

Touristisches Leitbild Schnalstal



Auftraggeber: Tourismusverein Schnalstal
Karthaus 42
I-39020 Schnalstal
Tel. +39 / 04 73 / 67 91 48
E-Mail: info@schnalstal.it
www.oetzisworld.it

Ausführung & Bericht: Kohl & Partner Südtirol
Dr. Alois Kronbichler
Ulrich-von-Taufers-Str. 14
I-39030 Gais
Tel. & Fax +39 / 04 74 / 50 41 00
E-Mail: suedtirol@kohl.at
www.kohl.at

Datum: März 2009

Destinationen wie das **Schnalstal** stehen vor der Herausforderung, nicht stolz und träge zu werden aufgrund einer erfolgreichen Vergangenheit, sondern neugierig und flexibel zu sein für eine ungewisse Zukunft!

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorbemerkungen	4
1.1.	Zielsetzungen.....	4
1.2.	Arbeitsteam.....	4
1.3.	Was ist ein Leitbild?	5
1.4.	Was soll ein Leitbild verhindern?.....	6
2.	Das Schnalstal auf einem Blick	7
2.1.	Kurzbeschreibung	7
2.2.	Wesentliche Entwicklungsschritte in den einzelnen Fraktionen	9
3.	Daten zum Schnalstal	13
3.1.	Demografische und wirtschaftliche Eckdaten.....	13
3.2.	Zur Verkehrssituation.....	19
3.3.	Touristische Angebots- und Nachfrageentwicklung	20
3.4.	Freizeiteinrichtungen.....	28
3.5.	Größere Investitionsvorhaben der Gemeinde	33
3.6.	Tourismusverein.....	33
4.	Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Schnalstal	35
5.	SWOT-Analyse (Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren) für das touristische Angebot im Schnalstal	36
5.1.	Touristisches Umfeld: Ortsbild, Landschaft, Raumordnung, Verkehr, Handel, Handwerk	36
5.2.	Touristische Betriebe: Beherbergung, Gastronomie, Unterhaltung.....	37
5.3.	Touristische Sport- und Freizeiteinrichtungen.....	38
5.4.	Touristische Organisation: Tourismusverein, Tourismusverband, Image, Marketing, Tourismusgesinnung.....	39
6.	Wertepyramide, Strategische Erfolgspotenziale und Zielgruppen für das Schnalstal	40
6.1.	Die Wertepyramide für das Schnalstal.....	40
6.2.	Strategische Erfolgspotenziale.....	41
6.3.	Anzusprechende Zielgruppen	43
7.	Zielsetzungen	45
7.1.	Allgemeine Zielsetzungen	45
7.2.	Zielsetzungen für das „Touristische Umfeld“.....	45
7.3.	Zielsetzungen für die „Touristischen Betriebe“	46
7.4.	Zielsetzungen für die „Touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen“	46
7.5.	Zielsetzungen für die „Touristische Organisation“	46
8.	Maßnahmen- und Projektplan	47
8.1.	Maßnahmen „Touristisches Umfeld“	47
8.2.	Maßnahmen „Touristische Betriebe“	48
8.3.	Maßnahmen „Touristische Sport- und Freizeiteinrichtungen“	49
8.4.	Maßnahmen „Touristische Organisation“	49
8.5.	Maßnahmen Katharinaberg	50
8.6.	Maßnahmen Karthaus.....	51
8.7.	Maßnahmen Vernagt	54
8.8.	Maßnahmen Unser Frau.....	56
8.9.	Maßnahmen Kurzras.....	58
8.10.	Projekte.....	59
9.	Überlegungen zur quantitativen Bettenentwicklung im Allgemeinen und zur Ausweisung von neuen Tourismuszonen im Speziellen	60
9.1.	Wünschbare Bettenentwicklung im Schnalstal 2018 (<i>Einschätzung der Arbeitsgruppe</i>)	60
9.2.	Auswertung Fragebögen Betriebe – September 2008	61
9.3.	Warum braucht das Schnalstal neue Tourismuszonen?	63
9.4.	Neue Tourismuszonen im Schnalstal: kurz-, mittel- und langfristige Zielsetzungen der Gemeinde	64
9.5.	Fachliche Einschätzung des Beraterteams	65
9.6.	Zusammenfassende Bewertung und Vorschlag für die Ausweisung von Tourismuszonen	67
10.	Zur Umwelt- und Raumverträglichkeit	69
11.	Zum Abschluss	71

1. Vorbemerkungen

1.1. Zielsetzungen

Für das Schnalstal soll ein **touristisches Entwicklungsleitbild** erarbeitet werden, das die Basis für die Erarbeitung von Projekten zur touristischen Angebotsentwicklung, sowie Strategien und Maßnahmen zur Umsetzung der Projekte darstellen soll. Das Leitbild soll mehr Professionalität und eine zielorientierte Vorgehensweise in die touristische Arbeit des Tales bringen.

Folgende konkrete Ziele sollen verfolgt werden:

- ⊕ Erarbeitung eines **Strategiekonzeptes für die längerfristige touristische Entwicklung** in der Gemeinde Schnals unter Einbeziehung der Leistungsträger (Tourismusverein, HGV, Gemeinde, Grundeigentümer, Gletscherbahnen, Skischule, Handwerker, Handel, etc.) und von betroffenen Bevölkerungskreisen
- ⊕ Detaillierte Erhebung und Bewertung der Ist-Situation mit Stärken/Schwächen- und Chancen/Risiko-Analysen
- ⊕ Erkennen und Aufzeigen von Entwicklungschancen
- ⊕ Das für das **Schnalstal wünschbare quantitative Entwicklungspotenzial im Bereich Beherbergung im Hinblick auf das neue Raumordnungsgesetz festlegen**
- ⊕ Erarbeiten der **Kernkompetenzen**, der **touristischen Positionierung** sowie von **Zielsetzungen** und **Strategien**
- ⊕ **Projekt- und Maßnahmenplan**
- ⊕ Es soll keine Studie oder Gutachten erarbeitet werden, sondern ein Arbeitspapier mit Strategien von und mit den Betroffenen

1.2. Arbeitsteam

- **Projektteam von Kohl & Partner:**
 - Dr. Alois Kronbichler – *Projektleitung*
 - Mag. Gernot Memmer
 - Mag.^{FH} Günther Wirtnik

- **Danke für die Mitarbeit!**

Die Analyse der Ist-Situation und die Leitbilderarbeitung wurden gemeinsam mit einer Arbeitsgruppe durchgeführt. In dieser Gruppe vertreten waren Einwohner der Gemeinde, die – aus den unterschiedlichsten Bereichen kommend – ihre Ideen und Vorstellungen einer touristischen Entwicklung im Schnalstal einbrachten:

- | | |
|------------------|------------------------|
| – Rainer Otto | – Rainer Alexander |
| – Nischler Peter | – Raffener Elisabeth |
| – Müller Gerhard | – Weithaler Leo |
| – Rainer Peter | – Niederkofler Johanna |

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| – Weithaler Adalbert | – Waldner Manfred |
| – Götsch Michael | – Gurschler Caroline |
| – Rainer Harald | – Gurschler Martina |
| – Rainer Karl Josef | – Sartori Helmut |
| – Raffener Frank | – Matha Jasmin |
| – Gamper Armin | – Kiem Florian |
| – Grüner Stefania | – Spechtenhauser Martin |
| – Weithaler Dietmar | |

Der vorliegende Bericht wurde bewusst kurz gehalten und enthält „nur“ die wesentlichen Ergebnisse des Arbeitsprozesses. Interessierte Leser verweisen wir auf die Protokolle der Klausurtagungen, die im Tourismusverein Schnalstal erhältlich sind.

1.3. Was ist ein Leitbild?

- Der Erfolg einer Destination wird nicht mehr allein durch den Nutzen des Produktes bestimmt, sondern auch durch **den Wert**, den **die Menschen** (Tourismustreibende, Einheimische, Gäste, Mitarbeiter, etc.) dieser **Destination/diesem Produkt** beimessen.
- Was eine Destination dauerhaft bewegt, ist die Fähigkeit, eine gemeinsame konkrete **Vorstellung von der Zukunft** zu schaffen und aufrecht zu erhalten. Eine zukunftsweisende Vision, ein werteorientiertes Leitbild, klare Strategien und eindeutige Ziele spielen dabei eine entscheidende Rolle.
- Ein Leitbild beschreibt, **wie sich eine Destination versteht** und wie sie sich verhalten soll, um die definierten Ziele zu erreichen.
- Ein Leitbild gibt „**Leitplanken**“ (den Rahmen) vor!
- Ein Leitbild („ein Bild das uns leitet“) soll nach „**innen wirken**“ und nach „**außen strahlen**“!
- Ein Leitbild ist soll **helfen**:
 - eine Standortbestimmung vorzunehmen (*Wo liegen wir?*)
 - Infrastrukturfehlinvestitionen zu vermeiden
 - die touristische Organisation und Kooperation zu verbessern
 - den Bekanntheitsgrad zu steigern
 - eine höhere Wirtschaftlichkeit zu erreichen
 - das Schnalstal für die Zukunft abzusichern
- Ein Leitbild ist kein „Wunschkonzert“! Es geht nicht darum, unrealisierbare Wünsche aufzuschreiben, sondern darum realisierbare Visionen zu entwickeln und diese dann Schritt für Schritt anzugehen, denn: **Der Erfolg eines Leitbildes wird an der Umsetzung gemessen!**

10 – 20 % = Arbeit am Konzept

80 – 90 % = Arbeit an der Umsetzung

- Ein Leitbild soll „**Werte**“ vermitteln, d.h. Vorstellungen, die im Schnalstal allgemein (oder zumindest von einem Großteil der Bevölkerung) als wünschenswert anerkannt werden und den Menschen – speziell was die touristische Entwicklung im Tal anbelangt – Orientierung verleihen.

1.4. Was soll ein Leitbild verhindern?

- **Selbstzufriedenheit** („... es ist grundsätzlich alles in Ordnung!“)
- **Falsch verstandene Traditionsbindung** („... machen wir schon immer so!“)
- **Die Verwechslung von Entschlusslosigkeit mit Vorsicht** („... wer weiß, ob das gut geht?“)
- **Mangelnde Geduld** („Weil sich eine Idee nicht schnell genug erfolgreich umsetzt!“)
- **Angst vor Veränderungen** („Lieber das schlechte Alte, als das ungewisse Neue!“)

2. Das Schnalstal auf einem Blick



- ❶ Kurzras (2.011 m), Skigebiet
- ❷ Vernagt am See (1.700 m), 6 km vom Skigebiet entfernt
- ❸ Unser Frau (1.508 m), 9 km vom Skigebiet entfernt
- ❹ Karthaus (1.323 m), 13 km vom Skigebiet entfernt
- ❺ Katharinaberg (1.245 m), 17 km vom Skigebiet entfernt

2.1. Kurzbeschreibung

- **Die Lage:** Das Schnalstal ist ein Seitental des unteren Vinschgaus, das sich ausgehend von Naturns, 20 km westlich der Stadt Meran, in Nord-Südrichtung erstreckt. Das Tal beginnt im mediterranen Klima des unteren Vinschgau und endet auf den vergletscherten Gipfeln des Alpenhauptkammes. Demnach liegen die Vegetationsstufen im 23 km langen Schnalstal eng nebeneinander.
- **Lebensraum:** Zahlreiche historische Bauernhöfe, das im Jahr 1326 erbaute Kloster Karthaus und eine ausgeprägte Lokalkultur sind lebendige Beweise der langen Siedlungsgeschichte des Tales. Noch heute ist die Mehrzahl der Höfe bewohnt und die traditionelle Berglandwirtschaft spielt neben dem modernen Tourismus eine bedeutende wirtschaftliche und soziale Rolle im Tal.
- **Die Orte im Schnalstal:**
 - **Katharinaberg:** Katharinaberg ist ein kleines Dorf mit dem besonderen Merkmal – der Kirche – welche oben steil am Fels steht. Dieser Ort ist sehr beliebt für seine Ruhe inmitten grüner Wälder und Wiesen, hat optimales Klima und befindet sich in einer sonnigen Lage.
 - **Karthaus:** Im Jahre 1326 wurde das Karthauserkloster „Allerengelberg“ durch König Heinrich von Böhmen gegründet. 1782 wurde es von Kaiser Joseph II. von Österreich wieder aufgehoben und Karthaus wurde zu einem kleinen Dorf. Die vorhandenen Teile der ehemaligen Klosteranlage wurden in den letzten Jahren wieder aufgebaut und können besichtigt werden.

- **Unser Frau im Schnalstal:** Im Ort befindet sich eine der ältesten Wallfahrtskapellen von Tirol, dessen Ursprünge bis ins Jahr 1304 zurückreichen. Die Kirche wurde im Barockstil um 1750 wieder aufgebaut. Der Ort besteht aus Bauernhöfen, traditionellen Landgasthäusern, Herbergen, Pensionen und komfortablen Hotels. Unser Frau ist auch heute noch ein beliebter Wallfahrtsort. Ebenfalls befindet sich in Unser Frau der ArcheoParc – ein Erlebnismuseum zum Thema „Der Mann aus dem Eis“. In Unser Frau findet seit Jahrhunderten am 15. August der „Schnalser Kirchta“ statt.
- **Vernagt:** Vernagt ist heute umgeben von einem künstlich angestauten See aus dem – bei niedrigem Wasserstand – der Glockenturm einer Kirche hervorragt. Vernagt ist der Sammelplatz für die Schafe zum bekannten Übertrieb ins Ötztal.
- **Kurzras:** Mitte der 70iger Jahre wurde Kurzras zu einem Sommer- und Winter-Skizentrum ausgebaut. Mit der Gletscherbahn erreicht man in 6 Minuten, die 3.212 m hohe Grawand.
- **Ötzi:** Am 19. September 1991 fand das Ehepaar Simon im Schnalstal eine männliche Leiche. Sie vermuteten, dass es sich um einen verunglückten Bergsteiger handelte. Erst die Tiroler Bergrettung bemerkte, dass es kein verunglückter Bergsteiger war, sondern ein bedeutendes archäologisches Fundstück. An der Universitätsklinik in Innsbruck fanden die Wissenschaftler heraus, dass es sich um eine 5.300 Jahre alten Menschen handelte, der in der Jungsteinzeit lebte. Bis heute ist unklar, woher dieser Mann genau kam und wie er gestorben ist. Es gibt verschiedene Theorien über seinen Tod. Die Bekannteste ist, dass Ötzi auf der Flucht war und dann von hinten mit einem Pfeil erschossen wurde. Diese Theorie wird im ArcheoParc auch mit einem kurzen Film unterlegt. Weshalb er aber auf der Flucht war, ist unklar. Bis heute sind die Wissenschaftler dabei, den „alten Mann“ zu untersuchen und seine Geheimnisse zu lüften. Viele Gegenstände, die gefunden wurden, geben Rätsel auf. Die Kleidung wurde durch Erproben der verschiedenen Herstellungsmethoden und Funktionalitäten nachgestellt. Die Mumie von Ötzi ist heute in Bozen im Südtiroler Archäologiemuseum ausgestellt.



2.2. Wesentliche Entwicklungsschritte in den einzelnen Fraktionen

- **Katharinenberg:**

1953	Bau des Schulhauses in Katharinenberg (damals noch ohne Straßenzufahrt)
1969/70	Bau der Zufahrtsstraße nach Katharinenberg
1972	Ausweisung der ersten Erweiterungszone für den Wohnbau
1981	Verbreiterung der Straße nach Katharinenberg
1982	Bau des Vereinshauses in Katharinenberg
1985	Bau der Kläranlage Schnals
1990	Abwasserreinigungsanlage (ARA) geht in Betrieb
1993	Sanierung der Kirche
1994/96	Neubau der Grundschule mit Turnhalle
2002	Bau Trinkwasserversorgung Saxalb und Brugghof
2006	Ausweisung der Handwerkerzone „Hof am Wasser“
2006/08	Bau und Inbetriebnahme eines Kleinkraftwerkes bei der Kläranlage

- **Karthus:**

1977	Sanierung der Ringmauern; Karthus entwickelt sich zunehmend als kultureller Ort
1979	Bau des Vereinshauses in Karthus
1987	Erste Kunstausstellung im Kreuzgang der ehemaligen Karthause
1993	Das neue Rathaus wird seiner Bestimmung übergeben
1997	Sanierung der Kirche
2002	Sanierung des Friedhofs
2004/05	Sanierung der Grundschule
2006	Kirchturmsanierung

- **Unser Frau:**

1980/81	Bau des „Haus der Gemeinschaft“ in Unser Frau
1983	Bau der Eissportanlagen in der Zone Texel
1991	Auf dem Hauslabjoch wird der „Mann aus dem Eis“ (später Ötzi genannt) gefunden. 2001 entsteht in Unser Frau der archeoParc – ein Aktivmuseum das sich dem Thema Ötzi und dem vorgeschichtlichen Leben im Schnalstal widmet.
1996/97	Wiedererrichtung Leiterkirchl in Vernagt
1997	Friedhofsbau und Neugestaltung Kirchplatz in Unser Frau
1999	Erweiterung der Feuerwehrhalle und der Sportzone Texel Errichtung des Marienwallfahrtsweges in Unser Frau
2000/01	Erweiterung und Sanierung der Feuerwehrhalle und Bau eine Zivilschutzentrums
2000/02	Sanierung der Grundschule mit Neubau Turnhalle
2001	Eröffnung archeoParc
2003	Kirchturmsanierung
2004	Gestaltung des Festplatzes beim Vereinseinshaus und Gelände archeoParc
2006	Bau eines Schutzdammes in der Örtlichkeit „Gufelgand“
2007	Errichtung einer Hackschnitzelanlage für das Vereinshaus, Kindergarten und Arztambulatorium
2007/08	Sanierung und Erweiterung des Schießstandes
2008	Das Vereinshaus wird innen grundlegend saniert und erneuert

- **Stausee Vernagt:**

1948/57	Erste Bauphase mit 11.500.000 Kubikmeter Fassungsvermögen.
1957/66	Zweite Bauphase endet 1966 mit 43 Millionen Kubikmeter Fassungsvermögen. Während der Bauzeit konnte die Abwanderung etwas gestoppt werden.
1964	Einweihung des Kraftwerks in Naturns.
1991	Errichtung neuer Parkplätze auf dem Etschwerkgelände
1999	Bau einer neuen Trinkwasserleitung
2008	Entlang der Landesstraße zwischen Marcheggtal und Vernagt wird eine Abwasserleitung verlegt

- **Kurzras – Schnalstaler Gletscherbahnen:**

1972/75	Leo Gurschler hatte die Idee eine Seilbahn auf den Hochjochferner zu bauen und dort Lifтанlagen zu errichten – das erste Ganzjahresskigebiet auf der Alpensüdseite entsteht.
1975	Eröffnung des Skigebietes am 12 Juli 1975: <ul style="list-style-type: none"> – Beginn der Tourismusentwicklung im Schnalstal. – Das Schnalstal wird als Ganzjahresskigebiet (Sommerskifahren ist im Trend) schnell bekannt. – Die kurzen Anfahrzeiten zum Gletscher und die optimalen Trainingsverhältnisse sind optimal für Nationalmannschaften und Skiclubs. – Zunahme der Nächtigungen: 1971: ca. 13.300 Nächtigungen, 1990 = 327.000
1980/83	Krise durch den Bau des Hotel- Apartmentkomplexes in Kurzras, es folgen Versteigerungen, auswärtige Investoren kommen
1983	Tod von Leo Gurschler
1986	Die Gletscherbahn errichtet ein Wasserkraftwerk in Kurzras mit 9 Mill. KW Jahresproduktion.
1993/95	Die Kläranlage Kurzras wird gebaut, die neben dem Hoteldorf auch das Abwasser von der Bergstation Grawand aufnimmt.
1995	Der Grawand-Schlepplift wird mit einem 4er Sessellift ausgetauscht
2000	Bau einer neuen Trinkwasserversorgung
2000/02	Bau der Koppelbaren 4er Sessellifte; Teufelsegg und Roter Kofel
2003	Bau der Panden für die Rodelbahn Lazaun
2007	Im Gedenken an den Pionier Leo Gurschler wird von der Gemeinde Schnals in Kurzras ein Denkmal errichtet.

- **Pfossental – Naturpark Texel:**

1976	Eröffnung des Naturparkes Texelgruppe
1985	Einweihung Meraner Höhenweg
2008	Ausbau der Pfossentalerstraße zwischen Nassereith und Vorderkaser

- **Straßenbau:**

Das Schnalstal ist ein stark lawinen- und steinschlaggefährdetes Gebiet. Seit dem Bau der Schnalstaler Gletscherbetriebe im Jahr 1975 erfolgte schrittweise der Ausbau der Talstraße ergänzt mit Sicherungsarbeiten. Durch Tunnelbauten, Schutzdämme und Wildbachverbauungen konnten die Zufahrt ins Tal und die einzelnen Siedlungen wesentlich abgesichert werden.

3. Daten zum Schnalstal

3.1. Demografische und wirtschaftliche Eckdaten

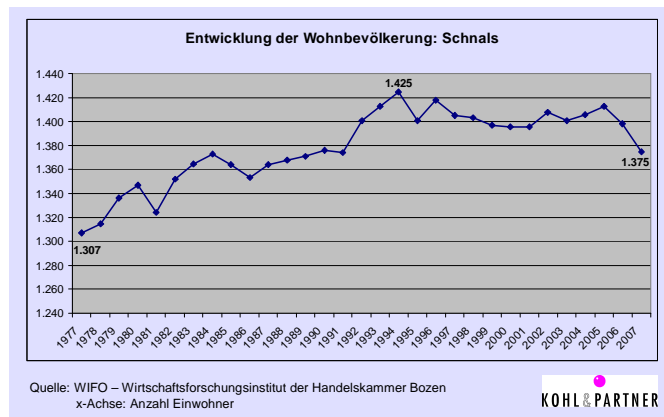
Gemeindeflächen

- Fläche der Gemeinde in ha: 21.043,55
 - davon landwirtschaftlich genutzte Flächen: 17.336,69 ha
 - davon Gewässer: ca. 300 ha
- Die Gemeinde Schnals ist flächenmäßig eine der größten Gemeinden Südtirols.

Bevölkerungsentwicklung

- Entwicklung der Einwohner:

Jahr	Einwohner Gesamt	Veränderung ± in %
1951	1.283	--
1961	1.346	+ 4,9 %
1971	1.267	- 5,9 %
1981	1.327	+ 4,7 %
1987	1.364	--
1991	1.379	+ 3,9 %
1997	1.405	--
2001	1.394	+ 1,1 %
2007	1.375	- 1,4 %



- Ansässige Nicht-EU-Bürger:

Jahr	Ansässige Nicht-EU-Bürger
2001	38
2007	42

- Entwicklung der Haushalte:

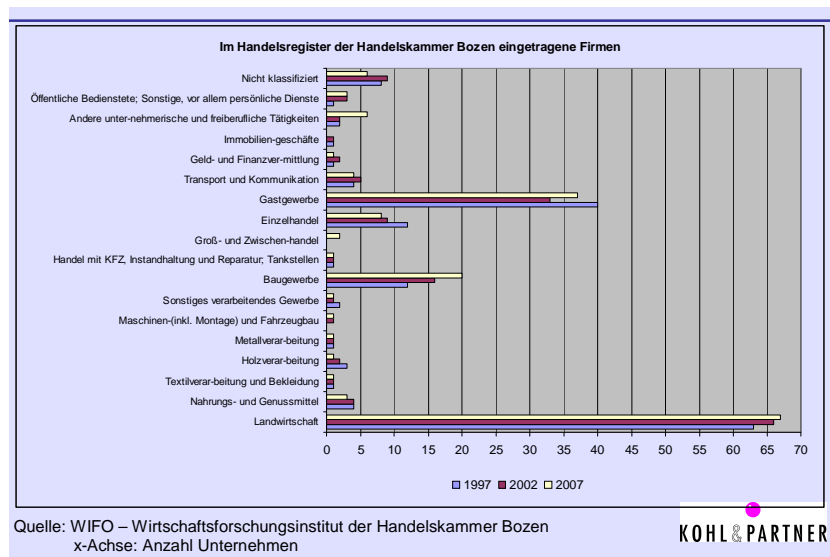
Jahr	Anzahl Haushalte	Veränderung ± in %
1991	352	--
2001	439	+ 24,7 %
2007	483	+ 10,0 %

- **Kommentar:**

- In den 60iger Jahren gab es im Schnalstal eine leichte Abwanderung. Durch den Bau der Gletscherbahn konnte diese Tendenz gestoppt werden. In den letzten 20 Jahren ist die Anzahl der Einwohner im Wesentlichen stabil.
- Die Anzahl der Nicht-EU-Bürger liegt mit ca. 3 % unter dem Landesdurchschnitt von 4 – 5 %.
- Während die Bevölkerungsanzahl also stagniert, ist die Anzahl der Haushalte seit 1991 um mehr als 37 % gestiegen. Zum Vergleich: in Südtirol stieg die Anzahl der Haushalte im selben Zeitraum um ca. 32 %.

Entwicklung der Wirtschaftsbereiche

- Entwicklung der Unternehmen nach Bereichen:



- Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten nach Bereichen:

Bereich	1981		1991		2001	
	Beschäftigte	in %	Beschäftigte	in %	Beschäftigte	in %
Land- und Forstwirtschaft	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Verarbeitendes Gewerbe	18	3,8	38	9,2	21	4,5
Baugewerbe	97	20,7	19	4,6	26	5,6
Handel	33	7,1	26	6,3	27	5,8
Gastgewerbe	238	50,9	262	63,4	251	53,9
Transport & Kommunikationswesen	48	10,3	54	13,1	111	23,8
Kredit- und Finanzvermittlung	4	0,9	6	1,5	10	2,1
Andere Dienstleister	30	6,4	8	1,9	20	4,3
Gesamt	468	100,0	413	100,0	466	100,0

- Erwerbstätige insgesamt nach Wirtschaftsbereichen:

Bereich	1991		2001	
	Beschäftigte	in %	Beschäftigte	in %
Landwirtschaft	130	20,8	129	18,1
Gewerbe	138	22,1	165	23,2
Dienstleistungen	357	57,1	418	58,7
Gesamt	625	100,0	712	100,0

- **Kommentar:**

- Bei der Anzahl, der im Handelsregister der Handelskammer Bozen eingetragenen Firmen seit 1997 fallen auf:
 - die Abnahme im Einzelhandel
 - die relativ starke Zunahme im Baugewerbe
 - die unterschiedliche Entwicklung im Gastgewerbe
 - die leichte Zunahme in der Landwirtschaft
- Das Arbeitsplatzangebot in der Gemeinde ist seit 1981 im Wesentlichen konstant.
- Mehr als die Hälfte aller unselbstständig Beschäftigten finden im Tourismus ihren Arbeitsplatz. Weiters bedeutsam ist mit ca. 24 % der Beschäftigten im Jahr 2001 (aktuellere Daten stehen nicht zur Verfügung) das Transport- und Kommunikationswesen. Hier sind vor allem die Beschäftigten der Schnalstaler Gletscherbahnen enthalten, die auch als touristische Struktur zu bezeichnen sind, d.h. mehr als ¼ aller unselbstständig Beschäftigten im Schnalstal hängen direkt mit dem Tourismus zusammen.
- Die Tabelle „Erwerbstätige insgesamt“ zeigt eine Zunahme der Erwerbstätigkeit von knapp 14 % von 1991 auf 2001. Fast 60 % aller Erwerbstätigen finden ihre Beschäftigung im Dienstleistungsbereich.
- Lt. Auskunft der Gemeinde gibt es im Schnalstal ca. 350 Auspendler und ca. 100 Einpendler. Die Einpendler sind hauptsächlich in touristischen Betrieben und bei den Gletscherbahnen beschäftigt.

Touristisch interessante Handels- und Dienstleistungsbetriebe 2007

Beschreibung	Anzahl der Betriebe
Lebensmittelgeschäfte/ Supermärkte	4
Bäckereien	2
Metzgereien	0
Apotheken	1
Sportgeschäfte	1
Blumengeschäfte	0
Modegeschäfte	0
Bankschalter	3
Frisör	0
Konditorei	1
Schuhwaren	1
Gesamt	13

- In der Gemeinde gibt es 9 Geschäfte, die den Minimalbedarf von Einheimischen und Gästen abdecken. Festgestellt werden kann jedoch, dass mit Ausnahme einer Metzgerei alle Bereiche vertreten werden.
- Von Einkaufserlebnis kann man im Schnalstal nicht sprechen. Um ein solches zu erfahren, müssen die Gäste nach Naturns oder Meran fahren.
- Ziel für die Zukunft muss es sein, den jetzigen Standard zumindest zu halten.

Kommunale Infrastrukturen

- Die Wasserversorgung erfolgt über 6 Trinkwasserkonsortien, die alle über ein eigenes Netz verfügen. Die Wasserversorgung ist langfristig in quantitativer und qualitativer Hinsicht im gesamten Gemeindegebiet gesichert, auch bei gegebenenfalls steigendem Verbrauch (z.B. durch Zunahme der Haushalte und/oder Betten, etc).
- Die Energieversorgung erfolgt über die Etschwerke und das ENEL. Auch diesbezüglich ist die Gemeinde längerfristig gut versorgt.
- Alternative Energiequellen: das Vereinshaus, der Kindergarten und das Arztambulatorium in Unser Frau werden über eine gemeindeeigene Hackschnitzelanlage beheizt.
- Müllaufkommen und –entsorgung:

Gesammelte Müllmenge	2001	2007
Gesamt - davon:	637,543	642,779
Restmüll	398,633	394,749
Papier	42,920	55,200
Glas	103,420	87,700
Biomüll	92,570	105,130

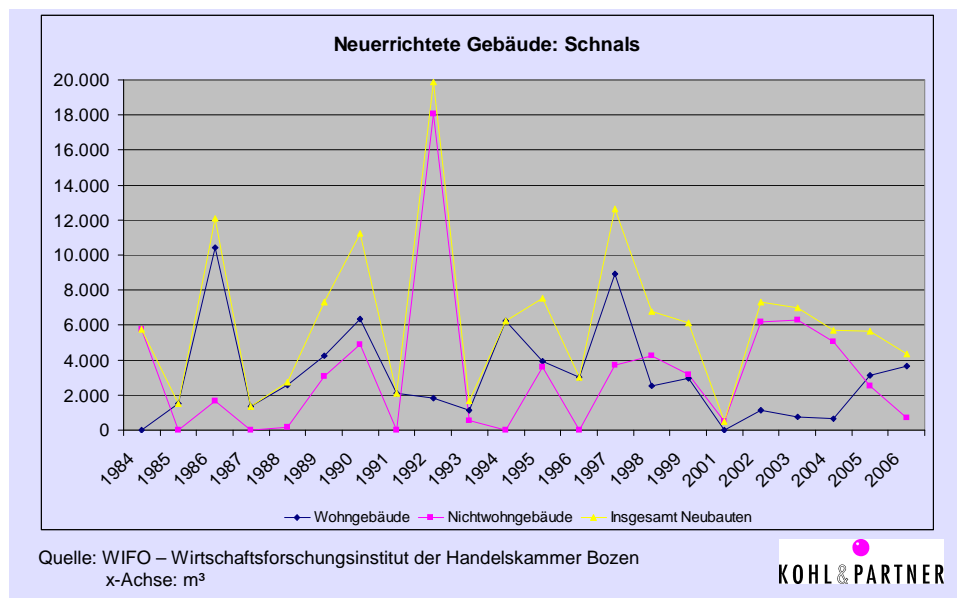
Das Müllaufkommen und auch die Art der Müllentsorgung ist in den letzten Jahren konstant.

Flächennutzung und Flächenreserven

- Flächennutzung lt. Realnutzungskarte:*)

Beschreibung	2001 - Fläche in ha
Lockere städtische Bebauung	3,90
Kleinsiedlung	16,22
Einzelhaus	29,82
Industrie- und Gewerbeflächen	1,13
Straßen- und Zubehörf lächen	25,13
Liftgebäude mit Zubehörf lächen	2,49
Sport- und Freizeiteinrichtungen	2,25
Deponie	1,82
Ackerland	448,98
Krummholz und Latschen	29,29
Wald	5.456,41
Hecken- und Flurgehölze	21,07
Grasland	3.995,67
Bestockte Wiesen	252,69
Fels	3.662,11
Vegetationsloses Lockermaterial	5.912,40
Gletscher	946,30
Feuchtf lächen	13,27
Fließgewässer	2,44
Stehende Gewässer	127,33
Gesamt	20.950,72

- Neu errichtete Wohn- und Nicht-Gebäude (1984 – 2006):



*) Quelle: Realnutzungskarte 2001 – Abt. 27 Raumordnung

- Flächenreserven für:

	Ausgewiesen aber noch nicht verbaut
Wohnbau	5.577 m ²
Gewerbe	11.054 m ²
Tourismuszonen	0 m ²
Gesamt	16.631 m²

- **Kommentar:**

- Bezüglich Flächennutzung sind Vergleichsdaten aus anderen Jahren nicht verfügbar.
- Die Tabelle „Neu errichtete Wohn- und Nicht-Wohngebäude“ zeigt, wie viel Kubikmeter Raum in den letzten 20 Jahren verbaut wurden.
- Bezüglich Flächenreserven kann folgendes festgehalten werden:
 - Die Gewerbezone „Hof am Wasser“ mit ca. 12.000 m² wurde vor zwei Jahren ausgewiesen. Eine Parzelle davon ist mittlerweile verbaut. Die restlichen 11 Parzellen stehen Interessierten zur Verfügung. Lt. Meinung der Gemeindeverantwortlichen ist die ausgewiesene Fläche für die nächsten 7 – 10 Jahre ausreichend.
 - Bezüglich Wohnbau gibt es ausgewiesene Flächen in Unser Frau, die noch nicht beantragt wurden. Lt. Meinung der Gemeindeverantwortlichen sollte diese Fläche zumindest für die nächsten 3 – 5 Jahre ausreichend sein. Bei entsprechender Nachfrage wird sich die Gemeinde in der Folge wieder mit Neuausweisungen befassen.
- Ausgewiesene und nicht verbaute Tourismuszonen gibt es derzeit in der Gemeinde keine.

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

- Die Gemeinde Schnals ist flächenmäßig eine der größten Gemeinden Südtirols. Das langgezogene Tal – 23 km – weist mit knapp 1.400 Einwohner eine dünne Besiedlungsdichte auf.
- Aufgrund der Entwicklung in den letzten Jahren kann davon ausgegangen werden, dass sich die Bevölkerungszahl in den nächsten 10 Jahren nicht wesentlich verändern wird.
- Die wirtschaftliche Entwicklung im Tal wird auch zukünftig hauptsächlich von Tourismus und Landwirtschaft geprägt sein. Für die Entwicklung im Gewerbe hat die Gemeinde durch Ausweisung entsprechender Zonen vorgesorgt. Es ist jedoch davon auszugehen, dass aufgrund der Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise im Gewerbe ein sehr beschränktes Wachstum stattfinden wird.
- Im Handel ist es das Ziel der Gemeinde, den derzeitigen Stand zu halten.
- Im Tourismus braucht die Gemeinde Entwicklungsimpulse. Diesbezüglich gilt es u.a. die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich die Betriebe auch quantitativ entwickeln können.
- Bezüglich Arbeitsplätze ist es das Ziel der Gemeinde, die bestehenden Arbeitsplätze in den verschiedenen Bereichen zu halten und im Tourismus zusätzliche hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen.
- Bezüglich kommunaler Infrastrukturen ist die Gemeinde auf einem vergleichsweise guten Niveau, das es laufend zu verbessern und zu adaptieren gilt.

3.2. Zur Verkehrssituation

- Das Schnalstal ist „nur“ über die Landesstraße Nr. 3 erreichbar. Seit der Realisierung des Zufahrtstunnels in den letzten Jahren und der Sanierung der „Hohen Brücke“ ist die Erreichbarkeit des Tales als sehr gut zu bezeichnen.
- Das Tal wird über öffentliche Verkehrsmittel (SAD) sehr gut versorgt (12 x von Naturns bis Talende und retour). Alle Fraktionen werden angefahren. Zudem gibt es im Winter (Weihnachten – Ostern) einen privaten Schibusdienst (finanziert über den Tourismusverein). An Sonn- und Feiertagen fährt der Schibus von Lana bzw. Schlanders.
- Ab dem heurigen Sommer kann das gesamte Tal mit der „Meraner Land-Mobil-Card“ befahren werden.
- Öffentliche Parkplätze:

Parkplätze	Anzahl der PKW-Parkplätze	Gebührenpflichtig
Parkplatz 1 Kurzras oben	ca. 450	ja ^{*)}
Parkplatz 2 Kurzras unten	ca. 300	ja ^{*)}
Parkplatz 3 Vernagt	ca. 60	nein
Parkplatz 4 Vernagt	ca. 40	nein
Parkplatz 5 Unser Frau Oberd.	ca. 150	nein
Parkplatz 6 Unser Frau Mitte	ca. 40	nein
Parkplatz 7 Unser Frau Unterd.	ca. 120	nein
Parkplatz 8 Karthaus	ca. 60	nein
Parkplatz 9 Katharianberg	ca. 50	nein
Parkplatz 10 Pfossental	ca. 150	ja

^{*)} Gebührenpflichtig nur im Sommer (Juni - Oktober)

Mit Ausnahme von Karthaus, Katharinaberg und Vernagt ist die Parkplatzsituation ausreichend.

- Verkehrsberuhigte Zonen gibt es:
 - in Karthaus Dorfplatz (ständig)
 - in Kurzras Dorfplatz (ständig)

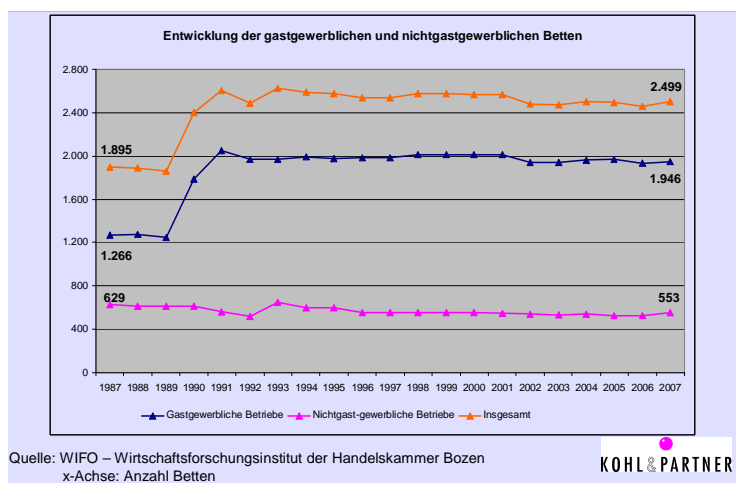
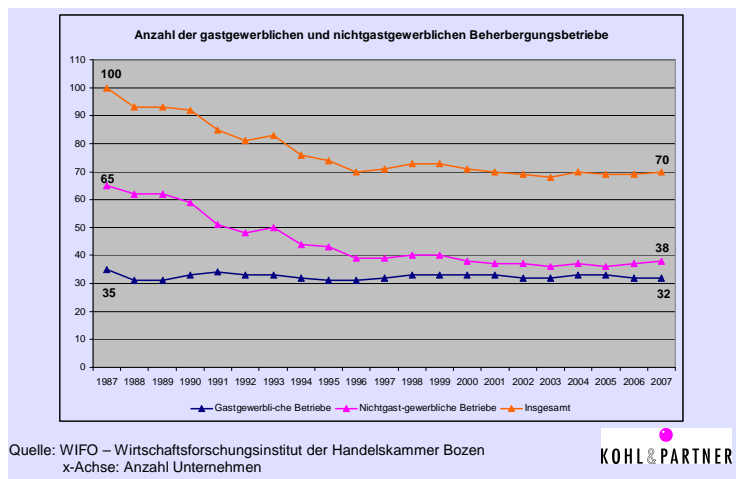
Absehbare Entwicklungen:

- Wie bereits oben erwähnt, ist durch die Realisierung des Straßentunnels und die Sanierung der „Hohen Brücke“ die Erreichbarkeit des Tales entschieden verbessert worden und heute als gut bis sehr gut zu bezeichnen.
- Auch das innergemeindliche Straßennetz kann als sehr gut bewertet werden, ebenso die Anbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Diesbezüglich geht es primär darum, das Bestehende zu halten und im Detail zu verbessern.
- Die Verkehrssituation in den einzelnen Orten ist grundsätzlich zufriedenstellend. Bezüglich zukünftiger Entwicklungen erwähnenswert sind:
 - die Lösung des Parkplatzproblems in Karthaus und Vernagt
 - die Aufwertung des Ortskerns von Kurzras, wo auch verkehrstechnische Fragen zu klären sind.

3.3. Touristische Angebots- und Nachfrageentwicklung*)

Entwicklung der Betriebe und Gästebetten

Jahr	Gewerblich		Nicht-gewerblich		Gesamt	
	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten
1972	16	380	34	315	50	695
1977	18	473	47	395	65	868
1981	30	1.081	82	572	112	1.653
1987	35	1.266	65	629	100	1.895
1991	34	1.999	51	389	85	2.388
1997	32	1.971	39	339	71	2.310
2000	36	1.996	47	392	83	2.388
2001	33	2.012	40	396	73	2.408
2006	31	1.959	33	315	64	2.274
2007	31	1.960	34	320	65	2.280



*) Gewisse Abweichungen bei den Zahlen ergeben sich aufgrund unterschiedlicher Zählmodi

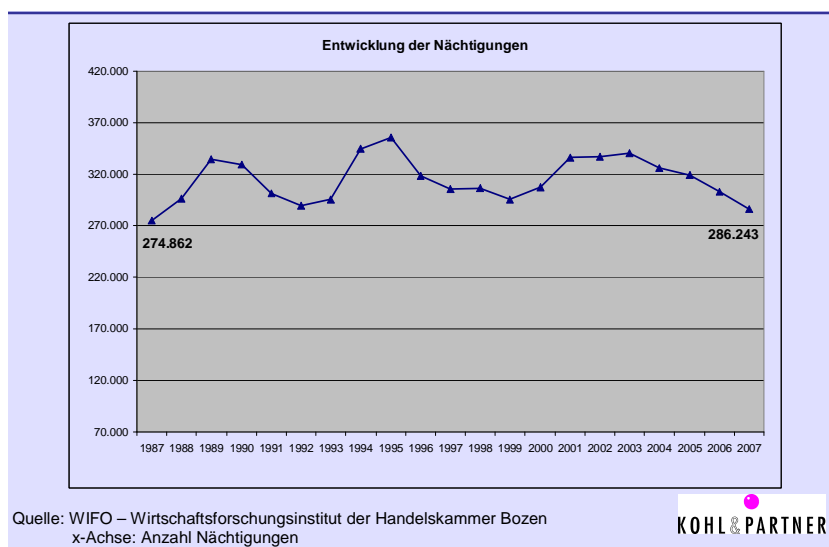
- Die Anzahl der gewerblichen Betriebe und Betten ist seit 1991 – mit geringen Schwankungen – ziemlich konstant.
- Im nicht-gewerblichen Bereich hat sich die Anzahl der Betriebe und Betten seit 1987 stark vermindert: von 65 Betrieben mit 629 Betten auf 34 Betriebe mit 320 Betten.
- Insgesamt haben sich die Gästebetten vom bisher höchsten Stand (2.408 Betten) im Jahr 2001 auf 2.280 Gästebetten reduziert – das entspricht einem Minus von 5,3 %.

Entwicklung der Zweitwohnungen:

- Im Schnalstal gibt es ca. 20 touristisch genutzte Zweitwohnungen. Diese Zahl hat sich in den vergangenen Jahren nicht wesentlich verändert.
- Es gibt lt. Meinung der Gemeindeverantwortlichen – keine starke Nachfrage nach Zweitwohnungen im Schnalstal.
- Bei obigen Zahlen nicht berücksichtigt sind die Time-Sharing-Wohnungen (Multiproprietà) in Kurzras.

Entwicklung der Nächtigungen und Vollbelegstage:

Jahr	Nächtigungen			Vollbelegstage		
	Gewerblich	Privat	Gesamt	Gewerblich	Privat	Gesamt
1972	18.296	3.149	21.445	48	10	31
1977	65.853	31.748	97.601	139	80	112
1981	201.814	56.450	258.264	187	99	156
1987	178.634	96.228	274.862	141	153	145
1991	265.756	35.447	301.203	133	91	126
1997	276.332	29.307	305.639	140	86	132
2000	280.955	26.390	307.345	141	67	129
2001	313.222	22.919	336.141	156	58	140
2006	278.220	25.641	303.861	142	81	134
2007	261.776	25.635	287.411	134	80	126
2008			341.584			ca. 149



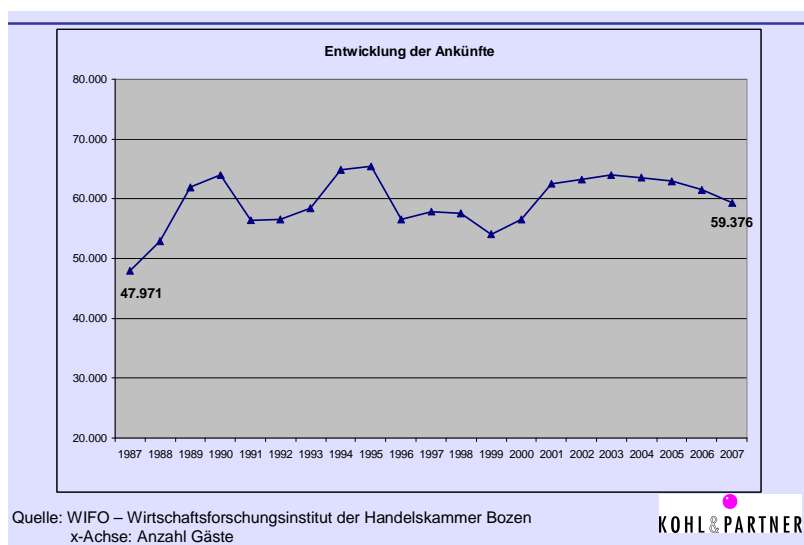
- Die Nächtigungsentwicklung war bis zum Jahr 2001 positiv; seitdem haben die Nächtigungen um fast 50.000 – auf ca. 290.000 im Jahr 2007 – abgenommen.
- Die Auslastung liegt mit 121 Vollbelegtagen geringfügig unter dem Südtirol-Schnitt – südtirolweit wurden 2007 125 Vollbelegtage erreicht.
- Im Jahr 2008 konnten die Nächtigungszahlen außergewöhnlich stark gesteigert werden und zwar um mehr als 20 %. Die außergewöhnliche Steigerung ist lt. Meinung der Verantwortlichen des Tourismusvereins vor allem darauf zurückzuführen, dass zwei Hotelbetriebe in Kurzras mit einer hohen Bettenkapazität einerseits seit letztem Jahr ganzjährig geöffnet halten und andererseits die geänderte Marketingstrategie dieser Betriebe (speziell auf Schifahrer ausgerichtet) ihre Früchte trägt – Detaildaten für das Jahr 2008 standen noch nicht zur Verfügung. Das restliche Tal verzeichnete 2008 einen landesdurchschnittlichen Zuwachs von 2 – 3 %.

Vollbelegstage 2007: Die Gemeinde Schnals im Vergleich zu Südtirol:

	Südtirol	Schnals
Gewerblich	147	134
Nicht-gewerb.	78	61
Gesamt	125	121

Entwicklung der Ankünfte und der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer:

Jahr	Ankünfte	Ø Aufenthaltsdauer
1972	6.607	5,9
1977	15.968	6,1
1981	41.712	6,2
1987	47.971	5,7
1991	56.447	5,3
1997	57.807	5,3
2000	56.618	5,4
2001	62.550	5,4
2006	61.530	4,9
2007	59.652	4,8
2008	66.398	5,1



- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt mit 4,8 Tagen im Jahr 2007 und 5,1 Tagen im Jahr 2008 unter dem Durchschnitt Südtirols (= 5,3 Tage).

Nächtigungen nach Monaten:

Monat	1987	in %	1997	in %	2007	in %
Jänner	14.249	5,2	30.180	9,9	24.630	8,6
Februar	18.467	6,7	29.625	9,7	34.071	11,8
März	29.884	10,9	45.795	15,0	34.002	11,8
April	39.461	14,4	33.642	11,0	26.101	9,1
Mai	5.061	1,8	4.944	1,6	3.944	1,4
Juni	16.848	6,1	11.609	3,8	15.661	5,4
Juli	35.368	12,9	27.902	9,1	27.269	9,5
August	50.600	18,4	40.180	13,1	35.745	12,4
September	20.631	7,5	18.196	6,0	17.049	5,9
Oktober	19.305	7,0	24.276	7,9	22.363	7,8
November	11.873	4,3	18.515	6,1	21.368	7,4
Dezember	13.115	4,8	20.775	6,8	25.508	8,9
Gesamt	274.862	100,0	305.639	100,0	287.711	100,0

- Das Schnalstal ist wegen des Gletschergebietes eine Ganzjahres-Tourismusdestination: in allen Monaten – mit Ausnahme vom Mai – werden mehr als 5 % der Gesamtnächtigungen verzeichnet.
- Schaut man sich die Entwicklung nach Monaten in den letzten 20 Jahren an, ist folgendes auffällig:
 - die Zunahme der Nächtigungen im Februar
 - die Abnahme der Nächtigungen im März und April
 - die starke Abnahme der Nächtigungen im August
 - die Verdoppelung der Nächtigungen im November und Dezember
- Der starke Rückgang im August ist primär auf die rückläufige Tendenzen im Sommerschilaf zurückzuführen.
- Die Zuwächse im Spätherbst sind auf die Trainingsaufenthalte und die guten Schimmöglichkeiten am Gletscher zurückzuführen.

Nächtigungen nach Saisonen:

Jahr/Saison	Nächtigungen				Gesamt
	Sommer*	in %	Winter**	in %	
1987/88	150.290	51,9	139.121	48,1	289.411
1990/91	153.369	49,9	154.183	50,1	307.552
1997/98	127.107	41,5	179.295	58,5	306.402
2000/01	137.953	43,3	180.424	56,7	318.377
2005/06	135.706	44,5	169.017	55,5	304.723
2006/07	122.031	42,3	166.373	57,7	288.404

* Sommer: Mai - Oktober

** Winter: November - April

- Das Verhältnis zwischen Sommer- und Winternächtigungen liegt derzeit bei 42 zu 58 %.
- Seit dem Jahr 2000 gingen sowohl im Sommer als auch im Winter die Nächtigungen um ca. 15.000 zurück.

Nächtigungen nach Nationen:

Nation	1987	in %	1997	in %	2007	in %
Deutschland	125.641	45,7	165.931	54,3	114.817	39,9
Italien	125.803	45,8	102.199	33,4	106.246	36,9
Schweiz	4.831	1,8	6.913	2,3	3.796	1,3
Österreich	3.846	1,4	2.547	0,8	3.204	1,1
Belgien	0	0,0	2.941	1,0	3.070	1,1
Niederlande	0	0,0	1.599	0,5	2.632	0,9
UK	0	0,0	346	0,1	657	0,2
Skandinavien	0	0,0	1.971	0,6	2.727	0,9
Polen	0	0,0	9.739	3,2	36.193	12,6
Tschechien	0	0,0	851	0,3	4.620	1,6
Frankreich	0	0,0	879	0,3	1.267	0,4
Sonstige	14.741	5,4	9.723	3,2	8.482	2,9
Gesamt	274.862	100,0	305.639	100,0	287.711	100,0

- Obwohl von den beiden Hauptmärkten – Deutschland und Italien – die Nächtigungen rückläufig sind, werden immer noch ca. 77 % der Nächtigungen aus diesen beiden Ländern verzeichnet.
- Stark zugenommen haben in den letzten Jahren die Gäste aus Polen mit ca. 13 % der Gesamtnächtigungen im Jahr 2007.

Betriebe, Betten und Nächtigungen nach Beherbergungskategorien 1987 – 1991 – 1997 – 2001 – 2007

1987	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 u. 3 Sterne	7	7,0	505	26,6	72,1	85.514	31,1	169
2 Sterne	14	14,0	449	23,7	32,1	61.933	22,5	138
1 Stern	14	14,0	312	16,5	22,3	31.187	11,3	100
Gewerblich gesamt	35	35,0	1.266	66,8	36,2	178.634	65,0	141
Privat Zimmerverm.	63	63,0	493	26,0	7,8	*		
Sonstige	2	2,0	136	7,2	68,0	*		
Nicht-gewerblich ges.	65	65,0	629	33,2	9,7	96.228	35,0	153
Gesamt	100	100,0	1.895	100,0	19,0	274.862	100,0	145

* nicht verfügbar

1991	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 u. 3 Sterne	9	11,0	1.191	50,1	132,3	167.566	55,7	141
2 Sterne	17	20,7	527	22,2	31,0	69.910	23,2	133
1 Stern	12	14,6	284	11,9	23,7	28.100	9,3	99
Gewerblich gesamt	38	46,3	2.002	84,2	52,7	265.576	88,2	133
Privat Zimmerverm.	39	47,6	328	13,8	8,4	29.999	10,0	91
Sonstige	5	6,1	48	2,0	9,6	5.448	1,8	114
Nicht-gewerblich ges.	44	53,7	376	15,8	8,5	35.447	11,8	94
Gesamt	82	100,0	2.378	100,0	29,0	301.023	100,0	127

1997	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 u. 3 Sterne	11	15,5	1.329	52,3	120,8	199.604	65,3	150
2 Sterne	15	21,1	454	17,9	30,3	55.448	18,1	122
1 Stern	6	8,5	201	7,9	33,5	21.280	7,0	106
Gewerblich gesamt	32	45,1	1.984	78,1	62,0	276.332	90,4	139
Privat Zimmerverm.	17	23,9	133	5,2	7,8	29.047	9,5	218
Sonstige	22	31,0	423	16,7	19,2	260	0,1	1
Nicht-gewerblich ges.	39	54,9	556	21,9	14,3	29.307	9,6	53
Gesamt	71	100,0	2.540	100,0	35,8	305.639	100,0	120

2001	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 u. 3 Sterne	15	20,5	1.488	61,9	99,2	252.451	75,1	170
2 Sterne	14	19,2	456	19,0	32,6	55.781	16,6	122
1 Stern	4	5,5	69	2,9	17,3	4.990	1,5	72
Gewerblich gesamt	33	45,2	2.013	83,8	61,0	313.222	93,2	156
Privat Zimmerverm.	32	43,8	318	13,2	9,9	17.096	5,1	54
Sonstige	8	11,0	71	3,0	8,9	5.823	1,7	82
Nicht-gewerblich ges.	40	54,8	389	16,2	9,7	22.919	6,8	59
Gesamt	73	100,0	2.402	100,0	32,9	336.141	100,0	140

2007	Betriebe	in %	Betten	in %	Ø Betriebsgr.	Nächtigungen	in %	VBT
4 und 3 Sterne	16	24,6	1.505	63,2	94,1	211.144	73,4	140
2 Sterne	13	20,0	425	17,8	32,7	48.775	17,0	115
1 Stern	2	3,1	31	1,3	15,5	1.857	0,6	60
Gewerblich gesamt	31	47,7	1.961	82,3	63,3	261.776	91,0	133
Privat Zimmerverm.	19	29,2	210	8,8	11,1	15.197	5,3	72
Sonstige	15	23,1	211	8,9	14,1	10.738	3,7	51
Nicht-gewerblich ges.	34	52,3	421	17,7	12,4	25.935	9,0	62
Gesamt	65	100,0	2.382	100,0	36,6	287.711	100,0	121

- Während es vor 20 Jahren 7 Betriebe in der 3- und 4-Sterne-Kategorie gab, gibt es heute 16 Betriebe in dieser Kategorie. Die 2- und 1-Sterne-Betriebe haben sich von 28 auf 15 reduziert.
- Heute befinden sich mehr als 80 % der Gästebetten im gewerblichen Bereich; vor 20 Jahren waren es ca. 2/3.
- Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit 63 Gästebetten weit über dem Südtirolschnitt (ca. 35 Betten). Bei dieser Zahl muss berücksichtigt werden, dass es in Kurzras drei größere Betriebe mit insgesamt ca. 900 Gästebetten gibt.
- Die Vollbelegstage steigen mit der Anzahl der Sterne, d.h. in anderen Worten, je höher klassifiziert, desto besser die Auslastung. Diese Tendenz ist in ganz Südtirol nachvollziehbar.

Prozentuelle Verteilung der Betten und Nächtigungen nach Fraktionen (2007)

Fraktion	Betten	Betten in %	Nächtigungen	Nächtigungen in %
Kurzras	1.234	54,1	151.535	52,7
Vernagt	199	8,7	24.300	8,4
Unser Frau	423	18,5	64.815	22,5
Karthus/Pfossental	241	10,6	25.516	8,9
Katharinaberg	185	8,1	21.545	7,5
Gesamt	2.282	100,0	287.711	100,0

- Obige Tabelle zeigt die prozentuelle Verteilung der Betten und Nächtigungen auf die einzelnen Fraktionen auf. Mit Ausnahme von Unser Frau, wo sich knapp 19 % der Betten befinden, aber mehr als 22 % der Nächtigungen verzeichnet werden, entspricht der prozentuelle Anteil der Betten – in anderen Fraktionen – auch in etwa dem prozentuellen Anteil der Nächtigungen.
- Lt. Aussagen des Tourismusvereins werden diese Zahlen im Jahr 2008 anders ausfallen, da der Großteil der Nächtigungszuwächse in Kurzras verzeichnet wurden (ca. + 20 %)

Verhältnis Einwohner/Gästebetten

Jahr	Einwohner	Gästebetten	Verhältnis
1981	1.327	1.653	1:1,25
1987	1.364	1.895	1:1,39
1991	1.379	2.606	1:1,89
1997	1.405	2.540	1:1,81
2001	1.394	2.402	1:1,72
2007	1.375	2.282	1:1,66

- Aufgrund der abnehmenden Gästebetten – bei gleichzeitig stagnierender Wohnbevölkerung – hat sich das Verhältnis Einwohner zu Gästebetten von 1:1,89 im Jahr 1991 auf 1:1,66 reduziert.
- Dieses Verhältnis ist dadurch zu erklären, dass beim Bau der Gletscherbahnen in den 70iger Jahren vor allem in Kurzras größere Hoteleinheiten mit verhältnismäßig hohen Bettenkapazitäten geschaffen wurden. Effektiv ist es so, dass sich ca. die Hälfte aller Gästebetten des Tales in Kurzras befinden.

Tourismusintensität (Nächtigungen pro Einwohner)

Jahr	Einwohner	Nächt.	Tourismusintensität
1981	1.327	258.264	195
1987	1.364	274.862	202
1991	1.379	301.203	218
1997	1.405	305.639	217
2001	1.394	336.141	241
2007	1.375	287.411	209

- Die Tourismusintensität ist mit 209 Nächtigungen pro Einwohner knapp 4 x so hoch wie die durchschnittliche Tourismusintensität in Südtirol (ca. 55 Nächtigungen pro Einwohner).

Gastronomie

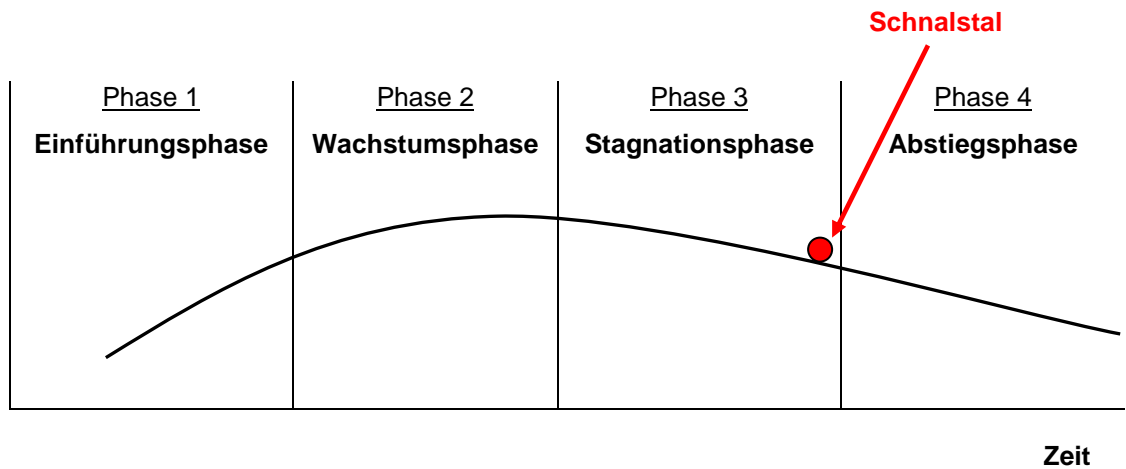
	Anzahl der Betriebe	Anzahl der Sitzplätze innen	Anzahl der Sitzplätze außen
Bar/Café	7	288	85
Restaurant/Pizzeria	2	240	44
Öffentl. Restaurant im Hotelbetrieb	17	1.660	468
Hütten und Jausestationen	8	350	490
Abendlokale (Disco, Tanzlokal, Après-Ski)	2	60	0
Urlaub auf dem Bauernhof/Hofschenke	6	143	166
Almen	5	75	228

- Mit Ausnahme von Kurzras ist die gastronomische Versorgung im Tal als gut zu bezeichnen. In Kurzras fehlen Restaurants und Abendunterhaltungslokale.

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

- Das Schnalstal verfügt über ca. 2.300 Gästebetten, ca. die Hälfte davon befindet sich in Kurzras am Fuße des Gletschergebietes.
- Wie aus den Statistiken ersichtlich ist, beginnt die eigentliche touristische Entwicklung des Tales mit Erschließung des Gletschers (1975).
- Die starke Bautätigkeit zwischen 1975 und 1991 ist mit einer stark steigenden touristischen Angebots- und Nachfrageentwicklung verbunden. Seit 1991 befindet sich das Tal in einer Stagnationsphase mit einer fast gleichbleibenden Nächtigungsentwicklung und leicht sinkenden Bettenzahlen. Im letzten Jahr (2008) wurde eine überdurchschnittlich starke Steigerung der Nächtigungen erreicht, was vor allem auf starke Nächtigungszuwächse in zwei kapazitätsmäßig großen Betrieben in Kurzras zurückzuführen ist.
- Aus den leicht sinkenden Bettenzahlen kann man ableiten, dass die quantitativen und qualitativen Erweiterungsmöglichkeiten im Schnalstal nur wenig genutzt wurden. Gründe hierfür dürften vor allem betriebswirtschaftlicher Natur sein bzw. die allgemein eher gedämpfte wirtschaftliche Stimmung im Tal.
- Wie aus den Besprechungen mit der Arbeitsgruppe hervorging, gibt es im Schnalstal in mehreren Betrieben einen Investitionsrückstau (siehe Stärken-Schwächen-Analyse), der mit einer gewissen Besorgnis betrachtet wird.
- Aus den statistischen Daten und der qualitativen Bewertung der Arbeitsgruppe (siehe Stärken-Schwächen-Analyse) geht hervor, dass es im Schnalstal eine Aufbruchsstimmung braucht, damit man wieder verstärkt an das „wirtschaftliche Zugpferd Tourismus“ glaubt und dieses mutig weiterentwickelt. Hierzu sind u.a. auch veränderte Rahmenbedingungen in der urbanistischen Gesetzgebung notwendig.

- Falls die Aufbruchsstimmung im Tal – die u.a. auch durch die prozessorientierte Vorgehensweise des vorliegenden Tourismusleitbildes ausgelöst wurde – nicht genutzt wird, läuft das Schnalstal Gefahr, auf der Lebenszykluskurve von der Stagnations- in die Abstiegsphase zu geraten.



3.4. Freizeiteinrichtungen

Markierte Wanderwege in km:

- ca. 240 km

Themenwege:

- Archäologische Wanderwege
- Schnalser Waalweg
- Marien Besinnungsweg
- Pfossental – Naturpark/Forst
- Wallfahrtsweg in Unser Frau
- Das gesamte Gemeindegebiet kann als Erholungs- und Wandergebiet bezeichnet werden

Rad- und Mountainbike-Strecken:

- Ein Bike Competence Center wird im Jahr 2009 in Zusammenarbeit mit der MGM umgesetzt: Downhill-Strecken, klassische Mountainbike-Strecken, etc.

Öffentliche Kinderspielplätze:

- Katharinaberg
- Karthaus
- Unser Frau

Freizeitinfrastrukturen:

Freizeiteinrichtungen*	Ort	Betreut durch	Touristisch nutzbar: ja/nein
Aufstiegsanlagen	Kurzras	Schnalstaler Gletscherbahnen	ja
Snowparc	Gletscher	Schnalstaler Gletscherbahnen	ja
Kleinfeldfußball	Unser Frau	Sportverein Schnals	ja
Klettergarten	Kurzras	AVS Schnals	ja
Olympia Hallenbad	Kurzras	Pächter	ja
Tennis	Unser Frau	Sportverein Schnals	ja
Skaterpark	Kurzras	Gletscherbahn	ja
Stausee	Vernagt	Etschwerke	ja
Bolzplatz	Karthaus	Gemeinde	ja
Sportplatz	Kurzras	Blue Hotels	ja
Turnhalle	Unser Frau	Schule	gegebenenfalls

* Fußballplatz, Tennisplatz, Golfplätze, etc.

Aufstiegsanlagen:

Art der Aufstiegsanlage	Höhendifferenz in m	Länge	Max. Beförderungskapazität pro Stunde
Schlepplifte:			
- Finail 1	250	1.473	615
- Finail 2	250	1.473	615
- Glockenlift 1	63	340	900
- Glockenlift 2	63	340	900
Sessellifte:			
- Grawand	187	807	2.400
- Gletschersee 1	239	527	1.024
- Gletschersee 2	239	527	1.800
- Hintereis	484	1.702	1.200
- Lazaun	431	1.301	1.028
- Roter Kofel	423	1.770	1.800
- Teufelsegg	590	1.805	1.800
Pendelbahnen (Gondel):			
- Gletscherbahn	1.201	2.156	800
Kinderlifte:			
- Zauberteppich - Skischule Schnals			
Gesamt			14.882

Daten zum Schigebiet:

- Pistenfläche in ha: 124,67 ha
- Schwierigkeitsgrad der Pisten:
 - schwarze Pisten: 27,6 %
 - rote Pisten: 34,6 %
 - blaue Pisten: 37,6 %
- Beschneigungsgrad in % der Pistenfläche: 30 %
- Pistenkilometer: 35 km
- Anzahl der beförderten Personen:

	2006/07	2007/08	2008/09
Winter:*			
Anzahl der beförderten Personen	2.757.260	2.626.880	
Erstzutritte	223.443	225.183	
Anteil Tageskarten an den Erstzutritten	47.066	45.902	
Sommer:*			
Anzahl der beförderten Personen	456.176	247.769	392.190

* Winter = Oktober - Mai; Sommer = Juni - September

- Die Schnalstaler Gletscherbahnen transportierten während der letzten beiden Wintersaisons zwischen 2,6 und 2,7 Mio. Personen.
- Der Anteil der Tagesgäste an den Erstzutritten beträgt rund 20 %; daran erkennt man die Wichtigkeit des Tagestourismus im Schigebiet, d.h. jeder fünfte verkaufte Schipass ist eine Tageskarte.
- Im Sommer ist die Anzahl der beförderten Personen sehr schwankend. Lt. Auskunft der Verantwortlichen ist dies einerseits auf die Wetterverhältnisse und andererseits auf die Schneeverhältnisse am Gletscher zurückzuführen (im Sommer 2007 war der Liftbetrieb wegen Schneemangels teilweise geschlossen).
- Offenhaltezeiten:
 - Winter: 22.11.2008 bis 03.05.2009
 - Sommer: 14.06.2008 – 21.11.2009
- Parkflächen der Aufstiegsanlagen: 2,29 ha
- Anzahl der Schiverleihe: 2
- Schischule und Schilehrer:

Schischule	Anzahl der Schilehrer (von/bis)
Ski- & Snowboardschule Schnals	Winter 15 fix
	Sommer/Herbst: 3

- Besondere Einrichtungen im Schigebiet:
 - Förderband
 - ÖtziLino Winterkindergarten
 - Schneehöhle
 - Informationsbüro

- **Kommentar:**

- Internationale Planungsstandards^{*)} für Schigebiete und der Vergleich mit dem Schnalstal:

	Internationale Standards	Schnalstal
Pistenflächen	180 – 200 ha	125 ha
Max. Gleichzeitigkeit an Schifahrern auf den Pisten	10.000 – 12.000 ^{**)}	ca. 7.000
Kunstschnee-Erzeugung in %	75 – 80 %	30 %

- Aus obiger Tabelle geht hervor, dass die maximale Gleichzeitigkeit an Schifahrern im Gletscherschigebiet Schnals bei ca. 7.000 Personen liegt (125 ha : 180 m²). Diese Zahl wird lt. Aussagen der Verantwortlichen des Gletschergebiets nie erreicht; die maximale Anzahl an Schifahrern liegt bei 2.500 – 3.000 Personen; diese Anzahl wird während der Saison an 5 bis 10 Tagen erreicht.
- Ausgehend von diesen Zahlen kann die wünschbare Bettenkapazität aus der Sicht der Bahnen grob abgeleitet werden: Falls der Tagestourismus sehr stark ist – d.h. mehr als 1/3 der Erstzutritte ausmacht – sollte die Destination über soviel Betten verfügen, dass diese 50 – 60 % der maximalen Gleichzeitigkeit an Schifahrern ausmacht, das wären für das Schnalstal 3.500 – 4.000 Gästebetten (dies – um es noch mal zu unterstreichen – aus betriebswirtschaftlicher Sicht der Gletscherbahnen). Aus obigen Überlegungen geht hervor, dass das Schnalstal derzeit, im Vergleich zu den verfügbaren Pistenflächen, ein Defizit an Gästebetten hat. Für die Gletscherbahnen ist es aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen wichtig, wenn im Tal neue Betten entstünden.
- Der Beschneigungsgrad liegt deutlich unter internationalen Richtwerten. Hierbei muss festgehalten werden, dass das Schigebiet erst auf 2.000 m „beginnt“ und sich ein Teil der Pisten auf dem Gletscher befindet. Trotzdem muss festgestellt werden, dass der Beschneigungsgrad im Schigebiet im Vergleich zu gering und somit ausbaufähig ist.

Öffentliches Hallenbad in Kurzas:

- Offenhaltezeit: 08.00 – 11.00 Uhr und 15.00 – 20.00 Uhr
- Maximale Gleichzeitigkeit: 200 Personen
- Wasserfläche in m²: 1.550
- Anzahl der Liegen im Schwimmbereich: 50
- Saunafläche in m²: 500
- Anzahl der Liegen im Saunabereich: 50
- Anzahl der Anwendungskabinen (Massage, etc.): 4
- Beim Hallenbad handelt es sich um ein Sportbad mit 25 m Länge, das über keine besonderen Erlebniseinrichtungen verfügt.

^{*)} Datenbank und Erhebungen von Kohl & Partner – 2008

^{**)} Lt. Internationalen Benchmarks geht man davon aus, dass der Flächenbedarf eines Schifahrers bei 180 m² liegt. Dividiert man also die ca. 180 bzw. 200 ha Pistenfläche durch 180 m² ergibt das eine maximale Gleichzeitigkeit an Schifahrern von 10.000 – 12.000.

Veranstaltungsräumlichkeiten:

- Es gibt drei Säle in den drei Mehrzweckgebäuden in Unser Frau, Karthaus und Katharinaberg mit insgesamt ca. 500 Sitzplätzen bei Reihenbestuhlung

Eventuelle Freiluftveranstaltungen finden statt:

- Auf den jeweiligen Dorfplätzen (Unser Frau, Karthaus, Katharinaberg, Kurzras)
- Bei den Schihütten

Ausflugsziele/Sehenswürdigkeiten in der Gemeinde (natürliche und kulturelle):

Sehenswürdigkeit	Besucher pro Jahr (soweit vorhanden)
archeoParc	ca. 30.000
Klosteranlage Karthaus	*
Wallfahrtskircher Unser Frau	*
Ötzi Show Gallery	*
Ausstellung "Gletscherwelten"	*
Naturpark Texelgruppe/Meraner Höhenweg/Pfossental	*

* nicht erfasst

- Besonders hervorzuheben ist hierbei der archeoParc, wo der Besucher den Lebensraum von Ötzi aktiv nachvollziehen können.
- Anmerkung: An schönen Tagen im Sommer werden im Pfossental auch mehr als 1.000 Besucher gezählt.

Zusammenfassende Bemerkungen und absehbare Entwicklungen:

- Das Schnalstal ist mit Sport- und Freizeiteinrichtungen insgesamt gut ausgestattet. Highlights sind sicherlich das Gletschergebiet, das Wanderangebot und der archeoParc.
- Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass das Schigebiet teilweise nicht mehr den heutigen hohen Anforderungen entspricht und dass es Verbesserungspotenziale vor allem im Bereich Wanderangebot (Instandhaltung Wegenetz, Verbindungswege, etc.) und Langlaufangebot gibt.
- Um die sportliche Kompetenz des Tales hervorzuheben, gibt es u.a. Überlegungen, das Wandererlebnis zu stärken und Kurzras als Sportdorf zu positionieren (siehe auch Ziele und Maßnahmen)
- Auf die Schnalstaler Gletscherbahnen AG kommen – laut dem im November 2007 erstellten Businessplan – zukünftig große Investitionen im Bereich Revisionen der Lifтанlagen zu. Weiters soll versucht werden, die Beschneiungsanlagen zu potenzieren und diese mittel- und langfristig an die internationalen Standards anzugleichen. Die Modernisierung bzw. der Austausch der Lifтанlagen wird lt. Aussagen der Verantwortlichen der Schnalstaler Gletscherbahnen zeitlich auch davon abhängen, ob eine nachhaltige Frequenzsteigerung bei den Anlagen absehbar ist. Für die Gletscherbahnen sind diesbezüglich die Schaffung von neuen Betten im Tal wesentlich, wenn nicht absolut notwendig.

3.5. Größere Investitionsvorhaben der Gemeinde

An größeren Investitionsvorhaben der Gemeinde sind zu erwähnen:

- Errichtung einer Wettkampfkegelbahn in der Sportzone in Unser Frau (Anbau an ein bestehendes Gebäude)
- Die Errichtung eines gemeindeeigenen E-Werkes in Vernagt beim Stausee mit einer voraussichtlichen Leistung von 9 – 10 Mio. kWh
- Die Kanalisierung Kurzras – Vernagt
- Die Friedhofserweiterung in Katharinaberg

3.6. Tourismusverein

Mitarbeiter:

Namen der Mitarbeiter	Funktion	Anzahl der Beschäftigungsmonate pro Jahr
Gamper Armin	Präsident	12
Waldner Manfred	Geschäftsführer	12
Rainer Peter	Angestellter	12
Raffeiner Valentina	Angestellte	12
Scheer Anja	Kinderbetreuung Winter	4
Praktikant/in	Praktikant Sommer	3
Tumler Klaus	Instandhaltung Wege	5

Größe der Büros in m²:

- Hauptbüro Karthaus: 80 m²
- Büro Kurzras Zusammen mit Filiale Raika: 40 m²

Öffnungszeiten:

Büro in Karthaus:

- täglich: Mo – Sa von 08.00 – 12.00 Uhr und Mo – Fr von 14.00 - 18.00 Uhr
- saisonal: ca. 14. Juli – 24. August: Mo - Fr von 08.30 – 12.30 und von 14.00 – 18.30 Uhr – Sa von 08.00 – 12.00 Uhr und von 14.00 – 18.00 Uhr

Büro in Kurzras:

- saisonal Winter: Mo – Fr von 09.00 – 12.00 Uhr
- sonntäglicher Informationsdienst bei der Gletscherbahn im Winter
- saisonal Sommer: Mo – Fr von 09.00 – 12.00 Uhr und von 13.30 – 17.00 Uhr

Wie viele Anfragen werden jährlich beantwortet? Wenn möglich aufgeteilt, wie diese hereinkommen:

	2000	2005	2007
Telefon	1.905	789	459
Fax	924	133	53
Brief	863	233	110
E-Mail	681	7.011	9.783
Sonstiges	10	5	0
Infodienst Büro	Besucher Sommer	ca. 100/täglich	
	Besucher Winter	ca. 30/täglich	
Gesamt	4.383	8.171	10.405

Drucksorten des TV – bitte auflisten und beilegen:

Art der Drucksorten	Auflage p.a.
Unterkunftsverzeichnis Schnalstal	20.000
Urlaubsberater Winter D + I	10.000
Winterpanorama	10.000
Urlaubsberater Sommer D + I	15.000
Bergsommer	10.000
Gästekarten	10.000
Wanderkarten	15.000

Betreuungsprogramm:

- Der Tourismusverein organisiert wöchentlich ein attraktives Betreuungsprogramm wie z.B. Kanufahrten am Vernagt See, die innere und äußere Welt der Mönche in Karthaus, Bauernhofbesuch, Schnupperklettern, Schneeschuhwanderungen, Eisstockschießen, Schitour „Auf Ötzi's Spuren“, etc.

Finanzierung:

- Finanziell schwächt den Tourismusverein u.a. die Tatsache, dass größere Betriebe in Kurzras nicht Mitglied sind und somit keine Abgaben leisten.

Zusammenfassende Bemerkungen:

- Der Tourismusverein leistet eine sehr gute Basisarbeit vor Ort und arbeitet bezüglich Marketing aktiv mit der MGM und SMG zusammen. Finanziell „leidet“ der Tourismusverein u.a. daran, dass einige Betriebe mit größerer Bettenkapazität nicht Mitglied sind und somit auch keine Abgaben leisten.
- Zukünftig wird es vor allem darum gehen, die Bevölkerung vermehrt in touristische Belange mit einzubeziehen und die Zusammenarbeit der wesentlichen Institutionen im Tal (Gemeinde, TV, Gletscherbahnen und archeoParc) zu verbessern („An einem Strang ziehen!“).

4. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Schnalstal

Nachfolgend wird die wirtschaftliche Bedeutung des **Aufenthaltstourismus** im Schnalstal stark vereinfacht dargestellt.

Umsatz des Aufenthaltstourismus:

Lt. einer Studie des ASTAT gab ein Winterurlauber in Südtirol im Winterhalbjahr 2007/08 täglich € 145,- aus. Der Sommergast gibt lt. einer Studie von EURAC und ASTAT aus dem Jahr 2005 € 82,- aus.

Die Arbeitsgruppe schätzt die täglichen Ausgaben der Gäste – basierend auf obigen Daten – wie folgt ein: Ausgaben pro Nächtigung im Sommer = € 90,-, Ausgaben pro Nächtigung im Winter = € 130,-.

Nächtigungen Sommer ca.: 125.000 x € 90,-	=	ca.	€	11,3 Mio.
Nächtigungen Winter ca.: 170.000 x € 130,-	=	ca.	€	22,1 Mio.
Gesamtumsatz p.a.:	=	ca.	€	33,4 Mio.

Aufgrund verschiedener Untersuchungen verteilt sich der durch die Aufenthaltstouristen verursachte Umsatz zu 60 – 70 % auf Unterkunft und Verpflegung (das sind ca. € 20,0 – 23,4 Mio.) und zu 30 – 40 % auf andere Bereiche wie Nahrungsmittelleinkäufe, Transportaufwendungen, sonstige Einkäufe u.ä. (das sind ca. € 10,0 – 13,4 Mio.).

Fazit: *Der Tourismus hat einen starken wirtschaftlichen Ausstrahlungseffekt auf andere Wirtschaftsbereiche: ca. 2/3 der Reiseausgaben fließen den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben zu, vom restlichen Drittel profitieren andere Branchen im Schnalstal und darüber hinaus.*

Der Tourismus schafft Einkommen:

Die Wertschöpfung des Tourismus im Schnalstal ergibt sich aus dem Differenzbetrag zwischen den Ausgaben der Touristen und den Aufwendungen der Betriebe für die zu tätigen Investitionen und Vorleistungen an Güter und Dienstleistungen inklusive Steuern. Laut verschiedenen Untersuchungen kann man davon ausgehen, dass 40 – 45 % des touristischen Umsatzes, also

€ 13,4 – 15,0 Mio. als direktes Einkommen

im Schnalstal verbleiben.

Die Multiplikatorwirkung

Jede Nachfrage setzt einen Multiplikatorprozess in Gang, d.h. man berücksichtigt, dass der Aufenthaltstourismus für seine Produktion weitere Vorleistungen braucht.

Aufgrund wissenschaftlicher Untersuchungen liegt dieser Wert für den Tourismus bei ca. 1,4 – 1,5. Überträgt man diesen Wert auf die oben errechneten Zahlen, so werden durch die Aufenthaltsgäste im Schnalstal

Gesamtumsätze von € 46,8 – 50,1 Mio. erzielt.

Der Tagestourismus

Über die Größenordnung des Tages- und Aufenthaltstourismus im Schnalstal, sowie über das Ausgabeverhalten der Tagesgäste gibt es keine Untersuchungen und Annäherungswerte. Die **Einnahmen** aus dem **Tagestourismus** im Schnalstal werden von der Arbeitsgruppe auf **€ 3,0 – 4,0 Mio.p.a.** geschätzt.

5. SWOT-Analyse (Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren) für das touristische Angebot im Schnalstal

5.1. Touristisches Umfeld: Ortsbild, Landschaft, Raumordnung, Verkehr, Handel, Handwerk

+ Stärken	– Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Die funktionierende flächendeckende Land- und Almwirtschaft + Die kontrastreiche, wilde und schöne Landschaft und der Naturpark Texelgruppe + Die idyllischen, kraftvollen Plätze: Katharinaberg, Karthaus, Wallfahrtskirche, etc. + Die lebendige Kultur: archeoParc, Schafabtrieb, etc. + Der Gletscher (Bahnen) auch als Ausflugsziel (gute und leichte Erreichbarkeit) + Die gute Zusammenarbeit der Handwerker (Pakete sind möglich) + Die Lage: die Erreichbarkeit durch die gut ausgebaute Straße, die Nähe zu Meran, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> – Die Gestaltung der Taleinfahrt und die Beschilderung allgemein – Die Entwicklung im Handel (mehrere Geschäfte haben in der Vergangenheit geschlossen) – Das Ortsbild von Kurzras – Logistische Probleme aufgrund der Länge des Tales – Die Vermittlung (Anteilnahme) unserer Kultur, Tradition, Eigenheiten und Landschaft an unsere Gäste passiert zu wenig – Die zu geringe Wertschöpfung des Tagestourismus
↑ Chancen	↓ Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> ↑ Die alten „Kulturgüter“ beleben/inszenieren ↑ Das Bestehende touristisch/kulturelle Umfeld (Gletscher, archeoParc, Ötzi, Karthaus, Stausee, etc.) besser nutzen ↑ Gegenseitige Unterstützung der Wirtschaftstreibenden im Tal ↑ Ein talübergreifendes Fahrticket einführen 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Zu starke Verbauung der Landschaft/des Landschaftsbildes ↓ Starker Abfluss von Wertschöpfung aus dem Tal

5.2. Touristische Betriebe: Beherbergung, Gastronomie, Unterhaltung

+ Stärken	– Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Das qualitativ gute Angebot in den Restaurants, den Almen und den Hütten + Urlaub auf dem Bauernhof: von der Qualität und der Organisation + Die gut ausgestatteten 3-Sterne-Betriebe + Die Gasthäuser sind auch Begegnungsstätten zwischen Einheimischen und Gästen + Das Erscheinungsbild der Betriebe (Pflege, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> – Die fehlenden Leitbetriebe – Der Investitionsrückstau in mehreren gewerblichen Betrieben – Das niedrige Preisniveau und fallweise die Preisunterbietungen – Es gibt zu wenige innovative Unternehmer im Tal – Die Betriebe verfügen über zu wenig ausgebildete Mitarbeiter (u.a. Sprachkenntnisse) – Die verbesserungswürdige Servicequalität – Die Zusammenarbeit/der Zusammenhalt unter den Betrieben (Neid, Egoismus, etc.) – Einige größere Betriebe sind im Eigentum von Auswärtigen (diese beteiligen sich nicht am Talgeschehen) – Die Betriebe legen fallweise die Schließungszeiten selbst fest, was das Gesamtangebot negativ beeinflusst – Fallweise die gastronomische Versorgung (z.B. in Katharinaberg) – Die schwache Abendunterhaltungsszene
↑ Chancen	↓ Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> ↑ Die Möglichkeit von langen Saisonen (Ganzjahrestourismus ist möglich) ↑ Durch Weiterbildung die Professionalität und die Qualität in den Betrieben steigern ↑ Eine bessere Zusammenarbeit aller Tourismustreibenden 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Weiterer Betten- und Nächtigungsrückgang und in der Folge der Verlust von Arbeitsplätzen ↓ Billigtourismus

5.3. Touristische Sport- und Freizeiteinrichtungen

+ Stärken	– Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Das Skigebiet: Gletscher, schneesicher, keine Wartezeiten, nicht überlaufen, breite und weite Pisten, Rodelbahn, Funpark, gutes Pistenangebot, gut präparierte Pisten + Das Wanderangebot: Vielfältigkeit (von Waalwegen bis hochalpin), die intakte Natur, die neue Wegebeschilderung, der Naturpark Texelgruppe, Meraner Höhenweg + Der archeoParc: vom Angebot und vom Thema „Ötzi“ + Der neue Klettergarten beim Marchegg 	<ul style="list-style-type: none"> – Das Skigebiet: teilweise nicht mehr zeitgemäße Anlagen, die nicht vollständige Beschneigungsmöglichkeiten, keine homologierte Rennpiste, die Familienfreundlichkeit bzgl. Preise, der Informationsstand und die Freundlichkeit der Mitarbeiter, im Talbereich fehlt eine Piste im mittleren Schwierigkeitsgrad, die Wetterabhängigkeit (vor allem Wind) – Das Wanderangebot: Instandhaltung des Wegenetzes, Verbindungswege fehlen teilweise – Die verbesserungswürdigen Langlaufloipen im Tal – Die fehlenden Infrastrukturen wie z.B. kleiner Eislaufplatz in Kurzras, eine Kegelbahn für Wettkämpfe, ein Kinderspielplatz in Kurzras, etc. – Der archeoParc wird von den Tourismustreibenden zu wenig genutzt
↑ Chancen	↓ Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> ↑ Die Optimierung und der Ausbau des Skigebietes ↑ Den Gletscher für Nicht-Skifahrer im Sommer besser erlebbar machen ↑ Das Potenzial als Skitourengebiet nutzen ↑ Synergien zwischen den Freizeiteinrichtungen nutzen z.B. gemeinsames Marketing, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Die zu starke Konzentration auf das Skigebiet vor allem im Sommer und im Herbst (Alternativen werden zu wenig bzw. nicht genutzt) ↓ Der Klimawandel

5.4. Touristische Organisation: Tourismusverein, Tourismusverband, Image, Marketing, Tourismusgesinnung

+ Stärken	– Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Die Zusammenarbeit mit MGM und SMG + Die guten Voraussetzungen für Veranstaltungen + Die Pressearbeit in Kooperation mit den Partnern + Die speziellen Geschichten: Ötzi, Schmuggelwege, etc. + Das attraktive Sommerprogramm + Die Zusammenarbeit TV Schnals und TV Naturns + Die Bekanntheit vor allem in Italien 	<ul style="list-style-type: none"> – Der schwache Bekanntheitsgrad (Schnals war früher bekannter) – Wir haben uns zu lange auf den Lorbeeren ausgeruht – Der Verkauf/das Marketing – Der mangelnde Bezug der Betriebe zu den Attraktionen – Die verbesserungswürdige Zusammenarbeit mit den Gletscherbahnen – Die unklare Profilierung – Es gibt zu wenig gute Events – Die Kommunikation: TV – MGM – Betriebe (in allen Richtungen) – Die Zusammenarbeit Tourismus – Gemeinde – Die finanzielle Ausstattung des TV – Die „moralischen Unterstützungen“ im Tal von Seiten der Institutionen – Die Einzigartigkeiten werden zu wenig vermittelt – Für das, dass sich „Ötzi“ Fundstelle im Tal befindet, partizipiert das Schnalstal vom Ötzi-Image/Erfolg (zu) wenig
↑ Chancen	↓ Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> ↑ Eine stärkere Beziehungspflege mit den Einheimischen ↑ Eine bessere Zusammenarbeit der wichtigen Institutionen im Tal: Gemeinde, Tourismusverein, Gletscherbahnen, archeoParc ↑ Aktive Produktentwicklung und Kommunikation in Zusammenarbeit mit MGM und SMG ↑ Verbesserung der Tourismusgesinnung (z.B. durch positive Presseberichte in den lokalen Medien) 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Die weiter sinkende Identifikation und der „Glaube“ an das Tal ↓ Die fehlenden Perspektiven für die Bevölkerung ↓ Pessimismus/Schwarzmalerei ↓ Die Abschiebung von Verantwortung ↓ Die finanzielle Ausstattung des TV

6. Wertepyramide, Strategische Erfolgspotenziale und Zielgruppen für das Schnalstal

6.1. Die Wertepyramide für das Schnalstal

Die Wertepyramide ist eine wertvolle Basis für die Klärung und Definition der Identität des Tales. In der Pyramide werden diejenigen Werte gebündelt, die für das Schnalstal stehen. Sie stehen für Ausprägung, Charakter und Stil des Tals. Auf drei Ebenen vermitteln diese Werte einen genauen Eindruck davon, womit das Schnalstal künftig assoziiert werden soll.

- **Substanzwerte:** Beschreiben die Basis, auf die sich alle Werte beziehen und von der sie getragen werden. Die Substanz gibt dem Tal Halt.
- **Kernwerte:** Der Kern spiegelt die Kultur des Tales wider. Werte, die tief verankert sind.
- **Differenziatoren:** In der Spitze der Pyramide befinden sich jene Werte, die dem Tal sein Profil verleihen. Es geht um die Frage, was das Schnalstal einzigartig und unverwechselbar macht.



6.2. Strategische Erfolgspotenziale

Der heutige Wettbewerb wird nicht mehr allein auf der Produkt- und Angebotsebene geführt, da Angebote rasch kopierbar und damit austauschbar sind. Viel wichtiger ist der **Aufbau und die Pflege** langfristiger, strategisch wirksamer **Erfolgspotenziale**, die hinter den jeweiligen Angeboten als echte, schwer kopierbare Wettbewerbsvorteile stehen. Sie bilden die Basis für immer wieder neue Angebote, die sich an den rasch ändernden Nachfragetrends und Wettbewerbssituationen orientieren. **Die strategischen Erfolgspotenziale (SEP)** bilden damit die Erfolgchancen der Zukunft.

Für das **Schnalstal** wurden folgende strategische Erfolgspotenziale definiert:

	Begründung/Warum?
<div style="border: 1px solid black; background-color: #e0ffe0; padding: 10px; margin-bottom: 20px;"> <p><u>SEP 1:</u> Der Gletscher & das Ganzjahres-Skigebiet</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> → In 6 Minuten auf 3.212 m Seehöhe → Schneesicherheit: 10 Monate Ski & Snow (Naturschnee) → Das wunderschöne Bergpanorama → Weite und breite Pisten → Keine bzw. kaum Wartezeiten → Die gute Erreichbarkeit → Schnals ist „Treffpunkt“ von Gletscherforschern aus aller Welt
<div style="border: 1px solid black; background-color: #e0ffe0; padding: 10px; margin-bottom: 20px;"> <p><u>SEP 2:</u> Die leicht zugängliche/ erlebbare hochalpine Bergwelt</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> → Wandern von 500 – 3.200 m (vom Waalweg bis zum Gletscher) → Skitouren, Gletschertouren, Eisklettern und Bergsteigen → Der Ice-Dome → Die hochalpinen Eisseen in Gletschnähe → Der mächtige Kranz von Dreitausendern wie z.B. Similaun, Finailspitze, Weißkugel → Die Ötzi-Fundstelle → Das Erholungs- und Klimagebiet (allergiefrei) → Der Naturpark Texelgruppe → Der Ötzi-Alpin-Marathon
<div style="border: 1px solid black; background-color: #e0ffe0; padding: 10px;"> <p><u>SEP 3:</u> Die Kultur & Geschichte (Kulturgeschichte)</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> → Die Wallfahrtskirche in Unser Frau → Geschichtsträchtige Dörfer wie z.B. Karthaus und Katharinaberg → Die Ötzi-Fundstelle und der archeoParc → Die einzigartigen, urtypischen Bauernhöfe → Die uralten Übergänge (Niederjoch und Hochjoch) → Der Schafübertrieb → Die typischen Produkte wie z.B. die Schnalsernudeln

SEP 4:

**Ruhe &
Entschleunigung in
einem der
schönsten
Hochtäler Südtirols**

- Idyllische und kraftvolle Plätze: Karthause, Katharinaberg, Wallfahrtskirche, Almen, Wälder
- Natur mit allen Sinnen erleben
- Slow-Food & regionale Produkte
- Zeit herausnehmen, die neue Langsamkeit entdecken
- Lebensqualität – Qualität des Lebens
- Die einmalige Fauna und Flora (Vorkommen von seltenen Gattungen)

Wichtig ist nun, dass diese Erfolgspotenziale in die gleiche Stoßrichtung gebündelt und in der Folge konsequent im Wettbewerb genutzt werden. Das in diesem Sinne abgerundete und auf die **Zielmärkte ausgerichtete Bündel an strategischen Erfolgspotenzialen bildet die eigentliche Kernkompetenz des Schnalstales.**

Die angeführten Erfolgspotenziale lassen sich zu folgender **Positionierung** zusammenfassen (als Argumentation/Arbeitstitel nach innen zu verstehen):

Das Schnalstal – Ötzi's Heimat

**Erlebbare Lebensqualität, erlebbare
Kultur(Geschichte), erlebbare
Gletscher(Berg)welt**

„Die Einzigartigkeit des Schnalstales liegt in der Verbindung von erlebbarer Kulturgeschichte und modernen Outdoor-Aktivitäten sowohl im Sommer als auch im Winter!“

Diese Kernkompetenz ist das langfristig wirksame und stabile „Kapital, in einem immer schärfer und hektischer werdenden Wettbewerb. Die Kernkompetenz gehört daher gepflegt und ausgebaut. **Kernkompetenz und Kontinuität im Marktauftritt** bilden die Basis für Markterfolge.

6.3. Anzusprechende Zielgruppen

- **Zielgruppe „Sportlich Aktive/Sportliche Skifahrer“**

Beschreibung: Sind Skifahrer, die bereits im September ihren Sport ausüben und den ganzen Winter jedes Wochenende bzw. im Rahmen mehrerer Kurzurlaube primär Skifahren. Es handelt sich oftmals um Männer zwischen 35 und 65 Jahren mit mittlerem bis hohem Einkommen. Für sportliche Skifahrer steht das Skigebiet im Zentrum der Aufmerksamkeit.

Jahreszeit: primär im Herbst und Frühjahr

- **Zielgruppe „Sportlich Aktive/Sportgruppen“**

Beschreibung: Sind Freizeitvereine und Profiteams verschiedener Sportarten (primär Ski alpin und Langlauf/Biathlon), die fast ganzjährig attraktive Trainingsmöglichkeiten im Schnalstal vorfinden.

Anspruch: Sportgruppen nutzen die Kombination aus Höhenlage, langer Wintersaison und Aktivinfrastruktur im Schnalstal. Sie fordern eine hohe Flexibilität seitens der Aufstiegsanlagen und attraktive Gesamtpakete aus Übernachtung, Zutritt zu allen Trainingseinrichtungen und Skipass.

Jahreszeit: primär Sommer und Herbst

- **Zielgruppe „Sportlich Aktive/Tourengeher und Wanderer“**

Beschreibung: Sind Menschen mit besonderer Bergaffinität, die bereits alpine Erfahrung bzw. die körperlichen Voraussetzungen haben und auf der Suche nach attraktiven Zielen sind.

Anspruch: Tourengeher und Wanderer konzentrieren sich primär auf die Auswahl der Gipfelziele und sekundär auf das Vorhandsein von touristischen Einrichtungen, die auf ihre Bedürfnisse eingestellt sind. Nachdem das Schnalstal den Anspruch einer begehrten Region für diese Zielgruppe erfüllt, konzentrieren sich die Erwartungen auf die touristischen Einrichtungen.

Jahreszeit: Hochwinter, Frühjahr, Sommer bis zum Ende der Wandersaison

- **Zielgruppe „Genussaktive Paare und Familien ohne Kinder“**

Beschreibung: Sind Menschen die Aktivität mit Genuss und Kultur verbinden. Für sie gehört zu einem gelungenen Urlaub die Kombination aus Bewegung in der Natur, Wohlfühlwendungen, kulinarische Überraschungen und kulturelle Erlebnisse.

Anspruch: Genussaktive Urlauber erwarten sich eine Urlaubsregion, die sowohl im Infrastrukturbereich auf hohem Niveau steht und gleichzeitig ein geschichtsträchtiger Ort mit lebendigem Kulturleben ist.

Jahreszeit: alle Saisonzeiten

- **Zielgruppe „Genussaktive Familien“**

Beschreibung: Sind Familien mit Kindern bis zu zwölf Jahren, die einen Ski/Bergurlaub verbringen wollen, in dem sich alle Familienmitglieder wohl fühlen.

Anspruch: Genussaktive Familien erwarten sowohl ein spezifisches Angebot für Kinder als auch für die Eltern. Das Angebot betrifft alle Bereiche von der Unterkunft bis über Wochenprogramme und die Freizeitstrukturen des Tales. Familien entscheiden in der Regel gleichzeitig produkt- und preisbewusst.

- **Zielgruppe „Genussaktive Jugend“**

Beschreibung: Sind Jugendliche zwischen 16 und 30 Jahren, mit starker Orientierung nach Moden und Trendsportarten wie Snowboard, Freestyle Skifahren, Freeriden, Skateboarden, etc. Sie reisen oft in Gruppen und wählen ihr Urlaubsziel nach klaren Kriterien aus.

Anspruch: Genussaktive Jugendliche suchen die geeignete Infrastruktur zur Ausübung ihrer Sportarten sowie Zusatzangebote mit hoher Lifestyleorientierung. Dazu gehören Events, Shops, Lokale sowie eine aktive Einheimischenszene. Sie legen besonderen Wert darauf gezielt angesprochen und als Gast ernst genommen zu werden.

Jahreszeit: ganzjährig

7. Zielsetzungen

7.1. Allgemeine Zielsetzungen

- ⊕ Wir wollen die Entwicklung unseres Tales mit viel Engagement, Optimismus und Eigeninitiative gemeinsam angehen und nicht auf „Hilfe von oben“ warten!
- ⊕ Wir wollen Maßnahmen setzen, um die Wertschöpfung möglichst im Tal zu halten!
- ⊕ Wir verschreiben uns dem Qualitätstourismus (im Sinne von Angebotsqualität) auf allen Ebenen!
- ⊕ Die hier formulierten Ziele werden wir konkret angehen!

7.2. Zielsetzungen für das „Touristische Umfeld“

- ⊕ Wir wollen die Eigenartigkeiten, das Authentische des Schnalstales pflegen und in geeigneter Weise unseren Gästen vermitteln!
- ⊕ Die Logistik (Beschilderung) im Tal soll optimiert werden!
- ⊕ Auf einen sensiblen Umgang mit unserer wertvollen Natur- und Kulturlandschaft wollen wir – bei gleichzeitiger Berücksichtigung von notwendigen Eingriffen – achten! Motto: „Schützen und Nutzen!“
- ⊕ Die Erhaltung und Förderung der Land- und Almwirtschaft ist uns ein großes Anliegen!
- ⊕ Das Thema „Verkehr“ soll ganzheitlich betrachtet werden (Stichworte: verkehrsberuhigte Zonen, Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs, etc.)!
- ⊕ Die öffentlichen Verkehrsverbindungen gilt es zu verbessern!
- ⊕ In diesem Zusammenhang soll auch für das Thema/Problem „Camper“ eine Lösung gefunden werden!
- ⊕ Die Dorfkerne sollen u.a. auch durch verkehrsberuhigte bzw. verkehrsfreie Zonen aufgewertet werden!
- ⊕ Eine optimale Darstellung und Aufwertung unserer kunsthistorischen Denkmäler wollen wir vorantreiben!
- ⊕ Sensibilisierung für die gegenseitige Abhängigkeit der Wirtschaftsbereiche und Verbesserung der Zusammenarbeit untereinander!

7.3. Zielsetzungen für die „Touristischen Betriebe“

- ⊕ Durch mehr Professionalität sollen unsere Stärken (sowohl des Tales als auch jedes einzelnen Betriebes) optimal kommuniziert werden!
- ⊕ Das Motto aller betrieblichen Bemühungen muss „Qualität“ lauten, im Sinne von: „Qualität heißt, Gewöhnliches außergewöhnlich gut machen!“
- ⊕ Die Authentizität unseres Tales soll durch die Verwendung von einheimischen Produkten in den Betrieben unterstrichen werden!
- ⊕ Wir wollen die Voraussetzungen schaffen, dass sich einerseits bestehende Betriebe qualitativ und quantitativ erweitern können und dass sich andererseits neue Betriebe ansiedeln können!
- ⊕ Für das Schnalstal wichtig wäre die Entwicklung von Leitbetrieben – sowohl in der Beherbergung als auch in der Gastronomie!
- ⊕ Durch profilierte und spezialisierte Betriebe – vor allem im Bereich Gesundheit, Wellness und Familien – sollen für die Gäste Top-Angebote geschaffen werden.
- ⊕ Die Auslastung der Betriebe soll in allen Kategorien um 10 – 15 % gesteigert werden.
- ⊕ Errichtung eines oder mehrerer Campingplätze, um einerseits den vielen Wohnmobilen einen geeigneten Platz zu bieten und andererseits um für das Schnalstal eine neue interessante Zielgruppe anzusprechen.

7.4. Zielsetzungen für die „Touristischen Sport- und Freizeiteinrichtungen“

- ⊕ Unsere Attraktionen (archoParc, Gletscher, Ötzi's Fundstelle, etc.) wollen wir besser inszenieren!
- ⊕ Die Verbesserung und teilweise Erneuerung des Skigebietes ist unser aller Anliegen!
- ⊕ Durch die Organisation von gezielten Veranstaltungen wollen wir unsere Kernkompetenzen stärken!
- ⊕ Bei den Veranstaltungen wollen wir gezielt die einheimische Bevölkerung vermehrt einbinden!
- ⊕ Die sportliche Kompetenz unseres Tales soll durch die Errichtung von zusätzlichen Freizeitinfrastrukturen unterstrichen werden!
- ⊕ Die Winteralternativ-Sportarten sollen gezielt entwickelt werden!

7.5. Zielsetzungen für die „Touristische Organisation“

- ⊕ Die Verbindung „Ötzi und Schnalstal“ soll eine Hauptstoßrichtung in der Kommunikation nach außen sein!
- ⊕ Die wesentlichen Institutionen im Tal werden zukünftig marketingmäßig gemeinsam auftreten!
- ⊕ Die Marketingarbeit soll professionell ausgerichtet werden!
- ⊕ Wir wollen vermehrt auf Kooperationen setzen!
- ⊕ Den Zusammenschluss des Tourismusvereins mit dem von Naturns wollen wir prüfen!

8. Maßnahmen- und Projektplan

8.1. Maßnahmen „Touristisches Umfeld“

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Logistik (Beschilderung) für Betriebe, Fraktionen, touristische und kulturelle Ortschaftshinweise, Taleinfahrt, etc. 	Gemeinde, TV, Interreg 4	Frühjahr 2009	
<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für die gegenseitige Abhängigkeit der Wirtschaftsbereiche und Verbesserung der Zusammenarbeit – gut organisierter Stammtisch 3 x jährlich 	Gemeinde, Gletscherbahnen, TV, HGv, Skischule, archeoParc, Bauern, Vereine, etc.	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Erhaltung und Förderung der Land- und Almwirtschaft: <ul style="list-style-type: none"> – Handbuch: landwirtschaftliche Produkte, Natur, Landschaft = Land- & Almwirtschaft – Schlachtraum im Tal (Kühlzelle) 	TV, MGM, Bauern, Gemeinde	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Verkehr/Mobilität: <ul style="list-style-type: none"> – Mobilcard, Skibus, Sommer-Gästepbus, etc. – Verkehrsberuhigungsmaßnahmen in den Dorfkernen – Ampel – eine Lösung finden 	Gemeinde, MGM, TV, Amt/Politik	2009/10	
<ul style="list-style-type: none"> Die kunsthistorischen Denkmäler besser inszenieren 	Gemeinde, TV	2009/10	
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.2. Maßnahmen „Touristische Betriebe“

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Begleitung von Hausgästen zu Veranstaltungen des Tales (z.B. Gästekonzerte im Ice-Dome) 	Gastwirte	Winter 2008/09	
<ul style="list-style-type: none"> Skirennen für Hoteliers und Mitarbeiter (eventuell auch auf andere Branchen ausweiten) 	Skischule (?)		
<ul style="list-style-type: none"> Rasche Schaffung der urbanistischen Voraussetzungen für qualitative und quantitative Erweiterungen 	Gemeinde	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Verwendung einheimischer/taleigener Produkte und Kennzeichnung derselben (z.B. Milchprodukte, Honig, etc.) 	Betriebe	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Bei Bedarf Kostenvoranschläge auch von den Handwerkern des Tales einholen 	Betriebe	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Thema „Qualität im Betrieb“ bei TV oder HGV Vollversammlung immer wieder ansprechen 	TV oder HGV	2009	
<ul style="list-style-type: none"> Schaffung einer Rubrik unter dem Arbeitstitel: „Schnalser Betriebe (Gastwirte, Handwerk, etc.) stellen sich vor ...“ im Schnalser Blattl 			
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.3. Maßnahmen „Touristische Sport- und Freizeiteinrichtungen“

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Schaffung eines Winderwanderweges in Kurzras (wenn möglich mit Beleuchtung) 	TV und Gemeinde	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> ... und einer Langlaufloipe im Tal (z.B. Gerstgras) 	TV	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Positionierung Kurzras als Sportdorf: Mehrzweckhalle, Eislaufplatz, Fitnessparcours und fürs Bogenschießen, etc. 	TV, Gemeinde, Kurzras	Mittel- bis langfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsamer Sport- und Freizeitkalender Schnals 	TV und Schnalser Blattl	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Projekt „Kurzras 2018“, um Kurzras attraktiver und ansehlicher zu gestalten 		Mittel- bis langfristig	
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.4. Maßnahmen „Touristische Organisation“

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Verbindung Ötzi & Schnals: Arbeitsgruppe gründen, Drucksorten, Corporate Identity, Homepage, Öffentlichkeitsarbeit, touristische Beschilderung 	TV, Gemeinde, archeoParc, Gletscherbahnen, Mitglieder		
<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsames Marketing: interne Absprache des Marketingkonzeptes und Teilnahmemöglichkeit der Betriebe 	TV, Gletscherbahnen, archeoParc, MGM		
<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsame Homepage 	TV, Gletscherbahnen, archeoParc, Skischule		
<ul style="list-style-type: none"> Kooperationen/Kontakte knüpfen mit: SMG, MGM, TV Naturns, verschiedenen Firmen (z.B. Nordica, Vist, Red Bull, Audi, etc.) 	TV, Gletscherbahnen		
<ul style="list-style-type: none"> Rechtlich prüfen, ob neu zu errichtende Betriebe von vorneherein verpflichtet werden können, Mitglied beim Tourismusverein zu werden 			
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.5. Maßnahmen Katharinaberg

Gerhard Müller und Peter Nischler

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Bei der Abzweigung nach Katharinaberg sollte ein besser sichtbares Hinweisschild auf das Dorf aufmerksam machen. Gleichzeitig sollte dort auch auf eventuelle Veranstaltungen hingewiesen werden können, damit Pendler, Tagesgäste und Einheimische auch über die einzelnen Veranstaltungen im Dorf informiert werden, da der normale Tagesgast sonst am Dorf vorbei fährt. 			
<ul style="list-style-type: none"> Ein weiterer Punkt wäre die Beschilderung beim Dorfeingang, der dortige Schilderwald sollte vereinheitlicht werden, damit die Dorfeinfahrt zur Visitenkarte des Dorfes wird. 			
<ul style="list-style-type: none"> Trimm-Dich-Weg oder Erlebnisweg als touristische Attraktion 			
<ul style="list-style-type: none"> Blumenschmuck bei Kirchenaufgang und an öffentlichen Plätzen 			
<ul style="list-style-type: none"> Öffentliches WC 			
<ul style="list-style-type: none"> Pavillon für öffentliche Veranstaltungen mit autofreiem Dorfplatz – langfristiges Ziel: den Verkehr mittels Tiefgaragen aus dem Dorfkern verbannen 		Langfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Moaralm touristisch besser nutzen, Erreichbarkeit und Bewirtschaftung (eine der ältesten Almen Tirols und eine einzigartige Kulturstätte) 			
<ul style="list-style-type: none"> Alte Wassermühlen in Dorfnähe wiederbeleben, zum Beispiel als Schaumühlen für Gäste 			
<ul style="list-style-type: none"> Mittelfristig Gesamtkonzept für Katharinaberg erarbeiten: wirtschaftliche und touristische Zukunft (Wie kann ein Dorf aus dem Dornröschenschlag wieder erwachen?) 			
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.6. Maßnahmen Karthaus

Karl Rainer und Steffi Grüner

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Karthaus</i> mit der Klosteranlage und den alten Gemäuern ist im Schnalstal ein historisches Juwel, des bis dato nicht vermarktet worden ist und daher bei der einheimischen Bevölkerung wenig bekannt. <p>Es gilt Maßnahmen zu setzen, um anhand der wechsellvollen und spannenden Geschichte des Klosters, ein kulturelles Erlebnis zu schaffen: für Einheimische, für Gäste aus dem Schnalstal und für Tagesgäste.</p> <p>Idealerweise sollte ein Gesamtkonzept erarbeitet werden: Das Vermittlungskonzept muss aus einem Guss sein, dem europäischen Standard entsprechen, gesamtheitlich wirken und einen einzigartigen Erlebniswert schaffen. Inhaltspunkte des Konzeptes sind unter anderem: Beschilderungen bis hin zu Museums- und Rahmenprogramme, virtuelle Geschichten, theatralische Inszenierungen u.v.m.</p>			✓
<ul style="list-style-type: none"> • Treffen mit Fachleuten: <ul style="list-style-type: none"> – Herr Paul Rösch, Direktor des Touriseum in Schloss Trauttmansdorff – Herr Josef Rohrer, derzeitiger Konzept-Ersteller für das Andreas Hofer Museum in Passeier und für das Touriseum – Frau Monika Gamper für das Projektmanagement und –umsetzung <p><i>Aus dem Treffen ging hervor, dass die Historiker und auch Frau Gamper grundsätzlich bereit sind, am Konzept mitzuarbeiten. Frühester Arbeitsbeginn könnte Anfang 2009 sein. Alle Anwesenden bezeugten, dass es gilt, das große Potential der Geschichte und der architektonischen Gegebenheiten zu nutzen und durch ein Gesamtkonzept erlebbar zu machen.</i></p>	<p>Stefania Grüner, Karl Rainer</p>	<p>August 2008</p>	✓
<ul style="list-style-type: none"> • Nun ist es wichtig, ein Grobkonzept mit Kostenvoranschlag einzuholen. 	<p>Josef Rohrer</p>	<p>November 08</p>	

Folgende Punkte würden zum Teil in das Konzept mit einfließen:

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Abzweigung Karthaus – Notwendigkeit auf das Dorf besser hinzuweisen z. B. durch Kunstwettbewerb Ideen und Vorschläge finden 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Dorfeingang nicht gerade einladend, auf der linken Seite sollte etwas geschehen, leere Hauswand – vielleicht verbessern durch einen Baum, einen Hinweis? 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Straße zum Parkplatz mit Verkehrs- und Verbotsschildern gekennzeichnet, Information -zum Dorfplatz und -zur Kartause wären besser 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Im Gesamten fehlen Orientierungsschilder für den Besucher 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Am Parkplatz erwartet den Gast ein kleiner Recyclinghof ohne Informationen zum Klosterdorf 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Wie soll der Besucher Karthaus konsumieren? Ein Shop, eine Art Bauernladen mit Schnalser Produkten wäre optimal. (Karthäuser Mönche hatten einen eigenen Kräutergarten) 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Wie in einem Museum fehlt auch in Karthaus eine ausführliche Beschreibung, ein Leitfaden für den Gast, welcher führt, Interesse weckt und vermittelt 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Vor Gartenzaun Hinweistafel kaputt 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Optische visuelle Führung durch die Klosteranlage, z.B. Kurzfilm am Kreuzgang-Eingang Dorfplatz 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Ehemaligen Eingang durch die Klosterpforte mit einplanen, beachten 	Soll ins Konzept einfließen		
<ul style="list-style-type: none"> Akzeptable Lösung für die Werbe- und Wahltafeln finden 			
<ul style="list-style-type: none"> Eine Original-Mönchszelle begehbar machen (zurzeit im privaten Besitz), Ablöse, Miete oder Kauf durch Gemeinde anstreben – Gespräch mit Besitzer 	Gemeinde Schnals	Bis Ende 2008	
<ul style="list-style-type: none"> Am Taleingang fehlender Hinweis (im gesamten Europa werden Kulturgüter mit eigenem Schild angekündigt) 	Gemeinde Schnals, TVS		

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> • Bezüglich der Anpassung an die Kartause und bezüglich der Erhaltung des Charakters wäre architektonisch sicherlich einiges zu verbessern und zu respektieren: z. B. hintere Fassade Kreuzgang, die Farbabstimmung der Häuser, welche eine Linie mit der Ringmauer bilden Aussprache mit Familie Santer, die gelbe Farbe zu ändern 	Gemeinde Schnals		
<ul style="list-style-type: none"> • Durchbruch der Ringmauer für Einfahrt, anstatt Asphalt sollte gepflastert werden. 	Gemeinde Schnals		
<ul style="list-style-type: none"> • Kasernengasse die Pflasterung verbessern 	Gemeinde Schnals	Wird gemacht	
<ul style="list-style-type: none"> • Bushaltestelle – fehlender Schutz oder Sitzplatz für Busreisende 	Gemeinde Schnals	In Bearbeitung	
<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsregelung Karthaus, zu hoher Busverkehr? Schrittweises Hinführen: Auto- und Busfrei 	Gemeinde Schnals		
<ul style="list-style-type: none"> • Erlebniswert vom Dorf steigern: z.B. Erweiterung Abendprogramm im Monat Juni, Juli und September 	TVS		
<ul style="list-style-type: none"> • Früher war der Dorfplatz in Karthaus vermehrt Treffpunkt für die Bevölkerung – und zwar war dieser Ort der Baum, wo jetzt der Dorfbrunnen steht. Ursprüngliches Projekt vom Künstler Rainer Martin waren Granitblöcke rundherum um diesen „Platz des sich Treffens“ wieder herzustellen. Diese Idee sollte wieder aufgenommen und realisiert werden. Für das soziale Miteinander und für einen Ort der Begegnung. 	Gemeinde Schnals		
<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserungen anzustreben im Beet unter den drei Kreuzen neben dem Friedhof. 	Gemeinde Schnals	In Bearbeitung	
<ul style="list-style-type: none"> • Vor dem Friedhof für Pflanzenmüllcontainer einen geeigneten Platz suchen. 	Gemeinde Schnals	In Bearbeitung	
<ul style="list-style-type: none"> • 			
<ul style="list-style-type: none"> • 			

8.7. Maßnahmen Vernagt

Peter Rainer, Martin Spechtenhauser und Frank Raffeiner

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Der Parkplatz beim Staudamm sollte erweitert und auch asphaltiert oder zumindest mit einem harten Belag versehen werden. Hier müssen in nächster Zeit Gespräche mit der Gemeindeverwaltung und den Etschwerken geführt werden. <p>Im Zuge der Erweiterung des Parkplatzes könnte auch der Verbindungsweg zwischen beiden Parkplätzen verbreitert und mit einem Zaun abgesichert werden.</p> <p>Ebenfalls könnte im Zuge dieser Arbeiten am Staudamm ein kleiner Infopoint (Tafel oder sonstiges als Hinweis auf den Ausgangspunkt zur Ötzi-Fundstelle) evtl. auch mit WC's (Toilettenbenutzung gegen Bezahlung) errichtet werden.</p>			
<ul style="list-style-type: none"> Der Wanderweg auf der orographisch rechten Seite des Vernagtsees sollte verbreitert und an einigen Stellen mit einem Zaun besser abgesichert werden. Frühester Termin: Frühjahr/Sommeranfang 2010. Sollte ein Themenweg rund um den gesamten Stausee errichtet werden, was sehr interessant wäre, dann bedarf es einer genaueren und längerfristigen Planung, wodurch sich der Termin für den Ausbau des Weges verschieben dürfte. <p>Für einen Themenweg gäbe es genug interessante Themen: Stausee und Stromgewinnung, Schafübertriebe, Ausgangspunkt zur Ötzi-Fundstelle und jahrtausende alte Übergänge, einige der höchstgelegenen Bauernhöfe, usw.).</p>		2010	
<ul style="list-style-type: none"> Beim Staudamm sollte ein Zebrastreifen quer über die Landesstraße zur Abzweigung des Forstweges zum Tisen- und Raffeinhof eingezeichnet werden. 	Straßenverwaltung	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Die Straßenlampen sind rostig und müssen neu gestrichen werden. 	Gemeinde	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

Karl J. Rainer

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> • Prüfen ob der Stausee touristisch genutzt werden kann 			
<ul style="list-style-type: none"> • Die Entstehungsgeschichte des Stausees touristisch nutzen u.a. durch die Errichtung eines Dokumentationszentrums, das Innere des Stollens zugänglich machen, etc. 	Etschwerke und Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> • Bei Beginn der Staudammkrone Bildtafeln (Schautafeln) mit Texten und Daten zum Stausee errichten 	Etschwerke		
<ul style="list-style-type: none"> • Einen Spielplatz für Familien mit Kindern errichten 			
<ul style="list-style-type: none"> • Errichtung eines Rundkurses um den See für Fahrradfahrer 	Land, Gemeinde, Etschwerke, Forstbehörde		
<ul style="list-style-type: none"> • Beim Tisenhof eine Hinweistafel anbringen „Der letzte Weg Ötzi's“ 	archoParc		
<ul style="list-style-type: none"> • Den Wasserfall beim Marcheggatal zugänglich machen 	TV Schnals		
<ul style="list-style-type: none"> • 			
<ul style="list-style-type: none"> • 			

8.8. Maßnahmen Unser Frau

Karl J. Rainer und Dietmar Weithaler

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Realisierung eines Gehsteiges von der Kirche zum archeoParc bis zum Mitterhof 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> „Alt Hütt“ öffentlich zugänglich machen (Bauernmuseum) 			
<ul style="list-style-type: none"> Organisation eines Schnalsernudelfestes 	Vereine		
<ul style="list-style-type: none"> Weiterer Ausbau des Kinderspielplatzes 	Gemeinde und Familienverband		
<ul style="list-style-type: none"> Einige Ensembles in Unser Frau unter Schutz stellen 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Weiterer Ausbau und Pflege des Kinderspielplatzes sowie diesen wintertauglich machen 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Rodelbahn mit Beleuchtung und Einstieg Loipe in der Wiese neben dem Vereinshaus bzw. Kinderspielplatz 	Gemeinde und Wirte		
<ul style="list-style-type: none"> Einige Ensembles in Unser Frau unter Schutz stellen 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Langlaufloipe errichten von Unser Frau bis Raindl und zurück über die Wiese Brugghof 	Gemeinde und TV		
<ul style="list-style-type: none"> Verbreiterung des „Brandweges“ von Unser Frau bis Karthaus, sodass er auch als Winterwanderweg genutzt werden kann 	Gemeinde und TV		
<ul style="list-style-type: none"> Themenwege zu sagenumwobenen Geschichten des Tales z.B. Kasemandl in Mastauntal, Tuiflstoan in Raindl, LorgnLoch bei Mastaun, etc. 	Gemeinde, TV, HGv		
<ul style="list-style-type: none"> Bushaltestellen in Unser Frau attraktiver gestalten. Zudem eine neue Haltestelle bei archeoParc bzw. Rondell. 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Schaffung eines Dorkerns in Unser Frau zum Beispiel beim archeoParc 	Gemeinde		

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Neben der Straße im Sommer mähen z.B. beim Rondell am archeoParc. 			
<ul style="list-style-type: none"> Vermeiden, dass die öffentlichen Parkplätze im Unterdorf und Oberdorf als Abstellplatz genutzt werden für z.B. Steine (im Unterdorf) oder Baumstämme (Oberdorf). 		Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Die Werbetafeln am öffentlichen Parkplatz im Oberdorf entfernen. 	Gemeinde	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Beleuchtung und Beschilderung der öffentlichen Parkplätze im Oberdorf und im Unterdorf, damit die Gäste gleich sehen, dass da ein Parkplatz ist. 	Gemeinde	Kurzfristig	
<ul style="list-style-type: none"> Infopoints in den jeweiligen Orten installieren, wo das gesamte Tal beschrieben ist. 	Gemeinde, TV	Langfristig	
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.9. Maßnahmen Kurzras

Martina Gurschler, Leoluis Weithaler und Karl J. Rainer

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Grundsätzlich das Ortsbild verbessern: Gras mähen, Blumenschmuck, sauber halten der Gehsteige, etc. 	Alle Bewohner	Ab sofort	
<ul style="list-style-type: none"> Lösung des Problems „Müll/Müllcontainer“ für Tagesgäste 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Die kaputte Telefonkabine entfernen 			
<ul style="list-style-type: none"> Die vergilbte Tafel „Ötzi Show Galerie“ erneuern 			
<ul style="list-style-type: none"> Schlucht zum „Unteren Berg“ zugänglich machen 	TV und Land		
<ul style="list-style-type: none"> Wasserwaal vom „Unteren Berg“ heraus wieder in Gang setzen 	Land und TV		
<ul style="list-style-type: none"> Überlegen ein Dokumentationszentrum zum: <ul style="list-style-type: none"> a) Kurzhof (ehemals höchster Berghof Südtirols) und b) zum Alpinismus im Tal (Bergsteigen, Schi fahren, etc.) errichten 	Gemeinde, Gletscherbahnen		
<ul style="list-style-type: none"> Bau von Verbindungswegen: <ul style="list-style-type: none"> – von der Bergstation Roter Kofel zum Alpegg – vom Hasenkofel zum Weg Nr. 1 – von der Lazaunalm zur Lagaunalm 			
<ul style="list-style-type: none"> Wünschenswerte Investitionen bei den Gletscherbahnen: <ul style="list-style-type: none"> – Alle Pisten mit künstlicher Beschneigung versehen (<i>besonders wichtig</i>) – Bau eine Parallelseilbahn – Neubau des Sesselliftes Lazaun – Errichtung eines Abstellplatzes für Camper 	Gletscherbahnen		
<ul style="list-style-type: none"> Wiederherstellung des Parcours für Bogenschießen und des Fitnessparcours 	TV		
<ul style="list-style-type: none"> Errichtung eines kleinen Langlaufzentrums bei den Gerstgrashöfen 	TV		

Was?	Wer?	Wann?	✓
<ul style="list-style-type: none"> Planung und Realisierung eines attraktiven Kinderspielplatzes (Kinderpark für Familien) 	Gemeinde, TV, Betriebe in Kurzras		
<ul style="list-style-type: none"> Errichtung eines Mehrzweck-Sportzentrums, wo u.a. auch Platz für die Feuerwehr, Skiclub, Ambulatorium, Après-Ski, etc. vorgesehen werden soll 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Adaptierung des Schwimmbades an heutige Anforderungen 			
<ul style="list-style-type: none"> Radweg/Winterwanderweg entlang der Straße errichten (eventuell als Themenweg gestalten und beleuchten) 			
<ul style="list-style-type: none"> Erneuerung der Straßenbeleuchtung 	Gemeinde		
<ul style="list-style-type: none"> Überlegen in Kurzras traditionelle Holzzäune aufzustellen, um das Erscheinungsbild zu verbessern (dabei muss berücksichtigt werden, dass diese Zäune im Winter beseitigt werden müssen) 			
<ul style="list-style-type: none"> 			
<ul style="list-style-type: none"> 			

8.10. Projekte

Nachfolgende Themen können bzw. sollen im Jahr 2009 als Projekte von Arbeitsgruppen bearbeitet werden:

- Das Schnalstal – Ötzi's Heimat
- Verbesserung der Kommunikation im Tal
- Taleigene Produkte vermehrt verwenden
- Wünschenswerte Entwicklung in Kurzras
- Inszenierung der kulturellen Stätten
- Laufende Projekte zwischen Tourismusverein und MGM/SMG

9. Überlegungen zur quantitativen Bettenentwicklung im Allgemeinen und zur Ausweisung von neuen Tourismuszonen im Speziellen

Die Annäherung an die wünschbare und für das Schnalstal sinnvolle quantitative Bettenentwicklung – vor allem in Hinblick auf die Ausweisung von neuen Tourismuszonen – erfolgt über mehrere Zugänge:

- Analyse der Daten – siehe Pkt. 3
- Einschätzung der Arbeitsgruppe wie sich die Betten in den einzelnen Kategorien entwickeln sollen
- Auswertung des Fragebogens der an alle gewerblichen Betriebe verschickt wurden
- Fachliche Einschätzung des Beraterteams
- Zusammenfassende Bewertung und Vorschlag für die Ausweisung von Tourismuszonen

9.1. Wünschbare Bettenentwicklung im Schnalstal 2018 (Einschätzung der Arbeitsgruppe)

	2007				2018	
	Betriebe	in %	Betten	in %	Betten	in %
4 Sterne und 5 Sterne	0	0,0	0	0,0	400 - 450	ca. 12,9
3 Sterne	16	24,6	1.505	63,2	1.600 - 1.700	ca. 54,8
2 Sterne	13	20,0	425	17,8	450 - 500	ca. 14,5
1 Stern	2	3,1	31	1,3	30 - 40	ca. 1,0
Gewerblich gesamt	31	47,7	1.961	82,3	2.480 - 2.690	ca. 83,2
Privatvermieter/UadB	19	29,2	210	8,8	250 - 300	ca. 8,4
Ferienwohnungen	15	23,1	211	8,9	250 - 300	ca. 8,4
Sonstige	0	0,0	0	0,0	offen ^{*)}	
Nicht-gewerblich ges.	34	52,3	421	17,7	500 - 600	ca. 16,8
Gesamt	65	100,0	2.382	100,0	2.980 - 3.290	100,0

^{*)} ca. die Hälfte der befragten Personen sind der Meinung, dass ein Campingplatz im Schnalstal wünschenswert wäre

- Die Einschätzung der Arbeitsgruppe ergibt, dass es wünschenswert und sinnvoll wäre, wenn im Schnalstal in den nächsten 10 Jahren zusätzlich bis zu ca. 900 Gästebetten entstehen könnten. Zusätzlich geben ca. die Hälfte der Befragten an, dass ein Campingplatz im Schnalstal wünschenswert wäre.
- Zudem wird das Potenzial an Betten, das lt. derzeit bestehenden gesetzlichen Bestimmungen errichtet werden könnte auf maximal 400 Betten geschätzt.

9.2. Auswertung Fragebögen Betriebe – September 2008

Der Fragebogen wurde an die 31 gewerblichen Betriebe im Schnalstal verschickt.

Kategorie	Abgegebene Fragebögen	Derzeit gemeldete Betten	Wie viel zusätzliche Betten könnten Sie lt. derzeit bestehenden gesetz. Bestimmungen errichten?	Planen Sie darüber hinaus Ihren Betrieb in den nächsten 5 – 7 Jahren quantitativ zu erweitern?	Wenn ja, um wie viele Betten möchten Sie Ihren Betrieb zusätzlich vergrößern?
3 + 4 Sterne	14	1.134	2 Betriebe = keine Antwort 3 Betriebe = 0 Betten 8 Betriebe = ca. 120 Betten	5 Betriebe = ja 9 Betriebe = nein	5 Betriebe = ca. 150 Betten
2 + 1 Sterne	6	179	6 Betriebe = ca. 130 Betten	4 Betriebe = ja 2 Betrieb = nein	4 Betriebe = 120 Betten
Gesamt	20	1.313	14 Betriebe = 250 Betten	9 Betriebe = ja 11 Betriebe = nein	9 Betriebe = 270 Betten

Der Rücklauf der Fragebogenaktion ist mit fast 65 % sehr gut. Die abgegebenen Fragebögen repräsentieren mehr als 2/3 aller gewerblichen Betten. Die 3- und 4-Sterne-Betriebe haben fast alle geantwortet (14 von 16). Bei den 2- und 1-Sterne-Betrieben haben 6 von 15 Betrieben (= 40 %) geantwortet. Nachfolgende Tabelle zeigt, wie viel Prozent der Betriebe bzw. der Betten die abgegebenen Fragebögen repräsentieren:

Kategorie	Betriebe			Betten		
	Anzahl	Abgegeben	in %	Anzahl	Abgegeben	in %
3 + 4 Sterne	16	14	87,5 %	1.505	1.134	75,3 %
2 + 1 Sterne	15	6	40,0 %	456	179	39,3 %
Gesamt	31	20	64,5 %	1.961	1.313	67,0%

Auf die Frage, wie viel zusätzliche Betten lt. quantitativen und qualitativen Erweiterungsgesetz derzeit errichtet werden könnten, gaben 14 Betriebe an, dass sie 250 Betten errichten könnten. Geht man – wie aus obiger Tabelle ersichtlich – davon aus, dass die Fragebogenaktion die Ergebnisse von ca. 2/3 der bestehenden Betriebe und auch der bestehenden Betten repräsentiert, würde das – rechnet man diese Zahlen hoch – bedeuten, dass lt. bestehenden gesetzlichen Bestimmungen ca. 380 Betten in der Gemeinde Schnals entstehen könnten.^{*)} Diese Hochrechnung stimmt ziemlich exakt mit der Einschätzung der Arbeitsgruppe überein, die das Potenzial an Betten – ohne Ausweisung von neuen Tourismuszonen – auf maximal 400 Betten einschätzt.

Es handelt sich hierbei um ein theoretisches Potenzial an Betten, das lt. bestehenden gesetzlichen Bestimmungen errichtet werden könnte, das aber sicherlich zum Teil überhaupt nicht (weil die Unternehmer kein Interesse haben) und zum Teil nur dann realisiert wird, wenn damit eine größere quantitative Erweiterung (Stichwort „Ausweisung einer Tourismuszone“) der Betriebe möglich wird.

In anderen Worten: Es ist davon auszugehen, dass ein Teil des Erweiterungspotenzials – lt. qualitativen und quantitativen Erweiterungsgesetz – nur dann genutzt wird, wenn die Betriebe mehr Betten errichten dürfen, als dies derzeit möglich ist. Diese These wird durch die Antworten auf die Frage 2 „Planen Sie darüber hinaus Ihre Betriebe quantitativ zu erweitern?“ untermauert: von den 14 Betrieben – die angeben derzeit ca. 250 Betten errichten zu können – gaben 9 Betriebe an, dass sie ihren Betrieb über die derzeit bestehenden gesetzlichen Bestimmungen hinaus erweitern möchten. Das zusätzlich gewünschte Erweiterungspotenzial wird von den 9 Betrieben mit 270 Betten angegeben. Rechnet man auch diese Zahlen hoch,^{**)} so kommt man auf ein zusätzliches gewünschtes Erweiterungspotenzial durch Ausweisung von Tourismuszonen für bestehende Betriebe von ca. 420 Betten.

Zusammenfassend kann festgestellt werden:

- Das Erweiterungspotenzial lt. bestehenden gesetzlichen Bestimmungen wurde in den letzten Jahren von den Betrieben kaum genutzt. Gründe hierfür sind vor allem finanzieller Natur.
- Es gibt im Tal mehrere Tourismustreibende, die daran interessiert sind, ihre Betriebe lt. bestehender gesetzlicher Bestimmungen und darüber hinaus zu entwickeln.

^{*)} Erklärung: 250 Gästebetten, die errichtet werden können, sind ca. 66 % der Gesamtbetten, die lt. bestehenden gesetzlichen Bestimmungen erreicht werden können. Demnach könnten – rechnet man das hoch – ca. 380 Gästebetten errichtet werden.

^{**)} Wir gehen also davon aus, dass 270 Betten 65 % des Erweiterungspotenzials ausmachen, das sich alle bestehenden Betriebe über die derzeit geltenden gesetzlichen Bestimmungen hinaus wünschen; 100 % sind dementsprechend ca. 420 Betten.

9.3. Warum braucht das Schnalstal neue Tourismuszonen?

Grundsätzliche Überlegungen für das Schnalstal

Bei der Definition der wünschbaren Bettenanzahl für das Schnalstal im Jahr 2018 ist es wichtig, dass – wie oben erwähnt – folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie viel neue Betten entstehen durch die bereits bestehenden Möglichkeiten Betriebe qualitativ und quantitativ zu erweitern?

Antwort: Wie oben erwähnt, kann man davon ausgehen, dass durch die qualitativen und quantitativen Erweiterungsmöglichkeiten theoretisch zwischen 300 und 400 neue Betten entstehen könnten (optimistische Einschätzung). Es ist jedoch davon auszugehen, dass maximal 250 (optimistische Einschätzung der Arbeitsgruppe) neue Betten durch die Anwendung des qualitativen und quantitativen Erweiterungsgesetzes entstehen werden.

- Wie viele Betten (sowohl gewerblich als auch privat) gehen aus unterschiedlichen Gründen (weil nicht mehr wirtschaftlich, weil keine Nachfolger, etc.) in den nächsten Jahren „verloren“?

Antwort: Die Arbeitsgruppe schätzt, dass in bestehenden Betrieben (gewerblich und nicht-gewerblich) mindestens 100 – 150 Betten in 10 Jahren nicht mehr vermietet werden!

- **Das heißt zusammenfassend:** Falls keine neue Tourismuszonen ausgewiesen werden sollten, wird das Schnalstal in 10 Jahren – durch die qualitativen und quantitativen Erweiterungsmöglichkeiten einerseits und durch den Wegfall von bestehenden Betten andererseits – über maximal 100 Betten mehr als heute verfügen, das wären ca. 2.500 Betten. Es besteht jedoch die Gefahr, dass sich die Tendenz der letzten 15 Jahre fortsetzt und das Schnalstal effektiv an Betten verliert (im Jahr 1991 verfügte das Schnalstal noch über ca. 2.600 Gästebetten).

Warum benötigt die Gemeinde Schnals neue Tourismuszonen?

- Weil im Schnalstal höher klassifizierte Betriebe im 4- und mehr Sterne-Segment fehlen.
- Weil man bestehenden Betrieben die Möglichkeit einräumen möchte, sich nicht nur qualitativ, sondern auch quantitativ zu entwickeln.
- Um bestehenden und neuen Betrieben die Möglichkeit zu geben, betriebswirtschaftlich sinnvolle Betriebsgrößen zu realisieren. Dadurch können auch Vertriebskanäle besser genutzt werden (z.B. Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern) um internationaleres Publikum anzusprechen.
- Weil Leitbetriebe fehlen (über die Gemeindegrenze hinaus bekannte Betriebe, die selbst die Marketingkraft haben, eine eigene Gästeschicht anzusprechen).
- Um die Förderkapazität der Gletscherbahnen besser auszulasten und so diese für das Tal so wichtige Infrastruktur wirtschaftlich zu sichern.
- Um neue Zielgruppen (z.B. Campinggäste) anzusprechen.
- Um die Wertschöpfung im Tal zu steigern.
- Um die Wirtschaftlichkeit der Gastronomiebetriebe, aber auch der Handwerksbetriebe zu steigern.
- Um das Preisniveau zu steigern (die Preisspirale nach oben drehen).
- Um im Tal attraktive Arbeitsplätze im Bereich Tourismus zu schaffen.
- Um das Image des Tales zu verbessern.

- Um den Wirtschaftsmotor des Tales – den Tourismus – zu stärken.
- Um die finanzielle Ausstattung des Tourismusvereins zu erhöhen.
- Um mehr Steuereinnahmen für die Gemeinde zu erreichen.
- Um bestehenden und neuen Betrieben die Möglichkeit zu geben, betriebswirtschaftlich sinnvolle Betriebsgrößen zu realisieren. Dadurch können auch Vertriebskanäle besser genutzt werden (z.B. Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern) um internationaleres Publikum anzusprechen.
- Das Gebiet der Gemeinde Schnals ist so groß, dass die heutige und die zukünftig angestrebte Bettenanzahl nicht negativ auffällt (auch wenn das Verhältnis Einwohner zu Betten deutlich über 1:1 liegt).

9.4. Neue Tourismuszonen im Schnalstal: kurz-, mittel- und langfristige Zielsetzungen der Gemeinde

- ⊕ Der Tourismus ist das wichtigste wirtschaftliche Standbein in Schnals. Der Tourismus soll und muss für die Zukunft abgesichert werden.
- ⊕ Die negative Tendenz, bei der Bettenentwicklung in den letzten Jahren soll gestoppt werden.
- ⊕ Vor allem bestehende Betriebe sollen die Möglichkeit haben, sich kapazitätsmäßig so zu entwickeln, wie es ihren Vorstellungen entspricht.
- ⊕ Der Tourismus im Schnalstal braucht neue Impulse. Die Errichtung von Leitbetrieben (sowohl dass sich bestehende Betriebe dorthin entwickeln als auch, dass neue Leitbetriebe entstehen) kann dabei sehr hilfreich sein.
- ⊕ Durch zusätzliche Betten können die Auslastung der wesentlichen Freizeiteinrichtungen im Schnalstal – nämlich der Schnalstaler Gletscherbahnen und des archeoParcs – verbessert und so deren Überlebensfähigkeit garantiert bzw. deren Wirtschaftlichkeit erhöht werden.

9.5. Fachliche Einschätzung des Beraterteams

Allgemeine Überlegungen:

Die Grenzen der touristischen Entwicklung in der Gemeinde werden durch die Entwicklung der touristischen Betriebe transparent. Eine Gemeinde ist touristisch nur so gut wie die Summe der Betriebe. Die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe stellen also die Basis jeder Tourismusentwicklung dar. Durch die gesetzlichen Bestimmungen war die Entwicklung in den einzelnen Betrieben nur eingeschränkt möglich.

Nun geht es darum, ein Bettenkontingent festzulegen, das einerseits die Gefahr der „Kannibalisierung“ der bestehenden Tourismusbetriebe durch neu eintretende Mitbewerber bzw. durch die Erweiterung von bestehenden Betrieben minimiert und andererseits für die einzelnen Betriebe sinnvolle Entwicklungsmöglichkeiten zulässt. Dabei sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Druck auf die Betriebsgröße kommt von (siehe dazu auch nächste Seiten):
 - der Kostenseite (Fixkostendegression ab einer gewissen Bettenanzahl)
 - der Mitarbeiterseite (klare Einteilung ist möglich)
 - Bedürfnis/Nachfrage der Gäste nach mehr Freizeiteinrichtungen
 - der strategischen Planung des Betriebes
 - den Nachfolgern
 - der steuerlichen Seite (kleine Betriebe sind benachteiligt)

„Familienbetriebe „leiden“ sehr oft an der übertriebenen Bürokratie und an den steigenden Anforderungen in den Bereichen Finanzierung, Marketing, Qualität, Mitarbeiter, neue Medien, Innovation, etc. Diese Anforderungen können von einzelne Personen bzw. von einem Ehepaar kaum noch erfüllt werden!“

Manfred Kohl

- Die Tourismusbranche ist nicht mehr so profitabel, dass Investitionen in die Quantität und/oder Qualität ohne Probleme amortisiert werden können. Eine fundierte betriebswirtschaftliche Bewertung der Investitionen ist unbedingt notwendig! Wachstum soll in diesem Sinne als Chance und nicht als Notwendigkeit gesehen werden. Anzumerken ist in diesem Zusammenhang, dass Kapazitätserweiterungen keineswegs ein Muss darstellen bzw. innerhalb weniger Jahre vonstatten zu gehen haben, sondern vielmehr eine Chance, dass sich Betriebe in einem sinnvollen aber auch beschränkten Maße entwickeln können.
- Es muss natürlich auch berücksichtigt werden, dass die Gefahr besteht, dass im Schnalstal in den nächsten Jahren eine gewisse Anzahl an Betten verloren geht (weil nicht mehr wirtschaftlich, weil kein Nachfolger, weil veraltet, etc.).
- Die Gemeinde definiert die maximale Anzahl von neuen Betten, die durch die Ausweisung von Tourismuszonen in den nächsten 10 Jahren entstehen können. Es ist nicht absehbar, ob diese Betten auch errichtet werden.
- Es muss eine gewisse Mindestanzahl an „Mehr-Betten“ definiert werden, damit es von Seiten der Unternehmer zu keinem „Run“ (unüberlegtes und voreiliges Agieren) kommt: Angst etwas zu verpassen, kann zu Fehlinvestitionen führen!
- Tourismusorte entwickeln sich besonders dann erfolgreich, wenn es mehrere Leitbetriebe gibt, die einen Mitzieheffekt auslösen. Leitbetriebe verfügen erfahrungsgemäß über mindestens 100 Gästebetten.

Betriebsgrößenklassen in der Hotellerie

	40 – 50 Betten “Mama-Papa-Betrieb“	50 – 90 Betten “Mittlerer Betrieb“	90 – 200 Betten “Managementfähiger Betrieb“	Ab 200 Betten “Fremdführbarer Betrieb“
Charakteristika	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher persönlicher Einsatz der Unternehmerfamilie • Wenig Freizeiteinrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teilweise Abteilungsorganisation • Freizeiteinrichtungen wären notwendig • Die volle Hotelinfrastruktur (Technik, EDV, Küche, Rezeption, Wäscherei,...) wird notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Aufgaben der Unternehmerfamilie ändern sich: Die Schwerpunkte liegen in der Planung, Organisation, Führung, Marketing, Kontrolle (die operative Arbeit muss weniger werden) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 100 Zimmer • Managementfirma als Betreiber oder angestellter Direktor • „Rückzug“ auf das Eigentum
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Max. 1 teurer Mitarbeiter (meistens der Chefkoch) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrere teure Mitarbeiter (Kaderkräfte) wären notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> • In allen Bereichen Kaderkräfte • Abteilungsleiter werden Abteilungsunternehmer 	<ul style="list-style-type: none"> • Profit-Center-Organisation- wird möglich • Abteilungsleiter werden Abteilungsunternehmer
Weiterentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie soll sich der Betrieb weiterentwickeln? 	<ul style="list-style-type: none"> • Druck auf mehr Betten • Schwierige Betriebsgröße 	<ul style="list-style-type: none"> • Cash-Flow-Potenzial steigt mit der Fixkostendegression • Hohes Potenzial der Weiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung zum Hotel-Ressort

Vorteile von Betrieben mit mehr als 90 Gästebetten:

- Umfangreiche infrastrukturelle Einrichtungen für den Gast
- Großer Teil der Dienstleistungskette aus einer Hand
- Kompetente und einheitliche Führung
- Positionierung als „Marke“ ist möglich
- Strategische Planung
- Verbessertes Zugang zum Markt für Fremd- und Eigenkapital
- Sichert nachhaltige Wettbewerbsvorteile
- Fixkostendegression (vor allem bei den Mitarbeiterkosten) beginnt zu greifen

Spezielle Überlegungen für das Schnalstal

- Das Schnalstal ist eine attraktive Feriendestination – sowohl im Sommer als auch im Winter.
- Das Schnalstal hat in den letzten 15 Jahren mehr als 100 Betten (= 4 – 5 %) verloren. Der Rückgang ist vor allem auf die Rückgänge im nicht-gewerblichen Bereich zurückzuführen.
- Die touristische Nachfrage entwickelte sich in den letzten 20 Jahren schwankend: von 1987 bis 1997 gab es ein Plus von ca. 11 % von 1997 bis 2007 ein Minus von ca. 6 %. Im Jahr 2008 konnten die Nächtigungen stark gesteigert werden und erreichten mit mehr als 340.000 einen neuen Höchststand.
- Obwohl es im Schnalstal – und hier speziell in Kurzras – einige größere Betriebe gibt, kann aus fachtouristischer Sicht festgestellt werden, dass es der touristischen Entwicklung im Schnalstal gut tun würden, wenn mehr gut vermarktete Hoteleinheiten (von der Kapazität und der Profilierung der Betriebe her gesehen) entstehen würden.
- Professionell geführte Hotelbetriebe mit Leitbildcharakter können einen wichtigen Entwicklungsimpuls für den Tourismus im Tal darstellen. Voraussetzungen dafür sind:
 - Die Betriebe sollten über ein Ganzjahreskonzept verfügen, mit dem man in der Lage ist, eine hohe Auslastung zu erreichen.
 - Die Betriebe sollten auch neue Zielgruppen für das Schnalstal ansprechen. Daher sollte das Konzept eine sinnvolle Ergänzung des touristischen Angebots ermöglichen (statt eine Verdrängung bestehender Betriebe).
- Gemäß Positionierung möchte das Schnalstal das Thema „Bergerlebnis“ zukünftig in den Mittelpunkt stellen. Die touristische Botschaft „Ötzi's Heimat“ greift zudem eine der bekanntesten „Persönlichkeiten Südtirols“ auf.
- Zudem wurden von der Arbeitsgruppe für die verschiedenen Bereiche Maßnahmen definiert, um das Angebot insgesamt zu verbessern.
- Zusammenfassend kann aus Expertensicht festgestellt werden, dass es für das Schnalstal empfehlenswert ist, wenn Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit sich das touristische Angebot im Schnalstal – sowohl durch die Erweiterung von bestehenden Betrieben als auch durch die Errichtung von neuen Betrieben – qualitativ und quantitativ verbessern kann. Das Schnalstal braucht einen neuen Entwicklungsschub auf allen Ebenen!

9.6. Zusammenfassende Bewertung und Vorschlag für die Ausweisung von Tourismuszonen

Aufgrund:

- der angestellten Erhebungen und Bewertungen
- der Analyse der statistischen Daten
- der Stärken/Schwächen- und Chancen/Risiko-Analyse
- der definierten Positionierung
- der Zielsetzungen und
- vor allem der Überlegungen zur quantitativen Bettenentwicklung im Schnalstal

kommt die Arbeitsgruppe zu **folgendem Vorschlag** für die Ausweisung von Tourismuszonen in der Gemeinde Schnals:

- Das Schnalstal sollte im Jahr **2018 nicht mehr als über 3.300 Gästebetten** in gewerblichen und nicht-gewerblichen Unterkünften verfügen.

- **Zusätzlich sollten ein Campingplatz bzw. mehrere Campingplätze** mit insgesamt nicht mehr als 200 Stellplätzen in Schnals errichtet werden können (um einerseits den vielen Wohnmobilen einen Platz zu bieten und um andererseits eine neue interessante Zielgruppen anzusprechen).
- Geht man davon aus, dass der „Überschuss“ – wie oben errechnet zwischen qualitativer und quantitativer Erweiterungsmöglichkeit einerseits und „Schließung“ von bestehenden Betten andererseits – ca. 100 Betten beträgt, heißt das, **dass in neu auszuweisenden Zonen für touristische Einrichtungen die Möglichkeit geschaffen werden sollte, 800 Betten zu errichten.**^{*)}
- Von den 800 neuen Betten, die in auszuweisenden Zonen für touristische Einrichtungen zur Beherbergung errichtet werden können, sollen mindestens **300 Betten** (d.h. bei entsprechender Nachfrage können es auch mehr sein) **außerhalb von Kurzras** für Erweiterungen von bestehenden Betrieben (Zonen in welchen bereits gastgewerbliche Betriebe lt. Gastgewerbeordnung bestehen) und für neu zu errichtende Betriebe (neue Zonen für touristische Einrichtungen) reserviert werden.
- **Maximal 500 Betten** können in neu zu errichtenden Betrieben **in Kurzras** entstehen.
- **Neue Betriebe** (= neue Zonen für touristische Einrichtungen) müssen mindestens als **4-Sterne-Betriebe** kategorisiert werden.
- Die **maximale Zimmeranzahl** – sowohl für bestehende Betriebe, die erweitern möchten als auch für neu anzusiedelnde Betriebe – wird mit **80 Zimmern** festgelegt. Bei Vorlage von konkreten Projekten kann der Gemeinderat die Zimmeranzahl verändern.
- Um Spekulationen vorzubeugen, werden ausgewiesene Tourismuszonen, die innerhalb von 5 Jahren nicht verbaut sind, von der Gemeinde urbanistisch zurückgewidmet.
- **Vorgehensweise bei der Ausweisung von Tourismuszonen**
 - Die Gemeinde soll die Absicht neue Tourismuszonen auszuweisen öffentlich bekannt machen, nachdem vorliegendes Konzept von der Landesregierung genehmigt wurde.
 - Es soll aber auch darauf hingewiesen werden, dass es auch zu einem späteren Zeitpunkt möglich ist, für die Ausweisung einer Tourismuszone anzusuchen. Bei den Unternehmern darf nicht der Eindruck entstehen, entweder jetzt oder nie!

*) Bestehende Betten	= ca. 2.400
„Überschuss“	= ca. 100
<u>Summe</u>	<u>= ca. 2.500</u>

Die Differenz zwischen den gewünschten 3.300 Betten und den errechneten Betten beträgt 800 Betten.

10. Zur Umwelt- und Raumverträglichkeit

Die Gemeinde hat bezüglich Flächenwidmung für die Bereiche Wohnbau und Gewerbe vorgesorgt. Die ausgewiesenen Zonen für diese Bereiche wurden so angelegt, dass sie das urbanistische Gefüge im Tal möglichst nicht bzw. nur geringfügig beeinträchtigen. Größere Bauvorhaben sind von der Gemeinde in den nächsten Jahren nicht geplant, sodass diesbezüglich auch keine Auswirkungen auf die Siedlungsentwicklung und die Umwelt zu erwarten sind.

Der Bevölkerung des Schnalstales ist bewusst, dass die besondere Natur- und Kulturlandschaft die wesentliche Basis für ihre eigene Lebensqualität darstellt, aber auch das wichtigste Kapital ist, um im Tourismus langfristig erfolgreich zu sein. Dem Landschafts- und Naturschutz gebührt deshalb eine hohe Priorität. Das soll aber nicht heißen, dass man im Schnalstal nichts mehr tun darf! Ganz im Gegenteil: Mehrere touristische Infrastrukturen im Schnalstal „leiden“ u.a. an einem Investitionsrückstau. Hier ist Handlungsbedarf sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht gegeben! Durch die Ausweisung von Tourismuszonen soll das wirtschaftliche „Zugpferd Tourismus“ einen wichtigen Entwicklungsimpuls bekommen und nachhaltig abgesichert werden. Die Erweiterung von bestehenden bzw. die Errichtung von neuen Hotelbetrieben bzw. Campingplätzen sollen natürlich so umweltschonend wie möglich erfolgen. Die Gemeindeverwaltung wird darauf achten, dass keine „Fremdkörper“ entstehen, die sich negativ auf das einzigartige Landschaftsbild des Tales auswirken.

Im Rahmen des Leitbildprozesses wurden viele Maßnahmen aufgezeigt und z.T. auch schon in Angriff genommen, um in den einzelnen Ortsteilen Verbesserungen bzw. Verschönerungen durchzuführen, dasselbe gilt für das Landschaftsbild generell.

Außerdem sollten die aufgezeigten Verbesserungsmaßnahmen in den einzelnen Ortsteilen sowie eventuelle Investitionen in neue touristische Strukturen (sowohl infrastrukturell – also touristische Freizeiteinrichtungen – als auch suprastrukturell – also touristische Betriebe) zum Anlass genommen werden, um das urbanistische Gefüge wesentlich zu verbessern.

Vorteile:

- + Die Gemeinde Schnals weiß um die Wichtigkeit ihrer unvergleichlichen Natur- und Kulturlandschaft ergreift laufend Maßnahmen diese zu erhalten. Zudem befindet sich ein Teil des Gemeindegebietes im Naturpark Texelgruppe.
- + Das Schnalstal kann langfristig nur mit dem Tourismus seine Lebensgrundlagen absichern. Es ist Aufgabe der Gemeindeverwaltung und der Bevölkerung den Tourismus so zu entwickeln, dass beeinträchtigende Effekte auf das Umwelt- und Landschaftsbild möglichst vermieden werden.
- + Aufgrund der großen Fläche und der Länge des Tales sind durch die Bauzonen bzw. durch eventuell neue Tourismuszonen kaum negative Auswirkungen auf die Umwelt und das Landschaftsbild zu erwarten.
- + Das vorliegende Konzept ist ein von der Bevölkerung des Schnalstals und für die Bevölkerung des Schnalstals erarbeitete Grundlage für eine nachhaltig positive touristische – aber nicht nur touristische – Entwicklung in der Gemeinde.

Nachteile:

- Natürlich bringt jeder Eingriff in die Landschaft auch Nachteile mit sich. Es ist Aufgabe der Gemeindeverwaltung dafür zu sorgen, dass diese so gering wie möglich ausfallen. Wichtig ist hierbei, dass die Architektur von eventuellen Neubauten den lokalen Gegebenheiten angepasst wird. Hier können Gemeinden oft aber nur beschränkt Vorgaben durchsetzen (weil dies nicht bzw. nur beschränkt in ihren Kompetenzbereich fällt).

Zusammenfassende Bewertung:

- Das touristische Leitbild ist als Leitfaden für die zukünftige touristische Entwicklung im Schnalstal zu verstehen. Bei einer verantwortungsvollen Umsetzung der geplanten Maßnahmen sind keine wesentlichen Nachteile auf das urbanistische Gefüge, das Landschaftsbild und die Umwelt zu erwarten. Im Gegenteil: Es werden Ziele und Maßnahmen aufgezeigt, um:
 - die historischen Stätten (z.B. Karthaus) im Tal besser in Szene zu setzen
 - gewisse Bereiche aufzuwerten (z.B. Kurzras)
 - die Eigenartigkeiten – das Authentische – des Schnalstals zu pflegen und besser hervorzuheben
 - die wertvolle Natur- und Kulturlandschaft nachhaltig zu erhalten.

11. Zum Abschluss

„Was wir wollen ist nicht die wahrscheinliche Zukunft erraten, sondern die wünschbare Zukunft vorzubereiten und vielleicht sogar weitergehen und versuchen, die wünschbare Zukunft wahrscheinlich machen!“

Nun geht es darum, die Vorgaben und Maßnahmen Schritt für Schritt umzusetzen!

Konkret sollen 3 – 4 Projektgruppen gebildet werden, die sich mit **wichtigen Themen** wie:

- **Das Schnalstal – Ötzi's Heimat**
- **Verbesserung der Kommunikation im Tal**
- **Inszenierung der kulturellen Stätten und Entwicklung in Kurzras**
- **Taleigene Produkte**

auseinandersetzen.

Gleichzeitig gilt es, „kleine“ und leicht realisierbare Maßnahmen sofort in die Umsetzung zu führen.

„Worte genügen mir nicht! Es müssen Taten folgen!“

J.W.v.Goethe

März 2009

Alois Kronbichler