

KLEINWALSERTALER DIALOGE

28. März 2014 im Walserhaus in Hirschegg



„Hänsel und Gretel –
was die Gebrüder Grimm
schon immer wussten!“

20 JAHRE
Kleinwalsertaler
Dialoge

1994–2014

Touristische
Zukunftsplattform



KLEIN-
WALSERTALER
Dialoge

PROGRAMM

» Eröffnung «
Mag. Markus Bischof,
Moderator



9.00 Uhr

9.10 Uhr



» Gruß und einführende
Worte «
Bürgermeister Andi Haid
und Dr. Andreas Gapp

Beat Krippendorf
» Die emotionale Energie
der Geschichte «



9.30 Uhr

10.30 Uhr



Pause

Mag. Hansjörg Schmid
» Die Lust
der Verführung «



11.00 Uhr

» Dialogrunde «
Beat Krippendorf,
Mag. Hansjörg Schmid und
Mag. Christian Schützinger

12.00 Uhr

13.30 Uhr



Mittagessen

14.30 Uhr



Mag. Reinhold Bilgeri
» Viele Wege
führen nach Rom ... «

16.00 Uhr



» Schlussworte «
und Ausklang
Dipl.-Ing. Julian Müller

PARTNER



Ehrenschutz

Landeshauptmann Mag. Markus Wallner
Landesstatthalter Mag. Karlheinz Rüdisser
Landrat Gebhard Kaiser
Bürgermeister Andi Haid

Eine Veranstaltung der



WALSER
RAIFFEISEN
Holding

Inhaltsverzeichnis

7

Zur Tagung

Vorwort

9

Mag. Markus Bischof

Moderation

11

Beat Krippendorf

„Die emotionale Energie der Geschichte“

19

Mag. Hansjörg Schmid

„Die Lust der Verführung“

25

Mag. Reinhold Bilgeri

„Viele Wege führen nach Rom ...“

33

Rückblick Dialoge-Themen

1995–2013

„Hänsel und Gretel – was die Gebrüder Grimm schon immer wussten!“

„Es war einmal ...“ – mit diesen drei Wörtern beginnen viele Geschichten.

Wer erinnert sich nicht sofort an konkrete Märchen, an die Figuren darin, an die Gefühle, die man bei der Erzählung anno dazumal hatte? Die Geschichten unserer Kindheit haben sich tief in unser Gedächtnis eingegraben. Dies gilt es einerseits zu verstehen und andererseits auch zu nutzen! Was wäre, wenn wir es schaffen würden, in unserem geschäftlichen Umgang ebenfalls so starke Geschichten erzählen zu können? Wie würden die Kunden und Gäste darauf reagieren?

Diese und viele weitere Fragen haben uns dazu veranlasst, die Macht der Geschichten in den Mittelpunkt der Kleinwalsertaler Dialoge 2014 zu stellen. „Hänsel und Gretel“ steht somit als Synonym für Geschichten. Und die Gebrüder Grimm haben schon im ausgehenden 18. Jahrhundert die Bedeutung der Geschichten erkannt. Im Rahmen der Kleinwalsertaler Dialoge werden wir der emotionalen Energie der Geschichten und dem richtigen Erzählen der Geschichte – also der Lust auf Verführung –

auf den Grund gehen. Dazu werden wir von einem Praktiker hören, wie das geht.

„Es war einmal ...“ – hat aber heuer für uns eine weitere Bedeutung. 1994 wurde die Idee zu den Kleinwalsertaler Dialogen geboren und gleich mit den Planungen dazu begonnen, sodass die Veranstaltung 1995 erstmals durchgeführt werden konnte. Man wollte ein „jährliches Forum mit wechselnden Themen im Kleinwalsertal“ schaffen, wie im Programmheft von 1995 zu lesen ist. Es war das erklärte Ziel, Veränderungen anzuregen, Impulse zu geben, mögliche Richtungen und Entwicklungen aufzuzeigen. Seit 1995 haben wir 77 Referenten zu unterschiedlichen Themen präsentiert und damit 3.858 Teilnehmer ansprechen können. Die Kleinwalsertaler Dialoge haben sich offensichtlich als Zukunftsplattform bestens etabliert. Nähere Details zu allen bisherigen Veranstaltungen können Sie auf der Internetseite www.kleinwalsertaler-dialoge.at nachlesen.

Wir freuen uns, Sie bei den 20. Kleinwalsertaler Dialogen begrüßen zu dürfen!

NOTIZEN

A series of ten horizontal dotted lines for writing notes.

MODERATION



Mag. Markus Bischof

Moderation

- Studium Volkswirtschaft an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck
- Bayerische Akademie für Werbung und Marketing
- St. Gallen Business School
- Standortleiter der Agentur P8 Hofherr in Innsbruck, strategische und operative Beratung der Kunden
- Entwicklung des Kommunikationssystems p.c.s. zur strategischen und kommunikativen Begleitung von Infrastrukturprojekten
- Dozent Management Center Innsbruck
- Lektor und Betreuungsdozent an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing im Studiengang Public Relations

NOTIZEN

A series of ten horizontal dotted lines for writing notes.

REFERENT

Beat Krippendorf
» Die emotionale Energie
der Geschichte «



BEAT
KRIPPENDORF



Beat Krippendorf

Weshalb haben Geschichten eine so große Bedeutung?

Um dies zu beantworten, stellt Beat Krippendorf die neurowissenschaftlichen Hintergründe dar und schlägt die Brücke zur Emotion. Es geht also um den Zusammenhang zwischen Emotion und Geschichten und dessen Auswirkung in unserem Gehirn. Im Ergebnis ist für Beat Krippendorf die emotionale, seelische Energie die Schlüsselkraft in jeglicher Beziehungsgestaltung. Und eben diese Beziehung zu Menschen ist speziell im Tourismus zentral.

Zur Person

- Dozent für strategisches und operatives Dienstleistungsmarketing sowie Persönlichkeitsbildung
- Key-Note-Speaker
- Präsident des Verwaltungsrates Swiss Quality Hotels International

Berufliche Stationen

- 1970–1971 New York – Swiss National Tourist Office
- 1972–1978 Leiter Grundschulung Schweizer Hotellerie
- 1979–1989 Leiter Unternehmerschulung Schweizer Hotellerie
- 1989–heute Gesellschafter ibk & partner –
Institut Beat Krippendorf & Partner für Bildung,
Coaching, Beratung

Lehraufträge, Tätigkeiten und Funktionen

- Referent und Key-Note-Speaker zum Thema: Kundenorientierung und Kundennähe als ultimative Wettbewerbsvorteile
- Dozent für Marketing und Rhetorik an den Universitätslehrgängen für Tourismus an der Universität Klagenfurt (1993–1995) sowie an der Universität Innsbruck und dem Zentrum für Wissenschaft und Weiterbildung „Schloss Hofen“ in Vorarlberg (1988 bis 2005)
- Dozent für Rhetorik- und Präsentationstechnik an den Nachdiplom-Lehrgängen für Betriebswirtschaft der Hochschule für Technik und Architektur in Bern (1989 bis 2003)
- Dozent für Persönlichkeitsbildung im Modul Sozial- und Selbst-Kompetenz des Lehrganges Dipl. Tourismus-Expertin/-Experte an der Hochschule für Wirtschaft, Luzern (bis 2008)
- Dozent für strategisches und operatives Marketing im Lehrgang Tourismus und Freizeitmanagement an der Fachhochschule MCI – Management Center, Innsbruck, Austria (2006–2009)
- Stiftungsrat der Hotelfachschule in Thun (Schweiz) 2003–2013
- Ehrenmitglied der Vereinigung diplomierter Hoteliers/Restaurateure SHV/VDH sowie der Vereinigung „Touristiker“ Tirol
- Mitglied in der Hall of Fame des CNO-Panels der Dr. Pascal Sieber & Partner AG, Bern
- Redner/Experte – Deutsches Rednerlexikon
- Key-Note-Speaker bei Premium Speakers Schweiz www.premium-speakers.ch, bei Trainer-Promotion www.trainer-promotion.de, bei www.referenten.de, bei Vortrags-Redner www.vortrags-redner.de, bei Vortrags-Redner-Agentur www.anita-abele.de/redner-motivation.php

Weiters von Interesse

- Geboren 1948, aufgewachsen in Bern
- Ausland: New York 1970–1971
- Verheiratet, wohnhaft in Bern, 2 erwachsene Töchter, 2 Enkelkinder
- Jazz und Bluesmusiker (Gitarre und Klavier)
- Tennisspieler
- Sammler von Gegenwartskunst

„Die emotionale Energie der Geschichte“

Zum Thema des Einflusses einer Geschichte auf die Kundenbeziehung, die Kundennähe aber auch auf Motivation und Führung, wird versucht, die Wichtigkeit der Emotionen – Beat Krippendorf nennt das jeweils: das Primat der Emotionen – in den Mittelpunkt zu stellen.

Geschichten haben gegenüber abstrakten Informationen einige gewaltige Vorteile: Sie stiften Sinn, werden viel leichter verstanden, fördern die Kreativität, erhöhen Aufmerksamkeit und Konzentration und regen die Vorstellungskraft und Phantasie an. Darüber hinaus werden sie viel schneller weitergegeben als abstrakte Informationen.

In Geschichten kann man so schön eintauchen und voll darin aufgehen. Man kann sich geradezu vergessen – und das wichtigste: Man tritt in emotionale Beziehung mit dem Inhalt und den Protagonisten.

Und hier sind wir schon bei des Pudels Kern oder dem eigentlich unerlässlichsten Element des Erfolges vorrangig im Privatleben und fast eben so wichtig im beruflichen Umfeld – speziell jenem der Tourismusbranche: **der**

gelingenden Beziehung! Es geht um gelingende Beziehungen. Gute Beziehungen haben Geschichten – auch schlechte Beziehungen haben Geschichten: die „Beziehungskisten“.

Intuition und emotional-empathische Intelligenz sind der Schlüssel des Managementerfolges. Das limbische System oder eben das emotionale Gehirn hat den Lead. Immer und bei jeder Entscheidung. Und Geschichten bringen das limbische System zur glühenden Einwilligung – vielleicht sogar bar jeglicher Vernunft!

Wir brauchen heute mehr denn je Beziehungsfreaks, Kommunikationstalente, Storytellers. Führungskräfte also, die großen Wert auf gelebte Unternehmenskultur legen. Prof. Gertrud Höhler sagt nämlich zu recht: „Wer seinen Mitarbeitenden nicht einleuchtet, kann auch keine Kunden überzeugen!“. Und einleuchten und überzeugen kann man eigentlich nur mit guten Argumenten oder eben guten Geschichten. Hans Rudolf Jost, Change Factory, Zürich dazu: „Unternehmenskultur ist die Summe der Geschichten, die man sich über das Unternehmen erzählt.“

.....

Wir suchen Geborgenheit. Wir wollen Verbundenheit. Wir streben nach angemessener Autonomie und Freiheit – wenn auch nur in der Interpretation der Welt. Das sind angeborene Grundbedürfnisse der Menschen. Ohne deren Befriedigung werden wir krank.

Unsere Gene sind auf Kooperation und nicht auf Kampf programmiert. Der sozial-darwinistische Ansatz, nach welchem immer der oder die Stärkere überlebt, ist obsolet, hat ausgedient. Überleben wird, wer empathisch intelligent ist, wer kooperieren kann, wer beziehungsfähig und damit kommunikativ ist. Das alles ist durch die Neurowissenschaften heute klar bewiesen.

Geschichten bieten diese emotionale Gemeinsamkeit und erzeugen Verbundenheit und Nähe. Sie sind die feinste Form der Kommunikation.

Präsentation zum Download unter:
www.kleinwalsertaler-dialoge.at

NOTIZEN

A series of ten horizontal dotted lines for writing notes.

REFERENT

Mag. Hansjörg Schmid
» Die Lust
der Verführung «



MAG.
HANSJÖRG
SCHMID



Mag. Hansjörg Schmid

Mag. Hansjörg Schmid sagt von sich selbst, dass er sich nicht ausschließlich als Berater, Coach und Trainer, sondern vielmehr auch als Geschichtenerzähler versteht. Doch eine Geschichte muss auch richtig erzählt werden. Sie gehört in den richtigen Kontext gestellt und gekonnt präsentiert. Und es geht dabei um Überraschungen und Bilder. Dazu sagt er: „... denn was hat mehr Substanz als Bilder und Geschichten, die Platz in unserem Herzen finden und nicht mehr aus dem Sinn gehen.“

Zur Person

- Studium der Wirtschaftspädagogik
- Ausbildungsstationen und Tätigkeit in den USA und Asien
- Start der beruflichen Laufbahn in der Konzernzentrale der Hilti AG
- Management- und Personalentwicklungsleiter
- Geschäftsführer eines mittelständischen Unternehmens
- Seit vielen Jahren Fokussierung auf die Beratung von Menschen und Organisationen
- Ausgewiesener Fachmann für Veränderungsprozesse – praktiziert dabei das „Konzept der bewussten Grenzüberschreitungen der Weiterentwicklung von Unternehmen bzw. deren Produktwelten und der grenzüberschreitenden Entwicklung des Bewusstseins von Individuen“.
- Internationale Beratungstätigkeit im Bereich Veränderungsprozesse, Kommunikationsverhalten, Organisations- und Personalentwicklung, interne Markenkommunikation, Kultur- und Identitätsbildung von Organisationen.
- Im Vordergrund seiner Vorträge, Seminare und Beratungsprozesse steht die Erweiterung des Bewusstseins für die eigene Handlungskompetenz sowie die Entwicklung eines „positiven innovativen“ Klimas.
- Aufzeigen von Wegen, die vom Denken ins „Tun“, von der „Idee“ in die „Handlung“ und somit in die Realisierung von Veränderungspotentialen, Visionen und Zielen weisen.

„Die Lust auf Verführung“

Ohne den Mut zum Visionären, Fantastischen wäre unsere Kultur wohl längst am Leichengift des Tatsachenbewusstseins zugrunde gegangen.

P. Sloterdijk

Der Königsweg der Kommunikation führt durch die besondere Intensität des Erlebens. Denn wer im öffentlichen Kampf um Aufmerksamkeit und Beachtung eine Rolle spielen will, muss die Rituale von Gestern in die Erlebniswelt von Heute überführen.

Die Lust auf Verführung

Millionen von reizhungrigen Menschen, ob Unternehmer, Führungskräfte, Mitarbeiter, Kunden, Konkurrenten, Medienvertreter, Senioren, Junioren oder ganz einfach Konsumenten, suchen regelmäßig starke Erlebnisse, Sinn, Action und Nervenkitzel. Trotz des vielfältigen Angebotes bleiben die Sehnsüchte nach unvergesslichen Sensationen meistens unerfüllt, hinterlassen die getätigten Aktivitäten und Anstrengungen auf unseren Märkten bzw. in unseren Unternehmen oft ein leicht bitteres Gefühl, nicht wirklich, nicht echt etwas erlebt und empfunden zu haben.

Die Herausforderung

Aufmerksamkeit ist die Währung des 21. Jahrhunderts. Sie anzuregen, bei Menschen nachhaltig zu erreichen ist wichtig. Denn die Aufmerksamkeit anderer Menschen ist die unwiderstehlichste aller Drogen. Ihr Bezug sticht jedes andere Einkommen aus. Darum steht der Ruhm über der Macht, verblasst der Reichtum neben der Prominenz.

Der Weg

Dort wo Systeme erstarren, eingezwängt in die Mechanismen der Perfektion und nach Veränderung verlangen, setzen wir mit unseren Inszenierungen an – sprengen Freiräume in die Macht des Faktischen.

Es gibt glaubwürdige und unglaubwürdige Geschichten. Geschichten, die erfunden und solche, die erlebt werden. Unser Vorhaben ist von allem etwas und alles zugleich.

Das Ziel

Das eigentliche Paradoxon besteht darin, dass die Menschen Wirklichkeit und Zukunft als etwas begreifen, worauf sie keinen Einfluss haben, obwohl es doch ihr ureigenstes Produkt ist.

Gegen dieses Tatsachen-Bewusstsein bereiten wir unsere Zaubertränke aus den Zutaten von Wissenschaft und Kunst.

Wir bauen Situationen auf, in denen das grenzüberschreitende, visionäre Element in den Mittelpunkt gerückt wird. Wir bedienen uns aller Ebenen menschlicher Erfahrung.

Präsentation zum Download unter

www.kleinwalsertaler-dialoge.at

*Wir eröffnen neue Möglichkeiten
der Wahrnehmung,
der Empfindung, des Handelns
und Begreifens.*

*Was hat mehr Substanz
als Bilder und Geschichten,
die Platz in unserem Herzen
finden, die nicht mehr aus
dem Sinn gehen?*

Verum ipsum factum est.

*Die Wahrheit ist das
Gemachte.*

NOTIZEN

A series of ten horizontal dotted lines for writing notes.

REFERENT

Mag. Reinhold Bilgeri
» Viele Wege
führen nach Rom «



MAG.
REINHOLD
BILGERI



Mag. Reinhold Bilgeri

Als Autor, Regisseur, Sänger und Komponist hat Reinhold Bilgeri die positive Macht der Geschichten oft genutzt und dabei die Lust auf Verführung bewiesen. Nur – wie geht das? Wie packt man das an? Welchen Weg muss man dabei beschreiten?

Dazu sagt Reinhold Bilgeri: „Um ein Ziel zu erreichen, sind oft ungeahnte, mäandrische Wege bzw. Umwege zu gehen, Unwägbarkeiten zu neutralisieren, aber genau dieser Aspekt bringt das Abenteuer in den Masterplan und hält so alle Sinne wach. Es gibt immer einen Weg für den, der sein Ziel wirklich erreichen will ...“.

Zur Person

- Writer, Director, Singer, Songwriter, Composer
- Lehramtstudium Deutsch, Geographie, Philosophie/Psychologie an der Universität Innsbruck
- Lehrtätigkeit am Bundes-Gymnasium Feldkirch
- daneben ab Ende der 60er Jahre als Supporting Act für Deep Purple, White Snake, Status Quo, Colosseum usw. mit seinen Rockbands durch ganz Europa auf Tour
- Start der Solokarriere als Rocksänger im Jahr 1981
- Number One Hit Single „Video Life“ – weltweiter Verkauf
- Internationales Aushängeschild der österreichischen Popmusik bis Mitte der 90er Jahre
- Etablierung als Video Regisseur – 25 zum Teil preisgekrönte Videoclips
- Produktion verschiedener Alben, einige davon in Los Angeles und New York
- Songwriter für Jose Feliciano, Adamo, The Spotnicks, Nino de Angelo u.v.a.
- Zusammenarbeit mit Topstars wie Lou Gramm von „Foreigner“ (als Co-Sänger auf dessen Soloalbum) oder den Phoenix Horns von „Earth Wind & Fire“
- in den letzten Jahren Veröffentlichung von zwei Jazz-Alben – „Jazzz it“ und „Heini Altbart Jazzbeat feat. Bilgeri“ – darin Rückkehr zu seinen Blues und Jazzwurzeln
- Produktion von über 30 Hörspielen und Kabarettsendungen („Im Westen nix Neues“) für den ORF als Autor, Regisseur und Schauspieler
- Produktion mehrerer TV-Shows bzw. TV-Filme für ORF, RTL wie 1993 „Lonely fighter“ (Buch, Regie, Musik, Hauptdarsteller) oder 1987 „El Profesor“

MAG.
REINHOLD
BILGERI

Der Autor

- mehrere Erzählungen wie „Herrn Rudolfs Geranien“, „Die Faust“ u.a., verschiedene ORF Hörspiele und Drehbücher
- 2005 Veröffentlichung seines Bestseller-Romans „Der Atem des Himmels“ (bei Molden bzw. Piper Verlag)
- 2009/10 Verfilmung von „Der Atem des Himmels“ unter Bilgeris Regie

Feature Filme

- „Die wilden Kinder“ Musik, Darsteller – Kamera und Regie: Christian Berger
- „Der Papa geht“ Kurzfilm – Buch, Regie, Produktion
- „Der Atem des Himmels“ Kinofilm 2010 – Buch, Regie, Music Supervisor, Produktion
- „Der stille Berg“ – Associate Producer
- „Alles Fleisch ist Gras“ ORF Film – Regie

Awards und Nominierungen

- 1974 Drehbuch-Preis des ORF für „Gaudeamus Igitur“ („Mir geht es gut, wie geht es Dir?“)
- 1988 ORPHEUS-Award für meistverkaufte Platte des Jahres
- 1990 CCA Award für die beste Radiowerbung des Jahres in Ö1
- 2006 Gewinner des EURO VIDEO GRAND PRIX mit dem Song „Silver Bell“
- 2008 LITERATURPREIS DER VORARLBERGER MEDIENWIRTSCHAFT für das erfolgreichste Buch des Jahres – Roman „Der Atem des Himmels“
- 2009 AUSTRIA TICKET für „Der Atem des Himmels“ (90.000 Besucher)
- 2011/2012 Best Foreign Movie „GOLDEN ROOSTER AWARD OF CHINA für „Der Atem des Himmels“
- 7 Gold- bzw. Platinplatten für über 3 Millionen verkaufte Tonträger weltweit
- „AMADEUS“-Nominierung für beste Videoproduktion „Desperado“ (Buch und Regie)
- „ROMY“-3-fach Nominierung
- in den Kategorien „Bester Film“, „Beste Produktion“, „Beste Kamera“ für „Der Atem des Himmels“
- ÖSTERREICHISCHER FILMPREIS – Nominierung
- in der Kategorie „Beste Musik“ für „Der Atem des Himmels“

„Viele Wege führen nach Rom ...“

... eine Geschichte wird inszeniert ...

A) Der Traum – der Masterplan!

Die theoretische Schablone über dem Abenteuer lautet:
Vision – Entschluss – Konsequenz

Wie inszeniere ich meine Herzengeschichte? Als Roman
und als Film.

Blons und das Große Walsertal – das Menetekel meiner
Kindheit. Eigene Erinnerungen, Mamas Erzählungen, die
Zeitzeugen. Ich wollte die Geschichte erzählen, um
aufzuräumen in mir, um die Erinnerung der Zeugen wach zu
halten, um das Tal zu promoten und schließlich um die
Inszenierung der Geschichte als Künstler zu bewältigen.
Eine Metamorphose war Voraussetzung: vom Musiker zum
Schriftsteller zum Regisseur ...

Zuerst das DREHBUCH – die klassischen Ingredienzien einer
guten Geschichte – Generalthema: Liebe und Tod , ein
Protagonist, ein Antagonist, eine Liebesgeschichte vor dem

Hintergrund einer historischen Katastrophe, die zum
Kulminationspunkt der Story wird.

B) Die Hürden

1.) SKEPSIS der Filmbranche, der Journalisten, der
Öffentlichkeit: Vom Rocksänger zum Drehbuchautor?
Naserümpfen.

Dann der ROMAN – der Versuch durch die Hintertür: Wer
einen Roman schreibt, hat die Geschichte im Griff ... wollte
ich suggerieren.

2.) SKEPSIS der Literatur-Branche: vom Drehbuchschreiber
zum Roman-Schriftsteller?

Erst die Verkaufszahlen rufen Feuilleton und Kritik auf den
Plan.

3.) SKEPSIS der Filmförderungsinstitutionen.
Rocksänger? Schriftsteller? Regisseur? Produzent? Was
denn noch??? Hybris? Nein, kein Geld für ein Greenhorn!

C.) Die Umsetzung

Auf eigene Faust und OHNE Förderung.

1.) DIE FINANZIERUNG: Lesungen, Konzerte, Crowdfunding (Pressekampagne), Privatinvestoren, Productplacement, Ersparnisse, Bankkredite, Haus verpfändet – die Existenz auf dem Spiel – Alles oder Nichts.

Ein 10 Minuten TEASER für die Investoren wird gedreht. Ich bekomme ein GO!

2.) DIE DREHARBEITEN – „DER ATEM DES HIMMELS “

Ein Dorf wird gebaut – auf 1.750 m Seehöhe - alle Unmöglichkeiten finden statt nach dem Sommerdreh ... kein Geld mehr ... noch immer keine Angst ... dann Neuanfang, wieder Investorensuche, schließlich der Winterdreh – das Dorf wird zerstört, die Apokalypse funktioniert – und die Dreharbeiten finden ein glückliches Ende.

D.) Die Ankunft in „Rom“

Der Traum wurde Wirklichkeit. Die Premiere – die Resonanz, die Preise, die Zahlen, die Quoten ... und Mama war versöhnt!

NOTIZEN

A series of ten horizontal dotted lines for writing notes.

RÜCKBLICK

Überblick

»» der bisherigen Themen
und Referenten ««



KLEIN-
WALSERTALER
Dialoge

Rückblick Dialoge-Themen

1995

Verkehrsberuhigung in alpinen Tourismusregionen „Das Modell „Südliches Oberallgäu-Kleinwalsertal“

mit: *Prof. Dr. Hansruedi Müller*, Uni Bern und
Dr. Langer, Uni Innsbruck
Prof. Dr. Knoflacher, TU Wien
Univ. Lekt. Dipl. Ing. Thaler, Umwelt. Ministerium Wien
Prof. Dr. Ing. Lang, LKB München
Dr. Dennerlein, BASYS Augsburg
Prof. Dr. Dr. Vester, SBU München

1996

Tourismusregionen als Oasen der Erholung Ist nachhaltiges Denken und Handeln eine Zukunftschance?

mit: *Prof. Dr. Rupert Riedl*, Konrad-Lorenz-Institut
Prof. Dr. Hansruedi Müller, Uni Bern
Prof. Dr. Knoflacher, TU Wien
Dr. Sigbert Riccabona, Umweltschutz d. Landes Tirol
Franz Edlinger, Zisterzienserpatern
Prof. Dr. Walter Schertler, Uni Trier
Prof. Dr. Maria Nicolini, Uni Klagenfurt

1997

Leben und Arbeiten in der Zukunft
Denkexperimente über ein touristisch geprägtes
Alpental im Jahre 2025

mit: *Prof. Dennis Meadows*, University of
Pennsylvania
Dr. Ing. Mario Broggi, Experte f. angewandte
Ökologie
Dr. Andreas Braun, Swarowski
Wolfgang Jeschke, Schriftsteller
Prof. Dr. Felicitas Romeiß-Stracke,
Tourismuswissenschaftlerin
Prof. Dr. Hansruedi Müller, Uni Bern

1998

Konflikte in Tourismusregionen
Soziale Beziehungen im Spannungsfeld von Wirtschaft
und Familie

mit: *Dr. Hans-Peter Martin*, „Der Spiegel“, Wien
Dr. Anneliese Fuchs, Psychotherapeutin,
APP, Wien

1999

Dorf & Architektur
„Eine Siedlung ist mehr als die Summer ihrer Häuser“

mit: *Prof. Dr. rer. pol. Josef Krippendorf*
Prof. Mag. arch. Dr. techn. Friedrich Achleitner
Mag. arch. Bruno Spagolla

2000

Lernen, mit begrenzten Ressourcen umzugehen
„Raumplanung – Lebensqualität – Geistige Freiheit“

mit: *Dr. Helmut Feurstein*, Raumplaner
Prof. Dr. Gerlind Weber, TU Wien
Werner Fritschi, Publizist und Bildungsanimator

2001

„Erfolge jenseits des Trends“

mit: *Silke Petersen*,
Geschäftsf. Nordsee-Tourismus-Service.GmbH
Dr. Rüdiger Dahlke, Arzt und Psychotherapeut
Reinhold Messner, Europaparlamentarier,
Extrembergsteiger

2002

„ ... wo bleibt der Mensch?“

Verantwortung – Tourismus – Teamgeist – Werte

mit: *Michaela Reitterer*, Hotelier
Primar Dr. Reinhard Haller, Univ. Dozent,
Facharzt f. Psychiatrie und Neurologie
Mag. Toni Innauer, Rennsportdirektor im ÖSV

2003

GAST – FREUND – SCHAFT

Tourismusgesellschaft zwischen Kommerzdenken und Ethik

mit: *Dr. Helene Karmasin*,
Leiterin des Institutes für Motivforschung
Pater Nathanael Wirth, Probst von St. Gerold
Arno Dalpra, Dipl. Sozialarbeiter Institut f. Sozialdienste
Elmar Oberhauser, ORF-Hauptabteilungsleiter

2004

Veränderungen

Neue Chancen – Neue Gefahren

mit: *Prof. Dr. Konrad Paul Liessmann*, Prof. f. Philosophie Wien
Prof. Dr. Rainer Münz, Soziologie und Demographie
Udo Pollmer, Lebensmittel- und Ernährungswissenschaften
Andrea Clavadetscher, Extremsportler

2005

Neuer Reichtum – Neue Armut Wohin steuert unsere Gesellschaft?

mit: *Peter Kopf*, Dipl. Sozialarbeiter, Telefonseelsorge,
GF IFS-Schuldenberatung
Dr. Heiner Geissler, Bundesminister a.D.
Sr. MMag. Silke Mallmann, Missionsschwester
Prof. Dr. Felicitas Romeiß-Stracke,
Lehrauftrag TU-München Freizeit- u.
Tourismusswissenschaft

2006

Wachstum oder Maßlosigkeit Wie viel Wachstum verträgt unsere globalisierte Gesellschaft?

mit: *Huschmand Sabet*, Unternehmer
Dr. Franz Alt, Redakteur, Reporter, Moderator
Prof. Herwig Büchele, SJ (Societas Jesu)
Dr. Manfred Kohl, Kohl & Partner Tourismus-
beratung

2007

Identität im Spannungsfeld von Wirtschaft und Kultur

mit: Univ. Prof. Dr. Linda Pelzmann, Prof. f. Wirt-
schaftspsychologie
Mag. Susanne Drechsel, Meteorologin
Mag. Andreas Reiter, Zukunfts- u. Trendforscher
Holger Reiners, Unternehmensberater, Architekt

2008

Täuschung und Wahrheit ... werden wir manipuliert?

mit: Prof. Dr. Hubert Christian Ehalt,
Universitätsprofessor, Historiker und
Anthropologe
Diana Jaffé, Vorstand Bluestone AG, Begründerin
Gender Marketing
Prof. Dr. Josef Imbach, Schweizer Theologe und
Franziskaner
Klaus Bresser, ZDF-Chefredakteur und
„heute journal“-Gründer

2009

Prognosen von gestern als Lernfeld von morgen

mit: *Prof. Hansruedi Müller*, Uni Bern – Institut für Tourismus und Freizeit
Dr. Jakob Edinger, Unternehmensberater
Mag. Christian Schützinger, Direktor Vorarlberg Tourismus
Prof. Martin Lohmann, Uni Lüneburg – Institut für Konsumforschung, Wirtschafts-, Markt- und Tourismuspsychologie

2010

Der Mensch: die zentrale Erfolgsvoraussetzung im Tourismus

mit: *Dr. Maja Storch*, Psychologin, Psychoanalytikerin
Dr. David Bosshart, CEO Gottlieb Duttweiler Institut für Wirtschaft und Gesellschaft in Zürich
Anja Förster, Management-Vordenkerin einer neuen Generation

2011

Erfolg ist kein Zufall – wie bleibt eine Region lebenswert?

mit: *Dr. Ulrich Netzer*, Oberbürgermeister Stadt Kempten
Sabine Asgodom, Management-Trainerin
Gerlinde Kaltenbrunner, Profi-Bergsteigerin

2012

Was göönd mi d Gescht aa?

mit: *Film „Was göönd mi d Gescht aa?“*
25. Internationalen Wirtschaftsfilmtagen in
Wien – Auszeichnung „Silberne Victoria“
Dr. Manfred Kohl, Unternehmensberater –
Schwerpunkt Tourismus
Stefan Susana, Dirigent

2013

Uns geht's gut! und morgen?

mit *Mag. Andreas Reiter*, Gründer und
Geschäftsleiter des ZTB Zukunftsbüro, Wien
Prof. Dr. Markus Hengstschläger, Leiter des
Instituts für Medizinische Genetik an der
Universität Wien
Matthias Lanzinger, Ski-Leistungssportler im
Behindertenrennsport

ORGANISA-
TORISCHES

Veranstalter:

Walser Raiffeisen Holding
Walsersstraße 263, A-6992 Hirschegg

Telefon +43 5517 20780-0
Telefax +43 5517 20780-44
Mail info@raiffeisenholding.at
www.raiffeisenholding.at

www.kleinwalsertaler-dialoge.at



KLEIN-
WALSERTALER
Dialoge