

# 2023-0.824.216; LE14-20-LT/2023-2374 Klimafolgenanpassungsstrategie Wipptal

AP2.4 Workshop mit Interessensgruppen

Ausgearbeitet für den  
**Tourismusverband Wipptal**

von

**Dr. Thomas Senfter**

Leite 122

6154 St. Jodok

+43 664 47 33 231

mail@thomassenfter.at

www.thomassenfter.at

www.bergfuehrer-wipptal.at

Mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union

 **Bundesministerium**  
Arbeit und Wirtschaft

  
**LE 14-20**  
Entwicklung für den Ländlichen Raum

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



---

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
2	Bergwandern / Klettern / Bike / Yoga / YogaPlus .....	2
3	BauernhofPlus.....	5
4	Seilbahnhybridtouren und Alpenüberquerungen .....	8

# 1 Einleitung

Eingebettet in das Projekt „Klimafolgenanpassungsstrategie Wipptal“ widmet sich das Arbeitspaket AP2.4 der Einbindung der Interessensgruppen (Gastronomie, Ausrüstungsverleiherinnen und -verleiher, Beherbergungsbetriebe, ...) in die Angebotstransformation. Hierbei sollen Visionen, Ideen und Ansätze für zukünftigen, klimafitten Tourismus diskutiert werden.

Für die Umsetzung dieses Arbeitspaketes wurde die Organisationsform des 1:1-Workshops gewählt. Im Kontext der Individualität und dem Anspruch an ein zielgerichtetes Ergebnis wurde diese Form (mehrere 1:1-Kleinveranstaltungen) gegenüber einer Großveranstaltung (z.B. 1:20) als die bessere Option identifiziert, um in vertiefenden Gesprächen und Diskussionen die jeweiligen Denkansätze im Detail auszuarbeiten.

## 2 Bergwandern / Klettern / Bike / Yoga / YogaPlus

Ein 1:1 Workshop war im Bereich Bergsport, Bike, Yoga, Klettern, Kinesiologie und Mentaltraining mit einer lokalen Dienstleisterin angesiedelt.

Die Kernaussagen aus dem 1:1-Workshop sind:

- Durch das Dienstleistungsportfolio, das sich über mehrere Standbeine erstreckt, ist die Dienstleistung nicht so stark von klimawandelbedingten Veränderungen im Tourismus betroffen.
- Ihre Angebote finden auch indoor (z.B. in der Kletterhalle) statt, wodurch eine große Resilienz gegeben ist.
- Die Buchungssituation insgesamt ist weitestgehend gut.
- Das Programm Yoga und Klettern war trotz schlechten Wetters ein Erfolg. Hier hat es sich bewährt, dass bereits in der Programm-Ausschreibung die Formulierung eingebaut wurde, dass die Veranstaltung bei Schlechtwetter in der Kletterhalle und bei Schönwetter im Klettergarten stattfinden wird. → Im Kern dieser Formulierung liegt der Trick, dass sich die Anbieterin / der Anbieterin nicht bei der Durchführung für ein „Downgrad“ in die Kletterhalle rechtfertigen muss.
- Im Kontext der Klimawandelanpassung wird im Herbst großes Potential für den Wandersport gesehen. Wandern ist bei uns oft bis Dezember möglich, nur fehlt es aktuell an der entsprechenden Vermarktung.
- Die Gedanken hinter Aktivitäten im Herbst:
  - Wandern im Herbst ist etwas schönes
  - Auslastung in der Zwischensaison (wäre sonst „tote“ Zeit) erzeugen, sowohl für den Beherbergungsbetrieb als auch für sich selber als Dienstleistungsanbieterin
  - Vermarktung über zielgerichtete Schiene (Bergsteigerdörfer)
  - 2-Säulen-Strategie: Die Säule Yoga/Achtsamkeit/Zeit und die Säule Natur/Berg werden perfekt vereinigt. Damit ergeben sich perfekte Freiheitsgrade in der kurzfristigen, situativen Anpassung an die jeweilige Wetter- und Verhältnissituation

- Das Vorhaben **#WipptalsBesteVerhältnisse** würde die Dienstleisterin gerne selbst mittragen, mit Inhalten beliefern, weiterverbreiten, und
- selbst für die Umsetzung ihrer Programme und zur täglichen Entscheidungsfindung nutzen.

Für die lokale Dienstleisterin sind folgende Punkte wichtig:

- Frühe Buchung durch die Gäste ermöglicht ihr Planungssicherheit
- Im Gegenzug bekommen die Gäste eine Durchführungsgarantie (gästeseitige Planungssicherheit) sowie eine Erlebnisgarantie (je nach Verhältnisse/Wetter wird die beste Option der Aktivitäten gewählt).

Die **2-Säulen-Strategie** sollte jedenfalls für die zukünftige Positionierung in Marktsegmenten, die von klimabedingten Veränderungen weniger betroffen sind, aufgegriffen werden. Hierbei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Unter dem Schlagwort **Yoga+**, **YogaPlus**, **#yoga+**, **#yogaplus**, o.ä. sollten Programme ausgearbeitet werden, die einerseits den Kern des Wipptals treffen (Wandern, Bergsteigen, Schneeschuhgehen, Klettern, ...) und andererseits den Freiheitsgrad dank der Yoga-Säule ermöglichen. Ideen sind:

- **YogaPlus WANDERN** (am Beispiel <https://www.bergsteigerdoerfer.org/11049-0-Yoga-und-Wandern-Trins-Hohe-Burg-2024.html>)
- **YogaPlus KLETTERN** (am Beispiel <https://presse.tirol.at/klettern-trifft-auf-yoga-im-bergsteigerdorf/231848/>)
- **YogaPlus SCHNEESCHUHWANDERN** (am Beispiel <https://www.wipptal.at/yoga-und-schneeschuh>)
- **YogaPlus WINTERWANDERN**
- **YogaPlus KLETTERSTEIGGEHEN** Kurs
- **YogaPlus KLETTERTEIGGEHEN** Touren
- **YogaPlus EISKLETTERN** Schnupperwochenende
- **YogaPlus WILDTIERE** (z.B. als Familienprogramm mit Einbindung der lokalen Jägerschaft)
- **YogaPlus ERSTE HÜTTENNACHT** (z.B. als Familienprogramm für das erste Kennenlernen einer Übernachtung in einer Berghütte)

**YogaPlus** soll sein:

- Für jede Sportart
- Für jede Unterkunft
- Unter Beiziehung aller Interessensgruppen
- Ohne Einschränkungen für den Ideenreichtum
- Mit einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie über die lokalen und organisatorischen Grenzen hinaus
- Idealerweise länderübergreifend umzusetzen gemeinsam mit dem südlichen Wipptal (Perspektive EUREGIO/INTERREG)
- Abgestimmte Text- und Bildsprache idealerweise aus einem gemeinsamen Text- und Bildpool

### 3 BauernhofPlus

Vergleichsweise viele Wipptaler Beherbergungsbetriebe sind an einen landwirtschaftlichen Betrieb angebunden. Beispiele sind:

- Thumserhof (<https://www.wildlahner.at/>)
- Gattererhof (<https://www.wipptal.net/gatterer/>)
- Nedererhof (z.B. <https://www.tirol.at/urlaub-buchen/ferienwohnungen/a-nedererhof-ferienwohnung-gamskar>)
- Nagelehof (<https://www.nagelehof.at/>)
- Liesenhof (<https://www.liesenhof.at/>)

Eine Eigenschaft der Landwirtschaft ist, dass dort ein Wertegerüst gelebt wird, in dem Nachhaltigkeit keine modernes Wort ist, sondern seit vielen Jahrhunderten gelebte Praxis ist (sonst würde man nicht überleben). Schlagwörter sind hierbei:

- Familie
- Tiere
- Ökosystem
- Natur
- Leben mit der Natur
- Fußabdruck und verantwortungsvolles Handeln
- usw.

In diesem Kontext gibt es bereits die starke Marke Urlaub am Bauernhof (<https://www.urlaubambauernhof.at>). Hierbei liegt der Fokus darauf, die Gäste in den Betrieb des Bauernhofes einzubinden. Viele österreichische Betriebe haben sich hierauf spezialisiert und können recht gut davon leben.

Als Landwirt hat man allerdings nicht immer die Möglichkeiten, Gäste rundum in den landwirtschaftlichen Betrieb einzubetten. D.h. irgendwo zwischen „normalem“ Urlaub (ohne Einbettung in den Bauernhof) und Urlaubambauernhof (weitestgehende Einbettung in den landwirtschaftlichen Betrieb) existiert ein Feld, das einerseits attraktiv für eine große

Gästezielgruppe ist, aber andererseits den Landwirt auch nicht von seinem Kerngeschäft (eine Landwirtschaft zu betreiben) abhält.

Im Rahmen eines 1:1-Workshops mit einem Landwirt und Vermieter dieses Feld (diese Lücke) diskutiert und im Detail erarbeitet. Die Kernaussagen sind:

- Die Katzen auf seinem Bauernhof sind für viele seiner Gäste (insbesondere wenn es sich dabei um Familien mit Kindern handelt) das Highlight.
- Viele seiner Gäste haben ein grundsätzliches Interesse an Landwirtschaft und Natur, würden aber nie den Fokus nur (!) auf einen Urlaub am Bauernhof legen.
- Er selbst hat kein Interesse, klassischen Urlaub am Bauernhof anzubieten. Es birgt die Gefahr, dass es seinen landwirtschaftlichen Betrieb stören würde bzw. ist er personell nicht entsprechend aufgestellt.
- Er ist aber sehr interessiert, seinen Gästen in kurzen Gesprächen das Wertegerüst einer alpinen Landwirtschaft zu vermitteln und ihnen zu ermöglichen, dass sie z.B. mit den Katzen am Hof spielen können.

In der Zusammenfassung aus diesem Workshop geht im Kontext des gegenständlichen Projektes hervor, dass eine Umstrukturierung des Betriebes zu einem Betrieb mit Urlaub am Bauernhof (im klassischen Sinn) nicht gewünscht ist bzw. am Ziel vorbei ist. Vielmehr ist die Einbindung des Themas Landwirtschaft in die sonstigen Themen eines Urlaubs durchzudenken. Unter dem Titel **BauernhofPlus** könnte, angelehnt an die in Kapitel 2 vorgestellte **2-Säulen-Strategie** von Urlaubsangeboten eine klimafitte Abwandlung von klassischen Outdoor-Urlaube stattfinden. Beispiele sind:

- **BauernhofPlus** KLETTERN mit Familien
- **BauernhofPlus** SCHNEESCHUHTOUREN mit Familien
- **BauernhofPlus** WINTERWANDERN mit Familien
- **BauernhofPlus** WANDERN in den Herbstferien
- **BauernhofPlus** KLETTERSTEIGKURS für Familien
- **BauernhofPlus** EINE NACHT IM HEU
- **BauernhofPlus** EINE NACHT AUF DER ALM
- **BauernhofPlus** EINE NACHT IM FREIEN



Mit diesem Konzept wird der Outdoor-Urlaub schlichtweg stabilisiert. Die durchdachte Kombination der zwei Säulen ermöglicht es der Erlebnisanbieterin bzw. dem Erlebnisanbieter situativ angepasst, tagesaktuell das Programm in der besten Option festzulegen. Die Gewichtungen sind hier dann schwimmend, an einem Regentag also mehr Bauernhof und an deinem Schönwettertag mehr Outdooraktivität.

**Bauernhofplus** soll sein:

- Für jede Sportart
- Für jede Unterkunft, die einen Bauernhof dabei hat
- Unter Beziehung aller Interessensgruppen
- Ohne Einschränkungen für den Ideenreichtum
- Mit einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie über die lokalen und organisatorischen Grenzen hinaus
- Idealerweise länderübergreifend umzusetzen gemeinsam mit dem südlichen Wipptal (Perspektive EUREGIO/INTERREG)
- Abgestimmte Text- und Bildsprache idealerweise aus einem gemeinsamen Text- und Bildpool

## 4 Seilbahnhybridtouren und Alpenüberquerungen

Skitouren und Klimafitness? – Wie kann das gehen? Das Programm **Skitouren für Einsteiger ohne Tiefschnee-Erfahrung** (<https://www.asi-reisen.de/r/atinn143>) wurde vor einigen Jahren vor dem Hintergrund entwickelt, dass die Zielgruppe an schlechten Skifahrern deutlich größer ist als die der guten Skifahrer. Der Kern des Programms liegt darin, dass zwar mit Tourenski im Gelände aufgestiegen wird, aber die Abfahrt über präparierte Pisten erfolgt. Dieses Programm ist nahezu einzigartig und erfreut sich großer Beliebtheit.

The screenshot shows the website interface for ASI Reisen. At the top, there are navigation links for 'ASI Reisen', 'ASI Shop', and 'ASI Academy'. Below this, there are tabs for 'Reiseziele' (Europa, Afrika, Asien, Amerika, Ozeanien) and 'Reisearten' (Wandern & Trekking, Rad & E-Bike, Rundreisen, Winter & Schnee, Für Alpinisten, Alle Reisearten). The main content area features a large image of skiers on a snowy mountain slope. To the right, there are smaller images of a ski lift and a snowy forest. Below the main image, the title 'Skitouren für Einsteiger ohne Tiefschnee-Erfahrung' is displayed, along with 'Skitouren' and 'ASI Original'. The page lists details such as 'Reisejahr auswählen: 2025', 'Gruppengröße: min. 2 / max. 7', 'Dauer: 6 Tage', and 'Schwierigkeitsgrad: 1'. A 'Gästebewertung' section shows a rating of 4.2 stars based on 10 reviews. The 'Highlights' section lists: 'Landschaftlich eindrucksvolle Aufstiege im Gelände und entspannte Abfahrten über präparierte Pisten', 'Sanfter Skitouren-Einstieg für schwächere Skifahrer', 'In 15 Minuten mit dem Zug nach Innsbruck, wenn einmal Abwechslung gefragt ist', and 'Tipps und Übungen zur Verbesserung der eigenen Skitechnik'. The 'Profil' section mentions 'Vom Hotelstandort' and 'Mit 5 ausgewählten Skitouren im Schwierigkeitsgrad 1 (Abfahrt über präparierte Pisten)'. A 'Nachhaltigkeit' box highlights '101 kg CO<sub>2</sub> Emissionen werden kompensiert' and '72 % des Reisepreises fördern die lokale Wertschöpfung'. A map shows the location in the Tiroi region of Austria, near Innsbruck and the Grossglockner area.

Abbildung 1: Programmseite des vergleichsweise klimafitten Programms ATINN143 von ASI Reisen (Quelle: <https://www.asi-reisen.de/r/atinn143>)

In der Wintersaison 2022/2023 herrschten in den Weihnachtsferien schlechteste Verhältnisse (Schneemangel). Skitouren im klassischen Sinn waren im Wipptal zwischen Weihnachten

2022 und Dreikönig 2023 nicht möglich. Die Anbieter von klassischen Skitourenprogrammen haben ihre Veranstaltungen quer über die Alpen abgesagt.



Abbildung 2: Eindrücke aus den Weihnachtsferien 2022/2023. Skitouren sind nicht/kaum möglich.

Hier hat das Programm Skitouren für Einsteiger ohne Tiefschnee-Erfahrung (Reisecode ATINN143 von ASI Reisen) in Form einer Zufallsentdeckung gezeigt, dass mit diesem Konzept (Aufstieg über Gelände, Abfahrt über Piste) nicht nur eine attraktive Zielgruppe erschließt, sondern in einem schneearmen Winter immerhin die Durchführung eines Programms ermöglicht.

Gemeinsam mit einem lokalen Unternehmer wurde dieser Gedankenstrang aufgegriffen, diskutiert, und weiterentwickelt. Am Beginn des Gespräches wurde vereinbart, dass auch abstrakte Ideen zulässig sind und notiert werden. Der Workshop gliederte sich in 2 Hauptthemen (Seilbahnhybridtouren und Alpenüberquerungen). Die Kernaussagen sind im Folgenden beschrieben.

### Seilbahnhybridtouren

Mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Arbeit und Wirtschaft

 LE 14-20  
Erneuerung für den Ländlichen Raum

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

- Der Begriff der **Seilbahnhybridtour** wurde im Rahmen des Workshops entwickelt und es handelt sich hierbei tatsächlich um eine neue Begrifflichkeit.

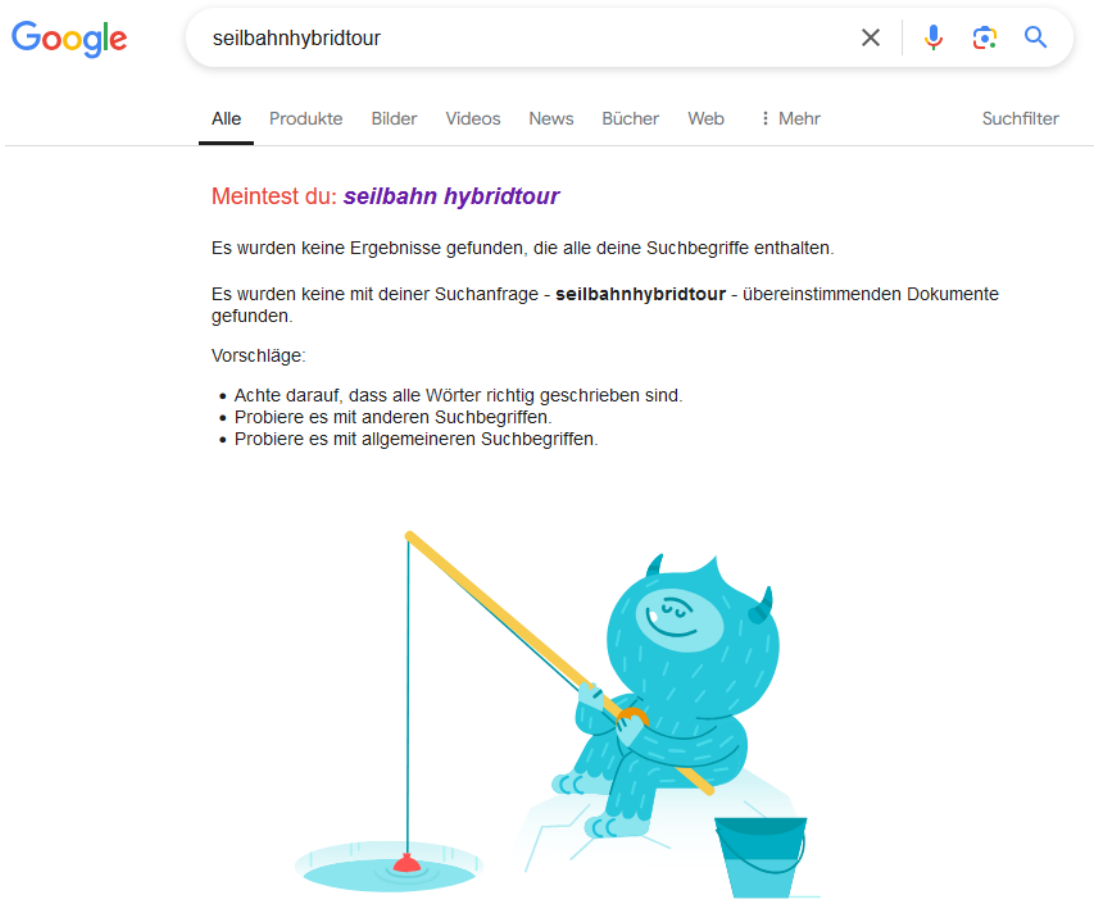


Abbildung 3: Suchergebnis beim Suchbegriff "Seilbahnhybridtour" (Quelle: google.com)

- Unter dem Begriff Seilbahnhybridtour wird verstanden, dass ein Tourenformat (z.B. Winterbergtour, Schneeschuhtour, Skitour, ...) in durchdachter Weise mit der Verwendung von Seilbahnen kombiniert wird. Dies ermöglicht vollkommen neue Konzepte, die Erschließung neuer Zielgruppen und insbesondere ein situativ-spontanes Anpassen an klimawandelbedingte Verhältnisänderungen.
- Angelehnt an das Programm Skitouren für Einsteiger ohne Tiefschnee-Erfahrung (Reisecode ATINN143 von ASI Reisen), bei dem die Seilbahninfrastruktur (konkret: die präparierten Pisten) die Abfahrt erst ermöglichen, wurde der Gedanke weiter gesponnen. Denkbare Handlungsfelder sind:
  - Winterbergsteigen mit Seilbahnunterstützung (Aufstieg im Gelände, Abfahrt mit der Seilbahn)

- Schneeschuhtouren mit Seilbahnunterstützung (Aufstieg im Gelände, Abfahrt mit der Seilbahn)
- Klimafitte Gipfeltour mit 500 Hm (Aufstieg von der Mittelstation Bergeralm über das Gelände bis zum Gipfel des Nösslachjochs, Abfahrt mit der Seilbahn)
- Auch innerhalb der Gruppe ermöglicht das Hybrid-Modell einiges an Freiheitsgraden: Es können z.B. erstmals Schneeschuhgeherinnen und Schneeschuhgeher gemeinsam mit Skitourengewanderten und Skitourengewanderten auf Tour gehen, ohne dass eine Befindlichkeitsverschiebung bemerkbar wird: Die Schneeschuhfreunde fahren mit der Seilbahn ins Tal, die guten Skifahrer unter den Skitourengewanderten über die Piste, und die schlechten Skifahrer unter den Skitourengewanderten werden schlichtweg froh sein, wenn sie auch mit der Seilbahn ins Tal fahren können.
- Im klassischen Bergsport wird die Seilbahn eher als Erlebnisdämpfer wahrgenommen. Man findet gefühlt unendlich viele Olperer-Tourenberichte im Internet, in denen über das Hintertuxer Skigebiet geschimpft wird. Im Kontext der Seilbahnhybridtouren ist die Wahrnehmung der Seilbahn vielmehr die, dass das Erlebnis erst durch die (Mit-)Verwendung der Seilbahn oder der Seilbahninfrastruktur ermöglicht wird.
- Die Einbettung in das Konzept von **#WipptalsBesteVerhältnisse** ist auch hier einer der Garantien für eine erfolgreiche Umsetzung.

**Seilbahnhybridtouren** soll sein:

- Für jede Spielart des Bergsports
- Ohne Einschränkungen für den Ideenreichtum
- Mit einer gemeinsamen Vermarktungsstrategie über die lokalen und organisatorischen Grenzen hinaus
- Idealerweise länderübergreifend umzusetzen gemeinsam mit dem südlichen Wipptal (Perspektive EUREGIO/INTERREG)
- Abgestimmte Text- und Bildsprache idealerweise aus einem gemeinsamen Text- und Bildpool

- In engster Zusammenarbeit zwischen den Seilbahnbetreiberinnen / Seilbahnbetreibern, den Bergsportführerinnen / Bergsportführern, den Beherbergungsbetrieben und Ausrüstungsverleihen.

## Alpenüberquerungen

Als zweiter großer Themenbereich des 1:1-Workshops wurde das Thema Alpenüberquerungen behandelt. Die Kernaussagen sind:

- Das bereits entwickelte Konzept der Wipp Traverse soll weiter verfolgt werden. Insbesondere jene Variante, bei der die Vermarktung nicht über eine Schneeschuh- oder Skitour erfolgt.
- Die Zielgruppe, die angesprochen werden soll, kann so beschrieben werden:
  - Die Personen haben bereits erste Alpenüberquerungen hinter sich (z.B. E5) und verbinden dieses Erlebnis mit guten Erinnerungen
  - Die Personen sind keine klassischen Wintersportlerinnen und Wintersportler. D.h. Sie sind weitestgehend keine guten Skifahrerinnen und Skifahrer
  - Die Personen mögen grundsätzlich Gruppenreisen und können mit den dabei häufig vorkommenden Befindlichkeiten gut umgehen
  - Die Personen gehen davon aus, dass Alpenüberquerungen oder Fernwanderungen im Winter für sie nicht möglich sind.
- Diese Zielgruppendefinition (bzw. die Probleme dieser Zielgruppe) aufgreifend, wird die Wipp Traverse im Winter mit Bergschuhen die erste Alpenüberquerung, die für Personen mit einer Ausdauer für täglich ca. 1000 Hm und ohne Skitourenerfahrung möglich wird.
- In einem ersten Schritt soll das Bild- und Textmaterial erzeugt werden, und im Nachgang das Angebot geschaffen, Bewusstsein gebildet und das Programm vermarktet werden.