den Experten zufolge ist die benötigte Infrastruktur derzeit nicht in Innervillgraten gegeben. So wird zum einen der öffentliche Verkehr als verbesserungswürdig bezeichnet (Kap. 5.1.2.1), zum anderen sind sich die Experten weitgehend einig, dass die momentane Bettenkapazität von knapp 437 Betten im Winter (gemeinsam mit Außervillgraten sind es knapp 800 Betten, STATISTIK AUSTRIA 2007) bei weitem unzureichend ist und auf ca. 2.000 Betten erhöht werden müsste (Kap. 5.1.3.3). Infolge einer Skigebietsanbindung käme es in Innervillgraten aus Expertensicht zur Ansiedlung größerer Hotels, damit sich der Lift rentiert (Kap. 5.1.3.3). Eine solche Entwicklung stünde dem Projektziel der „Bergsteigerdörfer“ offensichtlich entgegen.

Dass das Thema Liftanbindung Innervillgratens in den Interviews besonders häufig zur Sprache kommt, könnte vermuten lassen, dass eine akute „Gefährdung“ des Zustands des Villgratentals aus Projektsicht besteht. Aufgrund der Expertenaussagen sowie weiterer Nachforschung (s.u.) ist aktuell aber nicht von der Errichtung eines Skilifts in Innervillgraten auszugehen. Wahrscheinlich kam das Thema deshalb so oft in den Interviews auf, da es schon seit Jahrzehnten (Kap. 5.1.3.3) im Raum steht. Zwei befragte Experten halten einen Liftbau in Innervillgraten aus wirtschaftlichen Gründen für nicht vorstellbar (Kap. 5.1.3.3). Der Bau eines Skilifts in Innervillgraten sei dem Leiter des Innervillgrater Tourismusbüros zufolge derzeit nicht aktuell, vor fünf bis sechs Jahren sei diese Idee zwar wieder aufgekommen, inzwischen sei die Diskussion darum „komplett abgeflaut“ (OSWALD FÜRHAPTER mündl. 09.01.2012). Auch der Regionalleiter des TVB Osttirol bestätigt, dass eine Anbindung an Innervillgraten nach Rückfrage bei den Hochpustertaler Bergbahnen „aktuell kein Thema“ sei (TRAUNER persönliche Mitteilung 25.07.2011).

Die Feststellung, dass die Gäste größeren Wert auf das ursprüngliche touristische Angebot am Urlaubsort legen (Kap. 5.2.4), spricht aus deren Sicht gegen den Neubau

von Infrastruktur und somit für das Konzept der OeAV-Initiative. Auch suchen viele Gäste gezielt den sanften Tourismus, wie er im Villgratental geboten wird (Kap. 5.2.4). Mehrere in Villgraten befragte Gäste lehnen den Bau eines Skilifts bzw. die Ansiedlung von Großhotels ab (Tab. 34, Anhang H). Die Ergebnisse aus zwei weiteren hinzugezogenen Befragungen bestätigen die vermutete, ablehnende Haltung vonseiten der Gäste. So ergab sich beim Gäste-Feedback 2009, es sollten keinesfalls mehr Skilifte in Villgraten gebaut werden (SCHWANN 2009c). Laut einer 2005 in Innervillgraten erfolgten Stammgastbefragung sprechen sich 74% der Befragten gegen den Bau eines Skiliftes aus; weitere 51% nennen als Grund für die Urlaubsortwahl, dass es „keinen Massentourismus und keine großen Hotels“ gibt (STEIDL & RAINER 2005).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die zukünftige Tourismusedwicklung im Villgratental vom politischen Willen und somit der öffentlichen Meinung, letztendlich aber auch der Investitionsbereitschaft des Liftbetreibers abhängt. Zum jetzigen Zeitpunkt erscheint die Gefährdung des „Bergsteigerdörfer“-Status des Villgratental vorerst gebannt; die langfristige Entwicklung ist nicht absehbar. Letztendlich muss eine klare Entscheidung für oder gegen die Teilnahme als „Bergsteigerdorf“ von der Villgrater Bevölkerung gefällt werden, diese kann ihnen nicht von außen aufgezwungen werden (vgl. Zitat Hans Walder, Kap. 5.1.3). Die Chance der „Bergsteigerdörfer“ liegt im Folgenden: Gelingt es, den Tourismus im Villgratental zu stärken und positive Effekte durch die Förderung des nachhaltigen Tourismus über das Projekt nachzuweisen, können die Tourismus-Anbieter *noch stärker* und evtl. die Gemeindevertreter von der Projektidee überzeugt werden. Ist die Initiative erfolgreich, so hilft sie den Villgratern, sich gegen die Skierschließung zu „wehren“, was mitunter Ziel der Initiative ist (s. 2.2). Zurzeit wirbt der TVB Osttirol mit dem Villgratental als „einzigem Tiroler Tal ohne Skilifte“ als Besonderheit (TVB OSTTIROL 2011c).

Die in den Interviews angesprochene Erweiterung „Hochrast-Tafin“ des Thurntaler-Skigebiets (s. Aussage Josef Mair, Kap. 5.1.3.3) ist nicht mit einer Liftanbindung Innervillgratens verbunden. Der Liftbetreiber plant eine Erweiterung des Skigebiets nach Westen. Zwei Sessellifte sollen den Thurntaler mit der Tafinalm und diese mit der Hochrast verbinden (s. Abb. 39). Im Dezember 2011 kam es zu einer Einigung zwischen dem Liftbetreiber und der Almgemeinschaft am Thurntaler, die für dieses Projekt den Weg bereitete, welches 2012/2013 realisiert werden soll (KLEINE ZEITUNG 10.12.2011). Vorgesehen ist zwar eine Skiabfahrt nach Innervillgraten von der Hochrast, anstatt eines Skilifts ist aber die Rückbringung der Skifahrer mit dem Skibus vorgesehen (KLEINE ZEITUNG 10.12.2011)



Abb. 39: Karte des Skigebietes „Hochpustertal“. Das Projekt zur Erweiterung „Hochrast-Tafin“ ist als gestrichelt eingezeichnete Verbindung zwischen Thurmtaler und Hochrast dargestellt. (Stand Dezember 2011, Quelle: ski.intermaps.com 2011)

Aufgrund der Nähe zu Innervillgraten erscheint die künftige Skigebietserweiterung „bedrohlich“ für die Gemeinde (s. Abb. 39), allerdings ist an die Einrichtung einer Talstation in Innervillgraten „keineswegs gedacht“, wie es vom Skigebietsbetreiber heißt (KLEINE ZEITUNG 09.11.2009).

6.2 Methodendiskussion

Generell lässt sich feststellen: „alle Befragungen weisen einen mehr oder minder hohen Grad an Künstlichkeit auf“ (ATTESLANDER 2008). ATTESLANDER beschreibt die von Befragten gegebenen Antworten als „Artefakte“, d.h. Kunstprodukte, da es sich bei den gemachten Aussagen nicht um spontane Äußerungen, sondern um „Konstrukte der sozialen Wirklichkeit“ handelt, die erst auf eine Frage hin provoziert werden (ATTESLANDER 2008).

Eine mögliche Fehlerquelle bei Befragungen stellen zudem die gestellten Fragen an sich dar; diese können unklar formuliert sein, sodass sie unter Umständen missverstanden werden. Diese Fehlerquelle lässt sich, wie in dieser Untersuchung durch Beachtung der Kriterien zur Frageformulierung geschehen (vgl. Kap. 4.2.1), weitestmöglich, aber dennoch nie vollständig, ausschließen (SCHÄFLEIN 1992).

6.2.1 Methodendiskussion Expertengespräche

Eine vollkommene Kontrolle des Interviews als soziale Situation ist nicht möglich, da die Umgebung niemals vollständig beobachtbar ist und sich somit nicht völlig ausblenden lässt (ATTESLANDER 2008). Genauso wenig ist das in einem Gespräch beabsichtigte

neutrale Verhalten des Interviewenden gänzlich steuerbar; in der zwischenmenschlichen Kommunikation kann niemals von einer absoluten Neutralität die Rede sein (ATTESLANDER 2008). Dadurch, dass der Interviewende mit dem Befragten interagiert, ergibt sich immer eine Situation, die durch gegenseitige Einflussnahme geprägt ist (SCHÄFLEIN 1992). Je zurückhaltender der Gesprächspartner, desto mehr Nachfragen braucht es, um an die gewünschten Informationen zu kommen. Daraus folgt natürlich, dass die Beeinflussung des Befragten, und somit die „Künstlichkeit“ (s.o.) der gegebenen Antworten, umso größer wird. Dieser Effekt wurde jedoch, wie im Kapitel zur angewandten Methodik (Kap. 4) beschrieben, so weit wie möglich auf ein Minimum reduziert.

Da die Auswahl der Interviewpartner mit Hilfe lokaler Ansprechpartner in den untersuchten Gemeinden erfolgte (s. Kap. 4.1.1), ist nicht auszuschließen, dass hierin ein möglicher Bias in der Untersuchung liegt. Durch die gegebenen Ratschläge hinsichtlich zu interviewender Akteure könnte die Befragende gelenkt worden sein, möglichst Ansprechpartner mit einer bestimmten Meinung zu interviewen.

Auffällig war bei der Auswertung der Expertengespräche, dass die Aussagen der scheinbar besonders stark in das Projekt involvierten Akteure teilweise sehr viel positiver ausfallen, als die Aussagen weniger engagierter Befragter. Diese Verzerrung rührt offensichtlich von der subjektiven Sichtweise der Experten auf das Projekt her, wird aber durch die Berücksichtigung aller Expertenaussagen mehr oder weniger „ausgeglättet“. Von außen betrachtet wurden die von den Experten gemachten Aussagen hinsichtlich ihrer Aussagekraft eingeschätzt, was wiederum einen gewissen Grad an Subjektivität seitens des Auswertenden beinhaltet; dies ist aufgrund der gewählten Methode unvermeidbar. Generell wurde Aussagen, die zu weit hergeholt wirken, weniger Gewicht beigemessen.

Im Anschluss an die Auswertung des Datenmaterials aus den Expertengesprächen ist zu reflektieren, welche Befragten tatsächlich als Experten in Hinblick auf die Initiative „Bergsteigerdörfer“ zu betrachten sind. Dabei kann der Schluss gefasst werden, dass der Gesprächsleitfaden im Falle der meisten Befragten zu stark auf das Projekt ausgerichtet war, um das es in dieser Untersuchung geht. Die erhaltenen Aussagen weisen darauf hin, dass sowohl Experten im engeren Sinne, denen Ziele, Rahmenbedingungen und Kriterien des „Bergsteigerdörfer“-Projektes in vollem Umfang bekannt sind, als auch Experten im weiteren Sinne befragt wurden, die jeweils in einem Teilbereich über Expertenwissen verfügen. Tatsächlich gibt es pro Untersuchungsgebiet nur zwei bis drei „Bergsteigerdörfer“-Experten im engeren Sinne.

Die mit einer verhältnismäßig großen Anzahl an Experten geführten Interviews ermöglichen es, den Blick auch über den Rahmen des Projektes hinaus auf die beiden

Untersuchungsgebiete zu erweitern und verschiedene Standpunkte einfließen zu lassen. Hätte man sich hier auf die Befragung der teilweise sehr optimistischen (s.o.) Experten im engeren Sinne beschränkt, wäre sicherlich ein großer Teil eher kritischer Haltungen ausgeblendet worden.

Die Repräsentativität der Expertenbefragung ist an dieser Stelle nicht zu diskutieren, da die Expertengespräche per se qualitativer Natur sind; als „Einzelfalluntersuchungen“ erheben sie gar keinen Anspruch auf Repräsentativität (s. Kap. 4).

6.2.2 Methodendiskussion Gästebefragung

Selbstverständlich macht es einen großen Unterschied, ob ein Gast einen ausgelegten Fragebogen ausfüllt oder eine persönliche Befragung stattfindet. Während der Erhebung konnte beobachtet werden, dass die offenen Fragen durch Motivation seitens des Befragenden in der Regel viel ausführlicher beantwortet wurden. Beispielsweise kam es vor, dass die Befragung in ein Gespräch (bis zu 30 Minuten) überging, wobei sich häufig „sonstige Anmerkungen“ ergaben. Außerdem trägt die Anwesenheit des Befragenden dazu bei, dass Unachtsamkeiten beim Ausfüllen des Erhebungsbogens, wie das Übersehen einzelner Fragen und demzufolge fehlende Antworten, vermieden werden. Zudem können Verständnisfragen unmittelbar geklärt werden, welche nicht nur dann anfallen, wenn die Intention einer Frage nicht verstanden wird, sondern auch bei eingeschränkter Lesefähigkeit insbesondere älterer Menschen oder durch sprachliche Barrieren.

Als deutlicher Nachteil bei der Auslegung von Fragebögen ist die fehlende Teilnahmemotivation des Gastes zu nennen. Laut DIEKMANN ist die Teilnahme an schriftlichen Befragungen in der Regel mit niedrigen Rücklaufquoten verbunden (DIEKMANN 2005). Genau dies zeigt sich auch anhand der eigenen Untersuchungsergebnisse: Trotz einer ca. dreifach so langen Auslegezeit (sieben Wochen) in den Untersuchungsgebieten im Vergleich zu der aktiven Gästebefragung (zwei Wochen) wurde ein größerer Teil der Daten (ca. 60%, s. Kap. 5.2) mittels persönlicher Befragung erhoben, was auf eine höhere Effektivität bei der direkten Ansprache der Gäste schließen lässt.

Ein weiterer Nachteil schriftlicher Befragungen besteht darin, dass Datenlücken generell nicht vermeidbar sind (vgl. Kap. 4.3.2).

Bei der Auswahl der Befragten im Rahmen einer Ad-hoc-Stichprobe handelt es sich um eine sog. nichtprobabilistische Stichprobe, da die Auswahl aus der Grundgesamtheit verzerrt ist (BORTZ & DÖRING 2006). Es ist darauf hinzuweisen, dass probabilistische Stichproben, d.h. Zufallsstichproben, generell höhere Aussagekraft besitzen (BORTZ & DÖRING 2006). Innerhalb des für die Gästebefragung gewählten Untersuchungsdesigns

können die Rahmenbedingungen nicht gleich gehalten oder kontrolliert werden. Ist die Grundgesamtheit, wie im Falle dieser Erhebung, nicht bestimmbar (vgl. Kap. 4.2.3), kann eine zufällige Auswahl einzelner Elemente (hier: einzelne Gäste) aus dieser nicht stattfinden. Daher ist es nicht möglich, eine „echte“ Zufallsstichprobe zu ziehen, bei der laut Definition (z.B. KIRCHHOFF et al. 2003, BORTZ & DÖRING 2006, ATTESLANDER 2008) jeder Gast mit der gleichen Wahrscheinlichkeit für die Befragung ausgewählt wird. Der Versuch, dies trotzdem zu tun, würde im Endeffekt in der Ziehung einer „Pseudozufallsstichprobe“ (BORTZ & DÖRING 2006) resultieren. In der Praxis begnügt man sich häufig mit der Untersuchung nichtprobabilistischer Stichproben, da der für die Auswahl einer Zufallsstichprobe benötigte Aufwand in keinem Verhältnis zu den zu erwartenden Erkenntnissen stünde (BORTZ & DÖRING 2006).

Die Repräsentativität der im Rahmen der Gästebefragung erhobenen Daten ist vom methodischen Vorgehen her nicht sichergestellt. Aus gegebenen Gründen (vgl. Kap. 4.2) wurde nicht die gesamte Sommersaison von Mai bis Oktober berücksichtigt und auch die Hochsaison konnte nur teilweise abgedeckt werden. Daher ist zu bedenken, dass die tatsächliche Aussagekraft der im Rahmen der Gästebefragung erhaltenen Ergebnisse nun im Anschluss diskutiert werden muss. „Unwissenschaftlich“ wäre es BORTZ & DÖRING zufolge, die Erkenntnisse aus der Untersuchung ohne weitere Reflexion zu verallgemeinern (BORTZ & DÖRING 2006). Ganz so einfach, wie in Kap. 4.2.3 formuliert - „Es ist davon auszugehen, dass die Aussagekraft der erhobenen Daten bei einer umfassenderen Datengrundlage steigt.“ - kann das Thema Repräsentativität nicht abgehandelt werden. BORTZ & DÖRING zufolge ist es ein „weit verbreiteter Irrtum“, dass die Repräsentativität der Stichprobe generell bei wachsender Stichprobengröße steigt, dem ist nämlich nur im Falle einer unverzerrten Auswahl der Stichprobe so (BORTZ & DÖRING 2006).

Um zu prüfen, inwieweit die im Rahmen der Gästebefragung erhobenen Daten als repräsentativ zu betrachten sind, d.h. in der Lage sind, ein Abbild der Realität zu liefern, findet in der Diskussion der Ergebnisse (Kap. 6.1) ein Abgleich mit den Ergebnissen der Expertenbefragung sowie mit zur Verfügung stehender Literatur statt. Je besser die Ergebnisse aus der Gästebefragung mit den Expertenaussagen und vergleichsgerechten Literaturangaben übereinstimmen, desto eher spiegeln sie die Realität wider, d.h. desto stärker wäre der vermutete Anspruch auf Repräsentativität.

Nach eigener Einschätzung bieten die erhobenen Daten ein gutes Abbild der Realität. Die Daten passen in sich gut zusammen, d.h. Gästebefragung und Expertenbefragung liefern in denjenigen Punkten, in denen sie sich inhaltlich überschneiden, meist übereinstimmende Ergebnisse (vgl. Kap. 6.1). Damit ist das angestrebte Ziel bei der Kombination der quantitativen Erhebung mit den qualitativen Experteninterviews erreicht

(vgl. Kap. 4): Die Ergebnisse beider Untersuchungen ergänzen einander und erhöhen so Verständnis und Einblick in den Untersuchungsgegenstand. Mit Hilfe aus den Expertengesprächen gewonnener Kenntnisse lassen sich die in der quantitativen Analyse erhobenen Daten interpretieren. Wie aus der Diskussion der Untersuchungsergebnisse ersichtlich (Kap. 6.1), stimmen die Daten aus der Gästebefragungen ebenfalls mit den hinzugezogenen Literaturangaben überein.

Unter Berücksichtigung der Aussage von BORTZ & DÖRING, dass Umfang allein nicht Repräsentativität bewirkt (s.o.), ist trotzdem anzunehmen, dass sich ein hoher Stichprobenumfang eher positiv auf die Qualität erhobener Daten auswirkt. Im Vergleich zu anderen empirischen Studien, innerhalb derer Gästebefragungen stattgefunden haben, ist die hier erreichte Stichprobenzahl mit über 600 Befragten als relativ hoch einzuschätzen.

7 Ausblick

Mit der kurzfristigen Einstellung von Erfolgen ist im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative nicht zu rechnen. Obgleich man dem „Fernziel“ (vgl. GALLE 2008, Kap. 3.2) der Etablierung der Marke „Bergsteigerdörfer“ zur Stärkung des nachhaltigen Tourismus in den Partnergemeinden bereits ein wenig näher gekommen ist, werden sich wesentlich spürbare Auswirkungen erst mittel- bis langfristig zeigen.

Werden die innerhalb der vorliegenden Zwischenevaluierung ausgesprochenen Empfehlungen (s. Kap. 6.1) beherzigt, lässt sich die Projektumsetzung, vor allem in Bezug auf die Kooperation vor Ort in den Partnergemeinden optimieren.

Würde man eine ähnliche Untersuchung, d.h. eine Bestandserfassung in Partnergemeinden der „Bergsteigerdörfer“, erst nach einigen weiteren Jahren durchführen, ist zu vermuten, dass man deutlich positivere Ergebnisse im Hinblick auf den Stand der Projektumsetzung erhält. Eine stärkere Präsenz des „Bergsteigerdörfer“-Projektes in der öffentlichen Wahrnehmung sowie eine größere Anzahl erfolgreich umgesetzter Kleinprojekte im Rahmen der Initiative sind zu erwarten, zudem womöglich bereits ein Anstieg in den Nächtigungszahlen. Bislang können angesichts der relativ kurzen Projektlaufzeit noch keine eindeutigen Aussagen getroffen werden; so ist z.B. schwer zu beurteilen, inwieweit die „Bergsteigerdörfer“-Initiative bisher tatsächlich zu einer Steigerung der Gästezahlen in den Partnergemeinden beigetragen hat (OeAV 2011b).

Forschungspotenzial besteht darin, die Entwicklung in den „Bergsteigerdörfern“ weiterhin wissenschaftlich zu begleiten. Die Durchführung einer Studie zur Erfassung der Effekte der Initiative, welche die Evaluierung deren Auswirkungen im Sinne einer

Erfolgskontrolle zulässt, ist in Zukunft zu empfehlen. Dabei können die im Rahmen dieser Arbeit erhobenen Daten als Vergleichsmaterial herangezogen werden, um statistisch belegbare Ergebnisse zu erzielen. Bisher standen keine gut geeigneten bzw. ausreichend repräsentativen Vergleichsdaten (vgl. SCHWANN 2009c, SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011) zur Verfügung.

Aus einer Erfolgskontrolle würde der Alpenverein Nutzen ziehen, da er dann in der Lage wäre, konkrete Zahlen vorzulegen. Sobald sich positive Auswirkungen tatsächlich nachweisen lassen, kann damit geworben werden. Das Vertrauen in die „Bergsteigerdörfer“-Initiative würde wachsen und somit die Teilnahmemotivation lokaler Partner, d.h. mehr verschiedene Akteure würden sich engagierter an der Initiative beteiligen.

Des Weiteren könnte eine Befragung der Wintergäste in Zukunft aufschlussreich sein. Hierzu liegen noch keine Daten vor, da die 2009 und 2010 durchgeführten Befragungen des OeAV (SCHWANN 2009c, SCHWANN persönliche Mitteilung 11.10.2011) im Sommer stattfanden. Schließlich ist auch eine Förderung sanfter Winter-Aktivitäten beabsichtigt, daher sollte man mehr über Bedürfnisse, Interessen, wesentliche Motive und Aktivitäten der Wintergäste in Erfahrung bringen.

8 Literaturverzeichnis

ATTESLANDER, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung, 12. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin

ARP (2004): Entwicklungspotentiale der Alpenkonvention – Wege zu einer erfolgreichen Implementierung in Österreich, Planungsbüro „arp – planning.consulting.research“, Studie im Auftrag des Lebensministeriums (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft), Salzburg

AMT DER TIROLER LANDESREGIERUNG (2006): Konzept zur Weiterentwicklung der Regionalmanagement-Strukturen in Tirol ab 2007, Abteilung Raumordnung-Statistik 26.04.2006, Innsbruck

BÄTZING, Werner (2003): „Die Alpen: Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft, 2. Ausgabe, 431 S., Beck-Verlag, München

BECKER et al. (1996): Becker, Christoph; Job, Hubert; Witzel, Anke: Tourismus und nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum, Darmstadt

BORTZ & DÖRING (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Lehrbuch, 4. Auflage, Springer-Medizin-Verlag, Heidelberg

BUCKLEY, Ralf C. (2001): Major Issues in Tourism Ecolabelling, veröffentlicht in (S. 19-26): FONT, Xavier & BUCKLEY, Ralf C. (2001): Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management, Hrsg.: Font, Xavier & Buckley, CABI Publishing, New York

DAV (1994): Grundsatzprogramm zur umwelt- und sozialverträglichen Entwicklung und zum Schutz des Alpenraumes, Hrsg.: Deutscher Alpenverein e.V., beschlossen auf der Hauptversammlung 1994, München.

DEKLARATION 2008: TVB Osttirol, Region Hochpustertal, Region Villgratental, Osttirol Werbung, OeAV Abteilung Raumplanung-Naturschutz: Deklaration gegen die Kraftwerksplanung in der Gemeinde Innervillgraten

FAZ (09.05.2010): Lasst die Kirche im Bergdorf, FAZ Sonntagszeitung, Verfasser: Andreas Lesti
online verfügbar unter: <http://www.faz.net/artikel/C30156/fernab-des-massentourismus-lasst-die-kirche-im-bergdorf-30038028.html> (Zugriff 08.09.2011)

FONT, Xavier (2001): Regulating the Green Message: The Players in Ecolabelling, veröffentlicht in (S.1-17): FONT, Xavier & BUCKLEY, Ralf C. (2001): Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management, Hrsg.: Font, Xavier & Buckley, Ralf C., CABI Publishing, New York

GALLE, Ewald (2008): Die Förderinitiative Alpenkonvention im Programm Ländliche Entwicklung: Die Alpenkonvention - Fundus und geistiges Fundament für einen nachhaltigen Alpentourismus, veröffentlicht in (S. 9-12): OeAV (2008): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 1: Startkonferenz Bergsteigerdörfer, Bergsteigerdorf Ginzling, 10.-11. Juli 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck August 2008

GALLE, Ewald (2005): Umsetzung der Alpenkonventionsprotokolle in Österreich,

veröffentlicht in (S. 9-11): OEAV (2005): Vademecum Alpenkonvention, Hrsg.:
Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, 3. Auflage, Innsbruck

GLÄSER, Jochen & LAUDEL, Grit (2006): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse
als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, 2. Auflage, VS Verlag für
Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

HAMELE, Herbert (2001): Ecolabels for Tourism in Europe: The European Ecolabel for
Tourism?, veröffentlicht in (S. 175-188): FONT, Xavier & BUCKLEY, Ralf C. (2001): Tourism
Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management, Hrsg.: Font,
Xavier & Buckley, Ralf C., CABI Publishing, New York

HABLACHER, Peter (2005): Vorwort und „Die Alpenkonvention - ein Langzeitprojekt“,
veröffentlicht in (S. 6-9): OEAV (2005): Vademecum Alpenkonvention, Hrsg.: OeAV
Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz, 3. Auflage, Innsbruck

HABLACHER, Peter (2006): Mosaiksteine zur Umsetzung des Tourismusprotokolls der
Alpenkonvention, veröffentlicht in (S. 6-13): OEAV (2006): Mosaiksteine zur Umsetzung
der Alpenkonvention: Bergsteigerdörfer und Alpentourismus in Österreichs Alpen,
Fachbeiträge des Oesterreichischen Alpenvereins, Serie: Alpine Raumordnung Nr. 28,
Innsbruck

HABLACHER, Peter & HEILINGBRUNNER, Dr. Gerhard (2007): Geleitwort, veröffentlicht in
(S. 5): LEBENSMINISTERIUM (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt
und Wasserwirtschaft) (2007): Die Alpenkonvention: Handbuch für ihre Umsetzung -
Rahmenbedingungen, Leitlinien und Vorschläge für die Praxis zur rechtlichen
Umsetzung der Alpenkonvention und ihrer Durchführungsprotokolle, Auftraggeber und
Hrsg.: Lebensministerium, Abteilung V/9 – Internationale Umweltangelegenheiten,
vertreten durch: Dr. Ewald Galle, Januar 2007

HABLACHER, Peter (2009a): Das Projekt „Bergsteigerdörfer“, veröffentlicht in (S. 12-13):
SAB (Schweiz. Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete) (2009): Montagna, Nr. 10, 20.
Jahrgang, Hrsg.: SAB, Oktober 2009

HABLACHER, Peter (2009b): Die Initiative Bergsteigerdörfer - Alpenvereinsimpuls für den
naturnahen Alpentourismus, veröffentlicht in (S. 37-38): OEAV (2009a), Reihe:
Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 2: Bergsteigerdörfer - Ein Modell für die
Umsetzung der Alpenkonvention, Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008,
Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck Februar 2009

HABLACHER, Peter (2009c): Erarbeitung einer zukünftigen Organisationsstruktur,
veröffentlicht in (S. 63): OEAV (2009b), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr.
3: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Öffentlicher Verkehr in peripheren Räumen, Tagung
Grünau im Almtal / Oberösterreich, 18.-19. September 2009, Hrsg.: Fachabteilung
Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck November 2009

HABLACHER, Peter (2009d): Mehr Wertschätzung für die Bergsteigerdörfer, veröffentlicht
in (S. 9): OEAV (2009a), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 2:
Bergsteigerdörfer - Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention, Tagung
Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-
Naturschutz des OeAV, Innsbruck Februar 2009

HABLACHER, Peter & KALS, Roland (2010): Vorwort, veröffentlicht in (S. 7): OEAV
(2010a): Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen, 4. Auflage,
Gesamtbroschüre, Innsbruck September 2010

HABLACHER, Peter (2010a): Die Alpenkonvention - geübte Solidarität mit Innergebirg, veröffentlicht in (S. 8-9): OEAV (2010a): Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen, 4. Auflage, Gesamtbroschüre, Innsbruck September 2010

HABLACHER, Peter (2010b): Haut der Alemagna-Hydra endlich den letzten Kopf ab!, veröffentlicht in (S. 9-11): CIPRA ÖSTERREICH (2010): Fachinformation zur Alpenkonvention, Nr. 59, Frühsommer 2010, Hrsg.: Alpenkonventionsbüro der CIPRA Österreich im Umweltdachverband, Innsbruck

HABLACHER, Peter (2011a): Das dritte Jahr eines gemeinsamen Weges, veröffentlicht in (S. 7-8): OEAV (2011a): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - eine untrennbare Einheit, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Sonntag im Großen Walsertal 30.09.-02.10.2010, Innsbruck Januar 2011

HABLACHER, Peter (2011b): Vorwort, veröffentlicht in (S. 7): STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2011): Alpenkonvention und Best Practices in den österreichischen Gemeinden - Leitfaden für die Umsetzung der Alpenkonvention, Ein Projekt des Ständigen Sekretariats der Alpenkonvention und des Lebensministeriums, Juli 2011

HAUGER et al. (2011): HAUGER, Georg; ERNST, Michael; KLAMER, Michael: Überprüfung des Bedarfs an Mobilitätsangeboten in Bergsteigerdörfern, im Auftrag des Oesterreichischen Alpenvereins, Science Talk Institut für Verkehrssystemplanung, Siegenfeld

HEINTEL, Martin (2004): Ist Erfolg messbar? Probleme der Evaluation von Regionalmanagements, veröffentlicht in (S. 123-143): SEDLACEK, Peter (2004): Evaluation in der Stadt- und Regionalentwicklung, 1. Auflage, Stadtforschung aktuell Band 90, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

HENSCHEL, Karla (2003): Internationaler Tourismus, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München

HORNFELD, Michaela (2007): Leben und Arbeiten in der Nationalparkregion Hohe Tauern - aus der Sicht der Landwirtschaft, Diplomarbeit, Universität Oldenburg

KALS, Roland (2006): bergsteigerdörfer.at – ein Tourismusprojekt des Alpenvereins zur Umsetzung der Alpenkonvention – Eckpunkte der Angebotsentwicklung, veröffentlicht in (S. 50-63): OEAV (2006): Mosaiksteine zur Umsetzung der Alpenkonvention: Bergsteigerdörfer und Alptourismus in Österreichs Alpen, Fachbeiträge des Oesterreichischen Alpenvereins, Serie: Alpine Raumordnung Nr. 28, Innsbruck

KALS, Roland & HABLACHER, Peter (2009): Handlungsfelder für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in der Nationalparkregion Hohe Tauern - Osttirol: Ergebnisse der Befragung ausgewählter Stakeholder, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend, 28.12.2009, Salzburg/Innsbruck

KELLE, Udo (2008): Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung - Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte, 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

KIRCHHOFF et al. (2003): KIRCHHOFF, Sabine; KUHN, Sonja; LIPP, Peter; SCHLAWIN, Siegfried: Der Fragebogen - Datenbasis, Konstruktion und Auswertung, 3. Auflage, Leske & Budrich, Opladen

KIRSTGES, Prof. Dr. Torsten (1992): Sanfter Tourismus - Chancen und Probleme der Realisierung eines ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter, R. Oldenbourg Verlag GmbH, München

KLEINE ZEITUNG (09.11.2009): Hochrast ist bereits eingereicht, Verfasserin: Michaela Ruggenthaler
online verfügbar unter:
<http://www.kleinezeitung.at/tirol/lienz/sillian/2196334/hochrast-bereitseingereicht.story>

KLEINE ZEITUNG (10.12.2011): Hochrast-Tafin: Frühes "Christkind" für Sillian: Schultz baut Hotel und Lifte, Verfasser: Günther Hatz
online verfügbar unter: <http://www.kleinezeitung.at/tirol/lienz/2896905/fruehes-christkind-fuer-sillian-schultz-baut-hotel-lifte.story> (Zugriff 09.01.2012)

KONRAD, Klaus (1999): Die Befragung, veröffentlicht in: WOSNITZA, M. & JÄGER, R.S. (1999): Daten erfassen, auswerten und präsentieren – aber wie?, 2. Auflage, Verlag Empirische Pädagogik, Landau

KREUCHER, Martina (2010): Umweltzeichen im Tourismus. Analyse der Anbieter- und Nachfrageseite am Fallbeispiel „EcoLabel für Luxemburger Tourismusbetriebe“, Diplomarbeit, Universität Trier

KÜHL, Timo (2003): Ökonomische Aspekte von nachhaltigem Tourismus in Schutzgebieten, Diplomarbeit, Universität Oldenburg

LAND SALZBURG (2008): Sachprogramm Schianlagen – Errichtung von Schianlagen im Land Salzburg, Land Salzburg, vertreten durch Abteilung 7: Raumplanung, Referat 7/01: Landesplanung und SAGIS, Hrsg.: HR Ing. Dr. Friedrich Mair, Salzburg, Juli 2008

LUFT, Hartmut (2005a): Grundlegende Tourismuslehre - Theorie und Praxis, Gmeiner-Verlag GmbH, Meßkirch

LUFT, Hartmut (2005b): Organisation und Vermarktung von Tourismusorten und Tourismusregionen - Destination Management, Gmeiner-Verlag GmbH, Meßkirch

MOSE, Ingo (2002): Tourismus in den Alpen – Idylle oder Rummelplatz?, veröffentlicht in (S. 14-23): WAGNER et al. (2002): „Bedrohte Alpen“, Reihe: Segmente - Wirtschafts- und sozialgeographische Themenhefte, Hrsg.: Mag. Helmut Wagner, Ed. Hölzel Ges.m.b.H., Wien

MAYRING, Philipp (2003): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 8. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim

MUHAR et al. (2006): MUHAR, Andreas; SCHAUPPENLEHNER, Thomas; BRANDENBURG, Christiane; ARNBERGER, Arne: Trends und Handlungsbedarf im Sommer-Bergtourismus - Befragung von Bergwanderern und Bergsteigern in den österreichischen Alpen, Universität für Bodenkultur Wien

MÜLLER, Hansruedi (1998): Ferien im Berggebiet – in oder out?, veröffentlicht in (S. 226-230): CIPRA (1998): 1. Alpenreport - Daten, Fakten, Probleme, Lösungsansätze, CIPRA-International (Hrsg.), Verlag Paul Haupt, Bern Stuttgart Wien

MÜLLER, Prof. Dr. Hansruedi (2000): Qualitätsorientiertes Tourismus-Management, Verlag Paul Haupt, Bern Stuttgart Wien

OEAV (2005): Vademecum Alpenkonvention, Hrsg.: OeAV Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz, 3. Auflage, Innsbruck 2005

OEAV (2008): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 1: Startkonferenz Bergsteigerdörfer, Bergsteigerdorf Ginzling, 10.-11. Juli 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck August 2008

OEAV (2009a): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 2: Bergsteigerdörfer - Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention, Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck Februar 2009

OEAV (2009b): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 3: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Öffentlicher Verkehr in peripheren Räumen, Tagung Grünau im Almtal / Oberösterreich, 18.-19. September 2009, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck November 2009

OEAV (2009c): Kriterien für Bergsteigerdörfer, 10.01.2009, Bearbeitung u.a. durch Roland Kals und Peter Haßbacher
online verfügbar unter:
http://www.bergsteigerdoerfer.at/files/bergsteigerdoerfer_kriterien_o.l.pdf

OEAV (2010a): Kleine und feine Bergsteigerdörfer zum Genießen und Verweilen, 4. Auflage, Gesamtbroschüre, Hrsg.: OeAV, Innsbruck September 2010

OEAV (2010b): Kartitsch, Obertilliach, Untertilliach - Drei Gemeinden im Tiroler Gailtal, Einzelbroschüre der „Bergsteigerdörfer“, Hrsg.: OeAV, Innsbruck 2010

OEAV (2010c): Das Villgratental – „Herz-Ass“ in Inner- und Außervillgraten, Einzelbroschüre der „Bergsteigerdörfer“, Hrsg.: OeAV, Innsbruck 2010

OEAV (2010d): Telefonische Befragung der Tourismusbüros und Gemeinden - Einschätzung der Gemeinden zum bisherigen Effekt des Projektes, KW 38/39 2010

OEAV (2011a): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - Eine untrennbare Einheit, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Sonntag im Großen Walsertal 30.09.- 02.10.2010, Innsbruck November 2011

OEAV (2011b): Die Bergsteigerdörfer: Ein Projekt des Oesterreichischen Alpenvereins - Bericht Projektphase I: 1.1.2008 – 30.6.2011, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz, Innsbruck 2011

OEAV (2011c): „Leitfaden für Bergsteigerdorf-Partnerbetriebe“ des OeAV, erstellt von Christina Schwann, Juli 2011

OSTTIROLER BOTE (23.11.2011): Sechsesselbahn eingeweiht – weitere Investitionen folgen, Verfasser: Günther Hatz
online verfügbar unter: http://www.osttirol-online.at/news/chronik/index.php?we_objectID=29417&we_objectTID=98 (Zugriff 09.01.2012)

REVERMANN, Christoph & PETERMANN, Thomas (2003): Tourismus in Großschutzgebieten: Impulse für eine nachhaltige Regionalentwicklung, Berlin

RICCABONA, Sigbert (2011): Was macht ein Bergsteigerdorf aus?, veröffentlicht in (S. 53-57): OEAV (2011a): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - Eine untrennbare Einheit, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Sonntag im Großen Walsertal 30.09.- 02.10.2010, Innsbruck November 2011

SCHÄFLEIN, Susanne (1992): Das qualitative Interview in der Freizeitforschung, veröffentlicht in: BECKER, Christoph (1992): Erhebungsmethoden und ihre Umsetzung in Tourismus und Freizeit, Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie Heft 25, Selbstverlag der Geographischen Gesellschaft Trier

SCHNELL et al. (2008): SCHNELL, Rainer, HILL, Paul B. & ESSE, Elke (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung, 8. Auflage, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München

SCHOBERT, Martin (2009): Einfach in der Natur sein – Die Bedeutung des Alpentourismus für den Österreicher-Gast, Martin Schobert, Mitarbeiter der Österreich Werbung, veröffentlicht in (S. 35-36): OEAV (2009a), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 2: Bergsteigerdörfer - Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention, Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck Februar 2009

SCHWANN, Christina & KALS, Roland (2008): Vorwort, veröffentlicht in (S. 4): OEAV (2008): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 1: Startkonferenz Bergsteigerdörfer, Bergsteigerdorf Ginzling, 10.-11. Juli 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck August 2008

SCHWANN, Christina (2009): Ein ereignisreiches Jahr – Die Aktivitäten im Zeitraum November 08 bis September 09, veröffentlicht in (S. 45-48): OEAV (2009b): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 3: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Öffentlicher Verkehr in peripheren Räumen, Tagung Grünau im Almtal / Oberösterreich, 18.-19. September 2009, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck November 2009

SCHWANN, Christina (2009b): Gästebefragung 2009 - Fragebogen der OeAV-Gästebefragung im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“

SCHWANN, Christina (2009c): Gästebefragung 2009 - Auswertung der OeAV-Gästebefragung im Rahmen der Initiative „Bergsteigerdörfer“

SCHWANN, Christina (2011): Liste der „Bergsteigerdörfer“-Partnerbetriebe, Stand Juni 2011, unveröffentlichtes Dokument

SAUER, Benedikt (2011): Alpingeschichte Kurz und bündig: Das Villgratental, Hrsg.: OeAV, Innsbruck 2011

STEIDL, Emmanuel & RAINER, Peter-Paul (2005): Bericht/Auswertung Stammgästebefragung 2005, 12.10.2005, Innervillgraten

SCHNEIDER, Ingrid (2006): Eine empirische Untersuchung der Tourismusgesinnung und Gastfreundschaft am Beispiel Osttirols, Leopold-Franzens-Universität Innsbruck

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2004): Alpenkonvention konkret: Ziele und Umsetzung – Alpensignale 2, Hrsg.: Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention, verantwortlich: Dr. Igor Roblek & Deutsches Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Referat Öffentlichkeitsarbeit, Innsbruck, November 2004

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2008a): Alpenkonvention - die Alpen nachhaltig entwickeln, Broschüre, verantwortlich für die Koordination des Faltblattes: Igor Roblek
online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/documents/Permanent_Sekretariat/web/faltblatt/Flyer_allg_de.pdf (Zugriff 03.10.2011)

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2008b): Alpenkonvention, Flyer online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/documents/Permanent_Sekretariat/web/InfoS/DE.pdf (Zugriff 03.10.2011)

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2010a): Alpenkonvention Nachschlagewerk – Alpensignale 1, 2. Auflage, verantwortlich für die Publikation: Marco Onida, Pinxit Druckerei GmbH, Innsbruck 2010

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2010b): Die Alpenkonvention – Internationaler Vertrag für die Förderung, die Entwicklung und den Schutz der Alpen, Broschüre, für den Inhalt verantwortlich: Marco Onida
online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/NR/rdonlyres/C9B9C020-2276-4564-B9A9-84C8B30205BB/0/brochure2010_de.pdf (Zugriff 03.10.2011)

STÄNDIGES SEKRETARIAT DER ALPENKONVENTION (2011): Alpenkonvention und Best Practices in den österreichischen Gemeinden - Leitfaden für die Umsetzung der Alpenkonvention, Ein Projekt des Ständigen Sekretariats der Alpenkonvention und des Lebensministeriums, Juli 2011

STATISTIK AUSTRIA (2007): Beherbergungsbetriebe, -zimmer und -betten in Berichtsgemeinden, ISIS-Abfrage vom 04.70.2011, Segment-Bezeichnung: I2V, Daten von 2007

STATISTIK AUSTRIA (2011a): Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung, Gemeinde Kartitsch (Politischer Bezirk Lienz, Region Osttirol, Bundesland Tirol), Stand: 31.12.2010, erstellt am 08.06.2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/gemDetail.do?gemnr=70713> (Zugriff 09.12.2011)

STATISTIK AUSTRIA (2011b): Ein Blick auf die Gemeinde Kartitsch - Bevölkerungsentwicklung 1869 - 2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/blick1/g70713.pdf> (Zugriff 09.12.2011)

STATISTIK AUSTRIA 2011c: Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung, Gemeinde Innervillgraten (Politischer Bezirk Lienz, Region Osttirol, Bundesland Tirol), Stand: 31.12.2010, erstellt am 08.06.2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/pr1/g70710.pdf> (Zugriff 09.12.2011)

STATISTIK AUSTRIA 2011d: Einwohnerzahl und Komponenten der Bevölkerungsentwicklung, Gemeinde Außervillgraten (Politischer Bezirk Lienz, Region Osttirol, Bundesland Tirol), Stand: 31.12.2010, erstellt am 08.06.2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/pr1/g70706.pdf> (Zugriff

09.12.2011)

STATISTIK AUSTRIA 2011e: Ein Blick auf die Gemeinde Innervillgraten - Bevölkerungsentwicklung 1869 – 2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/blick1/g70710.pdf> (Zugriff 09.12.2011)

STATISTIK AUSTRIA 2011f: Ein Blick auf die Gemeinde Außervillgraten - Bevölkerungsentwicklung 1869 - 2011
online verfügbar unter: <http://www.statistik.at/blickgem/blick1/g70706.pdf> (Zugriff 09.12.2011)

STAMPFL, Regina & SCHLOSSER, Hannes (2009): Bergsteigerdörfer schrittweise zum Erfolg führen – Zusammenfassung der zweiten Plenarsdiskussion, veröffentlicht in (S. 43-44): OEAV (2009a), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 2: Bergsteigerdörfer - Ein Modell für die Umsetzung der Alpenkonvention, Tagung Mallnitz/Kärnten, 26.-27. November 2008, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck Februar 2009

STAMPFL, Regina & SCHWANN, Christina (2009): Erste Erfolge im Projekt BSD – Feedback der Partner- Zusammenfassung, veröffentlicht in (S. 61-62): OEAV (2009b), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 3: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Öffentlicher Verkehr in peripheren Räumen, Tagung Grünau im Almtal / Oberösterreich, 18.-19. September 2009, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck November 2009

STAMPFL, Regina & SCHWANN, Christina (2011): Das Alpenvereinsprojekt „Bergsteigerdörfer“ – Eine Zwischenbilanz, veröffentlicht in (S. 31-33): OEAV (2011a): Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 4: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Berglandwirtschaft und zukunftsfähiger Bergtourismus - Eine untrennbare Einheit , Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Sonntag im Großen Walsertal 30.09.- 02.10.2010, Innsbruck November 2011

STRABER, Robert (2009): Nutzen der Bergsteigerdörfer aus der Sicht der Sektionen – Vorteile für einzelne Sektionen, veröffentlicht in (S. 57-58): OEAV (2009b), Reihe: Bergsteigerdörfer Ideen, Taten, Fakten Nr. 3: Jahrestagung Bergsteigerdörfer - Öffentlicher Verkehr in peripheren Räumen, Tagung Grünau im Almtal / Oberösterreich, 18.-19. September 2009, Hrsg.: Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV, Innsbruck November 2009

SCHRÖDER, Inga (2011): Nachhaltiger Tourismus in Großschutzgebieten - Abschätzung des Nachfragepotentials am Beispiel der Nationalpark-Partner im Nationalpark Bayerischer Wald, Masterarbeit, Universität Oldenburg

TIROLER TAGESZEITUNG (26.05.2011): Bergsteigerdörfer entwickeln sich in Osttirol sehr gut, Verfasserin: Sabine Kuess,
online verfügbar unter: <http://www.tt.com/csp/cms/sites/tt/%C3%9Cberblick/Chronik/ChroniOsttirol/2798018-6/bergsteigerd%C3%B6rfer-entwickeln-sich-in-osttirol-sehr-gut.csp> (Zugriff 23.08.2011)

TIROL WERBUNG (2010): Der Tiroler Tourismus: Zahlen, Daten und Fakten 2010, Tirol Werbung GmbH, Stand: Dezember 2010
online verfügbar unter: http://www.ttr.tirol.at/media/13586/Tiroler%20Tourismus_zahlen%20daten%20fakten%202010.pdf (Zugriff: 14.11.2011)

TIROL WERBUNG (2011): Geschäftsbericht 2010 der Tirol Werbung GmbH (Hrsg. & Medieninhaber), Stand: Februar 2011, Innsbruck.

TVB OSTTIROL (2008): Leitgrundsätze zur strategischen Positionierung Osttirols als Urlaubsdestination, 2008/2009, verfasst von der Arbeitsgruppe des Vorstandes und des Aufsichtsrates unter Vorsitz von Werner Frömel und Obmann Franz Theurl

TVB OSTTIROL (2011a): Unterkünfte im Hochpustertal – Gemütlicher Urlaub in Osttirol, Hrsg.: TVB Osttirol, Gestaltung und Konzeption: Osttirol Werbung GmbH, Dölsach

TVB OSTTIROL (2011b): Tourismus Osttirol - Powerpoint-Präsentation, Vorstellung des TVB Osttirol und aktuelle Zahlen für Osttirol, Stand Sommer 2010, Bernhard Pichler

TVB OSTTIROL (2011c): Auf der Sonnenseite Tirols – Top-Skigebiete, sportliche Highlights, intakte Natur und wunderbare Wohlfühlwelten, Hrsg.: Tourismusverband Osttirol

TVB INNERVILLGRATEN (1992): Villgrater Tourismus 2000 - Der Weg über den Berg, Tourismuskonzept für die Gemeinde Innervillgraten, Oswald Fürhapter, Alois Mühlmann, Andreas Schett, Hrsg.: TVB Innervillgraten, 2. Auflage (Erstauflage von 1990), Innervillgraten

TIROLER LANDESREGIERUNG 2011: Ankünfte und Nächtigungen nach Monaten im Kalenderjahr 2000 bis im Kalenderjahr 2010, zuletzt geändert am: 25.10.2011 online verfügbar unter: <http://www.tirol.gv.at/themen/zahlen-und-fakten/statistik/tourismus/> (Zugriff 20.11.2011)

WIEDEMAYR, Ludwig (2010): Alpingeschichte Kurz und bündig: Das Tiroler Gailtal – Kartitsch, Obertilliach, Untertilliach, Hrsg.: OeAV, Innsbruck 2010

Internetquellen

Die hinter den Internetquellen genannte Jahreszahl bezieht sich auf das Datum des Zugriffs auf die jeweilige Internetseite, da die Erstellungsdaten nicht in jedem Fall ermittelt werden konnten.

ski.intermaps.com (2011): Skizentrum Sillian - Karte des Skigebietes „Hochpustertal“
- <http://ski.intermaps.com/osttirol/skimap.asp?map=Sillian> (Zugriff 20.12.2011)

www.alpconv.org (2011): Webseite des Ständigen Sekretariats der Alpenkonvention

- www.alpconv.org 2011a: Geschichte:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv04_de.htm (Zugriff: 03.10.2011)
- www.alpconv.org 2011b: Stand der Ratifizierungen:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv03_de.htm (Zugriff: 03.10.2011)
- www.alpconv.org 2011c: Organisation:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv06_AC_de.htm (Zugriff: 03.10.2011)
- www.alpconv.org 2011d: Protokolle und Deklarationen:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv02_de.htm (Zugriff: 04.10.2011)
- www.alpconv.org 2011e: Text der Rahmenkonvention:
http://www.alpconv.org/theconvention/index_de.htm (Zugriff: 04.10.2011)
- www.alpconv.org 2011f: Ständiger Ausschuss:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv06_PC_de.htm (Zugriff: 04.10.2011)
- www.alpconv.org 2011g: Partner:
http://www.alpconv.org/theconvention/conv07_a_de.htm (Zugriff: 04.10.2011)

- www.alpconv.org 2011h: Logo: <http://www.alpconv.org/NR/rdonlyres/C7726C45-F26F-4DC9-A6B0-4DD113A7B4FC/0/logowithwebsite.JPG> (Zugriff: 04.10.2011)

Verwendete Durchführungsprotokolle und Deklarationen der Alpenkonvention (Zugriff ebenfalls über die Webseite www.alpconv.org):

- PROTOKOLL TOURISMUS (1998): Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Tourismus, unterzeichnet in Bled am 16.10.1998 durch Vertreter der Bundesrepublik Deutschland, der Französischen Republik, der Italienischen Republik, des Fürstentums Liechtenstein, des Fürstentums Monaco, der Republik Österreich, der Schweizerischen Eidgenossenschaft, der Republik Slowenien und der Europäischen Gemeinschaft
online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/de/convention/framework/Documents/protokoll_d_tourismus.pdf (Zugriff 07.10.2011)
- PROTOKOLL RAUMPLANUNG UND NACHHALTIGE ENTWICKLUNG (1994): Protokoll zur Durchführung der Alpenkonvention von 1991 im Bereich Raumplanung und nachhaltige Entwicklung, unterzeichnet am 20.12.1994 in Chambéry durch Vertreter der Bundesrepublik Deutschland, der Französischen Republik, der Italienischen Republik, des Fürstentums Liechtenstein, des Fürstentums Monaco, der Republik Österreich, der Schweizerischen Eidgenossenschaft, der Republik Slowenien und der Europäischen Gemeinschaft
online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/NR/rdonlyres/FED6935B-CC34-43D7-9ABC-3C37D734689F/0/Protokoll_d_Raumplanung.pdf (Zugriff 07.10.2011)
- DEKLARATION BEVÖLKERUNG UND KULTUR (2006): Minister/innen der Vertragsparteien der Alpenkonvention, Alpbach 2006
online verfügbar unter: http://www.alpconv.org/de/convention/framework/Documents/AC_IX_11_declarationpopcult_de_fin.pdf (Zugriff 07.10.2011)

www.alpenverein.at (2011): Webseite des Oesterreichischen Alpenvereins

- www.alpenverein.at 2011a: http://www.alpenverein.at/portal/Der_Verein/index.php?navid=198 (Zugriff: 01.09.2011)
- www.alpenverein.at 2011b: <http://www.alpenverein.at/naturschutz/> (Zugriff: 01.09.2011)
- www.alpenverein.at 2011c: <http://www.alpenverein.at/sillian/?navid=46> (Zugriff 06.12.2011)
- www.alpenverein.at 2011d: http://www.alpenverein.at/naturschutz/Alpenkonvention/Strassenprojekt_Alemagna/index.php (Zugriff: 14.07.2011)
- www.alpenverein.at 2011e: http://www.alpenverein.at/naturschutz/News/downloads/alemagna_info2_1.pdf (Zugriff: 14.07.2011)

www.ausservillgraten.gv.at (2011): Webseite der Gemeinde Außervillgraten - Tourismus Allgemein

- <http://www.ausservillgraten.gv.at/tourismus.html> (Zugriff: 14.03.2012)

www.austria-navigator.de (2011): Austria-Navigator - Das Städteportal für Österreich

- http://www.austria-navigator.de/bezirk_lienz.html (Zugriff: 11.12.2011)

www.austriatourism.com (2011): Webseite der Österreich Werbung

- http://www.austriatourism.com/xxl/_site/int-de/_area/465223/_subArea/465287/_subArea2/1046220/_id/1046225/urlaub,%20Ooesterreich,%20image,%20zielgruppe.html (Zugriff: 14.11.2011)

- www.bergsteigerdoerfer.at (2011): Webseite der Initiative „Bergsteigerdörfer“, Aktualisierung der Webseite: Regina Stampfl, Christina Schwann
- www.bergsteigerdoerfer.at 2011a: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/387-0-Sanfter-Urlaub-in-den-Alpen.html> (Zugriff: 18.04.2011)
 - www.bergsteigerdoerfer.at 2011b: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/3-0-Qualitaet-Grundsaeetze-Bergsteigerdoerfer.html> (Zugriff: 18.04.2011)
 - www.bergsteigerdoerfer.at 2011c: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/4-0-Ueberuns-Projekt-Bergsteigerdoerfer.html> (Zugriff: 18.04.2011)
 - www.bergsteigerdoerfer.at 2011d: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/364-0-Downloadbereich-Bergsteigerdoerfer.html> (Zugriff: 18.04.2011)
 - www.bergsteigerdoerfer.at 2011e: <http://www.bergsteigerdoerfer.at/> (Zugriff: 09.09.2011)
- www.bfn.de (2011): Webseite des Deutsches Bundesamtes für Naturschutz (BfN)
- www.bfn.de 2011a: http://www.bfn.de/0323_ityesantf.html, letzte Aktualisierung: 19.08.2011 (Zugriff 07.11.2011)
 - www.bfn.de 2011b: http://www.bfn.de/0323_itye_nachhaltig.html, letzte Aktualisierung: 23.09.2011 (Zugriff 07.11.2011)
- www.cipra.org (2011): Webseite der Internationalen Alpenschutzkommission CIPRA
- www.cipra.org 2011a: <http://www.cipra.org/de/alpenkonvention/stand-der-dinge/geschichte> (Zugriff: 04.10.2011)
 - www.cipra.org 2011b: <http://www.cipra.org/de/alpenkonvention/stand-der-dinge/in-kuerze/zusammenfassung-der-rahmenkonvention-und-der-einzelnen-protokolle> (Zugriff: 04.10.2011)
- www.innervillgraten.at (2011): Webseite der Gemeinde Innervillgraten - Lage
- <http://www.innervillgraten.at/gemeinde/daten/lage.html> (Zugriff 09.12.2011)
- www.kartitsch.at (2011): Webseite der Gemeinde Kartitsch
- www.kartitsch.at 2011a: <http://www.kartitsch.at/panorama/hffrdorf.htm> (Zugriff: 09.12.2011)
 - www.kartitsch.at 2011b: <http://www.kartitsch.at/projekt/lage/bergsteigerdorf.html> (09.01.2012)
- www.landesentwicklung.bayern.de (2011): Webseite des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
- <http://www.landesentwicklung.bayern.de/instrumente/regionalmanagement.html> (Zugriff 10.01.2012)
- www.lesachtal.com (2011): Webseite des TVB Lesachtal
- <http://www.lesachtal.com/de/home-sommer/138.html> (Zugriff: 28.06.2011)
- www.nachhaltigkeit.at (2011): Das österreichische Nachhaltigkeitsportal, Medieninhaber und Herausgeber: Österreichisches Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (Lebensministerium); Monatsthema 08/09: Nachhaltiger Tourismus
- <http://www.nachhaltigkeit.at/article/articleview/77254/1/25540/>, Stand: August 2009 (Zugriff: 08.11.2011)
- www.osttirol.com (2011): Webseite der Osttirol Werbung GmbH, verfasst von Barbara Nussbaumer, Urlaub in Osttirol – Presse
- <http://www.osttirol.com/de/presse/> (Zugriff: 14.11.2011)
- www.presse.tirol.at (2011): Webseite der Tirol Werbung GmbH, Presse Tirol –

Tourismus in Zahlen

- <http://www.presse.tirol.at/xxl/de/tourismus-zahlen/> (Zugriff: 14.11.2011)

www.rmo.at (2012): Webseite des Regionsmanagement Osttirol

- <http://www.rmo.at/Projekte-Themen/default.asp?ID=708> (Zugriff: 11.12.2012)

Persönlicher Kontakt

BUCHER, Arthur: Mitarbeiter des TVB Osttirol, zuständig für das Tourismusbüro in Kartitsch

- 15.07.2011: persönliches Gespräch mit Herrn Bucher
- 22.11.2011: Antwort auf eine Anfrage bezüglich der Nächtigungszahlen in Kartitsch im Tourismusjahr 2007 (November 2006 bis Oktober 2007), Übersendung von Daten für die Erstellung von Abb. 12 (Kap. 3.1), per Email
- 16.03.2012: Antwort auf eine Anfrage, per Email

FÜRHAPTER, Oswald: Mitarbeiter des TVB Osttirol, zuständig für das Tourismusbüro in Innervillgraten

- 25.07.2011: persönliches Gespräch mit Herrn Fürhapter
- 09.01.2012: Telefonat mit Herrn Fürhapter, Auskunft zum Stand der Planung der Wasserkraftwerke in Innervillgraten

GOLLER, Anton: Leiter des Gemeindeamtes Kartitsch

- 18.07.2011: persönliches Gespräch mit Herrn Goller

KALS, Dr. phil. Roland: Mitglied im „Bergsteigerdörfer“-Projektteam, Beratender Ingenieur für Raumplanung und Landschaftsplanung und Ingenieurkonsulent für Geographie, selbstständiger Raumplaner („arp“, technisches Büro für Raumplanung und Landschaftsplanung mit Sitz in Salzburg), Geschäftsführer der OeAV-Sektion Salzburg, Zweitgutachter dieser Arbeit

- 27.05.2011: Bergsteigerdörfer-Partnerbetriebs-Kommunikationssitzung des OeAV in Kartitsch (Vortrag von Herrn Kals über die Geschichte des OeAV und Diskussion mit Vertretern der Partnerbetriebe)
- 04.07.2011: persönliches Gespräch mit Herrn Kals

MAIR, Claudia: Mitarbeiterin des Gemeindeamtes Innervillgraten

- 24.06.2011: Antwort auf eine Anfrage bezüglich der Einsicht in Unterlagen zu den in Innervillgraten geplanten Wasserkraftwerken, per Email

MOSE, Prof. Dr. Ingo: Professur für Regionalwissenschaften, Leiter der Arbeitsgruppe Angewandte Geographie und Umweltplanung, Erstgutachter dieser Arbeit

- 01.09.2011: persönliches Gespräch mit Herrn Mose

SCHWANN, Mag. Christina: Projektkoordination der Initiative „Bergsteigerdörfer“, Mitglied im „Bergsteigerdörfer“-Projektteam, Mitarbeiterin der Fachabteilung Raumplanung-Naturschutz des OeAV

- 04.05.2011: Kontaktangabe der Ansprechpartner in Kartitsch und im Villgratental, per Email
- 23.05.2011: persönlicher Gesprächstermin mit Frau Schwann
- 27.05.2011: Bergsteigerdörfer-Partnerbetriebs-Kommunikationssitzung des OeAV in Kartitsch (Vorstellung der Initiative „Bergsteigerdörfer“ und Diskussion mit den Vertretern der Partnerbetriebe)

- 11.10.2011: Antwort auf eine Anfrage bezüglich des „Bergsteigerdörfer“-Projektes, per Email
- 21.11.2011: Antwort auf eine Anfrage bezüglich des „Bergsteigerdörfer“-Projektes, per Email
- 10.01.2012: Telefonat mit Frau Schwann, Informationen bezüglich des „Bergsteigerdörfer“-Projektes; außerdem per Email gesendeter Kartenausschnitt mit Abgrenzung zwischen den Arbeitsgebieten der OeAV-Sektionen Austria und Sillian („Arbeitsgebiete der alpinen Vereine in den Ostalpen“, Hrsg.: DAV, Kartengrundlage: Freytag-Berndt Große Straßenkarte Österreich, Erscheinungsdatum der Karte ist unbekannt)

STAMPFL, Regina: Mitarbeiterin des Salzburger Planungsbüros „arp“, Mitglied im „Bergsteigerdörfer“-Projektteam

- 04.07.2011: Bereitstellung der Logos der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

TRAUNER, Otto: Regionalleiter des TVB Osttirol

- 25.07.2011: Antwort auf eine Anfrage bezüglich der möglichen Planung einer Skigebietsanbindung Innervillgratens an das Skigebiet „Hochpustertal“, per Email

9 Schlusserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Außerdem versichere ich, dass ich die allgemeinen Prinzipien wissenschaftlicher Arbeit und Veröffentlichungen, wie sie in den Leitlinien guter wissenschaftlicher Praxis der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg festgelegt sind, befolgt habe.

Oldenburg, den

Anhang

A: Kriterien für die „Bergsteigerdörfer“ des OeAV	166
B: Leitfaden für die Expertengespräche	168
C: Interviewprotokollbogen	170
D: Für die Gästebefragung verwendete Fragebögen	171
E: Standorte der Gästebefragung und Auslegestellen	177
F: Liste der befragten Experten	178
G: Hintergrundwissen	180
H: Ergebnisse der Gästebefragung - Zusammenfassende Datentabellen	186

Anhang (Beigefügte CD)

I: Transkripte der Experteninterviews*	
J: Datentabellen der Gästebefragung	

*Anhang I ist nur für die Prüfer der Arbeit beigefügt (s. Kap. 5.1)

Anhang A: Kriterien für die „Bergsteigerdörfer“ des OeAV (OeAV 2009c)

A) AUSSCHLUSSKRITERIEN

A1) Unzureichende Tourismusinfrastruktur

- Fehlen von Beherbergungsbetrieben

A2) wenig alpiner Landschaftscharakter, Landschaftsschäden, Technikdominanz

- geringe Reliefenergie
- den Gesamtcharakter erheblich störende Schäden durch menschliche Eingriffe
- Dominanz schitouristischer Erschließungsmaßnahmen

A3) Kein dörflicher Charakter

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

A4) Lage an Hochleistungsverkehrswegen

- insbesondere Autobahn, Autoschnellstraße, Flugplatz

B) PFLICHTKRITERIEN (entweder bereits vorhanden oder kurzfristig erfüllbar)

B1) Tourismusqualität

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

B2) Alpinkompetenz

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

B3) Landschaftsqualität

- keine durch Straßen / Seilbahnen erschlossenen benannten Berggipfel (Erschließung endet mindestens 200 Hm unter dem Gipfel, bzw. in mindestens 500 m Horizontalabstand)
- Verzicht auf Neuerschließung und großräumige Erweiterungen (entsprechend Salzburger Sachprogramm Schierschließung 2008, Tiroler Raumordnungsprogramm Seilbahnen 2005)
- Keine Außenstarts und –landungen von Motorflugzeugen (ausgenommen Versorgungs- und Rettungsflüge)
- keine permanent genutzten Motorsportstrecken zur Austragung von Bergrennen, Rallies, Motocross, Schidoo-Rennen u. dgl.
- Verzicht auf Neuerrichtung von großen Wasserkraft-, Windkraft-, Photovoltaik-Anlagen (in überörtlicher Dimension), Hochspannungs-Freileitungen

- Ganzjährig ausreichende Wasserführung (= ausreichend Restwasser) in Fließgewässern
- Hochalmen und Bergwälder werden von motorisiertem Individualverkehr außerhalb öffentlicher Straßen frei gehalten.
- Schutzgebietsanteil an der Gemeindefläche liegt im Regelfall über 20 %

B4) Mobilitätsqualität

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

B5) Kooperationsqualität

- Projektarbeitsgruppe mit definiertem Ansprechpartner vorhanden
- Enge Zusammenarbeit mit örtlich zuständigen Alpinen Vereinen

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

C1) Touristische Qualität

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

C 2) Alpinkompetenz

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

C3) Landschaftsqualität

- Schutzgebietsbetreuung ist eingerichtet und aktiv

Anhang B: Leitfaden für die Expertengespräche

A Beteiligung der Akteure

1. Stellen Sie sich zu Beginn des Gesprächs bitte kurz vor.
*Kommen sie gebürtig aus Kartitsch / dem Villgratental?
Was machen Sie beruflich?*

2. Die „Bergsteigerdörfer“-Initiative ist ein vom OeAV initiiertes Projekt zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus in peripheren Räumen der österreichischen Alpen. Davon profitieren sowohl die Tourismus-Anbieter, als auch die Gemeinden selbst. Inwieweit sind Sie in das Projekt eingebunden und was sind dabei Ihre Aufgaben?

B Voraussetzungen als „Bergsteigerdorf“

3. Was zeichnet die Gemeinde Kartitsch / das Villgratental als „Bergsteigerdorf“ aus?

3a. Was hat Kartitsch / das Villgratental mit den anderen Gemeinden im Netzwerk der „Bergsteigerdörfer“ gemeinsam?

3b. Was unterscheidet Kartitsch / das Villgratental von den anderen „Bergsteigerdörfern“, was macht Kartitsch / das Villgratental zu etwas Besonderem?

4. In den vom OeAV entwickelten „Bergsteigerdörfer“-Kriterien ist von der „Vorbildwirkung der Bergsteigerdörfer“ die Rede. Was macht Kartitsch / das Villgratental hinsichtlich seines momentanen Zustandes sowie in seinen Bemühungen, die innerhalb des Projektes angestrebten Ziele umzusetzen, zu einem Vorbild?

5. Laut dem Alpenverein steht die Marke „Bergsteigerdörfer“ als „Qualitätsversprechen“. Kann Kartitsch / das Villgratental halten, was es im Sinne eines „Bergsteigerdorfes“ verspricht oder gibt es noch Bereiche, die verbessert werden sollten?

C Teilnahmemotivation an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative

6. Welche Hoffnungen und Erwartungen an das Projekt liegen der Entscheidung der Gemeinde zugrunde, an dem „Bergsteigerdörfer-Projekt“ teilzunehmen?

7. Was erwarten Sie sich persönlich vom Projekt „Bergsteigerdörfer“?

8. Viele Gemeinden in peripheren ländlichen Räumen der Alpen sind, wie Kartitsch / die Gemeinden im Villgratental auch, als strukturschwach zu bezeichnen. Welche damit verbundenen Probleme gibt es derzeit in Kartitsch / im Villgratental? Wird gehofft, diese im Rahmen des „Bergsteigerdörfer“-Projektes zu lösen?

D Umsetzung der „Bergsteigerdörfer“-Initiative vor Ort und deren Auswirkungen

9. Laut Kriterien des OeAV ist die Einrichtung einer Projektarbeitsgruppe mit einem bestimmten Ansprechpartner Voraussetzung für die Teilnahme als „Bergsteigerdorf“. Welche Personen sind in Kartitsch / im Villgratental Mitglied dieser Arbeitsgruppe und gibt es evtl. weitere Akteure, deren Mitarbeit Sie sich wünschen würden?

10. Wie wird das Projekt „Bergsteigerdörfer“ in Kartitsch / im Villgratental umgesetzt und was hatte dies bisher für Auswirkungen zur Folge?
Welche Projekte wurden bereits in Ihrer Gemeinde umgesetzt bzw. sind geplant?

10a. Haben Sie bisher schon schlechte Erfahrungen im Rahmen der Teilnahme an dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt gemacht?

10b. Welche „Erfolge“ des Projektes lassen sich bereits verzeichnen?

E Innensicht des Projektes

11. Wie beurteilen Sie die Einstellung der Einwohner von Kartitsch / des Villgratentals gegenüber der Initiative „Bergsteigerdörfer“ des OeAV?

Sind die Einwohner dem Projekt gegenüber eher positiv oder eher negativ eingestellt?

Gibt es unterschiedliche Meinungen vonseiten der Einwohner?

Wie beurteilen Sie das Bewusstsein über das Projekt: Wissen die meisten Einwohner, dass sie ein „Bergsteigerdorf“ sind und / oder was das eigentlich bedeutet?

F Zukunftsperspektiven

12. Wie sehen Sie die Gemeinde Kartitsch / das Villgratental in 10 – 20 Jahren?

Welche Veränderungen, welche Entwicklungen halten Sie für wahrscheinlich?

Welche Pläne gibt es derzeit, welche konkreten Maßnahmen sind in Zukunft in Kartitsch / im Villgratental geplant?

13. Wie schätzen Sie das ein: Wie weit kann es gehen, bis sozusagen die „Wachstumsgrenzen“ in der Förderung eines nachhaltigen Tourismus in Kartitsch / im Villgratental erreicht sind? Das heißt: Wie weit kann die Tourismusentwicklung gehen, um über ein „kleines, feines“ Projekt nicht hinauszuwachsen? Ist diese Gefahr überhaupt gegeben?

Abschlussfrage

14. Haben wir noch etwas vergessen, das Sie an dieser Stelle gerne erwähnen möchten?

Zusatzfragen

Zusatzfrage an Gemeindevertreter:

Z1. Die ausgewählten Gemeinden müssen als Partner der „Bergsteigerdörfer“ bestimmte Kriterien, sog. Pflichtkriterien, erfüllen. Konnte Ihre Gemeinde diese Anforderungen von Beginn an erfüllen, um innerhalb des Projektes als Mitglied der „Bergsteigerdörfer“ anerkannt zu werden?

Welche Kriterien mussten „nachgerüstet“ werden?

Sind inzwischen alle Pflichtkriterien erfüllt?

Was „kostet“ es, ein „Bergsteigerdorf“ zu sein? Ist die Gemeinde an der Finanzierung von Projekten beteiligt?

Zusatzfragen an Tourismus-Anbieter und TVB-Mitarbeiter:

Z2: Welches Feedback geben die Gäste? Sind sie sich der Teilnahme von Kartitsch / des Villgratentals an der „Bergsteigerdörfer“-Initiative bewusst?

Wurden Sie schon einmal von Gästen auf die „Bergsteigerdörfer“ angesprochen?

Haben Sie den 10%-Rabatt schon an Gäste vergeben?

Aus welchen Ländern kommen ihre Gäste größtenteils?

Welche Zielgruppe sprechen Sie vor allem an bzw. ist vorwiegend bei Ihnen zu Gast?

Z3. Worin lässt sich der hinter der „Bergsteigerdörfer“-Initiative stehende Grundgedanke der nachhaltigen Entwicklung, d.h. einer Entwicklung, die eine Balance zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Ansprüchen anstrebt, am Beispiel der Gemeinde Kartitsch / des Villgratentales festmachen?

Anhang C: Interviewprotokollbogen

Name des Befragten: _____ **Datum:** _____

Art der Terminvereinbarung: _____

Telefonnr.: _____

Akteur / Bezug zur „Bergsteigerdörfer“-Initiative: _____

Beruf: _____

Uhrzeit: _____

Dauer: _____

Ort: _____

Teilnahmemotivation: _____

Interviewatmosphäre: _____

Unterbrechungen: _____

Interaktion im Interview, schwierige Passagen: _____

Notizen aus anschließendem Gespräch: _____

Anhang D: Für die Gästebefragung verwendete Fragebögen

An dieser Stelle sind repräsentativ nur die für Kartitsch erstellten Fragebögen abgedruckt (deutsche, italienische und englische Version), da sich die zur Befragung im Villgratental verwendeten Erhebungsbögen lediglich durch die ausgetauschten Ortsnamen unterscheiden.



Gästebefragung Kartitsch



Diese Umfrage wird im Rahmen einer Abschlussarbeit im Fach Landschaftsökologie zum Projekt „Bergsteigerdörfer“ des Österreichischen Alpenvereins durchgeführt.
Vielen Dank, dass Sie mich mit Ihrer Teilnahme an der Umfrage bei der Erstellung meiner Masterarbeit unterstützen!
Iris Czaja, Bachelor in Umweltwissenschaften

1. Bitte geben Sie Ihr Geschlecht und Alter an:

- männlich weiblich
 ≤ 18 19 – 30 31 – 50 51 – 75 > 75

2. Aus welchem Land kommen Sie?

- Österreich Deutschland Italien Niederlande Sonstiges: _____

3. Ich reise:

- alleine mit Partner/-in mit der Familie mit Freunden Reisegruppe

4. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?

- PKW Flugzeug
 Reisebus Sonstiges: _____
 Öffentliche Verkehrsmittel (Bus/Bahn)

5. Sind Sie Mitglied eines alpinen Vereins?

- Ja Nein
Wenn ja, welcher? OeAV DAV AVS CAI Sonstiger: _____

6. Ist Ihnen die Initiative „Bergsteigerdörfer“ des Österreichischen Alpenvereins bekannt?

- Ja Nein
Wenn ja: Hatte die Initiative „Bergsteigerdörfer“ Einfluss auf die Wahl Ihres Urlaubsortes?
 Ja Nein

7. Waren Sie vorher schon einmal in Kartitsch?

- Ja Nein
Sollten Sie Stammgast sein, seit wie vielen Jahren kommen Sie nach Kartitsch?
Seit _____ Jahren _____

8. Waren sie zuvor bereits in einem der weiteren Bergsteigerdörfer?

(Ginzling, Großes Walsertal, Grünsau im Almtal, Hüttschlag im Großarital, Johnsbach im Gesäuse, Kals am Großglockner, Lassachtal, Lunz am See, Mellnitz, Malta, Mauthen, Reichenau an der Rax, Steinbach am Attersee, Steirische Krakau, Vent im Otztal, Weißbach bei Lofer)

- Ja Nein
Wenn ja, in welchem/welchen? Bitte in der oben stehenden Liste einkreisen.

9. Welche Informationsquellen haben Sie genutzt, um sich über einen Aufenthalt in Kartitsch vorab zu erkundigen?

- Ich bin Stammgast Reiseführer
 Empfehlung von Freunden Printmedien (Prospekte, Zeitschriften,...)
 Internet Broschüre Bergsteigerdörfer
 Webseite www.bergsteigerdoerfer.at Zeitschrift eines Alpinen Vereins
 Webseite des Tourismusverbandes Osttirol (www.osttirol.com) Sonstiges: _____

Questo sondaggio viene realizzato in un quadro di una tesi di master per lo studio sull'ecologia paesaggistica per il progetto „Villaggi Alpinisti“ dell'associazione alpina austriaca. Grazie per aiutarmi alla realizzazione della mia tesi di master con la Vostra partecipazione a questo sondaggio!

Iris Czaja, Bachelor in Environmental Sciences

1. Il vostro genere sessuale e età, grazie:

- maschile femminile
 ≤ 18 19–30 31–50 51–75 > 75

2. Da quale paese provenite?

- Austria Germania Italia Paesi Bassi altro: _____

3. Viaggiate:

- da solo/-a con il partner con la famiglia con amici in comitiva

4. Con quale mezzo di trasporto siete arrivati?

- macchina aereo
 pullman turistico altri: _____
 mezzi pubblici (autobus/treno)

5. Fate parte di un'associazione alpina?

- sì no
 Se sì, quale? OeAV DAV AVS CAI altro: _____

6. Conoscete l'iniziativa „Villaggi Alpinisti“ („Bergsteigerdörfer“) dell'associazione alpina austriaca?

- sì no
 Se sì: L'iniziativa „Villaggi Alpinisti“ („Bergsteigerdörfer“) ha influito sulla Vostra scelta del luogo di vacanza?
 sì no

7. Siete già stati a Kartitsch?

- sì no
 In caso Voi siate un visitatore abituale, da quanti anni venite a Kartitsch per le vacanze?

8. Siete mai stati in un altro Villaggio Alpinisti?

(Ginzling, Großes Walsertal, Grünsau im Aintal, Hüttschlag im Großarl, Johnsbad im Gesäuse, Kals am Großglockner, Lessachtal, Lunz am See, Mallnitz, Mella, Mauthen, Reichensau an der Rax, Steinbach am Attersee, Steirische Krakau, Vent im Otztal, Weißbach bei Lofer)

- sì no
 Se sì, quale/i? Si prega di evidenziare il nome nell'elenco ivi sopra

9. Quale fonte di informazioni avete usato per informarvi in anticipo sulla permanenza a Kartitsch?

- sono un visitatore abituale turismo Osttirol (www.osttirol.com)
 su consiglio di amici guida turistica
 internet mezzi di stampa (prospetti, riviste,...)
 sito web di Villaggi Alpinisti opuscolo Villaggi Alpinisti
 (www.bergsteigerdoerfer.at) rivista periodica di un'associazione
 sito web dell'associazione per il alpina
 altri: _____

10. How satisfied are you with the information that was available before going on this holiday?

- very satisfied; many interesting tips and additional information
 satisfied; the given information was sufficient
 unsatisfied; the availability of more information would have been desirable
 further comments: _____

11. Do you spend your holidays here or are you a single-day guest?

- single-day guest overnight guest
If you are an overnight guest: Where are you accommodated and how many nights are you staying? _____

12. Which are the reasons for your stay here in Kartitsch? (multiple answers possible)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> beauty of landscape/nature | <input type="checkbox"/> guided tours |
| <input type="checkbox"/> hospitality | <input type="checkbox"/> alpine competence/course offer |
| <input type="checkbox"/> culture | <input type="checkbox"/> quietness and recovery |
| <input type="checkbox"/> tour options | <input type="checkbox"/> other: _____ |

13. Which activities do you practice in Kartitsch? (multiple answers possible)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> hiking | <input type="checkbox"/> via ferrata |
| <input type="checkbox"/> mountaineering | <input type="checkbox"/> mountainbiking |
| <input type="checkbox"/> rock climbing | <input type="checkbox"/> other: _____ |

14. Did you take part in any tour guided by a mountain or hiking guide?

- yes no

15. Do you take part in local cultural events (e.g. celebrations, concerts and religious events) at the holiday resort if the opportunity was given?

- yes no the opportunity was not given so far

16. What do you think of when hearing the term "Mountaineering Village"? (multiple answers possible)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> rural idyll | <input type="checkbox"/> alpinism |
| <input type="checkbox"/> activity holiday | <input type="checkbox"/> hiking and mountaineering |
| <input type="checkbox"/> nature experience | <input type="checkbox"/> mountain sports |
| <input type="checkbox"/> winter holidays | <input type="checkbox"/> quietness and recovery |
| <input type="checkbox"/> summer holidays | <input type="checkbox"/> extreme sports |
| <input type="checkbox"/> other (please give a few keywords): _____ | |

17. Could you imagine spending your holidays or day-trip here once more?

- yes no

18. What were you missing or what did you not like about Kartitsch?

Further comments: _____

Please return this questionnaire to the person or place where you received it. Thanks!

Anhang E: Standorte der Gästebefragung und Auslegestellen

Die hier beschriebenen Orte stellen die Hauptanlaufpunkte während der Gästebefragung dar, selbstverständlich fand die Befragung auch an anderen Standorten, z.B. auf Straßen oder Wanderwegen innerhalb des Gebietes der betroffenen Gemeinden statt.

Untersuchungsgebiet Kartitsch

Zu den häufig aufgesuchten Standorten zählen: Parkplatz in Kartitsch Ort (zwischen Laden und Friedhof), Informationstafel mit Brunnen im Ortszentrum, Parkplatz vor Tourismusbüro und Post mit Bushaltestelle, Parkplatz am Sportzentrum, Parkplatz beim Klammerwirt mit Bushaltestelle, in Nähe der Kirchen in St. Oswald und Hollbruck. Zudem wurden an drei Tagen Gäste der alpinen Schutzhütten (Obstansersee-Hütte und Filmoor-Standschützenhütte) und Wanderer am Karnischen Kamm befragt.

Untersuchungsgebiet Villgratental

Zu den häufig aufgesuchten Standorten zählen: Parkplatz im Ortszentrum Außervillgraten (vor dem Gemeindeamt und vor dem Laden), Parkplatz bei der Volkzeiner Hütte, Parkplatz im Ortszentrum Innervillgraten bei Tourismusbüro, Laden, Post und Bushaltestelle, Parkplätze an der Kirche in Kalkstein, Parkplätze Unter- und Oberstalleralm.

Tab. 1: Für die Gästebefragung genutzte Auslegestellen (BSD-Partner: Partnerbetriebe der Initiative „Bergsteigerdörfer“, mit „x“ markierte Betriebe sind Partnerbetriebe, Stand: Juni 2011, SCHWANN 2011)

Außervillgraten	BSD-Partner	Kartitsch	BSD-Partner
FeWo Bergmann	x	Tourismusbüro	
Gasthaus Niederbruggerhof	x	Panorama Hotel Cis	x
Gasthof Perfler	x	Haus Maria	x
Wurzerhof	x	Hotel Waldruhe	
Thurntaler Rast und Almhütte		Aparthotel Garni Monte	x
Tourismusbüro		Gästehaus Hofer	
Reiterstub'n		Alpengasthof „Zur Schönen Aussicht“	
Volkzeiner Hütte		Dolomitenhof	
Innervillgraten		Dorfbergstüberl	
Tourismusbüro		Gasthof Klammerwirt	
Gasthof Raiffeisen	x	Café Neuwirt	
Gannerhof	x	Gasthof Pension "Bergkristall"	
Alpenpension Bad Kalkstein	x	Gästehaus Sint	
Gasthof Bachmann	x	Gasthof-Pension Oswalderhof	
Natur Residenz Villgraten	x	FeWo Walder	
Restaurant Alfonsstüberl und FeWo	x	Pension-Cafe Erbhof	
Badl Alm (Gasthaus Kalkstein)		Hotel Pension Sonnblick	
Pension und FeWo Senfter	x	Draschlerhof	
FeWo Mitterwalder	x	Haus Lydia	
Almhütte Alfenalm	x	Cafe Erika	
FeWo Obergrafenhof, Wiesenheim und Almhütten	x	Haus Renate	
FeWo Jennewein und Almhütte	x	Obstansersee-Hütte	
FeWo Peintner	x	Filmoor-Standschützenhütte	
Villgrater Naturprodukte	x		
Friedl-Mutschlechner-Haus			

Anhang F: Liste der befragten Experten

Tab. 2: Liste der befragten Experten (*Abkürzungen für die Akteursgruppen: A: Tourismus-Anbieter (Gastwirte, Bergführer, Vermieter von Almhütten etc.), AV: Vertreter des Oesterreichischen Alpenvereins, G: Gemeindevertreter, T: Touristiker (darunter sind hier Obmänner der örtlichen Tourismus-Ausschüsse und Mitarbeiter des TVB Osttirol zu verstehen), S: sonstiger Akteur)

Name	Bezug zur "Bergsteigerdörfer"-Initiative	Akteursgruppe*	Expertenwissen	Datum, Ort
Josef Außerlechner	Bürgermeister der Gemeinde Kartitsch	G	Kartitsch	27.05.2011, Kartitsch
Heinz Bodner	Obmann des Tourismus-Ortsausschusses Kartitsch, Wirt der Obstansersee-Hütte (Hütte der OeAV-Sektion Austria)	T, A	Kartitsch	28.05.2011, Kartitsch
Josef Bodner	Mitglied des Kartitscher Gemeinderates	S	Kartitsch	31.05.2011, Kartitsch
Arthur Bucher	Mitarbeiter des TVB Osttirol, zuständig für das Tourismusbüro Kartitsch	T	Kartitsch	03.06.2011, Sillian
André Cis	Partnerbetrieb - „Panorama-Hotel Cis“ in Kartitsch, Mitglied des Tourismus-Ortsausschuss Kartitsch	A	Kartitsch	01.06.2011, Kartitsch
Martin Fürhapter	Partnerbetrieb - „Villgrater Natur-Residenz“ (Pension) in Innervillgraten, Mitglied des Tourismustalchafts-Ausschusses Villgratental	A	Villgratental	08.06.2011, Innervillgraten
Oswald Fürhapter	Mitarbeiter des TVB Osttirol, zuständig für das Tourismusbüro Innervillgraten	T	Villgratental	14.06.2011, Innervillgraten
Anton Goller	Amtsleiter des Kartitscher Gemeindeamtes	G	Kartitsch	27.05.2011, Kartitsch
Hannes Grüner	Partnerbetrieb - Bergschule „AlpinAktiv Hochpustertal“ in Sillian	A	Kartitsch, Villgratental	30.05.2011, Sillian
Veronika Leiter	Partnerbetrieb - „Wurzerhof“ in Außervillgraten (Selbstversorger-Haus)	A	Villgratental	06.06.2011, Außervillgraten
Josef Lusser	Bürgermeister der Gemeinde Innervillgraten, Mitglied des Tourismustalchafts-Ausschusses Villgratental	G	Villgratental	07.06.2011, Innervillgraten
Josef Mair	Bürgermeister der Gemeinde Außervillgraten, Mitglied des Tourismustalchafts-Ausschusses Villgratental		Villgratental	08.06.2011, Außervillgraten
Alois Mühlmann	Partnerbetrieb - „Gannerhof“ in Innervillgraten (Gasthof), Obmann des Villgrater Heimatpflegevereins, Mitglied des Tourismustalchafts-Ausschusses Villgratental	A	Villgratental	08.06.2011, Innervillgraten
Jan Salcher	Vorstandsmitglied der Ortsgruppe „Die Karnischen“ (örtliche Vertretung der OeAV-Sektion Austria)	AV	Kartitsch	01.06.2011, St. Lorenzen (Kärnten)

Name	Bezug zur "Bergsteigerdörfer"-Initiative	Akteursgruppe*	Expertenwissen	Datum, Ort
Benjamin Schaller	Partnerbetrieb – „Oberschallerhütte“ in Innervillgraten (Almhütte)	A	Villgratental	13.06.2011, Innervillgraten
Josef Schett	Partnerbetrieb - „Villgrater Natur“ in Innervillgraten (Schafprodukte verarbeitender Betrieb mit Laden), Obmann des Tourismustalschafts-Ausschusses Villgratental	T, A	Villgratental	10.06.2011, Innervillgraten
Paul Schett	Partnerbetrieb - „Wintersportschule Hochpustertal“ in Innervillgraten	A	Villgratental	07.06.2011, Innervillgraten
Franz Strasser	Interessent an Mitgliedschaft als Partnerbetrieb - "Hotel Waldruhe" in Kartitsch, Mitglied des Tourismus-Ortsausschuss Kartitsch	A	Kartitsch	03.06.2011, Kartitsch
Hans Walder	Obmann der OeAV-Sektion Sillian	AV	Villgratental	07.06.2011, Innervillgraten
Ludwig Wiedemayr	Verfasser des im Rahmen der „Bergsteigerdörfer“-Initiative veröffentlichten Buches „Alpingeschichte kurz und bündig: Tiroler Gailtal“	S	Kartitsch	27.05.2011, Kartitsch

Anhang G: Hintergrundwissen

Fusionierung der Tourismusverbände

Fast die Hälfte der Experten, insbesondere die zum Untersuchungsgebiet Kartitsch befragten Personen, sprach in den geführten Interviews von sich aus die im Laufe der letzten elf Jahre erfolgten Umstrukturierungen des für ihre Gemeinde zuständigen TVBs an.

Laut Arthur Bucher, Mitarbeiter des TVB Osttirol, besteht der TVB Osttirol in seiner heutigen Form seit Jahresbeginn 2008. Der von Lienz aus verwaltete TVB umfasst vier Regionalverbände, sowohl Kartitsch als auch das Villgratental liegen in der Region Hochpustertal. Der Regionalverband Hochpustertal hat seinen Sitz in Sillian und ist für die Betreuung der Ortsinformationsstellen verantwortlich.

Wie mehrere Experten erklärten, besaßen die meisten Tourismusorte früher ihren eigenen Tourismus-Ortsausschuss sowie örtlichen Tourismusverband, sodass jeder sozusagen „sein eigenes Süppchen“ gekocht habe. Einem Kartitscher Gastwirt zufolge habe man in ganz Tirol eine Konzentration in der touristischen Organisationsstruktur angestrebt, demzufolge seien „Strukturen vergrößert“ worden. Seit 1999 seien vier Fusionierungen erfolgt, die schließlich zu der heutigen Struktur eines „einheitlichen“ Tourismusverbandes für ganz Osttirol mit zentraler Verwaltung in Lienz geführt haben.

Aus dem Villgratental kam lediglich von zwei Befragten die Rückmeldung, seit der Fusionierung der Regionalverbände zum TVB Osttirol habe man im Villgratental die beiden Tourismus-Ausschüsse der Gemeinden Außer- und Innervillgraten, zu einem gemeinsamen Talschafts-Ausschuss zusammengelegt. Zu weiteren Auswirkungen der Fusionierungen äußerte sich keiner der zum Villgratental Befragten.

Aus Kartitsch kamen von den Experten, die sich diesbezüglich äußerten, umfangreichere und überwiegend negative Rückmeldungen hinsichtlich der Fusionierungen, worauf im Folgenden näher eingegangen wird.

Ein Hotelier merkte an, aus seiner Sicht seien Strukturveränderungen in der Organisation des Tourismusmarketings „zwingend notwendig“ gewesen, um sich als Destination „auf dem globalen Markt zu bewerben“. Andererseits sei die Umsetzung dieser Fusionierungen „alles andere als reibungslos verlaufen“. So vertrat ein Befragter die Meinung, mit den Fusionierungen seien „heute alle unglücklich“ und man erkenne inzwischen zunehmend, dass dies „nicht die richtige Lösung“ gewesen sei. Zwei Expertenaussagen weisen zudem darauf hin, dass die Fusionierungen in einem „finanziellen Desaster“ geendet seien; der TVB Osttirol sei momentan „schwer verschuldet“.

Vielfach wurde beklagt, im Zuge der schrittweisen Fusionierungen habe Kartitsch seine Eigenständigkeit verloren: Zum einen sei dem örtlichen Tourismus-Ausschuss zunehmend Entscheidungskompetenz entzogen worden, zum anderen kämen bei einer Verwaltung in Lienz die Interessen kleinerer, peripherer Gemeinden generell zu kurz. Der Kartitscher Tourismusausschuss sei heute nichts weiter als eine ehrenamtliche Gruppe touristischer Anbieter, innerhalb derer man sich treffe, um „Meinungen zu bilden und sich zu finden“. Anders als früher könne man nicht selbst Entscheidungen treffen, sondern müsse mit Vorschlägen und Bitten an den „Zentralverband“ herantreten. Der Kartitscher Ortsausschuss sei dem TVB Osttirol „weisungsgebunden“, d.h. er habe zwar die Möglichkeit, nach Einschätzung des Bedarfes vor Ort Vorschläge zu machen, könne aber keine eigenen Entscheidungen treffen (BUCHER mündl. 15.07.2011). Mit der Tatsache, dass der örtliche Tourismus-Ausschuss rechtlich nicht anerkannt werde gab sich Tourismusobmann Heinz Bodner unzufrieden. Er bemängelte, die Organisation funktioniere in der heutigen Form nicht, da es die Verwaltung in Lienz nicht interessiere, ob der Ortsausschuss seine Aufgabe erfülle. Die Aussagen des Obmannes lassen darauf schließen, dass es aufgrund dieser Situation an Motivation fehlt, um sich im Ausschuss für die Interessen des örtlichen Tourismus einzusetzen; ein weiterer Experte bestärkt diese Sichtweise.

Mehrere Experten waren der Ansicht, „bei der derzeitigen Entwicklung“ (s.o.) müsse man sich in Kartitsch glücklich schätzen, dass man das örtliche Tourismusbüro noch halten

könne. Vom Land Tirol habe es geheißen, das Kartitscher Tourismusbüro müsse aufgrund von Sparmaßnahmen wegfallen. Ein befragter Gastwirt stellt klar, Kartitsch habe den Beibehalt seiner Ortsinformationsstelle lediglich der Anhebung der Ortstaxe, welche vonseiten des Tourismus-Ausschusses beim Land Tirol 2009 beantragt worden sei, zu verdanken. Es gebe einen Durchschnittswert, den der TVB von allen zugehörigen Gemeinden kassiere, was über diesem Durchschnitt liege, werde an die Gemeinde zurückgezahlt und stelle das „Lokalbudget“ des Ausschusses dar. Nun habe man in Kartitsch mit einer Taxe von zwei Euro pro Erwachsenen und Tag „österreichweit einen Spitzensatz“. Dass vorher im Ort nicht darüber abgestimmt worden sei, habe dem Tourismus-Ausschuss „damals sehr viel Ärger eingebracht“. Seit 01.01.2011 gelte die Taxenerhöhung und nun könne man „gewisse Dinge eigenfinanzieren“: Nur so habe man das Tourismusbüro im Ort halten, und sogar renovieren, können.

„[...] im Ortsausschuss der Obmann, das sind alles Leute, die mehr oder weniger nichts mehr zu sagen haben. Die nur ein bisschen einen kleinen Einfluss haben, wenn sie irgendwo eine Ruhebank oder markieren oder so etwas haben wollen, aber sonst werden die Dinge in Lienz entschieden und zwar nicht für so kleine Orte.“ (Ludwig Wiedemayr)

Teilnahmemotivation

Laut Aussagen der zu Kartitsch befragten Experten stünden den Einwohnern der Gemeinde im Pustertal ausreichend Arbeitsplätze zur Verfügung, da sich dort „in den letzten Jahren“ mehrere große Unternehmen angesiedelt haben. Das frühere Problem eines mangelnden Arbeitsplatzangebotes sei somit „nicht mehr so aktuell“. Allerdings stimmten die Befragten darin überein, dass höher qualifizierte Personen abwandern müssten, einen Sonderfall stelle Kartitsch laut den beiden Gemeindevertretern und einem weiteren Befragten insofern dar, dass es sich um die Gemeinde mit der höchsten „Akademikerquote Österreichs auf die Einwohner bezogen“ handle.

Bürgermeister Außerlechner und Amtsleiter Goller zufolge habe die Gemeinde in erster Linie durch Abwanderung junger, gut ausgebildeter Menschen mit einem Bevölkerungsrückgang zu kämpfen, in dessen Folge die „Gefahr der Überalterung der Bevölkerung“ bestehe. Ein weiterer Experte fügte hinzu, dass in Kartitsch „starke Geburtenrückgänge“ zu verzeichnen seien. Man könne nicht erwarten, diesem Problem mit Hilfe eines Projektes wie der „Bergsteigerdörfer“-Initiative entgegen zu wirken. Ein Gastwirt vertrat die Meinung, die Abwanderungstendenz würde dadurch vergrößert, dass für junge Leute, die bleiben wollten, „schlichtweg kein Land oder keine Wohnmöglichkeit“ zur Verfügung stünde. Da Mietwohnungen vor Ort „quasi kaum existent“ seien, ginge es in der Regel immer um das Eigenheim. Daher müsse die Gemeinde Bauflächen zur Verfügung stellen, um jungen Menschen die Möglichkeit zu geben, zu bleiben.

Bürgermeister Außerlechner beschrieb die Aufrechterhaltung der örtlichen Infrastruktur als wichtige Gemeindeaufgabe, welche durch den Bevölkerungsrückgang erschwert werde. Dabei gehe es um das Vorhandensein technischer Infrastruktur, z.B. Wegenetz, Kanalisation und Schneeräumung, sowie sozialer Infrastruktur, wie Post, Bank und Geschäft. Dem Bürgermeister zufolge helfe der Tourismus der Gemeinde selbstverständlich generell, die vorhandene Infrastruktur zu halten. Dadurch, dass die Touristen Geld im Ort ließen, könne man sich Dinge leisten, die man ohne den Tourismus nicht hätte, was letztendlich auch den Einheimischen zugutekomme. Ein Befragter wies darauf hin, dass die Poststelle im Ort mittlerweile durch einen privaten „Post-Partner“ ersetzt worden sei; wichtig sei allerdings, dass es die Infrastruktur noch gebe, nicht in welcher Form diese vorhanden sei.

Des Weiteren kam Amtsleiter Goller auf Probleme mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu sprechen. Zum einen bestehe eine „schlechte Koordination zwischen Tal und Bus“, d.h. eine schlechte Abstimmung der Busfahrpläne auf die Zugabfahrtszeiten im Pustertal. Zum anderen würden immer mehr Buslinien abgebaut, da es sich aus Sicht der Verkehrsunternehmen um unrentable Linien handle. Die Aufrechterhaltung des Nahverkehrs sei, wie bereits unter Kap. 5.1.1.2 erwähnt, eine Geldfrage und obgleich

diese in der Region schon „relativ gut gelungen“ sei, handele es sich um ein Problem, dass der Gemeinde auch in Zukunft bleiben werde.

Aus Sicht der Landwirtschaft wurde geäußert, dass man sich glücklich schätzen könne, in Kartitsch einige „leistungsfähige Betriebe“ zu haben, da die Förderungsvoraussetzungen verbesserungswürdig seien. Wichtig sei, dass man stärker gefördert werde, als diejenigen Landwirte, deren Höfe sich in Gunstlagen befänden, da es schwierig sei, die Produktionskosten über die eigene Produktion abzudecken.

Als „Identitätsproblem“ bezeichnete ein Gastronom das seiner Ansicht nach schwach ausgeprägte Gemeinschaftsgefühl der Kartitscher, da die Gemeinde als Streusiedlung „zerpflückt und zerrupft“ sei. Die einzelnen Ortsteile sehen sich „sehr stark autonom“, was man mit dem „Bergsteigerdörfer“-Projekt zumindest kurzfristig nicht ändern könne, da es sich um eine generationenübergreifende Frage der Einstellung handele.

Die Möglichkeit, mit Hilfe der „Bergsteigerdörfer“-Initiative die oben genannten Probleme der Gemeinde Kartitsch zu lösen, wurde von den Befragten generell eher gering eingestuft, wobei dies natürlich von der Art der jeweiligen Problematik abhängig sei. Wenn überhaupt, dann erwarte man sich Verbesserungen im Tourismusbereich. Wie ein Befragter zum Ausdruck brachte, trage das Projekt am ehesten zu einer Erhöhung der Nächtigungszahlen bei; er sehe allerdings nicht, dass sich in dem Zusammenhang wesentliche Veränderungen bzw. Verbesserungen vor Ort einstellen würden. Zwei Befragte äußerten explizit, dass sie die Lösung gemeindepolitischer Probleme prinzipiell nicht als Projektziel sehen; man könne lediglich auf eine positive Beeinflussung der „Bergsteigerdörfer“ zur Problemlösung hoffen.

„[...] ich denke einfach, das sind eher gemeindepolitische Angelegenheiten und dieses Projekt, das eben Gemeinde-Tourismus-übergreifend hier läuft, das kann einen positiven Einfluss haben, aber ich sehe nicht, dass es eventuelle Probleme stoppen oder beseitigen kann. [...] Ich denke, da wären wir auch am falschen Platz, wenn wir diese Hoffnungen hegen würden. Weil ich sehe darin auch nicht die Aufgabe dieses Projektes.“ (André Cis)

Wie bereits für Kartitsch beschrieben, pendele auch eine hohe Anzahl der Villgrater ins Pustertal aus, wo bei den Betrieben im Raum Sillian Arbeit zu finden sei, was jedoch nicht die Abwanderung höher qualifizierter Personen zu verhindern vermag. Insbesondere junge Menschen gingen, „wohin sie die Arbeit zieht“. Zwei Innervillgrater äußerten, dass in Innervillgraten, wo lediglich kleinere Betriebe ansässig seien, nur wenige Arbeitsplätze zur Verfügung stünden.

Sowohl von Experten für Außer- als auch Innervillgraten wurde das Problem der in den Gemeinden zu beobachtenden Abwanderung genannt. Während Außervillgraten einen deutlichen Bevölkerungsrückgang aufweise, bestätigten vier Befragte, darunter auch der Bürgermeister der Gemeinde, dass sich die Abwanderung bezogen auf Innervillgraten „im Rahmen“ halte: Innervillgraten habe seine Einwohnerzahl in den letzten zwanzig Jahren relativ stabil halten können. Ein Befragter fügte hinzu, dass man in Innervillgraten „verhältnismäßig geburtenstarke Jahrgänge“ habe; in Außervillgraten habe man, trotz vergleichbarer Gemeindegröße, die Volksschulklassen bereits zusammenlegen müssen. Außervillgraten Bürgermeister Mair gab an, im Villgratental habe man insgesamt „zu wenige“ Arbeitsplätze, sodass viele Bewohner abwanderten. Dies sei in Außervillgraten „ganz stark ausgeprägt“ und schlage sich auf die Bevölkerungsentwicklung nieder. Infolge der Abwanderungstendenzen leide „die Struktur im Dorf“ und es komme zur Überalterung der Bevölkerung.

Als mögliche Begründung für die deutlich niedrigere Abwanderung in Innervillgraten gegenüber Außervillgraten nannte der Innervillgrate Bürgermeister Lusser zum einen die Lage der Gemeinde und die Mentalität der Einwohner: So sei die Bevölkerung von Talschluss-Gemeinden „vielleicht eher heimatverbunden, als wie die Gemeinden am Anfang eines Tales, wo die Abwanderung noch schneller passiert.“ Zum anderen seien in Innervillgraten „mehr Möglichkeiten“ gegeben, da man generell mehr Raum und damit auch „wesentlich mehr“ Bauflächen habe. Da in der Gemeinde nicht genügend Wohnungen zur Verfügung stünden, müssten junge Leute Häuser bauen. Ein Tourismus-

Anbieter bestätigte, die Gemeinde Innervillgraten habe sich im letzten Jahrzehnt darum bemüht, Baugründe zur Verfügung zu stellen, damit sich die Leute anzusiedeln können.

Ein Befragter Landwirt ist zwar der Auffassung, durch die Projektteilnahme als „Bergsteigerdorf“ könne Villgraten die Abwanderung nicht stoppen, andererseits sei diese in den stark landwirtschaftlich geprägten Gemeinden gar nicht wegzudenken, da es jeweils nur einen Hoferben geben könne.

Innervillgratens Bürgermeister Lusser verstehe unter strukturschwach, dass es in seiner Gemeinde „zu wenig Wirtschaft“ gebe. Obwohl das Villgratental einer Expertenaussage zufolge aus wirtschaftlicher Sicht „zu den wirklichen Außenseitern“ zähle und die Wertschöpfung „zu gering“ sei, liege eine große Stärke des Tals darin, dass sich keine Monostrukturen gebildet haben: man habe „eine gute Landwirtschaft, eine gute Arbeitsplatzsituation“ mit Tourismus-Anbietern und Unternehmern vor Ort.

Ebenso wie im Untersuchungsgebiet Kartitsch stellt sich im Villgratental das Problem der öffentlichen Verkehrsverbindungen. Bürgermeister Mair sprach die Aufrechterhaltung des Nahverkehrs und die an den Abfahrtszeiten der Züge im Pustertal orientierte „lückenlose Anbindung“ als Ziel der Gemeinde an; beim „Regionsmanagement Osttirol“ habe man eine Studie bezüglich der Möglichkeiten im Nahverkehr in Auftrag gegeben und warte nun auf die Resultate. Bürgermeister Lusser kam in diesem Zusammenhang auch auf die „Bergsteigerdörfer“ zu sprechen; der Nahverkehr stelle „die harte Arbeit in dem Projekt“ dar.

Über die Hälfte der Villgratental-Experten sprach Probleme im Bereich der Landwirtschaft an.

Laut mehreren Befragten liege heutzutage ein Problem darin, dass alleinstehende Hoferben keine Partnerin für die gemeinsame Hofbewirtschaftung fänden. Dabei sei die Familienstruktur von grundlegender Bedeutung, da in der Landwirtschaft keine Angestellten beschäftigt seien. Zudem wurde der allgemeine Strukturwandel in der Landwirtschaft angesprochen: Im Gegensatz zu früher, als man Selbstversorger gewesen sei und keine Maschinen zur Verfügung gehabt habe, gebe es in der Landwirtschaft heute weniger Arbeitsplätze. Der Strukturwandel bereite dem „stark landwirtschaftlich-bäuerlich“ geprägten Außervillgraten Probleme, zudem sei durch die Topographie im landwirtschaftlichen Bereich „Vieles vorgegeben“. Die Landwirte seien größtenteils auf ein zusätzliches Einkommen angewiesen, daher betrieben sie Landwirtschaft meist im Nebenerwerb. So seien von knapp 90 Betrieben nur noch etwa „eine Handvoll“ im Vollerwerb tätig, wie Bürgermeister Mair anmerkte. Das Gleiche gelte für Innervillgraten, dessen Bürgermeister angab, von den ebenfalls ungefähr 90 Betrieben wirtschafteten nur zehn bis fünfzehn im Haupterwerb.

Einem Touristiker und Landwirt zufolge würden kleine landwirtschaftliche Betriebe mit Steiflächen „gut gefördert“; Probleme hätten eher diejenigen Landwirte mit größeren, ebener gelegenen Höfen: „Die haben weniger Förderungen und viel mehr Ausgaben.“ Dass in ganz Osttirol nicht viel mehr Höfe aufgegeben wurden, sei allein der Förderpolitik zu verdanken. Aufgrund der benachteiligten Lage gelinge der Erhalt der Landwirtschaft in der Regel nicht über das Produkt.

Auf notwendige Verbesserungen im sozialen Bereich, insbesondere in der Kinderbetreuung im Tal, ging ein Experte ein. Dies sei als wichtiges Thema zu betrachten, damit die Leute mehr arbeiten gingen, „auch die Frauen“. Der Befragte war der Ansicht, dass mehr investiert werde und die Wertschöpfung steige, wenn die Einwohner mehr arbeiteten und sich demzufolge mehr leisten könnten. Mit der „Bergsteigerdörfer“-Initiative habe dies allerdings „nichts zu tun.“

Die Erwartungen an die „Bergsteigerdörfer“-Initiative liegen anhand der zum Thema Villgratental gesammelten Expertenaussagen darin, dass das Projekt dazu beitragen könne, den Tourismus im Tal zu stärken. Oswald Fürhapter, Vertreter des TVB Osttirol, war der Ansicht, die Mitgliedschaft als „Bergsteigerdorf“ könne dabei helfen, die bestehenden Arbeitsplätze im Tourismus zu halten und künftig evtl. zu „mehr Betten“ verhelfen. Auch die folgende Aussage des Außervillgrater Bürgermeisters lässt diesbezüglich bestehende Hoffnungen erkennen:

„Strukturschwäche heißt aber, für mich, dass wir das Potential, das durchaus da gegeben ist, noch nicht ausgeschöpft haben im touristischen Bereich. Dass wir da Schöpfungen erreichen, Arbeitsplätze auch in der Folge [...] und eine Hoffnung verbinden wir eben mit dem Bergsteigerdorf.“ (Josef Mair)

Dass in den Gesprächen zum Villgratental mehr landwirtschaftliche Probleme genannt wurden als in Hinblick auf Kartitsch, hängt sicherlich mit der Wahl der Experten, welche im Villgratental zu einem erheblich größeren Anteil selbst Landwirtschaft betreiben, zusammen. Außerdem deuten die Aussagen zu beiden Untersuchungsgebieten auf eine stärkere landwirtschaftliche Prägung des Villgratentals hin (vgl. Kap. 5.1.1.).

Informationen zu den Gästen

Die von den befragten Experten gemachten Angaben bezüglich der Herkunft der Gäste im Untersuchungsgebiet Kartitsch stimmen dahingehend überein, dass der Anteil ausländischer Gäste überwiegt. Dabei stehe der deutsche Gast an erster Stelle und mache laut Arthur Bucher vom TVB Osttirol ganzjährig einen Anteil von 38% bis 44% unter den Gästen aus. Herrn Bucher zufolge habe sich der Anteil österreichischer Gäste bei einem Wert zwischen 20% und 25% eingependelt, an dritter Stelle folgten die Italiener mit 12% bis 18%. „Knapp 10%“ der Gäste kämen aus den Beneluxländern, insbesondere den Niederlanden; zudem kämen „seit vielen Jahren“ auch Gäste aus Kroatien, Polen und Tschechien. Der Anteil der schweizerischen Gäste liege „noch stark unter 10%“. Zudem wiesen die Experten mehrfach darauf hin, dass der Anteil italienischer Gäste im August, zur Zeit des italienischen „Ferragosto“, im Ort dominiere.

In Hinblick auf die Herkunft der in Kartitsch anzutreffenden Gäste unterscheiden sich die erhobenen Expertenaussagen betriebsabhängig voneinander, was auf eine unterschiedliche touristische Ausrichtung und damit Klientel der Betriebe zurückzuführen ist. Während z.B. ein befragter Hotelier einen Betrieb repräsentiert, der eigenen Angaben zufolge vorwiegend auf die Bedürfnisse italienischer Gäste ausgerichtet sei, konzentrierte sich der Beherbergungsbetrieb eines anderen Befragten vor allem auf deutschsprachige Gäste. So gab der eine Gastwirt an, der italienische Kunde sei mit einem Anteil von ca. 60% unter den Gästen „schlagend“, während die Gäste des anderen Anbieters im Wesentlichen Deutsche und Österreicher seien.

Ein Befragter ging auf die Reisebegleitung der Gäste ein: Im Allgemeinen sei es „ganz stark ein Individualgast“, welcher nach Kartitsch komme. Es gebe kaum große Reiseveranstalter, die Leute herbrächten, stattdessen kämen eher eigenständige, kleinere Gruppen, Pärchen oder Einzelpersonen. Zudem gab der Befragte an, im eigenen Betrieb „ein älteres Publikum“ zu beherbergen, was auch seinem Gesamteindruck vom Kartitscher Gast entspreche: Abgesehen von den Ferienzeiten sei in Kartitsch „eine Gruppe von 50 plus“ anzutreffen.

Aus den Aussagen von drei Touristikern geht hervor, dass ein hoher Anteil der Gäste Stammgäste sind. Ein Hotelier gab beispielsweise an, er beherberge „über 85% Stammgäste“.

Laut Einschätzung des für das Kartitscher Tourismusbüro zuständigen TVB-Mitarbeiters sei der Sommer aus touristischer Sicht von größerer Bedeutung für die Gemeinde, als der Winter. Man habe „60% Sommertourismus, 40% Wintertourismus in Kartitsch“. Im Sommer hielten sich sehr viele Bergsteiger und Wanderer im Ort auf. Ein touristischer Anbieter schätzte, ein Anteil von ca. drei Vierteln seiner Gäste komme zum Wandern her. Im Winter beherberge er „in der Hauptsache Ruhe suchende Genußskifahrer und Langläufer“ sowie Schneeschuhwanderer.

Den Expertenaussagen zufolge scheint auch im Villgratental der Anteil deutscher Touristen dominant; mit einem geschätzten Anteil zwischen 60% und 48% komme der Großteil der Gäste aus Deutschland. Die Mehrheit der Villgrater Tourismus-Anbieter nannte den österreichischen Gast mit nahezu gleich hohen Anteilen an zweiter Stelle, wobei es wiederum von Betrieb zu Betrieb Unterschiede zu geben scheint. Mehreren Befragten zufolge betrage der Anteil derjenigen Gäste, die weder aus dem Inland noch

aus Deutschland kommen, zwischen 2% und 10% der Gäste. Als weitere Herkunftsländer wurden vor allem Italien und die Niederlande genannt, außerdem Belgien, Tschechien, Polen, Slowenien, Kroatien und die Schweiz. Insbesondere zur „Ferragosto“-Zeit kämen viele Italiener ins Tal. So erläuterte ein Befragter, die Gäste kämen z.B. aus Südtirol nach Österreich, um der Vielzahl italienischer Gäste, die zur Haupturlaubszeit Italiens unterwegs seien, auszuweichen.

Die eigentliche Zielgruppe des Villgratentals, beschrieben zwei Experten als „Naturtouristen“ bzw. „Naturliebhaber, Wanderer und Bergsteiger“. Ein Befragter bezeichnet die im eigenen Betrieb unterkommenden Gäste hauptsächlich als sog. LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), dies sei eine Gruppe „gut verdienender“ Personen „mittleren Alters, zwischen 40 und 60 Jahren“, welche gezielt in Regionen reise, in denen nachhaltiger Tourismus betrieben werde. Zwei Befragte äußerten, die Gäste kämen ins Villgratental, da sie bewusst nicht in andere Gegenden reisten, „wo viel Werbung ist und wo viel Geschrei ist“, da sie sich im Urlaub erholen wollten. Als Urlaubsmotive ihrer Gäste nannten auch andere Tourismus-Anbieter dementsprechend „Ruhe und Erholung“. Zudem sei der „Pilztourismus“ vor allem unter den italienischen Gästen beliebt bzw. als Reisemotiv zu nennen.

Insgesamt sei der Sommertourismus im Villgratental stärker, als der Wintertourismus. So lägen beispielsweise die Nächtigungszahlen Innervillgratens dem Villgrater Tourismusobmann Josef Schett zufolge bei einer Anzahl von ca. 30.000 im Sommer, gegenüber 20.000 im Winter. Ein Gastwirt merkte an, dabei müsse man bedenken, dass der Wintertourismus vor zehn bis zwanzig Jahren „noch überhaupt nicht vorhanden war“; dieser sei im Villgratental erst durch das Skitourengehen entstanden. Im Winter stellen die Skitourengeher mit einem Gästeanteil von 75 bis 80% laut Oswald Fürhapter vom Innervillgrater Tourismusbüro den „Supergast“ des Tals dar.

„In Villgraten, ich glaube, spricht man generell den Naturtouristen, den Ruhesuchenden, den Wanderer an im Sommer.“ (Alois Mühlmann)

Anhang H: Ergebnisse der Gästebefragung - Zusammenfassende Datentabellen

In den drei Spalten der Tabellen sind jeweils absolute Werte (links) und prozentuale Anteile (rechts) angegeben. Die prozentualen Anteile beziehen sich, falls nicht anders angegeben, auf die Anzahl der jeweils (pro Untersuchungsgebiet bzw. insgesamt) befragten Gäste. Die verwendeten Fragenummern beziehen sich auf die Fragen im Gästefragebogen (Anhang D) und sind teilweise in einzelne Teilfragen aufgetrennt worden (z.B. Frage 1a und 1b).

Demographische Daten

Tab. 3: Antworten auf Frage 1a - Geschlecht der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (m: männlich, w: weiblich, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 1a: Geschlecht						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
m	188	50,7%	125	46,8%	313	49,1%
w	140	37,7%	126	47,2%	266	41,7%
k.A.	43	11,6%	16	6,0%	59	9,2%

Tab. 4: Antworten auf Frage 1b - Alter der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 1b: Alter [Jahre]						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
≤ 18	12	3,2%	7	2,6%	19	3,0%
19-30	31	8,4%	14	5,2%	45	7,1%
31-50	123	33,2%	95	35,6%	218	34,2%
51-75	189	50,9%	135	50,6%	324	50,8%
>75	13	3,5%	11	4,1%	24	3,8%
k.A.	3	0,8%	5	1,9%	8	1,3%

Tab. 5: Antworten auf Frage 2 - Herkunftsland der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Länderkürzel: s. Abkürzungsverzeichnis, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 2: Herkunft						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
A	125	33,7%	101	37,8%	226	35,4%
D	144	38,8%	104	39,0%	248	38,9%
I	76	20,5%	42	15,7%	118	18,5%
NL	8	2,2%	8	3,0%	16	2,5%
B	8	2,2%	2	0,7%	10	1,6%
CH	2	0,5%	0	0,0%	2	0,3%
DK	0	0,0%	2	0,7%	2	0,3%
E	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
F	1	0,3%	1	0,4%	2	0,3%
FL	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%
H	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
LT	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
P	0	0,0%	2	0,7%	2	0,3%
RUS	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%
S	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%
SK	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
SLO	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%
USA	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
k.A.	2	0,5%	0	0,0%	2	0,3%

Reiseverhalten

Tab. 6: Antworten auf Frage 3 - Reisebegleitung der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 3: Reisebegleitung						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Alleine	23	6,2%	9	3,4%	32	5,0%
Paar	150	40,4%	117	43,8%	267	41,8%
Familie	91	24,5%	78	29,2%	169	26,5%
Freunde	48	12,9%	23	8,6%	71	11,1%
Reisegruppe	40	6,2%	12	4,5%	52	8,2%
Paar & Freunde	7	1,9%	10	3,7%	17	2,7%
Familie & Freunde	11	3,0%	18	6,7%	29	4,5%
k.A.	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%

Tab. 7: Antworten auf Frage 4 - Von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen für die Anreise genutzte Verkehrsmittel (*Die prozentualen Anteile beziehen sich hier nicht auf die Anzahl der jeweils (pro Untersuchungsgebiet bzw. insgesamt) befragten Gäste, sondern auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand, ÖV: öffentliche Verkehrsmittel, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 4: Verkehrsmittel für die Anreise*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
PKW	304	77,9%	237	86,8%	541	81,6%
Reisebus	33	8,5%	14	5,1%	47	7,1%
Ö.V. (Bus/Bahn)	32	8,2%	18	6,6%	50	7,5%
Flugzeug	4	1,0%	0	0,0%	4	0,6%
Motorrad	4	1,0%	2	0,7%	6	0,9%
Fahrrad	5	1,3%	0	0,0%	5	0,8%
zu Fuß	4	1,0%	0	0,0%	4	0,6%
Kleinbus	3	0,8%	0	0,0%	3	0,5%
Wohnmobil	0	0,0%	2	0,7%	2	0,3%
Wohnwagen	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%

Tab. 8: Antworten auf Frage 7a - Frage nach dem wiederholten Besuch der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste im jeweiligen Untersuchungsgebiet (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 7a: Waren Sie vorher schon einmal in Kartitsch / im Villgratental?						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	212	57,1%	171	64,0%	383	60,0%
Nein	158	42,6%	96	36,0%	254	39,8%
k.A.	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%

Tab. 9: Antworten auf Frage 7b - Unterscheidung von Stammgästen und Nicht-Stammgästen unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten „Wiederkehrern“ (*Die prozentualen Anteile beziehen sich hier auf die jeweilige Anzahl der befragten „Wiederkehrer“, d.h. derjenigen Gäste, die zum wiederholten Male ihren Urlaub bzw. Tagesausflug im jeweiligen Untersuchungsgebiet verbringen; arith. Mittel: arithmetischer Mittelwert, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 7b: Stammgast oder Nicht-Stammgast?* (mit Angabe der Wiederkehrdauer der Stammgäste [Jahre])						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	118	55,7%	91	53,2%	209	54,6%
Nein	94	44,3%	80	46,8%	174	45,4%
arith. Mittel	18,2		15,5		14,0	

Tab. 10: Antworten auf Frage 11a - Unterscheidung von Tages- und Urlaubsgästen unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 11a: Tages- oder Urlaubsgast?						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Tagesgast	103	27,8%	90	33,7%	193	30,3%
Urlaubsgast	260	70,1%	176	65,9%	436	68,3%
k.A.	8	2,2%	1	0,4%	9	1,4%

Tab. 11: Antworten auf Frage 11b - Von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Urlaubsgästen gewählte Unterkunft (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl befragter Urlaubsgäste, Zuordnung zu verschiedenen Kategorien von Unterkünften gem. TVB OSTTIROL 2011a, FeWo: Ferienwohnung, versch.: verschiedene, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 11b: Gewählte Unterkunft*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Hotel	85	32,7%	0	0,0%	85	19,5%
Gasthof	41	15,8%	58	33,0%	99	22,7%
FeWo /-haus	37	14,2%	41	23,3%	78	17,9%
Bauernhof	10	3,8%	11	6,3%	21	4,8%
Alpine Schutzhütte	47	18,1%	0	0,0%	47	10,8%
Almhütte	0	0,0%	46	26,1%	46	10,6%
Privatzimmervermietung	12	4,6%	3	1,7%	15	3,4%
zu Besuch (privat)	3	1,2%	1	0,6%	4	0,9%
versch. Unterkünfte	3	1,2%	0	0,0%	3	0,7%
Wohnmobil	0	0,0%	2	1,1%	2	0,5%
Camping	3	1,2%	0	0,0%	3	0,7%
Selbstversorgerhaus	0	0,0%	1	0,6%	1	0,2%
Kalksteiner Pfarrhaus	0	0,0%	1	0,6%	1	0,2%
k.A.	19	7,3%	12	6,8%	31	7,1%

Tab. 12: Antworten auf Frage 11d - Von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Urlaubsgästen angegebene Nächtigungszahl (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl befragter Urlaubsgäste, arith. Mittel: arithmetischer Mittelwert, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 11d: Nächtigungszahl*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
1	16	6,2%	4	2,3%	20	4,6%
2 bis 3	23	8,8%	8	4,5%	31	7,1%
4 bis 6	59	22,7%	45	25,6%	104	23,9%
7 bis 13	63	24,2%	74	42,0%	137	31,4%
14 bis 20	30	11,5%	18	10,2%	48	11,0%
>20	5	1,9%	2	1,1%	7	1,6%
k.A.	64	24,6%	25	14,2%	89	20,4%
arith. Mittel	8,5		8,8		8,6	

Tab. 13: Antworten auf Frage 9 - Informationseinholung durch die in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste vor Reiseantritt

¹ Unter der Antwortmöglichkeit „nicht informiert“ wurden die Angaben der Befragten zusammengefasst, die unter „Sonstiges“ angaben, sich nicht informiert zu haben.

² Organisation der Reise über einen Reiseveranstalter

³ Unter „TVB / lokales Büro“ wurden die Angaben der Befragten zusammengefasst, die sich entweder über den TVB Osttirol oder das lokale Tourismusbüro vor Ort (in Kartitsch, Außer- oder Innervillgraten) informiert haben (Anfrage per Email, telefonisch etc.)

⁴ Unter „Umgebung bekannt“ wurden die Angaben der Befragten zusammengefasst, die den jeweiligen Urlaubsort selbst bzw. die nähere Umgebung bereits kennen (dazu zählen Stammgäste des jeweiligen Ortes bzw. der näheren Umgebung sowie ehemals Einheimische)

⁵ Unter „Kontakt / Tipps“ wurden die Angaben der Befragten zusammengefasst, die über den persönlichen Kontakt zu Einwohnern, z.B. zu Wirtsleuten, Tipps erhielten.

(*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand. **Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an Antworten, die unter „Sonstiges“ genannt wurde. ***Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an Internet- bzw. Printmediennutzern; Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 9: Informationseinholung vor Reiseantritt*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Stammgast	97	16,1%	69	12,8%	166	14,5%
Empfehlung	128	21,2%	71	13,2%	199	17,4%
Internet	134	22,2%	125	23,2%	259	22,7%
Reiseführer	60	9,9%	43	8,0%	103	9,0%
Printmedien	58	9,6%	66	12,2%	124	10,8%
Sonstiges	93	15,4%	108	20,0%	201	17,6%
nicht informiert ¹	24	4,0%	56	10,4%	80	7,0%
k.A.	10	1,7%	1	0,2%	11	1,0%
Unterteilung der Antwortmöglichkeit "Sonstiges"***						
Reisegruppe ²	14	20,9%	16	13,9%	31	16,9%
TVB / lokales Büro ³	14	20,9%	41	35,7%	55	30,1%
Umgebung bekannt ⁴	17	25,4%	17	14,8%	34	18,6%
Kartenmaterial	15	22,4%	17	14,8%	32	17,5%
Mundpropaganda	1	1,5%	10	8,7%	11	6,0%
Kontakt / Tipps ⁵	0	0,0%	12	10,4%	12	6,6%
Messe	5	7,5%	0	0,0%	5	2,7%
Fernsehen	1	1,5%	2	1,7%	3	1,6%

Spezifizierung der Angaben zur Internetnutzung***						
Internetnutzer	134	100,0%	125	100,0%	259	100,0%
Webseite BSD	4	3,0%	3	2,4%	7	2,7%
Webseite TVB	31	23,1%	37	29,6%	68	26,3%
Spezifizierung der Angaben zur Nutzung von Printmedien***						
Printmediennutzer	55	100,0%	66	100,0%	121	100,0%
Broschüre BSD	10	18,2%	15	22,7%	25	20,7%
AV-Zeitschrift	11	20,0%	1	1,5%	12	9,9%

Wahrnehmung der Bergsteigerdörfer-Initiative

Tab. 14: Antworten auf Frage 5a - Frage nach der Mitgliedschaft der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste in einem alpinen Verein (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 5a: Sind Sie Mitglied eines alpinen Vereins?						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	148	40,4%	53	21,3%	201	31,5%
Nein	222	59,3%	212	77,9%	434	68,0%
k.A.	1	0,3%	2	0,7%	3	0,5%

Tab. 15: Antworten auf Frage 5b – Angaben bezüglich der Mitgliedschaft der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen in alpinen Vereinen (AVS: Alpenverein Südtirol, CAI: Club Alpino Italiano, DAV: Deutscher Alpenverein, NKBV: Nederlandse Klim- en Bergsport Vereniging, NFÖ: Naturfreunde Österreich, OeAV: Oesterreichischer Alpenverein, ÖTK: Österreichischer Touristenklub, PZA: Polski Zwiazek Alpinizmu, Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 5b: Mitgliedschaft in alpinen Vereinen						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
OeAV	64	17,3%	22	8,2%	86	13,5%
DAV	53	14,3%	16	6,0%	69	10,8%
CAI	12	3,2%	3	1,1%	15	2,4%
AVS	4	1,1%	5	1,9%	9	1,4%
NFÖ	0	0,0%	6	2,2%	6	0,9%
ÖTK	3	0,8%	0	0,0%	3	0,5%
NKBV	2	0,5%	0	0,0%	2	0,3%
PZA	0	0,0%	1	0,4%	1	0,2%
Venezia Verticale	1	0,3%	0	0,0%	1	0,2%
kein Verein	222	59,8%	212	79,4%	433	67,9%
k.A.	10	2,7%	3	0,7%	13	2,0%

Tab. 16: Antworten auf Frage 6a – Frage nach der Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 6a: Ist Ihnen die Initiative „Bergsteigerdörfer“ des OeAV bekannt?						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	98	26,4%	72	27,0%	170	26,6%
Nein	270	72,8%	194	72,7%	464	72,7%
k.A.	3	0,8%	1	0,4%	4	0,6%

Tab. 17: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, auf deren Herkunftsland bezogen (J: Ja, N: Nein, Quelle: Eigene Erhebung)

Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ bei den Befragten, bezogen auf deren Herkunft															
	Kartitsch				Villgratental				Gesamt					k.A.	
	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	k.A.	[%]	
A	49	0,1	74	0,2	38	0,1	63	0,2	87	0,1	137	0,2	2	0,0	
D	38	0,1	105	0,3	31	0,1	73	0,3	69	0,1	178	0,3	1	0,0	
I	2	0,0	74	0,2	0	0,0	42	0,2	2	0,0	116	0,2	0	0,0	
NL	5	0,0	3	0,0	1	0,0	7	0,0	6	0,0	10	0,0	0	0,0	
B	2	0,0	6	0,0	2	0,0	0	0,0	4	0,0	6	0,0	0	0,0	
CH	1	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	1	0,0	0	0,0	
DK	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0	
E	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
F	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	
FL	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
H	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
LT	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
P	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0	
RUS	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
S	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
SK	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
SLO	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
USA	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0	
k.A.	2	0,5											2	0,0	

Tab. 18: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, auf deren Mitgliedschaft in alpinen Vereinen bezogen (AVS: Alpenverein Südtirol, CAI: Club Alpino Italiano, DAV: Deutscher Alpenverein, NFÖ: Naturfreunde Österreich, OeAV: Oesterreichischer Alpenverein, J: Ja, N: Nein, Quelle: Eigene Erhebung)

Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ bei den Befragten, bezogen auf deren Mitgliedschaft in alpinen Vereinen															
	Kartitsch				Villgratental				Gesamt					k.A.	
	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	k.A.	[%]	
kein Verein	52	14,0	170	45,8	56	21,0	156	58,4	108	16,9	326	51,1	0	0	
OeAV	26	7,0	38	10,2	12	4,5	10	3,7	38	6,0	48	7,5	0	0	
DAV	13	3,5	40	10,8	3	1,1	13	4,9	16	2,5	53	8,3	0	0	
CAI	0	0,0	2	0,5	0	0,0	3	1,1	0	0,0	5	0,8	0	0	
AVS	2	0,5	12	3,2	0	0,0	5	1,9	2	0,3	19	3,0	0	0	
NFÖ	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	1,9	0	0,0	5	0,8	0	0	
Sonstiger	2	0,5	4	1,1	0	0,0	1	0,4	2	0,3	5	0,8	0	0	
k.A.	10	2,7			3	1,1							13	2,0	

Tab. 19: Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ unter den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf die Unterscheidung der Befragten in Stammgäste und Nicht-Stammgäste (J: Ja, N: Nein, Quelle: Eigene Erhebung)

Bekanntheit der Initiative „Bergsteigerdörfer“ bei den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen, bezogen auf die Unterscheidung der Befragten in Stammgäste und Nicht-Stammgäste														
	Kartitsch				Villgratental				Gesamt				k.A.	
	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	J	J [%]	N	N [%]	k.A.	[%]
Stammgast	51	13,7	66	17,8	34	12,7	56	21,0	85	13,3	122	19,1	0	0
kein Stammg.	47	12,7	203	54,7	38	14,2	138	51,7	85	13,3	341	53,4	0	0
k.A.	3	0,8			1	0,4							4	0,6

Tab. 20: Antworten auf Frage 6b – Frage nach dem Einfluss der Initiative „Bergsteigerdörfer“ auf die Wahl des Urlaubsortes (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl befragter „Kenner“ der Initiative „Bergsteigerdörfer“, d.h. diejenigen Personen, die Frage 6a mit „Ja“ beantworteten, Quelle: Eigene Erhebung).

Frage 6b: Hatte die Initiative "Bergsteigerdörfer" Einfluss auf die Wahl Ihres Urlaubsortes?*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	12	12,2%	6	8,3%	18	10,6%
Nein	81	82,7%	63	87,5%	144	84,7%
k.A.	5	5,1%	3	4,2%	8	4,7%

Tab. 21: Antworten auf Frage 8a – Frage nach anderen „Bergsteigerdörfern“, die von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen zuvor bereits besucht wurden (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 8a: Waren sie zuvor bereits in einem der weiteren Bergsteigerdörfer?						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	174	46,9%	165	61,8%	339	53,1%
Nein	196	52,8%	97	36,3%	293	45,9%
k.A.	1	0,3%	5	1,9%	6	0,9%

Tab. 22: Antworten auf Frage 8b – Angabe der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen hinsichtlich zuvor bereits besuchter, anderer „Bergsteigerdörfer“ (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand, Abkürzungen: s. Abb. 31; Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 8b: Besuch anderer Bergsteigerdörfer*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ginzling	10	1,9%	12	2,5%	22	2,2%
Großes Walsertal	19	3,5%	19	3,9%	38	3,7%
Grünau i. A.	28	5,2%	30	6,2%	58	5,7%
Hüttschlag i. G.	16	3,0%	13	2,7%	29	2,8%
Johnsbach i.G.	27	5,0%	15	3,1%	42	4,1%
Kals a. G.	91	17,0%	92	18,9%	183	17,9%
Lesachtal	73	13,6%	72	14,8%	145	14,2%
Lunz a. S.	37	6,9%	33	6,8%	70	6,8%
Mallnitz	36	6,7%	35	7,2%	71	6,9%
Malta	25	4,7%	26	5,3%	51	5,0%
Mauthen	27	5,0%	21	4,3%	48	4,7%
Reichenau a. d. R.	33	6,2%	24	4,9%	57	5,6%
Steinbach a. A.	22	4,1%	32	6,6%	54	5,3%
Steirische Krakau	32	6,0%	11	2,3%	43	4,2%
Vent i. Ö.	41	7,6%	28	5,8%	69	6,8%
Weißbach b. L.	11	2,1%	23	4,7%	34	3,3%
k.A.	8	1,5%	0	0,0%	8	0,8%

Tab. 23: Antworten auf Frage 16 – Frage nach den Assoziationen der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand; Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 16: Begriff "Bergsteigerdorf"						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ländliche Idylle	122	9,2%	122	10,5%	244	9,8%
Aktivurlaub	138	10,4%	108	9,3%	246	9,9%
Naturerlebnis	195	14,7%	155	13,4%	350	14,1%
Winterurlaub	55	4,2%	34	2,9%	89	3,6%
Sommerurlaub	148	11,2%	117	10,1%	265	10,7%
Alpinismus	102	7,7%	65	5,6%	167	6,7%
Wandern und Bergsteigen	245	18,5%	198	17,1%	443	17,8%
Bergsport	100	7,5%	63	5,4%	163	6,6%
Ruhe und Erholung	125	9,4%	157	13,6%	282	11,4%
Extremsport	16	1,2%	14	1,2%	30	1,2%
Sonstiges	71	5,4%	123	10,6%	194	7,8%
k.A.	8	0,6%	2	0,2%	10	0,4%

Tab. 24: Sonstige Assoziationen der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste mit dem Begriff „Bergsteigerdorf“ (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten. (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 16: Woran denken Sie bei dem Begriff „Bergsteigerdorf“? Unter "Sonstiges" angegebene Kommentare	
Kartitsch	
Fragebogen Nr.	Kommentar
2	sportliche Sachen, Idylle eher nicht
5	mehr als Wandern, Bergsteigen als höhere Ebene über dem Wandern, auch: Klettern, Mountainbiken; keine Suche nach Ruhe
9	Name gefällt mir nicht besonders - verbinde ich ausschließlich mit Extrembergsteigen.
12	Kulturelles, Altertümliches
30	Gerade keine Extremsportarten! Bergsteigerdörfer hört sich gut an.
31	Freundlichkeit und Schönheit
32	bergsteigerfreundlicher Urlaubsort
35	Es fällt nichts ein, aber auch keiner der vorgegebenen Begriffe erscheint passend.
43	wenig Tourismus und "Rummel"
59	Bergsteiger (die Leute an sich)
60	geführte Touren, Berge, Mehrtagestouren
64	Jeder sucht sich das raus, was er machen will: ruhig bis extrem.
67	gute Tourenmöglichkeiten, das Bergsteigen wird einem schmackhaft gemacht
71	Comunità di spiriti liberi sulle Alpi.
73	nachhaltige Strukturen, keine Modell-Übererschließung
79	Berge, insbesondere über Zweitausender
84	Anfänge des Alpinismus
85	ländliche Kultur, Artenbestimmung, botanisches Interesse
88	alpine Geschichte
97	Dörfer, in denen man als Bergsteiger willkommen ist. unangemeldetes Übernachten, Ausgangspunkt für Touren
98	Kleine Orte. Eine bestimmte Sorte Leute gehört dazu: die sich bewegen wollen und die Natur lieben.
99	Kleine Orte. Eine bestimmte Sorte Leute gehört dazu: die sich bewegen wollen und die Natur lieben.
101	landschaftlich schön gelegen, "Natur pur"
104	Hängt mit Massentourismus zusammen, es ist doch noch nicht das, was erreicht werden soll. Beispiel Schweiz (Engadin): da gibt es "echte" Bergsteigerdörfer, das was man darunter versteht. Ruhig, entspannend, erholsam, Natur. Ziel müsste sein, dass es hier so bleibt, im momentanen Zustand steht eine solche Entwicklung noch nicht fest.
107	viel Kondition nötig, daher begrenzter Aktionsradius; ist nichts für Nicht-Bergsteiger; Steigeisen und seilgesicherte Wege
108	viel Kondition nötig, daher begrenzter Aktionsradius; ist nichts für Nicht-Bergsteiger; Steigeisen und seilgesicherte Wege
109	Entspannung, Freizeitmöglichkeiten, ausgeglichene Leute
110	schöne Lage, bäuerliche Architektur nicht zerstört durch "Klötze", Wandermöglichkeiten
112	"die Verrückten, die da rauf gehen"

114	Pilze
115	Berge, Extremsportarten gar nicht
116	mehr als Bergwandern, Leute mit entsprechender Ausrüstung
117	alte Kirchen, alte Leute (Überalterung); kein "Rummel", keine Disko, etwas urigere Gebäude (nicht modern), historische Bauernhäuser
118	alte Kirchen, alte Leute (Überalterung); kein "Rummel", keine Disko, etwas urigere Gebäude (nicht modern), historische Bauernhäuser
120	"Kuh-Dorf", abseits
121	Abgeschiedenheit, kein Massentourismus, Abenteuerlust
122	geleitete Touren
127	Guter Ausgangspunkt für Wanderungen, wenig Durchgangsverkehr und abendliches Kulturprogramm. Jausen auf Almgasthof, Gastronomie nicht teuer, frische Milch auf den Almen
128	Guter Ausgangspunkt für Wanderungen, wenig Durchgangsverkehr und abendliches Kulturprogramm. Jausen auf Almgasthof, Gastronomie nicht teuer, frische Milch auf den Almen
129	Bergtourismus, Aktivitäten, aber auch Müll am Berg
131	Unterkunft in Hütten
133	Helden der Berge (Messner etc.) und Berge selbst
134	Helden der Berge (Messner etc.) und Berge selbst
136	Berge
137	unberührte Natur, keine Tourismusburgen, Wandermöglichkeiten, nicht überlaufen
163	Heiligenblut sollte ein Bergsteigerdorf sein.
164	Bergführer, gute Informationen vor Ort erhältlich
165	Hütten zur Übernachtung, Klettersteige
166	Hütten zur Übernachtung, Bergführer, Gipfel
167	eigentlich "Natur pur"
169	Extremsportarten gehören nicht dazu, auch Sport generell nicht: Bergsteigen als keine sportliche Disziplin betrachtet. Man sollte naturverbunden sein, gute Kondition und Bergerfahrung haben, damit man da auch was machen kann.
172	„kritischer Aspekt“: Sorge um die, die hochgehen und nicht wiederkommen, Sorge um Gesundheit der jungen Menschen (viele persönliche, negative Erfahrungen mit dem Klettern)
173	großes Angebot an Wanderungen, ohne vom Quartier weit fahren zu müssen
174	viele Tourenmöglichkeiten
175	Berge
176	Kühe hoch auf der Alm
188	Jeder geht in die Berge. auch: Klettern
189	es gibt hohe Berge
190	Beeren sammeln in den Wäldern, Berge, geistige Kreativität durch Ruhe (kontemplative Angelegenheit)
191	klein, schön, hoch
265	Freunde treffen
276	Naturschönheit, Mountainbiken, Klettern, Drachenfliegen, Paragliding
290	In erster Linie Landschaft und Erholung. Kartitsch ist nicht das Bergsport-Eldorado: Klettern und Eisklettern im Winter und Klettersteige gibt es, aber nichts für extreme Touren (im Vergleich zu Kals). Stress im Beruf nimmt auch hier zu.
291	harte Arbeit, alles ist steil, kalt: 8 Monate Winter, Hüttenwanderung, Arbeit durch Maschinen erleichtert, erst heute gibt es Straßenverbindung (nicht wie in der Kindheit), im Winter Skitouren

309	abseits vom Massentourismus à la Sölden
324	freundliche Gastwirte
326	ursprüngliche Dörfer mit Bauten
327	ursprüngliche Bauten, traditionelles Handwerk, Dorfgemeinschaft, Musik, Kunst
343	sanfte Mobilität, Dorf mit Auszeichnung
Villgratental	
Fragebogen Nr.	Kommentar
1	Bergbauernhöfe
10	Bergtouren, Wanderungen
11	intakte Gehöfte, wenig Autoverkehr und auch kein Durchgangsverkehr, für Bergsteiger geeignet, Berge, Möglichkeiten
13	nicht hochmodern, ländlich, wie früher
14	gewisses Niveau, d.h. intensive Aktivitäten, als Wanderer fühlt man sich nicht angesprochen
15	Vermarktung (negativ gemeint)
18	Kulinarisches, Gastronomie, alles was mit Hochtouren zu tun hat, Gletscher etc.
19	geführte Wanderungen vom Ort aus, kein "Schicki-Micki" (wie z.B. im Zillertal der Fall), keine Disko, etwas Ursprüngliches "wie hier"
20	geführte Wanderungen vom Ort aus, kein "Schicki-Micki" (wie z.B. im Zillertal der Fall), keine Disko, etwas Ursprüngliches "wie hier"
21	naturnahe Erholung ohne großen Aktionstourismus, intakte Natur, frische Luft
22	intakte Natur, gesunde Luft, Ruhe
26	Berge, Bergsteiger und Bergrettung
28	Bergwandern
29	Bergwandern, Wandern ohne Bergsteigen (dafür sind wir zu alt), sportliche Betätigung
30	Bergwandern, Gipfel und Möglichkeiten, auf Gipfel und Hütten zu gehen
31	Luis Tränker, neues Buch von Reinhold Messner, in dem er seine Lieblings-Bergsteigerdörfer in den Dolomiten beschreibt
32	schöne Almen, alte Häuser, Kühe
33	schöne Almen, alte Häuser, Kühe
34	schöne Almen, alte Häuser, Kühe
35	Bergsteigen und Urlaub, das Ganze an einem Ort zentriert. Informationen, geführte Touren, Ansprechpartner vor Ort.
37	Oberstaller Alm, ein eigentlich verlassenes Dorf, das heute eher als eine Art Museum dient.
38	urig, gemütlich, schöne Berge
39	Ruhe, schöne Berge
40	Besinnung, kein Spektakel und "Materialismusrummel"
42	Bauernhäuser, Luis Tränker (Tiroler Künstler)
43	gefährlicher Sport, aus negativer Sicht (Abgestürzter im Bekanntenkreis)
44	Berge, Bergführer, schöne Natur, Wandermöglichkeiten, Geschichte des Dorfes
45	Etwas für Leute, die viel wandern. Gemeinsamer Ort, wo sie sich erholen und dann weiter marschieren.
50	wenig Alpentourismus
51	Kühe, Hütten
52	Osttirol, Gipfelkreuz, vollkommen naturbelassen
53	geführte Touren
54	geführte Touren, Klettersteige; eher die sportliche Variante: Urlaub mit

	Sportangebot
55	Tourenmöglichkeiten und Gastfreundschaft
56	Naturschönheiten, Tourenmöglichkeiten und Gastfreundschaft
61	Dorf zum Bergsteigen, Wandern, Erholen
62	nicht überlaufen
64	Bergsteiger, die geführte Touren anbieten.
65	Entweder Hüttenansammlung für Touristen oder ursprüngliches Dorf; Bretteljause, Jausenstation
67	gut erschlossenes Wandergebiet, mit guten Wegen und Ausschilderung
68	gut erschlossenes Wandergebiet, mit guten Wegen und Ausschilderung
69	Mischung aus sportlicher Aktivität und zur Ruhe kommen / faulenzten; seinem Hobby bzw. Sportbetätigung nachgehen, wobei alles zur Verfügung steht, das man braucht (Unterkünfte, Geschäfte).
70	Extremklettern usw. (Vent und höher gelegene Orte), würde das Villgratental nicht als Bergsteigerdorf bezeichnen (eher: Ötztal, Hochgurgl).
71	komischer Begriff; evtl. berühmte Bergsteiger unter den Einwohnern?
72	von wo aus direkt Bergtouren möglich sind (Ausgangspunkt); muss nicht unbedingt mit dem Begriff "Urlaub" in Verbindung gesetzt werden
74	Ausgangspunkt für Touren
75	Dorf, das geführte Touren in die Berge bietet.
76	keine Lifte, Urwüchsigkeit, Natur bestimmt den Rhythmus
78	Im Einklang leben: z.B. Mountainbiker nehmen Rücksicht auf Wanderer und umgekehrt, andererseits auch mit den Einheimischen in Einklang leben, d.h. sich als Gast rücksichtsvoll verhalten, z.B. auch Milch eher beim Bauern auf der Alm kaufen als im Laden. Ohne Autonutzung direkt von der Haustür aus losgehen können, ohne Strom und Warmwasser leben, ein Dach über dem Kopf reicht aus. Außerdem: keine Lifte, Urwüchsigkeit, Natur bestimmt den Rhythmus
80	Tourismus, Geld und Markenzeichen einerseits; kleiner, ländlich
81	geführte Kurse (z.B. Nordic Walking)
82	Bergsteiger, Läden wo man Sportkleidung und Ausrüstung kaufen kann, Tourismuszentrum, Führer (z.B. für Wanderungen)
83	Hinweis darauf, das den Menschen etwas Ländliches geboten wird, für den heutigen Menschen ist das gut.
86	anstrengend, auf Almen hochzuwandern, daher "stressig"
89	relativ einfache Unterkünfte, sehr ursprünglich
90	Almhütten, Wege
92	urig, nicht so verfremdet, kein "Ableger von der Stadt", etwas Ursprüngliches
93	gute Lage für Bergtouren
94	Wandern, Sport, höhere Gebirge (Villgraten liegt verglichen mit der Heimat schon hoch genug für ein Bergsteigerdorf)
95	extreme Anstrengung
97	Oberstaller Alm, ziemlich hoch oben
98	kein richtiges Tourismusangebot, ruhig; direkter Ausgangspunkt für Wanderungen, direkt in der Natur; extremere Aktivitäten finden eher in Richtung Dolomiten statt
105	entfernt von Lärm und Leuten
106	eher erhaltene alte Dörfer, alpine Lage, Angebot für Wanderer und Bergsteiger, sanfter Tourismus
107	Preis-Leistungs-Verhältnis stimmig, nicht zu große Unterkünfte, sanfter Tourismus
108	Naturverbundenheit, Gleichgesinnte - ein ganz besonderer Menschenschlag: die,

	die auf die Berge gehen, zu Fuß anstatt mit einer Seilbahn. Erholung heißt nicht unbedingt "da muss ich oben sein". Orte, die einfallen: Heiligenblut, Großglockner, Meraner Gegend (Südtirol), Vinschgau.
109	nicht unbedingt Extremsportarten, Lage am Talschluss und viele Gipfel rund herum, entsprechende Kompetenz vor Ort
110	entsprechende Kompetenz vor Ort, geführte Touren
111	nur Wandern (ohne Bergsteigen)
112	nur Wandern (ohne Bergsteigen), Freiheit, Natur
113	Alpendorf St. Johann fällt spontan dazu ein. Werbemöglichkeit, das Bergsteigen an sich ist kein touristisches Massenangebot, die die Bergsteigen gehen, wissen eh wohin sie gehen.
114	Werbemöglichkeit, das Bergsteigen an sich ist kein touristisches Massenangebot, die die Bergsteigen gehen, wissen eh, wohin sie gehen.
115	Hier könnte ein Bergsteigerdorf sein.
118	Unterbringung in Hütten mit Gleichgesinnte, Wanderwege vom Ort weg, Kultur: Teilnahme an einheimischem Brauchtum
120	Eine touristische Vermarktung wäre das Gegenteil der Idylle hier: je mehr Leute, desto schlechter.
121	bewundernswerte Bauern
122	bewundernswerte Bauern, historische Geschichte, Almleben, raues Klima
123	freundliche Leute, gutes Bio-Essen, gute Luft, wunderbare Natur
137	freundliche Leute, gutes Bio-Essen, gute Luft, wunderbare Natur
141	An erster Stelle steht die Nachhaltigkeit. Auch: freundliche Kontakte, Naturverbundenheit
142	Routen, verschiedene Schwierigkeitsgrade für Wanderungen und Klettersteige, gute Wegemarkierung und Infos vor Ort (mit realistischen Zeitangaben)
146	Jausenstation
147	Klettern, Natur, Berge, Schnee
148	schöne Natur, hoch gelegen (alpin), viel Informationsmaterial zum Wandern und Bergsteigen
149	kein Massentourismus
154	Individualität, Sport, etwas Abenteuerliches, Geselliges
155	Wandern ohne Bergsteigen, Friedhof mit Abgestürzten in Kals, einheimische Speisen
156	Wandern ohne Bergsteigen, Einsamkeit, schwere Arbeit in den Bergen (für Städter unmöglich)
158	Kein Trubel, sondern "das, was hier ist". Natur, Fauna und Flora, das Ursprüngliche, Almen
159	Extremsport nicht, Klettern ja; Nähe zum Berg gegeben, Infos und Verpflegung gibt es vor Ort
160	wirklich noch alte Dörfer, ziemlich ursprünglich; Extremsport nicht, Klettern ja; Nähe zum Berg gegeben, Infos und Verpflegung gibt es vor Ort
161	Reinhold Messner, da wo die Bergsteiger wohnen
162	Gipfeltouren
163	Wandergruppen
165	Wandergruppen
166	hohe Berge, Ruhe, Natur, Bergbauern
167	Natur, urtümlich
169	kleine schnuckelige Dörfer, gute Lage und Nähe zu Wandermöglichkeiten
171	Landschaft und Gegend, wo Bergsteiger zu Hause sind
172	hohe Berge, Führungen, Gefahr, Fitness, Gesundheit, frische Luft, "Naturmenschen"

173	Urtümlichkeit, Natur, Ruhe
174	das alte Klischee-Denken im Hinterkopf, ein bisschen nostalgisch, "Raus aus dem Stress", Urigkeit, idyllisch, ursprünglich, Almwirtschaft, Bauernhöfe, Einsamkeit; als Beispiel fiele Kals am Großglockner ein oder Vent vor den Hotelbauten; charakterlich: ländlicher Raum; "Nutzung" der Landschaft, d.h. mehr als eine Kulisse für Leute, die in den Vier-Sterne-Hotels sitzen; Übernachtung eher in kleinen Pensionen, die nicht so picobello sind, wo man z.B. seinen Koffer selbst tragen muss.
175	das alte Klischee-Denken im Hinterkopf, ein bisschen nostalgisch, "Raus aus dem Stress", Urigkeit, idyllisch, ursprünglich, Almwirtschaft, Bauernhöfe, Einsamkeit; als Beispiel fiele Kals am Großglockner ein oder Vent vor den Hotelbauten; charakterlich: ländlicher Raum; "Nutzung" der Landschaft, d.h. mehr als eine Kulisse für Leute, die in den Vier-Sterne-Hotels sitzen; Übernachtung eher in kleinen Pensionen, die nicht so picobello sind, wo man z.B. seinen Koffer selbst tragen muss.
176	Bergrettung, Verbundenheit mit der Natur und den Bergen auf der Seite der Einheimischen, trotzdem Tourismus im Sinne von "Trubel", Sportausrüstung
178	Blockhüttendorf hoch oben
179	keine Lifte
181	schöne Touren
182	eher Klettern als Wandern
183	gute hochalpine Tourenmöglichkeiten; Bergsteigerverband, der zuständig ist; Klettersteige; lokale Initiativen im Naturschutz, vielleicht auch Nationalpark
184	Wander- und Bergsteigmöglichkeiten; ländliche Struktur; keine Hotelburgen; "keine plötzlichen Parkautomaten nach 12 Jahren"
186	geführte Touren und Möglichkeit, mit dem Wanderbus zurück zu fahren, gut ausgeschilderte Wege
189	Hat nichts mit Ursprünglichkeit zu tun, ist eher ein Kunstprodukt der touristischen Vermarktung.
190	ursprünglich
192	Urtümlichkeit des ganzen Gebietes, das Wildromantische: Wasserfälle, urige Hütten, Bodenständigkeit
194	ohne Auto direkt loslaufen können, hoch gelegen
199	Viele, die in die Höhe gehen: Naturliebhaber, Bergfreunde
202	Natur, Hütte
203	Natur, Witterung, Ausrüstung, Schöpfung
211	keine aufdringlicher, kommerzieller Tourismus
211b	keine aufdringlicher, kommerzieller Tourismus
212	"Lokale" Unterkünfte und Wellness, keine Hotelburgen. Viele Holzbauten, Versorgung mit lokalen Lebensmitteln, Erhalt der Bergbauern
213	Ausspannen von der Hektik des Alltags, die Einheimischen sind ganz besonders herzlich

Urlaubsmotive und Aktivitäten am Urlaubsort

Tab. 25: Antworten auf Frage 12 - Von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen in Kartitsch bzw. im Villgratental betriebene Aktivitäten (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand; Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 12: Gründe für den Aufenthalt in Kartitsch / im Villgratental*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Landschaftliche Schönheit / Natur	239	29,9%	292	29,3%	531	29,6%
Gastfreundschaft	125	15,6%	170	17,1%	295	16,4%
Kultur	32	4,0%	31	3,1%	63	3,5%
Tourenmöglichkeiten	149	18,6%	196	19,7%	345	19,2%
Alpine Kompetenz / Kursangebot	4	0,5%	7	0,7%	11	0,6%
Geführte Touren	7	0,9%	15	1,5%	22	1,2%
Ruhe und Erholung	182	22,8%	199	20,0%	381	21,2%
Sonstiges	62	7,8%	72	7,2%	134	7,5%
k.A.	0	0,0%	14	1,4%	14	0,8%

Tab. 26: Angabe sonstiger, von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen angegebener Gründe für den Aufenthalt in Kartitsch bzw. im Villgratental (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten. (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 12: Gründe für Aufenthalt	
Unter "Sonstiges" angegebene Kommentare	
Kartitsch	
Fragebogen Nr.	Kommentar
8	Kultur: alte Kirchen, Puppenmuseum in Lienz, Ausstellung Herr Fasching in der Lienzer Volksbank
16	gutes Essen
25	Paragliding (von Sillian aus, dort Flugschule)
30	Feldenkrais-Reisegruppe (Wellness, therapeutische Bewegung)
31	gutes Essen
36	Wochenendtour
56	gar nicht in Kartitsch gewesen, Höhenweg von Sexten aus gegangen
58	Dolomiten sehen
59	Dolomiten sehen
65	frische Luft
73	gutes Essen
74	gutes Essen
75	gute Küche
85	gewonnene Reise
86	gewonnene Reise
90	freundlicher Familienbetrieb
91	mit einem Osttiroler verheiratet, besuchen dessen Familie
95	gute Luft
96	Paragliding
98	nicht so überlaufen
99	nicht so überlaufen
100	"naturbelassenstes Tal" (Lesachtal); wenige Leute; für Kinder Angebot: man

	kann sich Jugendgruppe des OeAV anschliessen
104	Karnischer Kamm, "Kraft der Berge", Energie
109	Verwandte besuchen
111	Gastfreundschaft Kindern gegenüber
114	Pilze sammeln
119	Bus fährt hier ab Richtung Sillian (auf der Durchreise)
120	Spuren des Krieges
126	Karnischer Höhenweg
129	gute Luft, Ruhe, die Menschen
130	Berge und "es ist nichts los"
137	nicht überlaufen, nicht wie im Zillertal
160	Durchreise
162	Mittagessen, Pause
167	Heimat besuchen
168	Ausflug in die Dolomiten von hier aus
169	Arbeit: ist selbst der Führer (geprüfter Berg-Wanderführer) einer Reisegruppe
172	noch nicht vorher da gewesen (Neugier), hübscher Ort, Lesachtal sehen
173	sanfter Tourismus
174	sanfter Tourismus
175	Berge
176	Berge
180	"Familien-Tradition" meiner Frau
181	Klettermöglichkeiten
188	Ausflüge in die Umgebung (Südtirol)
189	Ausflüge in die Umgebung (Südtirol)
213	Besuch: hat hier Familie
215	Bekannte und Freunde besuchen
216	Freunde besuchen
222	familiäre Aufnahme
223	Gemütlichkeit
231	Familienanschluss, Kulturangebote
232	Familienanschluss
235	Durchreise
237	Durchreise
241	Karnischer Höhenweg
242	Karnischer Höhenweg
244	Pilze sammeln
246	Österreich besser kennenlernen
249	Hotel, Berge
250	Berge
253	Berge
259	super Hotel
270	Friedlichkeit und Stille
276	Drei Zinnen sehen, aber dabei in Österreich bleiben; Nähe zum Großglockner
295	Pilze sammeln
309	Karnischer Höhenweg
317	Karnischer Höhenweg
322	Karnischer Höhenweg

351	Pilze sammeln
365	Arbeit
Villgratental	
Fragebogen Nr.	Kommentar
2	Authentizität der Region
10	Berge, Almen, schönes Wetter
15	Kreativität der Menschen, Künstler, Musik, Tanz und Handwerk
16	Kreativität der Menschen, Künstler, Musik, Tanz und Handwerk
25	Bus-Rundreise
27	Gemütlichkeit (Senioren wollen es gemütlich haben)
29	Sehenswürdigkeiten, hier: Grabstein des Wilderers in Kalkstein
30	Sehenswürdigkeiten, hier: Grabstein des Wilderers in Kalkstein
31	hölzerne Hofstellen im Tal
35	Eltern machen hier länger Urlaub, nur zu Besuch
36	gute Luft, Einsamkeit, nicht überlaufen; Mentalität, Humor und Fleiß der Menschen
37	gute Luft, Einsamkeit, nicht überlaufen; Mentalität, Humor und Fleiß der Menschen
39	Bauernhäuser, Baustil
42	Besichtigung Villgrater Natur
43	Besichtigung Villgrater Natur; Josef Schett hat einmal in der Steiermark einen Vortrag gehalten und darin gut für Villgraten geworben
44	Besichtigung Villgrater Natur, vor allem aber Arbeit: Reisebegleiterin
46	Jagd, Kultur
53	gesundheitliche Gründe: Asthma
54	gesundheitliche Gründe: Asthma
55	ehemaliger Wohnort
56	ehemaliger Wohnort
69	Wirtsleute sind inzwischen zu Bekannten geworden
70	nur hier, weil es ihm hier besser gefällt, als in Cortina (dort hat er seine Enkelin abgesetzt)
71	Mitwirken bei Kunstaussstellung
72	Kunstaussstellung
76	Kulturlandschaft
77	"Lebenskultur" der Menschen, Mentalität
78	Beeren und Pilze, Wichtelpark in Sillian (für Kinder ca. 6-10 Jahre)
84	gute Luft, nette Leute
87	in Gedenken an meine gestorbene Tochter
88	in Gedenken an eine verstorbene junge Frau
89	einfaches Leben (ohne Strom, Handy etc.), Abgeschlossenheit
93	einen Freund besuchen
94	einen Freund besuchen
95	erhaltene Kultur und Bauten: Natur und Höfe wenig verschandelt!
107	sanfter Tourismus, ländliche Gegend; Erinnerungen an früher auffrischen (verstorbene Frau, Familienurlaub)
110	Fernweh
111	Fernweh, Erinnerung an frühere Urlaube
120	Einsamkeit, unkomfortables Leben

121	Einsamkeit, unkomfortables Leben
127	hat hier Freunde
131	Abgeschiedenheit
137	toller Ausblick
160	Allergikerfreundliche Bedingungen: in der Höhe gibt es keine Schimmelpilze und Sporen
166	Durchreise, Zwischenstop auf dem Weg in die Toskana
167	Durchreise, Zwischenstop auf dem Weg in die Toskana
177	Blumen
199	"wie zu Hause"
203	Sinnsuche
205	Meereshöhe (Ionen)
206	Meereshöhe (Ionen)
209	gute Gastronomie
211	Hochgrabe besteigen u.a.
211b	Hochgrabe besteigen u.a.
212	Bergbauern, Almen, Menschen
235	Kulinarik
239	Bauernhofidylle für die Kinder
240	Tiere
241	Abenteuer
248	Alm-Aufenthalt
253	Jagd
253b	Jagd
254	Pilze
260	Kühe, sanfter Tourismus, keine Hotels

Tab. 27 Antworten auf Frage 13 - Von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen betriebenen Aktivitäten in Kartitsch bzw. im Villgratental (*Die prozentualen Anteile beziehen sich auf die jeweilige Anzahl an gegebenen Antworten, da die Möglichkeit zu Mehrfachangaben bestand; Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 13: Aktivitäten in Kartitsch / im Villgratental*						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Wandern	317	54,5%	248	59,6%	565	56,6%
Bergsteigen	108	18,6%	73	17,5%	181	18,1%
Klettern	18	3,1%	5	1,2%	23	2,3%
Klettersteige gehen	28	4,8%	4	1,0%	32	3,2%
Mountainbiken	41	7,0%	20	4,8%	61	6,1%
Sonstiges	56	9,6%	64	15,4%	120	12,0%
k.A.	14	2,4%	2	0,5%	16	1,6%

Tab. 28: Angabe sonstiger, von den in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gästen betriebenen Aktivitäten in Kartitsch bzw. im Villgratental (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten. (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 13: Aktivitäten	
Unter "Sonstiges" angegebene Kommentare	
Kartitsch	
Fragebogen Nr.	Kommentar
4	spazieren gehen
5	spazieren gehen, Gruppenaktivitäten (falls z.B. Malkurs angeboten würde), lesen
9	kulturelle Aktivitäten in Innichen, Lienz und Brixen
30	Feldenkrais
32	essen und schlafen
64	spazieren gehen
65	spazieren gehen
67	gemeinschaftliches Erleben in der Natur
73	Natur und Ruhe geniessen
74	Natur und Ruhe geniessen
75	sitzen und schauen
90	nähere Umgebung genießen
92	Radfahren
92b	Radfahren
93	Radfahren
96	Paragliding, Drautalweg mit dem Rad
97	Drautalweg mit dem Rad
129	spazieren gehen
133	Tagesausflüge in die Umgebung (Dolomiten o.ä.)
134	Tagesausflüge in die Umgebung (Dolomiten o.ä.)
135	Pilze sammeln
154	(Standort des Reisebuses für) Ausflüge
160	Durchreise
161	Motorrad fahren
162	Mittagessen, Pause
165	Ausflüge in die Umgebung, Pilze sammeln
166	Ausflüge in die Umgebung, Pilze sammeln
177	Reiten
184	Motorradtouren
184b	Motorradtouren
201	Pilze sammeln
202	Pilze sammeln
213	Reiten
232	lesen
236	Besichtigungen der Umgebung
237	Durchreise
238	Aktivitäten für Kinder
244	Pilze sammeln
259	spazieren

264	Schwammerl suchen
265	Schwammerl suchen
272	Motorrad fahren, Kayak fahren
284	Rennrad fahren
288	Essen, trinken, spazieren gehen
290	Pilze und Beeren sammeln
291	Pilze und Beeren sammeln
294	Pilze sammeln
298	Fußball
317	Karnischen Höhenweg gehen
334	Hüttentour
343	Karnischen Höhenweg gehen
350	Pilze sammeln
351	Pilze sammeln
351	Pilze sammeln
353	Pilze sammeln
Villgratental	
Fragebogen Nr.	Kommentar
11	Einkauf bei Villgrater Natur und Mühlmann in Außervillgraten
25	Sehenswürdigkeiten ansehen
26	Sehenswürdigkeiten ansehen, in diesem Fall die Kirche in Kalkstein
27	Sehenswürdigkeiten ansehen
28	Sehenswürdigkeiten ansehen
29	Sehenswürdigkeiten ansehen
30	Sehenswürdigkeiten ansehen
38	Besichtigung Villgrater Natur; Bauernhäuser, Baustil
39	Besichtigung Villgrater Natur; Bauernhäuser, Baustil
40	atmosphärisches, energetisches Wandern; Bauernhäuser, Baustil; Besuch von Veranstaltungen in der Umgebung (z.B. Toblach); Besichtigung Villgrater Natur
41	Besichtigung Villgrater Natur als Alternative bei schlechtem Wetter
42	Besichtigung Villgrater Natur
43	Busreise
44	Sehenswürdigkeiten ansehen
46	jagen
50	lesen
51	Schwammerl suchen
52	Schwammerl suchen
55	alten Wohnort und Umgebung besuchen
56	alten Wohnort und Umgebung besuchen
70	Radfahren
71	Kunstaussstellung in der Schmiede
72	Kunstaussstellung in der Schmiede
84	Besichtigungen: unter "Kultur" werden Burgbesichtigungen etc. verstanden nicht unbedingt Veranstaltungen
85	Sehenswürdigkeiten in der Umgebung ansehen
89	Tagesausflüge (ins Pustertal etc.)
90	Kulturelles, wie Kirchen etc. ansehen

93	spazieren gehen
94	spazieren gehen
97	Mitarbeit auf Bauernhof: Almbtrieb abends, melken, Heuernte, Jungvieh treiben
98	Mitarbeit auf Bauernhof: Almbtrieb abends, melken, Heuernte, Jungvieh treiben
99	faulenzen
112	laufen
113	laufen
120	Tagesausflüge in die Umgebung (z.B. Lienz)
121	Tagesausflüge in die Umgebung (z.B. Lienz)
127	Arbeit
137	Schwimmen (Lienz), Lesen, Faulenzen, Radtour, Straßenfestival in Lienz
139	Rennrad fahren
160	Ausflüge in die Umgebung (Wichtelpark, Hallenbad etc.)
161	Ausflüge in die Umgebung (Wichtelpark, Hallenbad etc.)
166	Sehenswürdigkeiten ansehen
167	Sehenswürdigkeiten ansehen
176	Radfahren
177	Radfahren
186	hilft Gastgeberfamilie bei der Heuernte
189	Essen gehen
190	Essen gehen
199	spazieren gehen
201	baden
209	Besichtigungen
212	Hüttenjause
228	Kultur
234	spazieren gehen
235	Essen gehen
236	Angeln
237	Essen gehen
240	spazieren gehen, Nationalpark, Spielplätze
241	Motorrad fahren
242	Motorrad fahren
249	ausruhen
253	jagen
253b	jagen

Tab. 29: Antworten auf Frage 14 - Teilnahme der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste an geführten Touren mit einem Berg- oder Wanderführer (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 14: Teilnahme an geführter Tour						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	37	10,0%	17	6,4%	54	8,5%
Nein	326	87,9%	249	93,3%	575	90,1%
k.A.	8	2,2%	1	0,4%	9	1,4%

Tab. 30: Antworten auf Frage 14 - Annahme des lokalen Kulturangebotes vonseiten der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 15: Annahme des lokalen Kulturangebotes						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Ja	141	38,0%	87	32,6%	228	35,7%
Nein	112	30,2%	94	35,2%	206	32,3%
Noch nicht	108	29,1%	86	32,2%	194	30,4%
k.A.	10	2,7%	0	0,0%	10	1,6%

Feedback der Gäste

Hinweis zu Tab. 31 bis Tab. 34:

Die Kommentare der Gäste wurden aus den ausgefüllten Fragebögen übernommen, daher lässt sich über Relevanz und Sinn der einzelnen, in der Tabelle enthaltenen, Aussagen diskutieren. Die Kommentare wurden hier gesammelt und fünf verschiedenen Kategorien - positive Kritik, negative Kritik, Befürchtung, Wunsch / Hoffnung und Vorschläge - zugeordnet. Im weiteren Verlauf der Auswertung erfolgte eine Feineinteilung positiver Kritik in „Lob“ und „zufriedene Gäste“ und negativer Kritik in Fehlendes und Punkte, die den Befragten missfallen. Unter „Lob“ wurden alle positiv wahrgenommenen Aspekte zusammengefasst, die auf einen bestimmten Sachverhalt bezogen sind, unter der Kategorie „zufriedene Gäste“ wurden globalere Aussagen der Gäste zusammengestellt, welche eine allgemeine Zufriedenheit beim Gast annehmen lassen (z.B. „Alles okay.“). Die Anzahl der in der Feineinteilung enthaltenen Kommentare ist höher als die der insgesamt gesammelten positiven bzw. negativen Kritik, da die Angaben desselben Befragten bei der weiteren Unterteilung (nach inhaltlichen Aspekten) unter Umständen voneinander getrennt wurden.

Tab. 31: Antworten auf Frage 18 und sonstige Anmerkungen – Feedback der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (*Prozentualer Anteil an gegebenen Antworten, die den genannten Kategorien zugeordnet wurden. **Die Berechnung von Prozentanteilen war hier nicht möglich, da die Anzahl der gemachten Anmerkungen größer ist als die Angabe positiver/negativer Kritik, da eine Person natürlich beides äußern konnte, d.h. es gibt keine Bezugsmenge, von der Anteile berechnet werden können); Quelle: Eigene Erhebung)

Frage 18 und "Sonstige Anmerkungen": Feedback der Befragten						
	Kartitsch		Villgratental		Gesamt	
Angabe Fr. 18 und/od. "Sonst. A."	141	38,0%	149	55,8%	290	45,5%
k.A. Fr. 18 und/od. "Sonst. A."	230	62,0%	118	44,2%	348	54,5%
positive Kritik*	89	51,7%	100	55,6%	189	53,7%
negative Kritik*	65	37,8%	44	24,4%	109	31,0%
Befürchtung*	0	0,0%	4	2,2%	4	1,1%
Wunsch / Hoffnung*	4	2,3%	17	9,4%	21	6,0%
Vorschläge*	14	8,1%	15	8,3%	29	8,2%
Lob**	47		53		100	
zufriedene Gäste**	58		57		115	
fehlt**	37		16		53	
missfällt**	33		28		61	

Tab. 32: Positive Kritik als Feedback der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten; Quelle: Eigene Erhebung)

Positive Kritik Kartitsch	
Lob	
Nr. Fragebogen	Kommentar
5	Gut und wichtig, dass der (private) Postpartner geblieben ist.
15	Guten Eindruck von Kartitsch: nette und höfliche Menschen, gepflegt.
16	gefällt schon gut, Luftveränderung
40	Obstansersee-Hütte ist ok (sauber, ausreichend Platz im Lager).
55	Der Karnische Höhenweg ist top. Gute Informationen durch das Tourismusbüro in Sillian erhalten, schnelle Beantwortung von Emails.
77	Ist schön gemacht vom OeAV. Der OeAV hat sich ja auch schon früh für Osttirol eingesetzt (z.B. Prägraten).
79	Es gibt grenzüberschreitende Angebote im öffentlichen Verkehr.
85	Wunderschön gelegen am Karnischen Höhenweg, Freundlichkeit, Unterkunft sauber und gemütlich, Nahversorgung ist gut. Gut, dass es keine bzw. nur kleine Skilifte gibt.
86	Fürs Wandern gut, dass es keine Skilifte gibt; Berge nicht so touristisch erschlossen.
94	Kartitsch hat sich seine Natürlichkeit bewahrt.
97	Kaum gesperrte Wege, Überquerung von Weiden etc., gute Beschilderung.
98	Kaum gesperrte Wege, Überquerung von Weiden etc., gute Beschilderung.
100	Wirtsleute auf Obstansersee-Hütte sehr nett, ADEG hat ein gutes Angebot.
112	Unterkunft und Leute haben positiv überrascht.
113	Unterkunft und Leute haben positiv überrascht.
121	Herrlich, dass nur wenige Leute da sind (für den Tourismus sicher eher nachteilig); einsame Wege
122	Man kann sofort von der Haustür aus kleinere (keine extremen) Wanderungen unternehmen.
123	Man kann sofort von der Haustür aus kleinere (keine extremen) Wanderungen unternehmen.
126	schöne Berghütten, Aussicht, gute Luft, Flora und viele Murmeltiere
130	Gegenpol zum absoluten Dauerstress in Deutschland. Hier sind die Menschen noch Menschen.
137	nette Wirtsleute, Gefühl "wie zu Hause"
142	In Kartitsch Urlaub machen ist großartiges Wohlfühlen. Reinlichkeit und Freundlichkeit sind hervorragend.
143	Berge, Ruhe, gute Luft
147	Alles ist wunderschön: Natur, Ruhe, Hotel.
160	Landschaftlich sehr schön.
163	Sehr zufrieden mit dem gastronomischen Angebot. Ruhig, nette Leute. Haben keine größeren Ansprüche, sonst müssten wir in der Stadt bleiben.
164	Sehr zufrieden mit dem gastronomischen Angebot. Ruhig, nette Leute. Haben keine größeren Ansprüche, sonst müssten wir in der Stadt bleiben.
169	Alles nette Leute mit irgendwie ganz eigener Mentalität der Kartitscher: sympathisch, sie sind fleißig und ehrlich und direkt. Recht schöner Ort.
172	Kein "Riesen-Rummel".
173	Gute Luft (evtl. durch Sattellage), nette Leute, Lage und Qualität der Langlaufloipe Kartitsch-Obertilliach sind unschlagbar. Osttirol steht für den

	sanften Tourismus (Ausnahme: Matri-Skigebiet "Glockner-Ressort"), in Nordtirol: "harter" Tourismus.
188	schöne Aussichten, ruhig
189	schöne Aussichten, ruhig
237	Hier fehlt nicht, was hergehört.
252	naturbelassen
264	Urlaub im Haus Hofer ist Heim kommen. Osttirol ist Gott sei Dank noch nicht touristisch überlaufen.
265	Ich komme wegen des gastfreundlichen Hauses.
277	Schöner Ausflug zur Obstanserseehütte, gute Gastfreundschaft und Küche.
281	Sehr gut gefällt mir die Broschüre: "Der Karnische Höhenweg: Friedensweg Nr. 403".
290	Man kann direkt - ohne Auto - in die Seitentäler und auf die Berge rauf. Tolles Angebot für Familien: Beeren sammeln, Wandern, Bach. Biathlonzentrum: gute Erschließung für Langlauf im Winter.
291	Man kann direkt - ohne Auto - in die Seitentäler und auf die Berge rauf. Tolles Angebot für Familien: Beeren sammeln, Wandern, Bach. Biathlonzentrum: gute Erschließung für Langlauf im Winter.
320	Wunderschön, sehr gastfreundliche Leute.
328	gepflegte Hütten, sehr freundliche und kompetente Auskunft und Beratung, sehr gutes Essen, sehr nette Betreuung
329	Sehr schöne Berge und gute Wanderwege.
350	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
351	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
352	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
353	Freundliches Personal; sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
Zufriedene Gäste	
Nr. Fragebogen	Kommentar
1	Alles ok.
4	zufrieden
5	Habe, was ich brauche. Ambiente und sich Wohlfühlen am Wichtigsten.
6	Zehn Jahre Stammgast, das sagt doch alles. Rundherum glücklich.
8	Bisher hat noch nichts gefehlt.
9	Guter Erholungswert!
23	Wir sind höchst zufrieden, sonst wären wir nicht jedes Jahr im Sommer und Winter hier.
24	Wir sind zufrieden mit dem hier verbrachten Urlaub.
39	Alles ok.
50	Können und werden wir weiterempfehlen. Alles gut bisher.
51	Fehlt nichts, alles hat gefallen.
53	Hat nichts gefehlt.
56	Nichts hat gefehlt.
88	Nichts.
95	Nichts.
109	Für Urlaub fehlt nichts.
115	Alles ist schön. Hier ist es freier, weniger eng als im Villgratental.
137	Nichts.
140	Alles okay.
141	Alles okay.

142	In Kartitsch Urlaub machen ist großartiges Wohlfühlen.
144	Zufrieden, komme wieder.
153	Nichts.
156	Kartitsch einmal - und immer wieder!
157	Wir sind hier sehr zufrieden!
158	Rundum zufrieden.
163	Sehr zufrieden mit dem gastronomischen Angebot.
164	Sehr zufrieden mit dem gastronomischen Angebot.
175	"So wie zu Hause." Immer in der gleichen Unterkunft.
176	"So wie zu Hause." Immer in der gleichen Unterkunft.
182	Alles okay.
205	Alles okay.
206	Passt alles.
217	Es fehlt nichts.
223	nichts auszusetzen
224	zufrieden
232	Alles super.
234	Alles bestens.
237	Werde wieder kommen, um mit meiner Frau ein paar Tage hier zu verbringen.
264	Urlaub hier ist wie Heim kommen.
265	Ich komme wegen des gastfreundlichen Hauses.
270	Es fehlt nichts.
271	Nichts fehlt.
279	Alles gut.
284	Alles in Ordnung.
288	Alles ok, fehlt nichts.
308	Hat alles gefallen.
321	Nichts.
323	Keinen Grund zur Klage, ich habe mich wohl gefühlt und mir hat es hier sehr gut gefallen!
339	Nichts.
345	Alles bestens, kommen wieder.
350	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
351	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
352	Sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
353	Freundliches Personal; sehr gutes Restaurant und Unterkunft in St. Oswald.
358	Nichts.
367	Nichts fehlt.
368	Nichts fehlt.
Positive Kritik Villgratental	
Lob	
Nr. Fragebogen	Kommentar
4	Gut ausgeschilderte Wanderwege.
7	Bei Frau Bachmann fühlt man sich wie zu Hause; sehr nette Familie, sehr gutes Essen.
8	Bei Frau Bachmann fühlt man sich wie zu Hause; sehr nette Familie, sehr gutes Essen.

15	Die Agenda 21 hat sich darum bemüht, kulturell etwas auf die Beine zu stellen; Schmied gut angesehen als jemand mit folgendem Grundsatz: Wie erhalte ich Tradition, aber wie macht diese auch weiterhin Sinn, in der Zukunft? Nach dem Motto "Ist das Kultur oder kann das weg?" Wie kann man Altes sinnvoll erhalten?
16	Musik (folkloristisch, aber originell)
18	Tolle Skitourenmöglichkeiten im Winter.
21	fehlt nichts, Berge da, Verpflegung gut
26	Schon sehr versteckt, aber das ist schön.
31	Positiv überrascht über attraktives Wegenetz und großes Skitourennetz.
40	freundliche Menschen
43	Landschaft gefällt, große Bewunderung für die Arbeit der Bergbauern.
45	Der Ortsinformations-Computer in Innervillgraten ist super. Es gibt alles, was man braucht: Geldautomat, Lebensmittelgeschäft, nette Leute.
51	Es gibt "Anfänger-Wanderungen", die einfacher sind. Obwohl es 19 Häuser sind, ist es oben auf der Alm sehr ruhig (Oberstaller Alm), herrliches Dorf; viel Platz für Kinder zum Spielen, die können überall frei herumlaufen.
54	Kein Lift, keine Hüttengaudi etc.; Ruhepol
55	Es gibt einfach nichts. Froh, dass das so ist. Kein Handy, Radio, Internet, Fernsehen und das ist schön so.
77	Refugium vom Alltag; zweites Zuhause.
82	Das Schöne ist, dass es hier nicht zersiedelt ist, man hat einen einheitlichen Baustil (in Kärnten nicht häufig). Auch wenn es schwierig ist als Bergbauer: "die wissen, was sie haben", bekommen zwar EU-Förderungen, aber müssen natürlich auch selbst gewillt sein, weiterhin zu bewirtschaften und die Tradition aufrecht zu erhalten.
83	Essen gut.
86	Kulturelles Angebot ist nicht zwingend erforderlich, vor allem Ruhe und Erholung, es muss nichts los sein. Gute Restaurants gibt es.
90	Wenn Wegmarkierungen nicht stimmen, haben wir es immer beim Tourismusbüro gemeldet, das wurde dann auch meist bis zum nächsten Jahr ausgebessert.
95	Beeindruckt, weil hier sehr wenig verschandelt ist, "das gibt's nirgends". Besser als im Defereggental oder Lesachtal. Es gibt nichts Kitschiges; nichts ist nur für den Tourismus gemacht. Kulturangebot ist unnötig, "hab ich daheim."
105	Internetauftritt des TVB Osttirol gelungen
107	Bergmessen (z.B. Kreuzberg, da gibt es pro Jahr 2 oder 3)
113	Nähe zu Lienz (Tagesausflüge, einkaufen)
114	Manche Wanderwege wurden in den letzten Jahren verbessert, generell gute Instandhaltung der Wege.
115	Manche Wanderwege wurden in den letzten Jahren verbessert, generell gute Instandhaltung der Wege.
120	gute Beschilderung der Wanderwege
121	gute Beschilderung der Wanderwege
154	Herrliche Landschaft; idyllisch, abgelegen, vom Verkehrsstrom weg.
155	herrliche Landschaft
158	Hier ist noch nicht alles verbaut, bei uns (Südtirol) schon.
159	Hier ist noch nicht alles verbaut, bei uns (Südtirol) schon.
160	gut befahrene Straßen in die Täler, gute Beschilderung
164	gut befahrene Straßen in die Täler, gute Beschilderung
165	Hotel super, schöne Wanderung zur Tessenberger Alm

166	Hotel super, schöne Wanderung zur Tessenberger Alm
167	Villgraten ist ein Geheimtipp, positiv zu sehen; Villgraten kennt daheim (Bayern) keiner, nur in Skitourenkreisen bekannt.
173	Überall oben in den Bergen sind schöne Bergdörfer und Hütten; Heuschober sieht man sonst gar nicht mehr; die Landschaft ist sehr gepflegt und sauber.
176	Mir gefällt die Landschaft sehr.
180	Super hier im Tal ist die Ursprünglichkeit, die Berge sind noch nicht durch Skitourismus verschandelt; man fühlt sich hier als Tourist noch wohl, hat nicht das Gefühl, dass sie einen abzocken wollen, sondern, dass sie einem wirklich einen schönen Urlaub bereiten wollen.
181	Super hier im Tal ist die Ursprünglichkeit, die Berge sind noch nicht durch Skitourismus verschandelt; man fühlt sich hier als Tourist noch wohl, hat nicht das Gefühl, dass sie einen abzocken wollen, sondern, dass sie einem wirklich einen schönen Urlaub bereiten wollen.
186	Die Leute sind sehr aufgeschlossen und gastfreundlich; hier ist es noch nicht so erschlossen und überlaufen (ohne Lifte); Ruhe.
200	Herrlicher Ort. Nichts fehlt, alles ist unberührt. Weiter so!
201	wunderschönes Tal
202	Einfach schön, "nichts ist mehr".
208	Sehr "sanfter" Tourismus, der auch so bleiben soll!!! Tradition ist groß geschrieben und das ist auch sehr positiv. Einfach und "bescheiden", aber trotzdem mit den Annehmlichkeiten des täglichen Lebens.
219	Herrliche, saubere Umwelt.
237	Wir kommen, weil das Villgratental ist, wie es ist.
241	Das schönste Tal Österreichs!
253	in Ruhe spazieren gehen, nicht viele Leute
253b	in Ruhe spazieren gehen, nicht viele Leute
260	Der schönste Platz der Welt.
Zufriedene Gäste	
Nr. Fragebogen	Kommentar
4	Komme gerne wieder.
7	Alles Bestens.
8	Alles Bestens.
11	häufige Ausflugs Gäste
20	Soweit alles positiv.
21	Fehlt nichts.
41	Werde nochmal wiederkommen.
46	häufiger Gast; Sommer: Almhütte, Winter: FeWo
54	Es fehlt nichts.
55	Es fehlt nichts.
56	kommen einmal pro Jahr her
57	kommen einmal pro Jahr her
64	Schön hier.
74	zufrieden und glücklich
75	zufrieden und glücklich
76	Es fehlt gar nichts.
77	Es fehlt gar nichts.
82	Keine Mängel entdeckt.
83	Alles ok.

90	zufrieden
101	Nichts fehlt.
103	Alles "optimus maximus".
105	Gewünschtes findet man.
116	Nichts, alles schön.
120	gefunden, was sie gesucht haben
121	gefunden, was sie gesucht haben
127	Alles ok.
132	Nichts.
148	Fehlt nichts.
149	Fällt nicht viel ein, das man verbessern könnte.
153	Alles schön, kommen gerne immer wieder.
173	es fehlt nichts, da sie zum Bergsteigen da sind
184	Nichts fehlt oder missfällt.
185	Nichts fehlt oder missfällt.
191	gefällt alles
192	gefällt alles
193	Alles perfekt soweit.
195	Tutto ok.
198	Nichts, alles schön.
199	Alles okay.
200	Nichts fehlt, alles ist unberührt.
207	Alles in Ordnung.
211	Es hat an nichts gefehlt und sehr, sehr gut gefallen.
211b	Es hat an nichts gefehlt und sehr, sehr gut gefallen.
216	Es hat uns ausgezeichnet gefallen.
219	Alles ok.
224	Alles gefallen, nichts gefehlt.
225	Wir sind sehr glücklich.
228	Es passte alles.
230	Alles wunderbar.
234	Nichts fehlt. Ich hatte einen schönen Urlaub.
237	Nichts fehlt.
241	Nichts.
252	Alles ok.
257	Alles bestens.
258	Hier fehlt nichts.
261	Kommen sehr gerne wieder. Nichts fehlt.

Tab. 33: Negative Kritik als Feedback der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten; Quelle: Eigene Erhebung)

Negative Kritik Kartitsch	
"Fehlt"	
Nr. Fragebogen	Kommentar
4	In Belgien wird Osttirol nirgends beworben (nur Kärnten, Nordtirol und Vorarlberg).

5	Dolomitenhof: vor dem Haus liegt direkt die Straße, es fehlt etwas mehr Grün und Garten.
7	Wenige Informationen oder Ausschilderung auf Italienisch.
11	OeAV-Karten von der Umgebung fehlen, AV-Karten sind i.d.R.: qualitativ hochwertiger als Kompass-Karten.
14	Fehlende Informationen zu Taxidiensten und inwieweit Forstwege von diesen befahren werden. Zum Einen nützlich zu wissen, zum Anderen wäre das Angebot selbst praktisch.
15	ADEG ist zwar gut sortiert und hat viel, aber trotzdem: schlechte Einkaufsmöglichkeiten (selbst in Sillian war z.B. keine Kassette für die Videokamera erhältlich).
16	Mangel an einfachen Wanderwegen, die Wandermöglichkeiten haben alle große Höhenunterschiede, für Stadtbewohner ungeeignet. Persönliches Problem mit Höhenlage.
18	Von den öffentlichen Verkehrsmitteln her ist Sillian besser gelegen; in Kartitsch etwas wenig Geschäfte, besser wäre es, alles in der Nähe zu haben.
25	Es gibt wenige Märkte (Wochenmarkt oder Handwerkliches) oder auch Hofverkauf, wenn dann gibt es nur in Lienz Wochenmärkte, nicht in den Dörfern. Einkaufsmöglichkeiten insgesamt nicht gut. Hotels haben alle keinen Swimmingpool und auch sonst gibt es hier in der näheren Umgebung kein Hallenbad.
33	Bus am Sonntag? Öffentliche Infrastruktur im Allgemeinen verbesserungsbedürftig.
96	Schwimm- und Bademöglichkeiten in der Natur fehlen.
97	Schwimm- und Bademöglichkeiten in der Natur fehlen.
98	Im Hotel ist es fast zu ruhig. Es fehlen jüngere, sportlichere Leute.
99	Im Hotel ist es fast zu ruhig. Es fehlen jüngere, sportlichere Leute.
103	Es steht nicht immer die Gehzeit auf den Schildern.
109	Für Urlaub fehlt nichts, zum Wohnen schon: Arbeitsplätze.
112	Bewirtschaftete Hütte, die weiter unten liegt; z.B. Kiosk in einer Almhütte.
113	Bewirtschaftete Hütte, die weiter unten liegt; z.B. Kiosk in einer Almhütte.
119	Ausschilderung zur Bushaltestelle.
126	Ein Shuttle-Bus fehlt, wäre für das Tal gut und wünschenswert (Abstieg nach Höhenweg).
131	Für Kurzzeit-Urlauber fehlt ein Angebot abends, in der Gastronomie (Kneipen etc.).
135	Es gibt wenige Läden (nur einer!).
163	Wenn man vom Wiesenweg (St. Oswald - Kartitsch Dorf) zu den drei Lärchen hoch geht, fehlt ein Weg in Richtung Sattel, da muss man auf die Straße runter.
165	Ein Hallenbad in der Nähe fehlt; es gibt generell wenige Schlechtwetter-Möglichkeiten.
172	Zu wenig erschlossen für Einkaufsmöglichkeiten, wenn man als Selbstversorger da ist. Orte werden immer mehr auf Hotels und Pensionen ausgerichtet, das führt zu Versorgungsproblemen in kleinen Ortschaften. Bei den Wanderschildern steht nicht immer die Gehzeit dabei.
173	Für den Sommer fehlt allgemein ein Konzept, "sind ein bissl dahinten in der Gegend". Mountainbike-Wandertour Sillian-Obertilliach: irgendwo fehlt da ein Stück.
190	Es gibt nichts zum Ausgehen, für die Jugend fehlt aktives Leben (persönlich ist das aber egal). Verkehrsanbindungen am Wochenende fehlen, sodass man ohne Auto nirgends hinkommt.
239	fehlt: Cafés mit Sommerterrassen, Livemusik
240	Beschäftigung / Unterhaltung für die Kinder fehlt.

242	Es gibt keinen Marktplatz.
282	Zufahrt zum Winklertal nicht weiter möglich, warum kann man nicht bis zum Fuß des Wasserfalls?
283	fehlt: Klettergarten und Kletterwand in Ortsnähe; ausgeschilderte Laufstrecke (s. Thurntaler)
291	Kartitscher Sportzentrum wird eigentlich zu wenig genutzt. Zu wenig Angebot für die Jugend (Feste etc.); früher gab es jeden Donnerstag Volkstanzgruppe und Band.
360	Zu wenige Gasthäuser.
361	Wenige (gar keine) Gasthäuser.
362	Wenig gastronomisches Angebot.
363	fehlt: Gastronomie
"Misfällt"	
Nr. Fragebogen	
5	Bergsteigerdörfer sind nichts für Unmotorisierte, Leute mit wenig Mobilität: Junge ohne Geld und Alte. Ohne den Reisebus hätte man es schwer, nur mit fahrbarem Untersatz kommt man überhaupt her. Sollte es Taxis geben, so wären die Preise sicherlich zu hoch.
9	Hallenbad in Sillian hat bedauerlicherweise geschlossen (zugemacht).
11	Für GPS muss man die Touren selbst zusammenstellen, andernorts ist es hingegen möglich, alles direkt fertig aus dem Internet auf das GPS-Gerät herunter zu laden, was natürlich komfortabler ist (gibt es z.B. fürs Pustertal unter bergfex.at : Toblach und Innichen).
25	Ausschilderung der Wanderwege schlecht, man verläuft sich oft und zum Teil ist das echt schlecht gemacht (im Vergleich zu anderen Orten in Österreich). Sogar Einheimische sagen aus, dass sie sich bei der Beschilderung verlaufen könnten.
84	Wegenetz schlecht (Wanderwege), schlechte Parkmöglichkeiten. Viele Wege sind gesperrt.
85	Evtl. etwas zu viele Pensionen im Ort.
101	Abends gibt es hier ein geringes Angebot für die Gäste. Shoppen gehen und Nähe zur größerer Stadt gesucht, daher eignet sich Kartitsch eher für Tagesausflüge zum Wandern.
104	Qualität der Gastronomie
106	Die Ortsabgabe (Kurtaxe) ist in den letzten Jahren sehr teuer geworden (2 € p.P./Tag), das Angebot hat sich aber nicht verbessert.
115	Die Osttiroler sind ein eigenes Volk, heimisch wird man nur mit der Natur, mit dem Großteil der Leute eigentlich weniger.
121	Die Osttirol-Karte gilt nur sieben Tage lang, aber warum nicht für die ganze Saison? Die ist nur einmal pro Lift nutzbar, wenn das Wetter schlecht ist, dann ist sie sinnlos. Eher für "Wahnsinnige", die ständig Lift fahren geeignet.
123	Ausschilderung für Ortsfremde noch verbesserbar. Bussystem: schlechte Intervalle, Umsteigen nötig (durch Landesgrenze zu Kärnten).
123	Ausschilderung für Ortsfremde noch verbesserbar. Bussystem: schlechte Intervalle, Umsteigen nötig (durch Landesgrenze zu Kärnten).
130	Der frühere Prinz-Friedrichs-Marsch (Laufveranstaltung) wurde vom einen aufs andere Jahr plötzlich abgeschafft (20 km, vom Ort aus zum Dorfberg und drei Täler rauf), das ist schade.
131	Vortrag von Walter Mair wurde nicht angekündigt, trotz Anfrage im Tourismusbüro Sillian nicht davon erfahren.
156	Speisemöglichkeiten
158	Busverbindungen am Wochenende Richtung Obertilliach sind schlecht.

159	Das Grüne liebe ich nicht so. Eigentlich lieber in die Dolomiten gewollt, aber in Kartitsch gibt es leider eher grüne Berge. Für einen Ausflug ist es hier schön, für einen längeren Urlaub sollte es "dolomitiger" sein.
163	Wegenetz innerhalb der Gemeinde verbesserungswürdig, z.B. vom Kanterlift zur Kirche gab es früher mal einen Weg entlang der Gail.
166	Aufbau der Internetseite von Kartitsch (kartitsch.com) ist verbesserungswürdig.
167	Sehr schade um die Kartitscher Sportanlage, die "verkommt", d.h. wird nicht bewirtschaftet und nicht genutzt.
175	Lange Wege in die Täler mit Schranken, hier kann man nicht zum Talschluss fahren, was Wege für Ältere unmöglich macht (z.B. Erreichen der Hohen Kinigat). Andernorts ist das nicht so, daher: Wanderungen oft nicht in Kartitsch unternommen. Busverbindungen dürftig, lange Wartezeiten.
176	Lange Wege in die Täler mit Schranken, hier kann man nicht zum Talschluss fahren, was Wege für Ältere unmöglich macht (z.B. Erreichen der Hohen Kinigat). Andernorts ist das nicht so, daher: Wanderungen oft nicht in Kartitsch unternommen. Busverbindungen dürftig, lange Wartezeiten.
188	Beim Wandern fehlen manchmal die Markierungen, einige Wegmarkierungen sind "verfallen". Es ist vielleicht etwas zu sehr in die Höhe gedacht, nicht so sehr etwas für Leute, die nicht ganz hoch gehen wollen oder können.
189	Beim Wandern fehlen manchmal die Markierungen, einige Wegmarkierungen sind "verfallen". Es ist vielleicht etwas zu sehr in die Höhe gedacht, nicht so sehr etwas für Leute, die nicht ganz hoch gehen wollen oder können.
238	Wenig Angebot für Kinder.
252	Busverbindungen schlecht
263	Tourismusbüro hat in der Hauptsaison über die Mittagszeit nicht offen.
276	Speisekarten sind sehr regional, geringe Vielfalt, wenig Unterschiede zwischen den einzelnen Restaurants, wenig Vegetarisches.
290	Kartitsch lebt vom Tourismus, außerhalb der Saison ist "Tote Hose".
328	schlechte Karten, Alpenvereinsführer ist alt
334	Infos zu öffentlichem Nahverkehr waren im Internet nicht gut zu finden.
348	Hauptstraße führt durch den Ort, daher starker Lärm; Umgehungsstraße planen.

Negative Kritik Villgratental

"Fehlt"

Nr. Fragebogen	Kommentar
32	An den Almhütten wird nichts ausgeschenkt und es gibt nichts zum Verzehr, die sind eben nicht bewirtschaftet. (Kamelisenalm und Oberstaller Alm)
34	Es gibt leider keine frische Milch auf den Almen zu kaufen.
35	Ein ordentlicher Bauernladen wäre gut für den Kauf einheimischer Produkte, der Laden, den es gibt (Innervillgraten) als zu kommerziell empfunden, sehr touristisch veranlagt, Lebensmittel von hier, die auch wirklich hier produziert wurden.
67	Schade, dass die Almhütten nicht bewirtschaftet werden, wie dies andernorts durchaus der Fall ist.
92	Früher waren hier sehr schöne, "richtige" Heimatabende, nicht so, wie man sie aus dem Fernsehen kennt, sondern authentisch, heute gibt es die gar nicht mehr. Auch Diaabende und Vorträge gab es damals; früher gab es ein richtiges Programm mit 2 bis 3 Veranstaltungen pro Woche, jetzt nicht mehr und das ist schade.
93	Infrastruktur: Es geht fast kein Bus und gibt fast kein Geschäft.
99	Zu wenig bewirtschaftete Almen; zu wenig Einkehrmöglichkeiten.

170	Im Tourismusbüro wird kein hochdeutsch geredet, sodass die Verständigung nicht funktionierte (junge Frau als Ferienvertretung), zumindest etwas Englisch sollten sie dort können.
186	Wenig bewirtschaftete Hütten, z.B. auf dem Bonner Höhenweg, wäre aber praktisch.
208	Beschilderung der Wege nicht ausreichend; außerdem fehlte etwas an alpenländischer Kultur und Brauchtum.
209	Bewirtschaftete Almen zur Einkehr fehlen, häufigerer Busverkehr!
212	Wanderbus vom Gsiestal nicht "existent" bzw. zu wenig flexibel bei zu wenigen Teilnehmern; fehlt: Waldbad mit geheiztem Swimmingpool (Sonnenenergie); fehlt: lokale Wanderkarten mit Schwierigkeitsgraden.
233	Mülleimer
247	Fußweg Außervillgraten-Innervillgraten fehlt.
254	fehlt: Landschaft, Gastfreundschaft
260	Schlechte Parkmöglichkeiten an Ober- und Unterstaller Alm, am Straßenrand kann nicht gehalten werden.
"Missfällt"	
Nr. Fragebogen	Kommentar
37	Einige der Wanderwege, die in der Karte eingezeichnet sind, sind nicht optimal ausgeschildert (dabei aber Verständnis für die Schwierigkeit dessen, man muss auch vom Wanderer erwarten, dass er selbst etwas Erfahrung hat). Teils fehlende Übereinstimmung mit der Wanderkarte: sämtliche Wirtschaftswege zwischen Kamelisenalm und Schettlet fehlen in der Karte (Mayr, schon älter), was aber zur Orientierung hilfreich wäre. Die Wegelater Säge ist geschlossen (war letztes Jahr schon zu), das enttäuscht, da sie schließlich viel beworben wird.
47	Motorradfahrer, die über die Bergwiesen fahren; Murmeltierjäger, die in der Nähe von Wanderern Tiere erlegen.
48	Motorradfahrer, die über die Bergwiesen fahren; Murmeltierjäger, die in der Nähe von Wanderern Tiere erlegen.
49	Zu viele Fußwege sind zugunsten von Forst-/Wirtschaftswegen aufgelassen worden.
56	Zu viele Autos (trotz eigener Anreise mit dem Auto); Früher war mehr Leben im Dorf: alles waren draußen, mit Kind und Kegel und Tieren; heute sind mehr Touristen da, die tagsüber in den Bergen sind, daher ist es ruhiger geworden im Dorf (jetzt eher Touristen da und weniger Kinder, Abwanderung der Jungen); es ist ein "Fremdendorf" geworden.
61	Parkgebühren Unterstaller Alm (sonst darf man überall umsonst parken), Tageskarte sollte günstiger sein oder erlassen werden bei Verzehr in Jausenstation.
62	Parkgebühren Unterstaller Alm (sonst darf man überall umsonst parken), Tageskarte sollte günstiger sein oder erlassen werden bei Verzehr in Jausenstation.
69	Die auf Schildern angegebenen Zeiten passen zwar normalerweise gut, sind aber zum Teil etwas knapp bemessen.
78	Besorgt mit angesehen, wie Postamt in Außervillgraten und Sillian innerhalb der letzten 9 Jahre geschlossen haben.
85	Kirchenglocken und Mopeds stören (Lärm).
94	Man kann keine Souvenirs kaufen.
97	Die Almhütten werden immer mehr modernisiert (z.B. Sauna, IR-Kabine), das macht den Almhütten-Charakter kaputt. Strom haben sie auf der Alm aber alle. Verständlich: sie wollen mehr Kundschaft haben, damit wenden sie sich aber

	dann auch an ein anderes Klientel (z.B. Leute, die lieber kein Plums klo haben wollen).
112	Italienische Pilztouristen nerven, die ihren Müll da lassen, Zäune durchschneiden und den Boden durchstochern.
114	Die Modernisierung schreitet unaufhaltsam voran, der Ort verliert zunehmend an Natürlichkeit und Ursprünglichkeit, aber das ist heute einfach so.
122	Wegemarkierung teilweise nicht gut.
123	Wegemarkierung teilweise nicht gut.
158	Viele Motorräder sind außerhalb der Wege unterwegs, auch auf den Gipfeln.
159	Viele Motorräder sind außerhalb der Wege unterwegs, auch auf den Gipfeln.
172	Unerwartete Parkgebühren (an der Unterstaller Alm), daher fehlt Kleingeld für Parkuhr (vor 10 Uhr ist hier leider keiner, der Geld wechseln kann).
189	Parkgebühren Unterstaller Alm
190	Parkgebühren Unterstaller Alm
204	Auf den Almhütten waren bis jetzt die Tische zu klein.
220	schlechte Straßen
222	Nicht gefallen haben uns die Parkgebühren der Unter- und Oberstalleralm, obwohl wir schon Kurtaxe bezahlt haben.
222b	Nicht gefallen haben uns die Parkgebühren der Unter- und Oberstalleralm, obwohl wir schon Kurtaxe bezahlt haben.
223	Essen war nicht gut; Wegelate Säge geschlossen.
263	Die Mountainbiker fahren oft zu schnell und zu gefährlich.

Tab. 34: Sonstige Kommentare als Feedback der in Kartitsch und dem Villgratental befragten Gäste (Wird eine Aussage zweimal wiedergegeben ist dies durch die Befragung zweier Gäste zu erklären, die im Gespräch eine einheitliche, gemeinsame Aussage machten; Quelle: Eigene Erhebung)

Sonstige Kommentare Kartitsch	
Wunsch / Hoffnung	
Fragebogen Nr.	Kommentar
21	Angebot geführter Touren auf dem Karnischen Höhenweg wäre wünschenswert.
94	Kartitsch hat sich seine Natürlichkeit bewahrt und sollte auch so bleiben. Bitte kein "Über"-Tourismus!
116	Es soll so bleiben, wie es ist und nicht weiter erschlossen werden (nicht so wie in Südtirol), sonst würde ich nicht mehr herkommen.
126	Ein Shuttle-Bus fehlt, wäre für das Tal gut und wünschenswert (Abstieg nach Höhenweg).
Vorschläge	
Fragebogen Nr.	Kommentar
22	Es könnte mehr Reklame für Osttirol geben.
33	Bus am Sonntag? Öffentliche Infrastruktur im Allgemeinen verbesserungsbedürftig.
68	Mehr Schwimmbäder wären gut.
96	Schwimm- und Bademöglichkeiten in der Natur fehlen. Warum nicht was anstauen?
97	Schwimm- und Bademöglichkeiten in der Natur fehlen. Warum nicht was anstauen?
104	Die Gastronomie ließe sich von der Qualität her verbessern. Mehr Angebote für den Gast schaffen, auf den Gast mehr zugehen.

116	Veranstaltungen besser ankündigen (z.B. der Vortrag von Walter Mair oder die geführten Wanderungen), das sollte alles ausgehängt werden (z.B. schwarzes Brett oder Stellwand im ADEG).
131	Gailtalweg beginnt bei der Wacht, da müssten an ein paar Schluchten evtl. neue Sicherungen angebracht werden.
172	Ausflugsziele und Gastronomie sollten in verschiedenen Farben ausgeschildert werden (z.B. Hotels grün, Wanderziele braun), z.B. den Obtanser See sollte man als wirklich tolles Ausflugsziel markanter machen, der ist auf dem Schild zu unauffällig, mit dem Auto fährt man daran vorbei.
173	Eigentlich darf man in Österreich nicht auf Forststraßen Mountainbike fahren, daher sollte man hier Mountainbikerouten einrichten.
191	Die Geschäftsöffnungszeiten bitte verbessern, sollten immer so sein, wie jetzt (im August).
283	Es müsste viel mehr Marketing mit dem Namen "Osttirol" gemacht werden und "Bergsteigerdorf" (s. Tirol).
291	Kartitsch sollte nicht nur auf den Tourismus setzen (Karnischer Höhenweg), es ist wichtig, Bäuerliches zu erhalten. Fehlender Zusammenhalt, die Leute sind heute eher auf sich selbst fixiert, sonst wäre im Tourismus mehr erreichbar.
348	Hauptstraße führt durch den Ort, daher starker Lärm; Umgehungsstraße planen.
Sonstige Kommentare Villgratental	
Befürchtung	
Fragebogen Nr.	Kommentar
78	Würde nicht gefallen, sollte der Thurntaler-Lift weiter in Richtung Innervillgraten ausgebaut werden.
90	Wenn Lift kommt und sich neomodische Dinge durchsetzen, dann würden sie wegbleiben; keine "Übererschließung" gewollt.
173	Es wäre schlimm und schade, wenn große Hotels herkommen.
Wunsch / Hoffnung	
Fragebogen Nr.	Kommentar
15	Hoffnung, dass auch in Zukunft die ökologische Grundlage erhalten bleibt.
46	Veranstaltungskalender (Kulturangebot) bitte schon früher bekannt geben!
55	Es gibt einfach nichts, froh, dass das so ist; Hoffnung dass es so bleibt.
65	Wünschenswert: Etwas mehr zu Wanderrouten auf der Webseite von Innervillgraten.
76	Almhütte: Kinder würden evtl. WC einem Plumsklo bevorzugen
77	Almhütte: Kinder würden evtl. WC einem Plumsklo bevorzugen
160	Almhütte: Kinder wünschen sich WC
161	Almhütte: Kinder wünschen sich WC
173	Schön, wenn es hier so erhalten bleibt, wie es ist und nicht zu überlaufen wird.
174	Schön, wenn es hier so erhalten bleibt, wie es ist und nicht zu überlaufen wird.
208	Sehr "sanfter" Tourismus, der auch so bleiben soll!!!
216	Almhütte: unbeschädigtes Ess- und Kochgeschirr wäre wünschenswert.
223	So soll es bleiben, kein Massentourismus erwünscht!
224	Bitte keine Erschließung durch Seilbahnen und Lifte!
237	Bitte keine Skilifte, "Bettenburgen" oder Hotel-Anlagen.
260	Der schönste Platz der Welt - bitte nichts verändern.
Vorschläge	

Fragebogen Kommentar	
Nr.	
32	Vorschlag : Bei unbewirtschafteten Almhütten eine Kasse hinstellen und Getränke zur Selbstbedienung, das würde ja ausreichen.
44	Wegelater Säge: ein Wanderweg mit Schautafeln (alte Fotos etc.) rund herum wäre gut oder von der Wegelater Säge zur Oberstaller Alm hinauf. Dass die Wegelater Säge geschlossen hat, ist nicht weiter schlimm, es reicht schon, sie den Gästen von außen zu zeigen. Einrichtung eines Erlebnisweges wäre eine sinnvolle Ergänzung.
46	Verbesserungen in diversen Almhütten: Geschirr, Gläser, Polster, Mobilar.
51	Ein Geschäft an der Unterstaller Alm wäre gut (evtl. Brot nachkaufen), mehr Hühner für frische Eier wären auch klasse.
52	Ein Geschäft an der Unterstaller Alm wäre gut (evtl. Brot nachkaufen), mehr Hühner für frische Eier wären auch klasse.
64	Karte mit Wandertouren: Eine Detailkarte mit Schwierigkeitsgrad wäre gut, wegen Kinderwagen. (z.B. welche Wege sind asphaltiert?)
80	Öffentliche Verkehrsanbindungen verbessern; Wanderbus wäre auch sinnvoll; bessere Wegemarkierung (z.B. im Tal von Kalkstein nach Innervillgraten Weg Nr. 6).
81	Öffentliche Verkehrsanbindungen verbessern; Wanderbus wäre auch sinnvoll; bessere Wegemarkierung (z.B. im Tal von Kalkstein nach Innervillgraten Weg Nr. 6).
90	Mehr Theateraufführungen wären gut. Gab es früher häufiger, jetzt eher im Winter.
94	mehr Läden wären praktisch; bessere Busverbindungen
107	Hinweise vielleicht etwas verbessern, aber da gibt es immer Verbesserungsbedarf und die sind da ja dabei.
157	Straßenschilder und Informationstafeln (die an den Parkplätzen stehen, mit Wanderkarten darauf) auf Italienisch.
170	Es sollten geführte Bergtouren angeboten werden. Naturkundliche Führungen zu Flora und Fauna wären gut. Taxiangebot Gsies / Villgraten wird nicht in Hotels beworben, hängt nicht genug aus.
209	Abholservice nach Streckenwanderung sollte ausgebaut werden.
212	Ausbau als Bergsteigerdorf mit gehobenen Ansprüchen (kombiniert mit Wellness); Bau des Lifts auf den Thurntaler - "gebt der Jugend eine Chance, sich zu entwickeln."
260	Wir haben eine sehr gehbehinderte Oma dabei, die gerne nur kleinere Spaziergänge machen will/kann, wir können aber mit dem Auto nicht an der Straße stehen bleiben (Unter-, Oberstalleralm). Bitte Parkmöglichkeiten für Gäste und mehr Bänke.