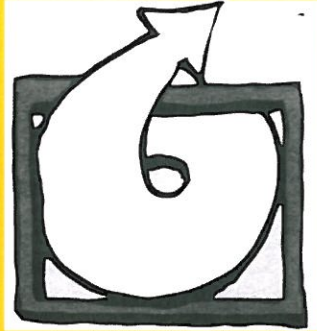


Kleinwalsertaler Dialoge



Prognosen von gestern als Lernfeld für morgen

Internationale Tagung im Kleinwalsertal
27. März 2009

**Mit Propheten unterhält man
sich am besten Jahre später.**

(Peter Ustinov, 1921 – 2004)

Herzlich Willkommen

bei den

15. Kleinwalsertaler Dialogen

im

**Walserhaus in Hirschegg
im Kleinwalsertal**



Dr. Karl Waltle

Jahrgang 1945

Ausbildung

- 1964 – 1968 Studium Uni Innsbruck
- 1968 – 1970 Gasthof Neuer Zoll (Mithilfe elterl. Betrieb)
- Studium Uni Innsbruck

Berufslaufbahn

- 1970 – 1971 Gerichtspraktikum LG Innsbruck und BG Landeck
- 1971 – 1977 Bank für Tirol und Vorarlberg, Innsbruck
- 1978 – 1984 RB Bludenz
- 1984 – 2008 Raiffeisenlandesbank Vorarlberg

Aufgabenschwerpunkt

- Vorsitzender des Vorstandes der Raiffeisenlandesbank
- Vorarlberg und verantwortliches Vorstandsmitglied für den
- Geschäftsbereich Verbundkoordination/
- Gesamtbanksteuerung (bis 31.12.2008)

Veröffentlichungen

„Entwicklungstendenzen der Banken für die nächsten 10 Jahre“

– eine Herausforderung für Raiffeisen Vorarlberg – Dr. Waltle,
Oktober 1988

„Bank Management zwischen High Tech und Human Touch“ , Co-Autor

– Österr. Agrarverlag, 1997

„Vertriebssteuerung in einem dezentralen Bankensektor“

Mitautor „Neue Wege zum Kunden“ von Schmoll-Ronzal, Frühjahr 2001,
Manz-Verlag



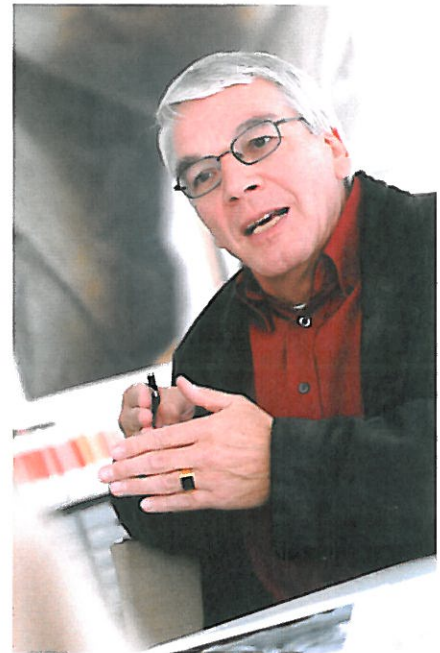
Dr. Karl Wattle

NOTIZEN

Programm:

Freitag, 27. März 2009

- 09.00 Uhr Eröffnung und Begrüßung
Mag. Willi Fritz
- 09.15 Uhr Prof. Hansruedi Müller
**„Schlüsselstellen für die touristische
Weiterentwicklung des Kleinwalsertales“**
- 10.00 Uhr Diskussion
- 10.15 Uhr Pause
- 10.45 Uhr Dr. Jakob Edinger
**„Tourismusentwicklung im Alpenraum –
vom Qualitätsvirus zum umfassenden Erlebnis“**
- 11.30 Uhr Diskussion
- 12.00 Uhr Mittagessen
- 13.30 Uhr Mag. Christian Schützinger
**„Tourismus im Wandel –
neue Strategien für Gäste von heute und morgen“**
- 14.15 Uhr Diskussion
- 14.30 Uhr Prof. Martin Lohmann
**„Touristen-Trends -
von der Zukunft der Urlaubsnachfrage“**
- 15.15 Uhr Diskussion
- 15.30 Uhr Podiumsdiskussion



Prof. Hansruedi Müller

Jahrgang 1947

Ausbildung

- Betriebslehre SBB
- 1976 Eidg. Matura im 2. Bildungsweg (AKAD)
- Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Bern –
Abschluss: Dr. lic. rer. pol.
- Dissertation innerhalb des NFP 5 „Man and Biosphere MAB“ –
Abschluss: Dr. rer. pol.
- Ernennung zum Titular-Professor

Berufslaufbahn

- bis 1976 Betriebsassistent SBB
- Leiter Güterverkehrswerbung im Marketing Güterverkehr
der Generaldirektion SBB Bern
- Assistent am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF)
der Universität Bern
- Oberassistent am FIF der Universität Bern
- seit 1989 Direktor des FIF der Universität Bern
- außerdem: aktiver Wettkampfsportler in der Leichtathletik
seit 2006 Präsident der Swiss-Athletics

Wichtigste Forschungspublikationen

- „Freizeit und Tourismus – Eine Einführung in Theorie und Politik“, 10. Auflage, Bern 2005
- „Innovationen im Tourismus“ Bern 1989
- „Achtung Steinschlag! – Wechselwirkungen zwischen Wald und Tourismus“ Bern 1991
- „Tourismus 2010“ Bern 1991
- „Marketing-Arbeit der Verkehrsvereine“ Bern 1993
- „Touristische Wertschöpfung – Das Beispiel Bern“ Bern 1995
- „Fernreisen 2005 – Delphi-Studie in Deutschland, Österreich und der Schweiz“ Bern 1997
- „Schweizer und ihre Freizeit – Facts and Figures aus 10 Jahren Freizeitforschung“ Bern 1997
- „Verkehrsmassnahmen in Ferienorten – Wege zur Umsetzung“ Bern 1999
- „Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus – Leitfaden Stufen I, II und III“, Bern 1997 - 2007
- „Qualitätsorientiertes Tourismus-Management“, Haupt-Verlag, Bern/Stuttgart/Wien 2000
- „Vor-Sicht Tourismus – Reflexionen und Denkanstösse zum Phänomen Tourismus“, Bern 2002
- „Ferienreisen“, Broschüre für Bundesamt für Statistik, Bern/Neuenburg 2002
- „Tourismus und Ökologie – Wechselwirkungen und Handlungsfelder“, 3. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München/Wien 2007
- „Qualitätsorientiertes Tourismus-Management“, 2. Auflage, UTB / Paul Haupt-Verlag, Bern/Stuttgart/Wien 2004
- „Tourismusdestination als Erlebniswelt – Ein Leitfaden zur Angebotsgestaltung“, Bern 2004
- „Klimaänderung und Tourismus – Szenarien für das Berner Oberland 2030“, Bern 2007
- „2030: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel“, Hrsg.: Schweiz Tourismus, Zürich 2008

Weitere Informationen:
hansruedi.mueller@fif.unibe.ch
<http://www.fif.unibe.ch>

„Schlüsselstellen für die touristische Weiterentwicklung des Kleinwalsertales“

Touristische Entwicklungen im Alpenraum: vom Qualitätsvirus zum umfassenden Erlebnis

1. Zum Inhalt

- 1 Einleitung: Der Wind der Veränderung
- 2 Zehn Thesen: Walser Dialoge 1996
- 3 Entwicklungsszenarien Kleinwalsertal 2003-2013: Wunsch und Wirklichkeit
- 4 Entwicklungen im Alpentourismus: Irrtümer – Erfolgsfaktoren – Risiken
- 5 Wegweiser: Qualität als Schlüssel
 - Service- und Führungsqualität
 - Umweltqualität
 - Erlebnisqualität
- 6 Fazit: Die Chancen von Nähe und Authentizität nutzen

2. Zehn Thesen: Walser Dialoge 1996

1. Der Ferientourismus lebt vom Attraktionsgefälle zwischen dem Alltags- und dem Ferienumfeld
2. Durch die Globalisierung findet ein schleichender Verlust von Vielfalt und Einzigartigkeit statt – friedlich und beinahe unbemerkt
3. Die natürliche Attraktivität wurde nicht nur friedlich, sondern oft auch brutal zerstört
4. Die Alltagssituation verbessert sich
5. Ferien und Reisen bleiben populär
6. Gefahrvolle Anpassungsprozesse
7. Fehlender Mut zu herausragenden Innovationen
8. Die Kräfte driften auseinander
9. Denken und Handeln folgen unterschiedlichen Pfaden
10. Gemeinsam Visionen entwickeln

Fazit: Die meisten Thesen von damals passen noch heute, doch wurden die Herausforderungen noch etwas grösser

3. Entwicklungsszenarien Kleinwalsertal 2003-2013: Wunsch und Wirklichkeit

- Stagnation der Logiernächte trotz guter Konjunktur 2003-2008
- Ankünfte stark gestiegen – Aufenthaltsdauer weiter gesunken
- Entwicklung Sommer besser als Winter
- Bettenkapazitäten: Hotellerie gehalten – Privatvermieter und FeWo gesunken – Jugendunterkünfte gesunken – per Saldo gesunken
- Bevölkerung leicht gestiegen
- Projekte verwirklicht?
- Optionen genutzt?
- Leitbetriebe gestärkt?

4. Entwicklungen im Alpentourismus

Irrtümer

- > Alternativen zum Tourismus
- > Konzentration auf den Wintertourismus
- > Sanfte Wende im touristischen Verhalten
- > Deutschland als Hefe im Tourismuskuchen
- > Globalisierung vermindert Nachfragerisiken
- > Zweitwohnungsbau als Wohlstandsmotor
- > Servicequalität allein genügt

Erfolgsfaktoren

- > Vermarktbare Top-Attraktionen
- > Sommer als zweites Standbein – Ganzjahresangebote
- > Ausgeglichener Gästemix und keine Gruppe dominant
- > Qualitätsentwicklung und –sicherung
- > Erlebnisvielfalt
- > Genügendes Marketingbudget – innovativ eingesetzt
- > Ausgebaute Distributionskanäle
- > Starke Leitbetriebe (mit kooperativem Management)
- > Nachhaltigkeit im Wachstum – kluges Verkehrsmanagement

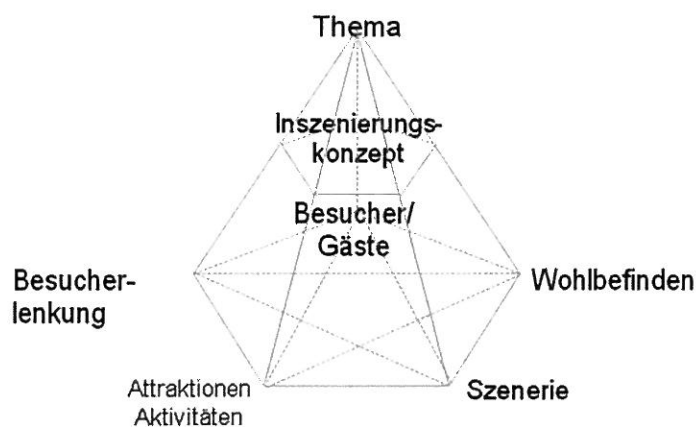
Risiken

- > Starke Abhängigkeit von einzelnen Märkten/Segmenten
- > Hoher Anteil an Zweitwohnungen – kalte Betten
- > Zu hohe Dominanz einzelner Betriebe – überdimensionierte Resorts
- > Ausgeprägter Kongress- und Versammlungstourismus

5. Wegweiser: Qualität als Schlüssel

1. Partizipativer werden
2. Effizienter werden
3. Qualitativ besser werden
4. Umweltverträglicher werden
5. Erlebnisreicher werden
6. Authentischer werden
7. Menschlicher werden

Instrumente der Erlebnis-Inszenierung



6. Fazit: Chance von Nähe und Authentizität

- > Tourismus unter Veränderungsdruck
- > Zeichen zeigen in Richtung Aufwertung von Nähe, Natur, Authentizität und Wohlbefinden
- > Chance kann nur genutzt werden, wenn die Qualität stimmt: Infrastruktur – Service – Umwelt – Erlebnis
- > Weiterentwicklung von menschlicher Wärme

Wärme in der Ferne – Fernweh ganz nah!



Prof. Hansruedi Müller

***Wärme in der
Ferne - Fernweh
ganz nah!***

NOTIZEN



Dr. Jakob Edinger

Jahrgang 1944

Ausbildung

- Gastronomische Ausbildung im elterlichen Tourismusbetrieb in Tirol
- Matura in Innsbruck
- Studium an der Hochschule für Welthandel in Wien
- Abschluss: Dkfm., Dr.

Berufslaufbahn

- 3 Jahre Mitarbeiter bei der „Beratungsstelle für Fremdenverkehr“ in Wien
- 1970 Gründung der Edinger Tourismusberatung in Innsbruck / Bozen
- seither Geschäftsführer und Senior-Partner der ETB Edinger Tourismusberatung GmbH Innsbruck und Wien
- Gerichtlich zertifizierter Sachverständiger für Tourismus beim Landesgericht Innsbruck
- Lehrbeauftragter an verschiedenen Universitäten und Tourismusakademien
- Investor bzw. Betreiber gesundheitsorientierter Ferienhotels –
 - Hotel Quellenhof Leutasch / Seefeld
 - Hotel & Spa Der Steirerhof Bad Waltersdorf
 - Hotel & Wellness Refugium Das Kranzbach, Klais bei Garmisch-Partenkirchen

Spezialgebiete

- Ausarbeitung von Entwicklungsstrategien für Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft
- Projekt- und Finanzierungsstudien, Gutachten
- Käufe, Verkäufe und Verpachtungen von touristischen Unternehmungen (M & A)
- Masterplanung von Tourismusregionen, -orten und -städten

Mitgliedschaften

- Cornell Hotelmen Society, Cornell University, Ithaca, New York, USA
- ISHC – International Society of Hospitality Consultants, Alexandria, Virginia/USA

„Tourismusentwicklung im Alpenraum – vom Qualitätsvirus zum umfassenden Erlebnis“

Dr. Edinger wird sich mit den von ihm bereits 1973 und 1992 erstellten Tourismusleitbildern für das Kleinwalsertal (den ersten in Österreich) beschäftigen und die Frage stellen, welche Themen heute noch Gültigkeit haben, was erfolgreich umgesetzt wurde bzw. sich als Irrtum gezeigt hat.

Der zweite Teil seines Vortrages wird sich mit der Entwicklung der alpinen Tourismusunternehmen in den vergangenen zwei Jahrzehnten beschäftigen. Dabei wird die Frage erörtert

wie sich das Umfeld für die Unternehmen insgesamt verändert hat. Welche Auswirkungen dies auf die Betriebskonzeptionen, Größenordnungen, die Finanzierungsgewohnheiten, die Gesellschaftsformen, die Führung der Unternehmen gehabt hat. Ebenso soll aufgezeigt werden, welche Investitionen nachhaltig zum Erfolg der Unternehmen beigetragen haben. Abschließend wird Dr. Edinger zu Zukunftsfragen der Tourismuswirtschaft im Alpenraum Stellung nehmen.



Dr. Jakob Edinger

NOTIZEN



Mag. Christian Schützing

Jahrgang 1965

Ausbildung

- Studium der Publizistik und Sportwissenschaften an der Universität Salzburg,
- Universitätslehrgang für Marketing in der Mozartstadt,
- Incoming-Konzessionsprüfung sowie den
- internationaler Destinationslehrgang

Berufslaufbahn

- Tourismusdirektor in Abtenau/Salzburger Land
- Mitgründer der Destination Lammertal
- 1998 bis 2003 Geschäftsführer der Tourismusdestination Bodensee-Alpenrhein, Aufbau einer neuen Destination durch die Zusammenlegung der Regionen Bodensee und Oberland (35 Gemeinden) mit einem effizienten touristischen Servicezentrum für Gäste und Mitglieder
- Vertreter der Interessen der Destination im Marketingausschuss der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH
- seit 2001 Sprecher der Arge Kongressland Vorarlberg.
- seit 1.7.2003 Geschäftsführer von Vorarlberg Tourismus in Bregenz
- stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH
- 2004 bis 2008 Präsident des Bundesverbandes Österreichischer Tourismusmanager
- 2007 Vorsitzender des Marketingbeirats der Österreich Werbung und Sprecher der Landestourismusorganisationen

„Tourismus im Wandel – neue Strategien für Gäste von heute und morgen“

Die Anforderungen an Tourismusorganisationen haben sich in den letzten 15 Jahren stark gewandelt: vom örtlichen Verschönerungsverein über regionale Werbekooperationen, Destinationsmarketingorganisationen bis hin zu strategisch gemanagten Tourismusstandortagenturen. Den Hintergrund zu diesem Wandel bilden freilich verschärfter Wettbewerb, geändertes Urlaubs- und Reiseverhalten und soziale, politische und wirtschaftliche Entwicklungen in den Herkunftsmärkten. Das Tourismussystem in Vorarlberg hat darauf reagiert und stellt sich permanent den neuen Herausforderungen. In Wertschätzung der aktuellen – durchaus erfolgreichen – Marktposition konzentriert sich Vorarlberg Tourismus auf folgende Stoßrichtungen: Diversifikation bei den Gästen aus den Hauptmärkten, Internationalisierung des Gästemixes und Investitionen bei den Angebotsträgern. Alles vor dem Hintergrund eines Markenverständnisses, das Vorarlberg mit seinen Urlaubsanbietern als eine qualitätsvolle, ästhetische Urlaubsregion der genussvollen Lebenskunst präsentiert.

baueht man darf.

Produktdiversifikation

Produktdiversifikation liegt vor, sofern ein Unternehmen ein neues Produkt auf einem neuen Markt einführt. Das Gegenteil ist die Marktdurchdringung. Die Diversifikation ist der riskanteste Bestandteil der Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff. Ein mögliches Maß zur Messung der Diversifikation ist der Berry-Index.

Diversifikation kann in drei Formen entstehen:

- intern: Das Unternehmen wächst aus eigener Kraft und entwickelt das Produkt selbst.
- **Übernahme**: Ein anderes Unternehmen wird samt den gewünschten Produkten hinzugekauft.
- Kooperation: Neue Produkte werden mit einem Partner entwickelt. Kooperationen können verschieden intensiv sein, von losen **Joint Ventures** bis zu strategischen Allianzen und Netzwerken.

Es werden drei Richtungen unterschieden, in die sich eine Diversifikation ausbreiten kann: Horizontal, vertikal und lateral.

Horizontale Diversifikation

Bei der horizontalen oder medialen Diversifikation nimmt ein Unternehmen ein Produkt der *gleichen Wirtschaftsstufe* in sein Sortiment auf. Es besteht also ein sachlicher Zusammenhang zum bisherigen Produktprogramm. Ein Beispiel wäre ein PKW-Hersteller, der nun auch LKW produziert.

Vertikale Diversifikation

Die vertikale Diversifikation orientiert sich an der **Wertschöpfungskette** und bezeichnet die Erweiterung des Produktionsprogramms um Produkte aus vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen (auch Rückwärts-/Vorwärts-Integration genannt). Die sogenannte **Fertigungstiefe** wird damit erweitert.

Als Beispiele für vertikale Diversifikation auf vorgelagerten Wirtschaftsstufen wären ein Restaurant zu nennen, das Landwirtschaft zur Produktion von günstigem Fleisch und Gemüse betreibt, sowie ein Autohersteller, der Reifen oder Autobatterien produziert. Von vertikaler Diversifikation auf nachgelagerte Stufen spricht man hingegen z. B. bei einem Produktionsbetrieb, der eigene Geschäfte eröffnet.

Laterale Diversifikation

Die Erweiterung des Produktionsprogramms um Produkte, die für das Unternehmen völlig neu sind und in keinem technischen oder wirtschaftlichen Zusammenhang mit den bisherigen Produkten stehen wird als laterale Diversifikation bezeichnet. Darunter fällt beispielsweise ein Autohersteller, der Kühlschränke produziert.

Die laterale Diversifikation bedeutet für den Hersteller eine Risikostreuung. Das Unternehmerische Risiko wird sowohl auf die Automobil- als auch die Kühlschrankproduktion abgewälzt. Die Erfahrung der Manager kann hier besonders gut genutzt werden. Der Produzent hat auch Steuervorteile, was zu einer besseren Kapitalrendite führt.



Mag. Christian Schützing

NOTIZEN



Prof. Martin Lohmann

Jahrgang 1956

Ausbildung

- Studium der Psychologie
- anschließend Studien-Reiseleiter.

Berufslaufbahn

- 1981 bis 1984 Assistent am Psychologischen Institut der Universität Würzburg
- 1984 Referent für Forschung beim Studienkreis für Tourismus in Starnberg
- seit 1991 Leiter des N.I.T.
 - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa, in Kiel
- Professor am Institut für Wirtschaftspsychologie der Universität Lüneburg
Marktpsychologie und Konsumforschung und Tourismuspsychologie.

Arbeitsfelder

- touristische Grundlagenforschung (Themenbeispiele: Trends, Impactforschung, Erholung)
- touristische Marktforschung (z.B. Gästebefragungen, Imageanalysen)
- Reiseanalyse im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen - F.U.R
- anwendungsbezogene Forschung und Beratung
(z.B. für touristische Unternehmen und Verbände, Urlaubsregionen und -orte, für nationale und supranationale Institutionen).

„Touristen-Trends - von der Zukunft der Urlaubsnachfrage“

Prof. Lohmann beschäftigt sich seit vielen Jahren als Marktforscher und Psychologie mit dem Tourismus der Deutschen. Unter anderem kümmert er sich um die jährliche Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.

Der Vortrag zeigt, wie es mit der Reisenachfrage der Deutschen bis 2020 aus heutiger Sicht weitergehen wird.

Dabei liegt die Dynamik nicht so sehr im Volumen sondern eher in der Struktur. Auch hier scheinen die Entwicklungen auf den ersten Blick unspektakulär, aber in der langfristigen Betrachtung ergeben sich vielfältige Herausforderungen und Chancen für den Tourismus in den Alpen. In diesem Zusammenhang werden auch die vielfältigen externen Faktoren, die auf die touristische Nachfrage wirken, aktuell etwa die Finanzkrise, in einen Gesamtzusammenhang eingeordnet.



Prof. Martin Lohmann

NOTIZEN

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 / Umwelthanwalt d. Landes Tirol
Franz Edlinger / Zisterzienserpater
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-Club of Rome
Dr. Ing. Mario Broggi / Experte f. angewandte Ökologie
Dr. Andreas Braun / Swarovski
Wolfgang Jeschke / Schriftsteller, seriöser Science Fiction Kenner
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
o. 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. Tourismuswissenschaft

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
Dr. Manfred Kohl, Kohl & Partner Tourismusberatung

2007 **IDENTIÄT IM SPANNUNGSFELD VON WIRTSCHAFT UND KULTUR**

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

2008 **TÄUSCHUNG UND WAHRHEITWERDEN WIR MANIPULIERT?**

mit Prof. Dr. Hubert Christian Ehalt
Diana Jaffé
Prof. Dr. Josef Imbach
Klaus Bresser

Die

Raiffeisen Stiftung Kleinwalsertal

Unterstützt Kultur, Bildung, Sport und soziale Einrichtungen in unserer Heimat.

Charme und Anziehungskraft des Kleinwalsertales beruhen auf einer Mischung aus Tradition und dem festen Glauben an die Zukunft. In Jahrhunderten gewachsenes Kulturgut hat bei uns einen ebenso hohen Stellenwert wie zum Beispiel der Leistungssport oder die Aus- und Weiterbildung der Jugend. Als einer der wichtigsten Arbeitgeber der Region möchte Raiffeisen – die Raiffeisen Holding gemeinsam mit der Raiffeisenbank Kleinwalsertal AG – mehr Verantwortung für unseren Lebensraum übernehmen.

Die Raiffeisen Stiftung fördert Initiativen, Vereine und Projekte, die unser Tal noch lebenswerter machen.

Name und Sitz der Stiftung

Die Stiftung trägt den Namen „Gemeinnützige Raiffeisen –Privatstiftung Kleinwalsertal“. Sitz der Stiftung ist die Gemeinde Mittelberg.

Stiftungszweck

Der Stiftungszweck umfasst die unmittelbare Durchführung gemeinnütziger Förderprojekte in den Bereichen Bildung, Kultur einschließlich Denkmalschutz, Soziales und Sport, insbesondere in der Weise, dass auf diesen Gebieten Veranstaltungen organisiert werden (zB Fortbildungstage, Seminare, Symposien, ...), weiters die Restaurierung von Baudenkmalern und anderen Kulturgütern durchgeführt wird und darüber hinaus talentierte Nachwuchskräfte aus den Bereichen Sport, Kultur und Wissenschaft gefördert, aber auch Personen in ihrer beruflichen Aus- und Fortbildung unterstützt werden. Weiters werden historische Quellen des Kleinwalsertales erschlossen und aufgearbeitet. Unter der Bezeichnung „Denkfabrik“ werden innovative Projekte zur Wissenserweiterung und zur Entwicklung zukünftiger Szenarien mit Bezug zum Kleinwalsertal sowie neue Formen des gesellschaftlichen Engagements abgewickelt. Der Tätigkeitsbereich der „Denkfabrik“ umfasst insbesondere die Organisation und Vergabe von Forschungsarbeiten auf dem Gebiet der Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften.

Regionaler Bezug

Die Fördertätigkeit ist grundsätzlich auf das Kleinwalsertal ausgerichtet.

Begünstigung

Entsprechend des Stiftungszweckes ist die Begünstigung auf die Allgemeinheit und zwar grundsätzlich innerhalb des Kleinwalsertales gerichtet. Die Empfänger der einzelnen Förderleistungen werden vom Vorstand nach pflichtgemäßem Ermessen unter Beachtung der Stiftungserklärung und der gesetzlichen Vorschriften bestimmt. Es besteht kein Anspruch – von wem auch immer – auf Förderleistungen durch die Stiftung.

Mittelverwendung

Die Verwendung der verfügbaren Mittel der Stiftung im Sinne des Stiftungszweckes erfolgt unter der Verantwortung des Stiftungsvorstandes.

Organe der Stiftung

Die Organe der Stiftung sind

- der Stiftungsvorstand
- die Stiftungsversammlung
- der Stiftungsprüfer

Stiftungsvorstand:

Zur Verwaltung und Vertretung der Stiftung nach außen ist ausschließlich der Stiftungsvorstand berufen, welcher aus 5 Mitgliedern besteht.

Die Mitglieder des Stiftungsvorstandes werden durch die Stiftungsversammlung auf die Dauer von 5 Jahren gewählt, gerechnet ab dem Tag des Bestellungsbeschlusses. Eine Wiederwahl ist zulässig. Der Stiftungsvorstand verwaltet das Stiftungsvermögen, er vertritt die Stiftung gerichtlich und außergerichtlich und sorgt für die Erfüllung des Stiftungszweckes.

Der Stiftungsvorstand hat bei seiner Verwaltungstätigkeit die Vorschriften der Gesetze, der Stiftungsurkunde, einer allfälligen Stiftungszusatzurkunde und Geschäftsordnung zu beachten. Er ist verpflichtet, die Beschränkungen einzuhalten, die durch die Gesetze, die Stiftungsurkunde, einer allfälligen Stiftungszusatzurkunde oder einer Geschäftsordnung für den Umfang seiner Verwaltungsbefugnis festgesetzt sind. Er hat seine Aufgaben sparsam und mit der Sorgfalt eines gewissenhaften Geschäftsleiters zu erfüllen.

Allgemeine Notizen:

KLEINWALSERTAL

Tourismusentwicklung - Statistikzahlen

Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer

	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ankünfte												
Winter	49 743	89 689	94 039	119 743	140 535	134 738	136 639	144 224	140 754	139 187	123 930	141 071
Sommer	51 199	96 401	139 022	116 012	129 022	134 034	130 989	142 819	142 819	125 435	131 902	137 260
Total	100 942	186 090	233 061	235 955	269 557	268 772	267 628	277 391	283 573	264 622	255 832	278 331
Entwicklung (1970=100)	100	184	232	234	267	266	265	275	281	262	253	276

Übernachtungen

	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Winter	594 459	847 545	792 383	873 000	910 537	853 890	822 838	847 910	862 310	830 124	742 275	805 241
Sommer	561 968	830 206	888 842	818 299	813 611	789 168	756 761	794 249	743 131	717 244	728 210	779 800
Total	1 156 427	1 677 751	1 681 225	1 691 299	1 724 148	1 643 058	1 579 599	1 642 159	1 605 441	1 547 368	1 470 485	1 585 041
Entwicklung (1970=100)	100	145	145	146	149	142	137	139	139	134	128	136

Aufenthaltsdauer

	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Winter	12,00	9,40	8,10	7,70	6,50	6,30	6,30	6,10	5,90	5,68	5,85	5,77
Sommer	11,00	8,60	7,40	7,10	6,30	6,10	5,90	5,78	5,68	5,85	5,77	5,66
Total	11,50	9,00	7,75	7,20	6,40	6,10	5,90	5,78	5,68	5,85	5,77	5,66
Entwicklung (1970=100)	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Entwicklung der Bettenkapazität seit 1990 nach Unterkunfkategorie

Kategorie	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
5/4* Hotels	1 227	1 100	936	903	1 003	1 094	1 056	1 027	1 100	1 099
3* Hotels	1 339	2 615	2 177	2 460	2 107	1 966	2 024	1 817	1 887	1 878
2/1* Hotels	2 596	1 911	2 238	1 726	1 526	1 349	1 485	1 541	1 517	1 376
Fewo gewerblich				514	1 363	514	656	611	538	522
Fewo privat	3 087	3 850	3 958	3 488	2 884	3 466	3 575	3 644	3 390	3 390
Privatvermieter	2 481	1 409	1 249	3 488	1 023	1 087	1 053	866	813	809
Jugendstilhäuser				506	713	766	762	844	879	840
Sonstige	1 780	1 675	1 666	1 096	690	770	770	746	711	711
Gesamt ohne Camping			12 224	11 780	11 309	11 092	11 375	11 186	11 089	10 625
Gesamt mit Camping			13 010	12 560	13 420	12 940	12 429	12 276	12 169	11 645

Anzahl Betten	1970	1980	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Anzahl Betten	8 217	10 835	12 970	12 560	12 324	11 780	11 309	11 092	11 375	11 186	11 089	11 089
Entwicklung (1970=100)	100	132	158	153	149	143	138	135	138	136	135	135

Bevölkerungsentwicklung

Jahr	Bevölk. abs. Entw. (1991=100)
1951	2830
1961	3557
1971	3980
1981	4599
1991	5038
2001	4717
2008	4830

Bevölkerung der Gemeinde Mittelberg nach Altersgruppen

Altersgruppe	1981	1991	2001	2008
0 - 14 Jahre	838	733	714	631
15 - 59 Jahre	3165	3539	3151	3148
60 Jahre und älter	576	766	852	1051
Insgesamt	4599	5038	4717	4830
	100%	100%	100%	100%