

PUUR



DAS TIROLER MAGAZIN FÜR DEN REGIONALEN TOURISMUS

Weniger ist mehr

*Tiroler Tourismusregionen
setzen erfolgreich
auf Entschleunigung*



Trend der Stunde
Warum ohne Influencer
derzeit wenig geht



Touristische Visionen
Wer weiter denkt,
ist früher erfolgreich



Bett unter Sternen
Der aktuelle Camping-
boom in Tirol





Leise statt laut

Alltagsferne und Abgeschlossenheiten sind Ressourcen, die in ihrem touristischen Wert noch viel zu wenig wahrgenommen werden. Im Osttiroler Villgratental und im Nordtiroler Wipptal beginnt sich das nun zu ändern.

Tirols Wintertourismus ist ohne große Hotels, ausgedehnte Liftanlagen und ein umfangreiches Après-Ski-Angebot kaum vorstellbar. Der Erfolg scheint diesem Konzept des „Größer, besser, mehr“ recht zu geben: In der Tiroler Wintersaison 2017/18 erreichten nicht nur die Nächtigungen (27,6 Millionen) und Ankünfte (6,2 Millionen), sondern auch die Wertschöpfung im Tourismus mit rund 2,5 Milliarden Euro einen neuen Höchstwert. Wenig verwunderlich, wecken derartige Zahlen auch abseits der bekannten Wintersport-Zentren wie Pitztal, Ötztal, Kitzbühel und Zillertal Begehrlichkeit, die im Kopieren des erfolgreichen Konzepts Realität zu werden versprechen.

Dass dieses „Mehr vom Ähnlichen“ nicht der einzig touristisch gangbare Weg ist und es gerade auch für wenig erschlossene Gebiete Tirols ganz andere Möglichkeiten der Vermarktung und des Erfolgs gibt, zeigen die Regionen Villgratental in Osttirol und Wipptal in Nordtirol.

AUS DER NOT EINE TUGEND

Mit dem legendären Slogan „Kommen Sie zu uns, wir haben nichts!“ wurde das Villgratental Anfang des neuen Jahrtausends zum Impulsgeber und Vorreiter einer entschleunigten Art des Tourismus. Nicht Skischau-

kel, Pistenkilometer, Sternehotels und Après-Ski-„Hexenkessel“ standen bei der touristischen Vermarktung im Mittelpunkt, sondern Ruhe, Zentrumsferne, Winter- und Schneeschuhwandern, dazu ein breites Skitourenangebot. Die Unterkünfte im Tal verzichteten größtenteils bewusst auf einen hohen Standard, um eine gastfreundliche Betreuung als umso wichtiger hervorzuheben.

Dabei wurde aus einer ursprünglichen Not eine Tugend gemacht: Das Villgratental besitzt mit rund 800 Gästebetten im Sommer (inklusive Almhütten) und rund 450 Gästebetten im Winter ein geringes Bettenangebot, keine großen Hotels, keine Liftanlagen und keine Party-Infrastruktur. Dafür ist dieses Nebental des Pustertals eines der wenigen Täler, in denen traditionelle alpenländische Architektur in Form jahrhundertalter Bauernhöfe noch in großem Umfang erhalten blieb. Sportlich steht das Thema „Skitouren“ im Zentrum des Wintertourismus: Das Villgratental zeichnet sich durch rund 50 verschiedene Touren aus, die teilweise direkt im Ort Innervillgraten starten. Diese Skitouren in die umgebende Bergwelt sind nicht hochalpin, leicht zu begehen und aufgrund der geringen Steigung relativ lawensicher. Sie bieten zudem einen wunderbaren Blick auf den Alpenhauptkamm »



Kalkstein, Innervillgraten: Leicht zu begehende Touren sprechen auch Anfänger an.

© www.studiohochalpen.com

und die höchsten Berge Österreichs – den Großglockner und den Großvenediger.

AUTHENTIZITÄT PUNKTET

Mit den Skitourengängern wird vom Villgratental eine lohnende touristische Zielgruppe angesprochen, wie Christof Schett, der als Reiseveranstalter die YellowSPORTS-Freizeitproduktionen betreibt und im Tourismusausschuss sowie im Gemeinderat von Innervillgraten sitzt, erklärt: „Zu uns kommen schwerpunktmäßig gut ausgebildete Besserverdiener zwischen 30 und 60 Jahren.“ Diese würden auch aufgrund der weiten Anreise und der abgelegenen Lage des Tals vor allem im Winter länger bleiben als im Tiroler Durchschnitt. Zudem müsse man für sie keine in die Natur eingreifende Infrastruktur bereitstellen, auch Lärm und Menschenmassen seien beim Skitourengehen weit weniger oft als Kollateralschäden zu befürchten. Das alles käme auch der bäuerlichen Tradition des Tales entgegen, die Einfachheit ins Zentrum der touristischen Anstrengung rückt.

Auf die Gründe angesprochen, warum immer mehr Wintersportler ins Villgratental kommen, findet der Innervillgrater



© ANSEL SPINNEITZ

„Wir sind, wie wir sind, und wir verstellen uns nicht – das schätzt der Gast.“

Alois Mühlmann, Tourismuspionier Villgratental

Tourismus-pionier und Obmann des Tourismus-Ortsausschusses Alois Mühlmann klare Antworten: „Skitouren gibt es in Nordtirol genauso. Womit wir punkten, ist das Ambiente eines traditionellen, funktionierenden Bergbauerntals. Darin werden Tourismus-

quartiere von der Almhütte bis zum Hotel und Appartement angeboten, zudem finden Gäste ein traditionelles gastronomisches Angebot, das je nach Gusto und Geldtasche entweder das Landgasthaus oder die Haubenküche im Gannerhof sein kann. Unser größter Pluspunkt ist aber die Authentizität: Wir sind, wie wir sind, und wir verstellen uns nicht – das schätzt der Gast.“

MEINUNGSBILDNER IM TAL

Auch das Villgrater Marketing funktioniert anders als anderswo, und zwar über einen großen Anteil Mundpropaganda zufriedener Gäste. Ganz ohne Events käme man dennoch nicht aus, auch wenn man dabei den entschleunigten Grundgedanken nicht aus den Augen verlieren würde, wie Christof Schett erklärt: „Im Jänner 2018 haben wir erstmals gemeinsam mit dem TVB Osttirol das Austria-Skitourenfestival ins Tal gebracht und damit ein gänzlich neues Eventformat mit enormer medialer Breitenwirkung geschaffen.“ Drei Tage lang stand dabei in einer Zeltstadt am Kalkstein neuestes Skitouren-Testmaterial zur Verfügung und Osttiroler Bergführer erschlossen die lohnends-

ten Touren in die umliegende Bergwelt. Am Abend wurden Vorträge rund um das Thema „Skitouren“ organisiert, Filmvorführungen rundeten das Programm ab. Für die kulinarische Versorgung waren unter anderem ortsbäuerliche Vereine mit dörflichen Produkten verantwortlich. Das Event wurde in großen Magazinen beworben und brachte neben Skitouren-Fans auch viele Journalisten, Blogger und Meinungsbildner ins Tal.

Dass das Thema „Skitourengehen“ ein tragfähiger Boden für touristische Entwicklung sein kann, unterstreicht Christof Schett: „Wer sich die Skiindustrie ansieht, erkennt rasch, dass der einzige derzeit wachsende Markt der Skitouren-Markt ist.“ Auf diesen Markt setzt das Villgratental bereits seit vierzig Jahren und kann deshalb mit Fug und Recht als Vorreiter des sanften Tourismus bezeichnet werden. Alois Mühlmann: „Wir bekamen Anfang der Achtzigerjahre keinen Anschluss an das Sillianer Skigebiet. Aus dieser Not machten wir eine Tugend und boten an, was wir hatten: Natur und Berge ohne Aufstiegshilfe!“ Spätestens ab dem Jahr 2000 gab es mit diesem Angebot fast jährlich deutliche Steigerungsraten bei den Nächtigungen. Alois Mühlmann: „Derzeit haben wir rund 70.000 jährliche Nächtigungen. Insgesamt 85.000 bis 90.000 Nächtigungen wären mit einem für die einheimische Bevölkerung noch erträglichen Aufwand möglich, wenn noch mehr Tourengeher unser Tal entdecken.“

HOFFNUNG SCHNEESCHUHWANDERER

Eine andere Gästezielgruppe, die ebenfalls vom Villgratental angesprochen wird, sind die Schneeschuhwanderer. Christof Schett erklärt, warum genau diese Zielgruppe so zukunftsstrahlig ist: „Es gibt immer mehr Menschen, die nicht mehr Skifahren können und trotzdem im Winter aus eigener Kraft die Berge erkunden wollen. Dieser Anteil an Gästen wird über kurz oder lang noch deutlich steigen. Regionen wie die unsere finden hier einen echten Zukunftsmarkt vor, wenn sie sich touristisch dementsprechend aufstellen.“ Ein Beispiel für eine derartige »



Benjamin Schaller wurde für sein Giatla Haus mit dem Tiroler Sanierungspreis 2018 ausgezeichnet.

BEISPIEL ①

Altes bewahren: Giatla Haus, Weiler Kalkstein

Das Giatla Haus ist ein über 300 Jahre altes Bauernhaus, das rund 4,5 km vom Ortskern Innervillgratens entfernt auf 1.640 m Seehöhe liegt. Besitzer Benjamin Schaller begann in den Jahren 2014/2015, die bereits verfallende Bausubstanz gemeinsam mit regionalen Handwerkern und dem Tiroler Architekturbüro Madritsch & Pfurtscheller als „Haus im Haus“-Konzept zu renovieren. Dabei wurden im Erd- und Obergeschoß vier moderne Ferienwohnungen mit zwölf Betten unter Beibehaltung der vorhandenen Holzstruktur eingebaut. Die ehemalige Labe (Flur) und große Teile des Hauses blieben dabei erhalten. Das Gebäude bekam nicht nur ein weiteres Stiegenhaus, sondern auch eine Sauna mit Frischluftraum im Dachgeschoß. Gedämmt wurde das Haus mit Villgrater Schafwolle.

Nach außen hin blieb das mit dem Tiroler Sanierungspreis 2018 ausgezeichnete Giatla Haus nahezu unverändert, was allerdings seinen Preis hatte, wie Benjamin Schaller erklärt: „Unsere oberste Priorität war die Beibehaltung des traditionellen Ortsbildes. Die hohen Kosten waren dabei leider nicht zu vermeiden, um das gleiche Geld hätte man wohl zwei neue Häuser hinstellen können.“

JÄHRLICHE STEIGERUNGSRATEN

Dafür können die Urlaubswohnungen aber „zu einem Preis, der der Qualität des Angebotes angemessen ist“, vermietet werden. Die Buchungssituation ist schon jetzt zufriedenstellend, mit jährlichen Steigerungsraten, weil es „die Kundschaft gibt, die das spezielle Ambiente eines traditionellen Bauernhofs bei gleichzeitig hohem Wohnkomfort zu schätzen weiß“. 80 Prozent seines Winterumsatzes macht das Giatla Haus mit Skitourengängern und Schneeschuhwanderern. ✕



Der Gannerhof wurde rund um einen Bauernhof aus dem Jahr 1719 erbaut.



Drei für den Villgrater Tourismus: Reiseveranstalter Christof Schett, Gannerhof-Wirt Josef Mühlmann und Tourismus-pionier Alois Mühlmann (v. l.)

BEISPIEL ②

Auf die richtige „Software“ setzen: Gannerhof, Innervillgraten

Der Gannerhof ist ein familiengeführter Innervillgrater Hotel- und Restaurantbetrieb, der rund um einen Bauernhof aus dem Jahr 1719 erbaut wurde. Das Restaurant besteht seit 1981, seit 1991 zählt der Gannerhof zu den Haubeküchen und wurde von Gault-Millau auch in den Jahren danach durchgehend ausgezeichnet. Auch aufgrund dieses Erfolgs wurde die ursprüngliche Fläche des Dorfgasthauses schon bald zu klein. Ähnlich wie im gesamten Tal ging man bei der Erweiterung der Nutzfläche auch im Gannerhof langsam und bedacht vor. Insgesamt wurde die Hausfläche um 400 Prozent erweitert, Alt und Neu verschmelzen dabei dermaßen harmonisch, dass auch aufmerksame Beobachter von außen kaum sagen können, wo die Bausubstanz von 1719 endet und die Umbauten beginnen.

FÜR 100 JAHRE GEBAUT

Für die Umbauten ließ man sich insgesamt 36 Jahre Zeit, wie Gannerhof-Chef Josef Mühlmann erklärt: „Die nachhaltige Villgrater Art des Bauens und Renovierens, die Altbestand erhält, wo immer es möglich ist, kostet viel Geld, vor allem dann, wenn man die alte Baustruktur nicht verkitschen will und durchgehend auf die Verwendung von Altholz setzt.“ Die Gedanken an generationenübergreifende Haltbarkeit seien im Gannerhof bei allen Umbauten im Mittelpunkt der Überlegun-

gen gestanden, deshalb hätte man sich aus finanziellen Gründen eben mehr Zeit lassen müssen. Dies wiederum hätte dazu geführt, dass man im Gannerhof teilweise bis heute noch letzte Einrichtungs- und Sanitär-Elemente aus den Achtzigerjahren vorfinde. Sie würden aber von den Gästen – entgegen der landläufigen Meinung, dass man dem Gast immer die modernste Ausstattung bieten müsse – trotz höherpreisiger Positionierung des Gannerhofs nie beanstandet. Der bereits renovierte neue Standard wurde so konzipiert, dass er hält: „Tisch, Boden, Vertäfelungen und schmiedeeiserne Details können auch hundert Jahre alt werden, ohne dass man sie aus optischen oder technischen Gründen ersetzen müsste.“

„Tisch, Boden, Vertäfelungen und schmiedeeiserne Details können auch hundert Jahre alt werden.“

Josef Mühlmann,
Wirt des Gannerhofs

Hier widerspricht Josef Mühlmann deutlich der gängigen Meinung, dass ein touristischer Betrieb zwingend alle fünfzehn Jahre zu renovieren sei: „Bei der Kundenschicht, die entschleunigten Tourismus schätzt und deshalb zu uns ins Tal kommt, geht es nicht unbedingt darum, was in einem Zimmer bautechnisch drinnen ist, solange alles sauber und zu 100 Prozent funktionstüchtig ist. Viel wichtiger ist die Ursprünglichkeit der Architektur, vor allem aber die „Software“ eines Hauses. Unter „Software“ verstehe ich eine Betreuung der Gäste, die gleichzeitig herzlich und echt, persönlich und mit Handschlagqualität verbindlich ist. Das ist wichtiger als eine moderne Glaswand im Badezimmer.“ ✕

Positionierung ist das regelmäßige Angebot geführter Schneeschuh-Touren.

Doch wie funktioniert es, dass bei einer touristischen Idee ein ganzes Tal am gleichen Strang zieht? Alois Mühlmann: „Entschleunigung fußt auf einer grundsätzlichen Einstellung der Dorfbewohner, dass das, was da ist, genug ist. Diese Einstellung kommt aus einer jahrhundertealten Tradition. Das Villgratental lehrte seine Bewohner aufgrund seiner klimatischen Bedingungen und seiner abgelegenen Lage schon immer Bescheidenheit und Zufriedenheit mit wenigem. Daraus resultiert eine nur auf den ersten Blick konservative Grundeinstellung im Tal: die Ablehnung von seelenloser Wirtschaft und Unternehmertum. Vom Wesen her sind wir Bergbauern. Ein Bauer unternimmt nicht, er verwaltet, er hegt und pflegt und reißt nicht das Alte nieder, um was Neues aufzustellen, von dem er nicht weiß, ob es funktioniert.“ Natürlich gäbe es auch Gegenströmungen im Tal, die sich nach wie vor eine Anbindung an das Skigebiet Sillian/Hochpustertal wünschten. Diese würden allerdings schwächer. Alois Mühlmann: „Ich glaube nicht, dass ein Lift der richtige Weg für uns sein kann, weil er zwangsläufig dazu führen würde, dass Lärm und Verkehr unser großes Kapital „Ruhe“ verdrängen und davon schlussendlich nur einige wenige Unternehmer und Hotelkaiser profitieren würden. Wir müssen hier im Tal nicht modern sein und einem Trend hinterherlaufen. Wir dürfen stehenbleiben und die Gäste kommen trotzdem, in Wirklichkeit gerade deswegen.“

VIER BAHNHÖFE

Eine teilweise ähnliche Situation wie im Villgratental findet man in der Tourismusregion Wipptal vor: Sie besteht aus einem sehr verkehrsreichen Haupttal, in dem sich mit der Bergeralm der einzige, mittelgroße Skilift befindet, und fünf ruhigen Seitentälern, die ohne klassische Winterinfrastruktur touristisch schwach aufgestellt sind: Für Joakim Strickner, Geschäftsführer des



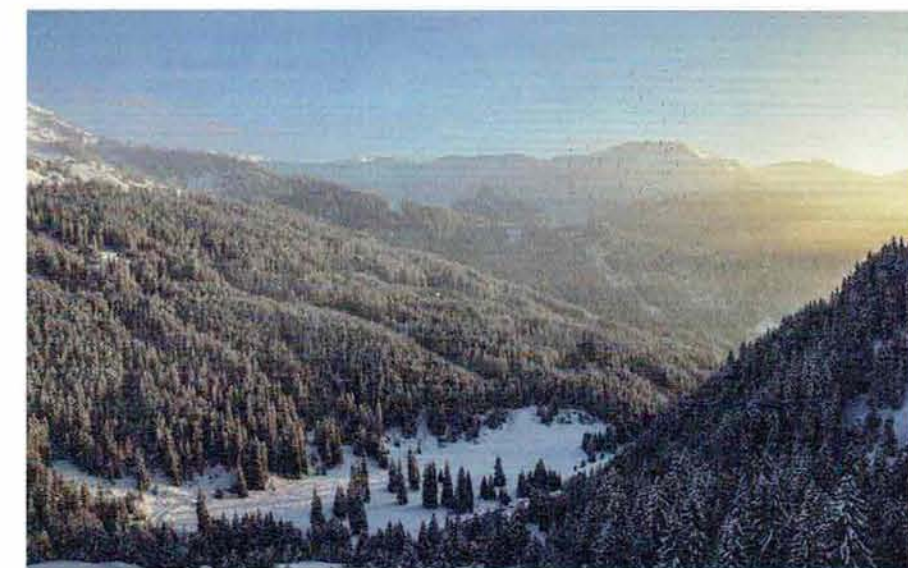
„Sich in der Ruhe aufzuhalten und moderat zu wandern, ist gesundheitlich weit wertvoller, als man sich das gemeinhin vorstellt.“

Joakim Strickner, Geschäftsführer TVB Wipptal

TVB Wipptal, sind diese Voraussetzungen allerdings kein Nachteil, sondern eine Chance: „Schwach ist nur das mit 3.500 Betten geringe Übernachtungsangebot. Was die Naturressourcen betrifft, sind unsere Seitentäler einzigartig.“ Verglichen mit anderen Tourismusregionen besitzt die Region Wipptal eine konkurrenzlose Ausdehnung im Verhältnis zu den angebotenen Gästebetten. Die Talböden sind nicht mit Häusern

und Hotels zugebaut, große Bodenflächen werden ausschließlich landwirtschaftlich genutzt, die westlichen Seitentäler des Wipptals stehen zudem unter Landschaftsschutz und sind ausgewiesenes Ruhegebiet. Die Seitentäler sind dennoch sehr zentrumsnah: Innsbruck ist dank Autobahn nur rund 30 Minuten entfernt. Zudem besitzt das Wipptal bis zum Brenner vier Bahnhöfe. Die in Zukunft immer wichtiger werdende Anreise per Zug ist also problemlos möglich.

Stille und Abgeschiedenheit als touristische Ressource werden in der Region vielfältig genutzt: Das Wipptal bietet ganzjährig einen therapeutisch angeleiteten Wandertourismus an, dem ein präventiver Gesundheitsgedanke zugrunde liegt: Joakim Strickner: „Sich in der Ruhe aufzuhalten und moderat zu wandern, ist gesundheitlich weit wertvoller, als man sich das gemeinhin vorstellt.“ Das haben inzwischen auch die Krankenkassen erkannt: Wer als Gast das zertifizierte Gesundheitswanderprogramm nachweislich nutzt, bekommt von der österreichischen SVA und allen gesetzlichen »



Das Navistal: eines von fünf ruhigen und naturbelassenen Seitentälern des Wipptals

deutschen Krankenkassen Teile der Kosten erstattet. Das Wipptaler Gesundheitswandern setzt dabei nicht auf Gipfelsieg, sondern auf Entspannung. Auf den Wegen selbst werden – angeleitet von speziell ausgebildeten Gesundheitswanderführern – verschiedenste Atem-, Wahrnehmungs- und Körperübungen durchgeführt und dabei entspannt fünf Kilometer bei mäßiger Steigung überwunden. Ergänzend bietet der TVB Wipptal auch einen Workshop zum Thema „Gesunde Ernährung“ an.

AUSLASTUNG GESICHERT

Mit dem Gesundheitswandern besitzt die Region Wipptal tirolweit ein Alleinstellungsmerkmal, das auch im Winter auf drei eigens gewarteten Premium-Winterwanderwegen am Talboden des Gschnitz-, Obernberg- und Schmirntales funktioniert. Damit die Wertschöpfung in den Tälern bleibt, beinhaltet das therapeutische Gesundheitswandern nicht nur eine hinsichtlich Ausgewogenheit optimierte Verpflegung in Halbpension: Auf der Wanderung werden auch heimische Gasthäuser mit regionaler Küche eingebunden. Darauf ist der Obmann des TVB Wipptal Kurt Hasenbacher besonders stolz: „Es gelingt uns so täglich und ständig wiederkehrend, alle Ausflugsgasthöfe in den Seitentälern zu bedienen.“

Vor allem im Winter hilft dieses Angebot zudem, die Nächtigungsdauer in den hinteren Seitentälern des Wipptales über dem Tiroler Durchschnitt zu halten.

Zwar liegt das Verhältnis Sommer-/Wintertourismus in der Region derzeit noch bei 60 zu 40, das könnte sich allerdings schon in naher Zukunft ändern: Die Region Wipptal setzt – ähnlich wie das Villgratental – immer stärker auf das Thema „Skitouren“ und baut sich damit einen zweiten touristischen Eckpfeiler auf. Tourengänger finden vor allem im Schmirntal, in Vals, im Obernbergtal und im Navistal fast konkurrenzlose Bedingungen vor. In einem eigenen Übungsgelände kann die Verschüttetensuche mit Sonde und Lawinenverschüttetensuchgeräten (LVS) kos-



Skitour zum Naviser Kreuzjochl: Pulverschnee auf der Sonnenseite der Tourismusregion Wipptal

tenlos trainiert werden, 14 über die Region verteilte LVS-Checkpoints sollen zudem helfen, die Sicherheit der Tourengänger zu garantieren.

DEUTLICHE STEIGERUNG

Eine weitere Initiative, die Skitouren in der Region besonders attraktiv macht, sind die Alpenvereins-„Bergsteigerdörfer“. Orte mit einer Bergtourismus-Tradition, allerdings



„Wer als Gast eine Sportart ausüben will, geht ungeachtet des eigenen Könnens meistens zu den jeweiligen Sport-Hotspots.“

Kurt Hasenbacher, Obmann TVB Wipptal

ohne Lift- und Hotelgroßprojekte, werden im Rahmen dieser Initiative zu vom Alpenverein beworbenen (Winter-)Wander-, Schneeschuh- und Touren-Hotspots. So wie das Villgratental ist auch die Region Wipptal hier mit dabei: Das Schmirn- und das Valsertal wurden bereits in die Liste der Bergsteigerdörfer aufgenommen, das Gschnitztal soll heuer noch folgen.

Auch in der Region befindliche gastronomische Betriebe können an dieser Aktion teilnehmen, müssen allerdings über den „Bergsteiger-Spirit“ verfügen, also ein profundes Wissen zum Thema mitbringen. Ein Erfolg scheint vorprogrammiert: Seit Beginn der Initiative vor fünf Jahren konnten die teilnehmenden Betriebe im Wipptal ihre Auslastung um 50 bis 100 Prozent steigern. Im Rahmen der vom TVB gestarteten „Genussspechte“-Initiative werden weitere gastronomische Betriebe eingebunden. Diese bieten dann zum Beispiel das sogenannte „Bergfrühstück“ an, das mit kulinarischen Produkten aus der Region gestaltet wird.

Dass all diese Bemühungen nicht umsonst sind, beweisen auch folgende Zahlen: Von der Saison 2013/2014 an konnte die Region ihre Gesamt-Jahresnächtigungszahlen von 274.000 auf 320.000 steigern. Kurt Hasenbacher sieht hier weiteres Wachstumspotenzial: „Wer als Gast eine Sportart ausüben will, geht ungeachtet des eigenen Könnens meistens zu den jeweiligen Sport-Hotspots. Beim Skitourismus, von dem eine ganze Region profitiert, sind wir am besten Weg, ein derartiger Hotspot zu werden!“

Text: Klaus Erler X

BEISPIEL ③

Im Museum leben: Wurzerhof, Außervillgraten (Winkeltal)



Einzigartig in Tirol: Der Wurzerhof wurde 1433 erstmals urkundlich erwähnt.



Der Wurzerhof im Villgrater Winkeltal ist einzigartig in Tirol, nicht nur wegen seiner Ausdehnung von 275 Hektar. Die Hofstelle wurde im Jahr 1433 erstmals urkundlich erwähnt. Die aktuelle Bausubstanz ist rund 300 Jahre alt, seit 2001 steht das Ensemble mit Kapelle, Museum, Säge- und Getreidemühle, Waschkütte und Schmiede unter Denkmal- und Ensembleschutz. Bei der Renovierung der zum Hof gehörenden Wirtschaftsgebäude half der Villgrater Heimatpflegeverein mit. Dieser Verein unter der Führung von Alois Mühlmann hat es sich zum Ziel gesetzt, altes Villgrater Kulturgut zu erhalten.

„Den Großteil der Gäste machen Ruhesuchende aus.“

Vroni Leiter, Wurzerhof, Außervillgraten (Winkeltal)

RUHE ALS WAHRER LUXUS

Hofbesitzer Josef Leiter führt das renovierte Haus gemeinsam mit seiner Frau Vroni in siebter Generation; der Hof wurde vor 20 Jahren als Viehzucht- und Milchwirtschaftsbetrieb übergeben. Für Josef Leiter war damals klar, dass er den Wurzerhof nicht in der alten Form weiterführen wollte. Er stellte auf extensive Tierhaltung um, aus dem Wurzerhof wurde ein bio- und Demeter-zertifizierter Landwirtschaftsbetrieb, gleichzeitig ein Museum und ein Selbstversorger-Ferienheim für Familien und Gruppen.

Inzwischen ist die Vermietung eine relevante Einnahmequelle, die den Fortbestand des Hofes sichert, der von der Landwirtschaft alleine nicht leben könnte. Vroni Leiter: „Den Großteil der Gäste machen Ruhesuchende aus. Für sie ist die

intakte Natur, ein klarer Sternenhimmel, die Möglichkeit, in absoluter Ruhe Skitouren zu gehen oder mit Schneeschuhen zu wandern und zudem in einer achtsamen Landwirtschaft untergebracht zu sein, ein größerer Wert als Luxus und immer noch mehr Komfort.“

Selbst mit dem Wurzerhof nicht im billigen Preissegment angesiedelt, rät sie zu mehr Selbstbewusstsein bei der Preisgestaltung: „Ich höre im Tal oft, dass sich wer nicht traut, seine Unterkunft zu einem angemessenen Preis zu vermieten. Die Begründung ist dann die, dass man ja keinen Luxus anbieten könne. Dass der wahre und auch touristisch verkaufbare Luxus in der Natur, in der Ruhe und im traditionellen Landschaftsbild liegt, setzt sich als Bewusstsein bei uns erst langsam durch.“ X



Die Hofbesitzerfamilie Leiter setzt auf traditionelle Architektur und Bio- und Demeter-Landwirtschaft.



Notburga Almberger renovierte gemeinsam mit ihrem Mann Josef das Almi's Berghotel. Für die neue Zielgruppe Skitourengeher entstand eine große Sauna.

BEISPIEL ④

Eine lohnende Zielgruppe entdecken: Almi's Berghotel, Obernberg

Notburga Almberger führt Almi's Berghotel gemeinsam mit ihrem Mann Josef seit der Wintersaison 2007/2008. Die ursprüngliche Bausubstanz des Hauses datiert aus der Jahrhundertwende, die letzte Renovierung fand im Jahr 2007 statt. Im Zuge der Umbauarbeiten wurde die Kapazität des Hauses auf 38 Zimmer erweitert, zudem ein großer Saunabereich und ein Seminarraum errichtet. Das alles geschah trotz der Tatsache, dass das Berghotel als einziges Hotel im Obernbergtal „eigentlich mitten im touristischen Niemandsland“ liegt, wie Notburga Almberger erklärt.

Dass der weitaus geeignetere Begriff für die Lage „touristisches Hoffungsgebiet“ ist, war die ersten sechs Jahre nach der Renovierung alles andere als klar. Erst 2013 begann der Betrieb, schwarze Zahlen zu schreiben. Josef Almberger: „Wer im Ötztal einen Hotelbetrieb neu aufmacht, hat oft schon in den ersten Jahren einen Gutteil der Investitionen wieder hereingespielt. Bei uns dauerte es zermürbende sechs Jahre, in denen wir zunächst wenig erfolgreich versuchten, unter dem Motto „Natur pur“ Skitourengeher anzusprechen, anstatt „Lifttourismus“ zu verkaufen. Unser Gebiet zeichnet sich ja durch viele kleine, variantenreiche, nicht hochalpine Routen aus, die relativ lawinensicher sind und vielfach direkt am Haus starten.“ Die Geduld hat sich gelohnt: Angekurbelt durch Werbung in Special-Interest-Magazinen und zunehmend durch Mundpropaganda konnte Almi's Berghotel in den letzten vier Jahren Steigerungsraten von jährlich 20 Prozent verbuchen.

„Unseren Gästen verkaufen wir das, was Tirol früher ausgemacht hat!“

Notburga Almberger, Wirtin Almi's Berghotel

Inzwischen werden auch Schneeschuhwanderer angesprochen, sie machen mit 20 Prozent allerdings einen noch kleinen Anteil am Gästevolumen aus. Dennoch sind sie eine wichtige Zielgruppe, da es für ihren Sport weniger Schnee braucht und die Schneeschuhwanderer damit vor allem zu Beginn der Saison immer wichtiger werden. Dabei sind Schneeschuhwanderer und Tourengeher laut Josef Almberger besonders angenehme Gäste, die „keine Sparefrohs, sondern Genießer sind“. Dass sich mit ihnen auch Geld verdienen lässt, verheimlicht Josef Almberger nicht: „Der Tourengeher ist durchaus bereit, unsere Preise, die sich im mittleren Preissegment bewegen, zu bezahlen, auch wenn wir im Standard bewusst knapp unter den vier Sternen bleiben.“

WEITEREMPFEHLUNG ALS MARKETINGSTRATEGIE

Durch den 2008 errichteten Seminarraum gelingt es dem Hotel, die Saison zu verlängern bzw. die Zeiten zwischen den Saisonen füllen. Die Ruhe des Obernbergtals punktet sowohl bei heimischen Firmen, die sich hier auf Klausur begeben, als auch bei deutschen Sportgruppen.

Notburga Almberger: „Unseren Gästen verkaufen wir das, was Tirol früher ausgemacht hat: Bergsport. Entschleunigung und alpine Ruhe anstatt Hüttenzauber. Nicht viele Sterne sind wichtig, sondern eine hohe Qualität der Gästebetreuung. Wenn unser Gast zufrieden nach Hause fährt und uns weiterempfiehlt, ist das die beste Marketingstrategie!“ ✕