

Wertschöpfung durch Schnee: Perspektiven der Regionalentwicklung

Prof. Dr. Harald Pechlaner
Mag. Michael Volgger
Astrid Früh, MA

Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement, EURAC research

Agenda

1. Wertschöpfung
2. Wertschöpfung im Wintertourismus
3. Wahrgenommene Wertschöpfung im Wintertourismus
4. Fallstudie: Gitschberg-Jochtal

Wertschöpfung

Wertschöpfung gilt als Ergebnis eines Prozesses, durch welchen Wert geschaffen wird. (Weber, 1980)

Betriebliche Wertschöpfung

$$\begin{array}{c} = \\ \text{Leistungen eines Unternehmens} \\ - \\ \text{nicht vom Unternehmen selbst erstellten} \\ \text{(Vor-) Leistungen} \end{array}$$

Regionale Wertschöpfung

$$\begin{array}{c} = \\ \text{Leistungen einer Region} \\ - \\ \text{von außerhalb der Region bezogenen} \\ \text{(Vor-) Leistungen} \end{array}$$

Regionale Wertschöpfung

Monetäre Faktoren

Unternehmensgewinne

Einkommen der
Beschäftigten

Steuereinnahmen

Vermeidung
Importkosten

Direkte, indirekte und induzierte Wertschöpfung („Umwegrentabilität“)

Nicht-monetäre Faktoren

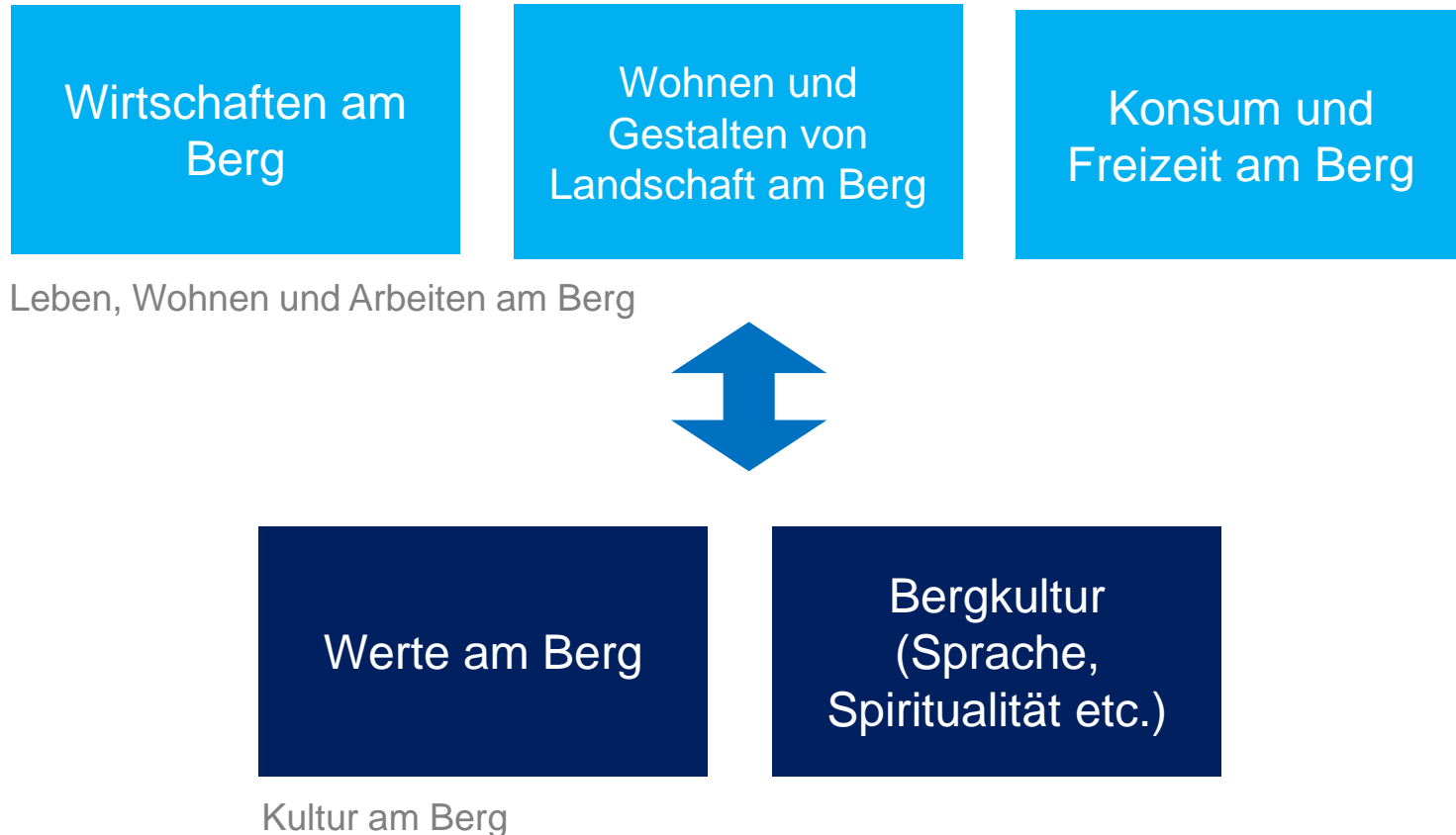
Kultur und Gesellschaft

Lebensqualität

Freizeit

...

Wertschöpfung im Wechselverhältnis mit regionalen Kompetenzen



Regionale Wertschöpfung im Wechselverhältnis mit gesellschaftlichen Dynamiken

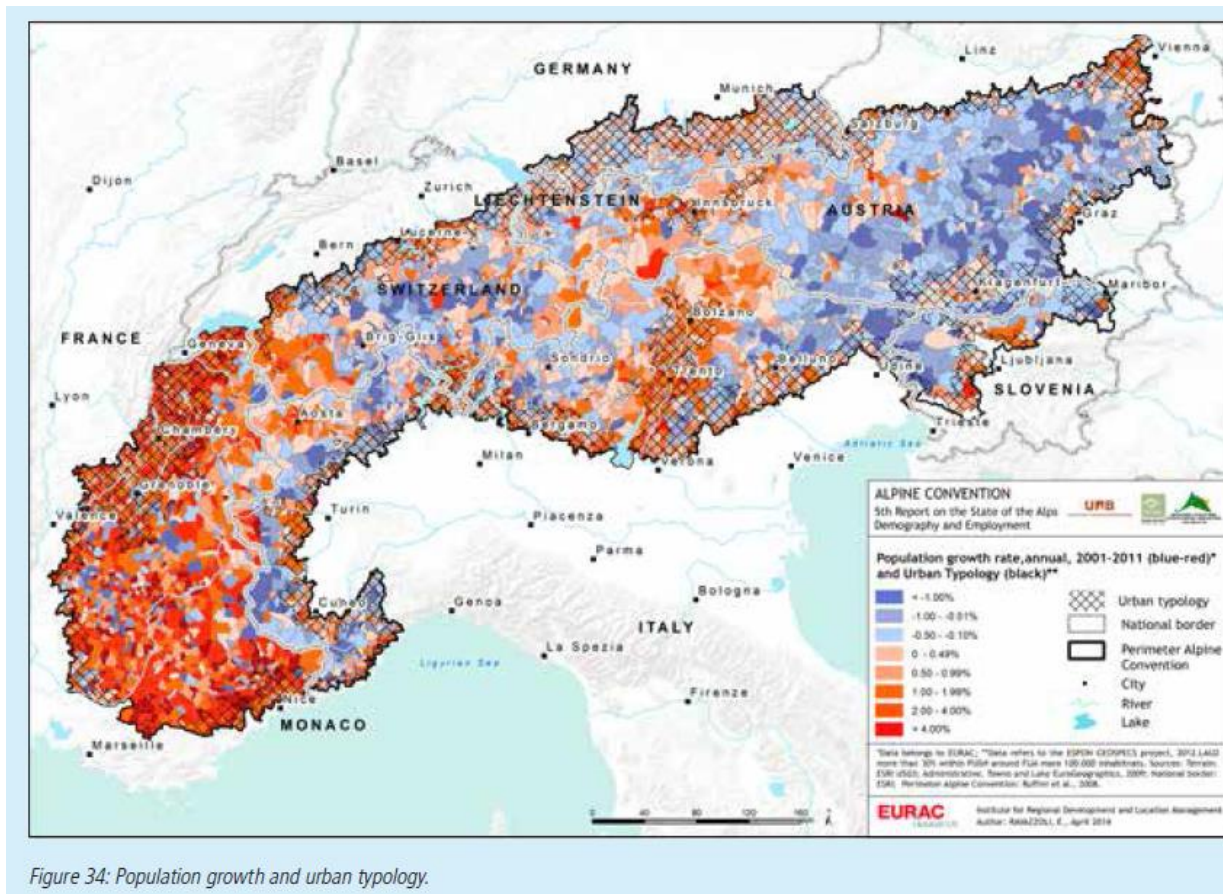


Figure 34: Population growth and urban typology.

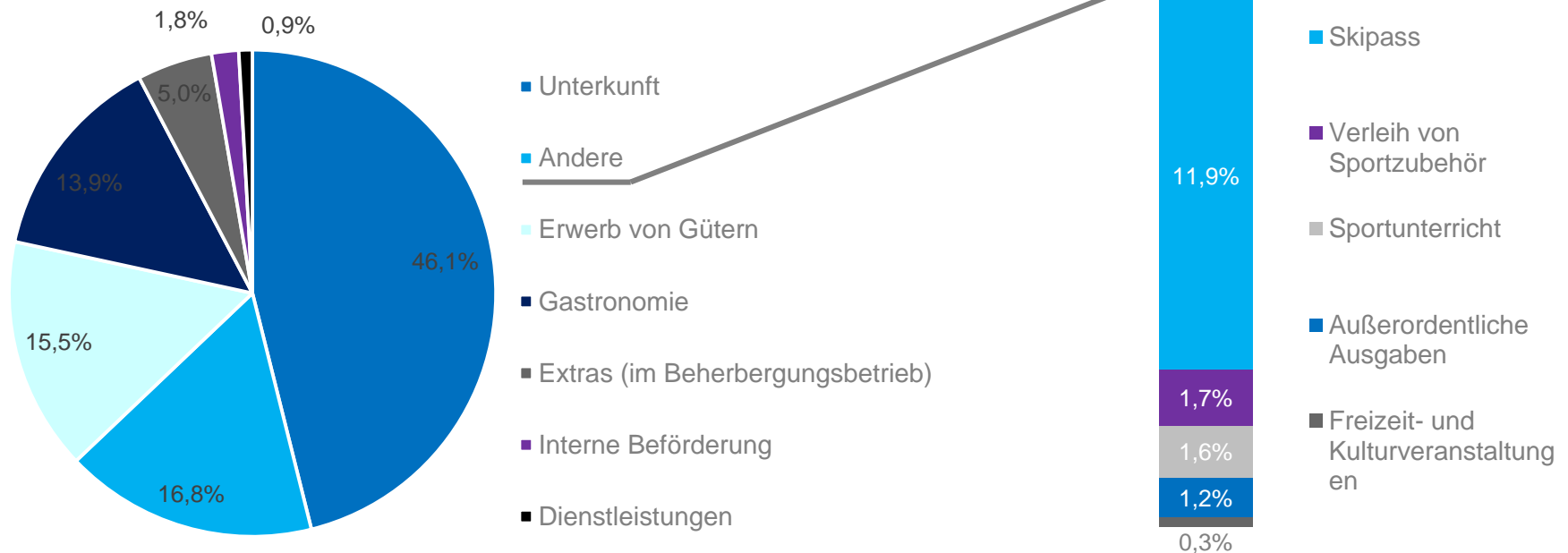
Quelle: Alpenkonvention, 2015

Pechlaner/Volgger/Früh

12.11.15

Wertschöpfung im Wintertourismus und Wintersport

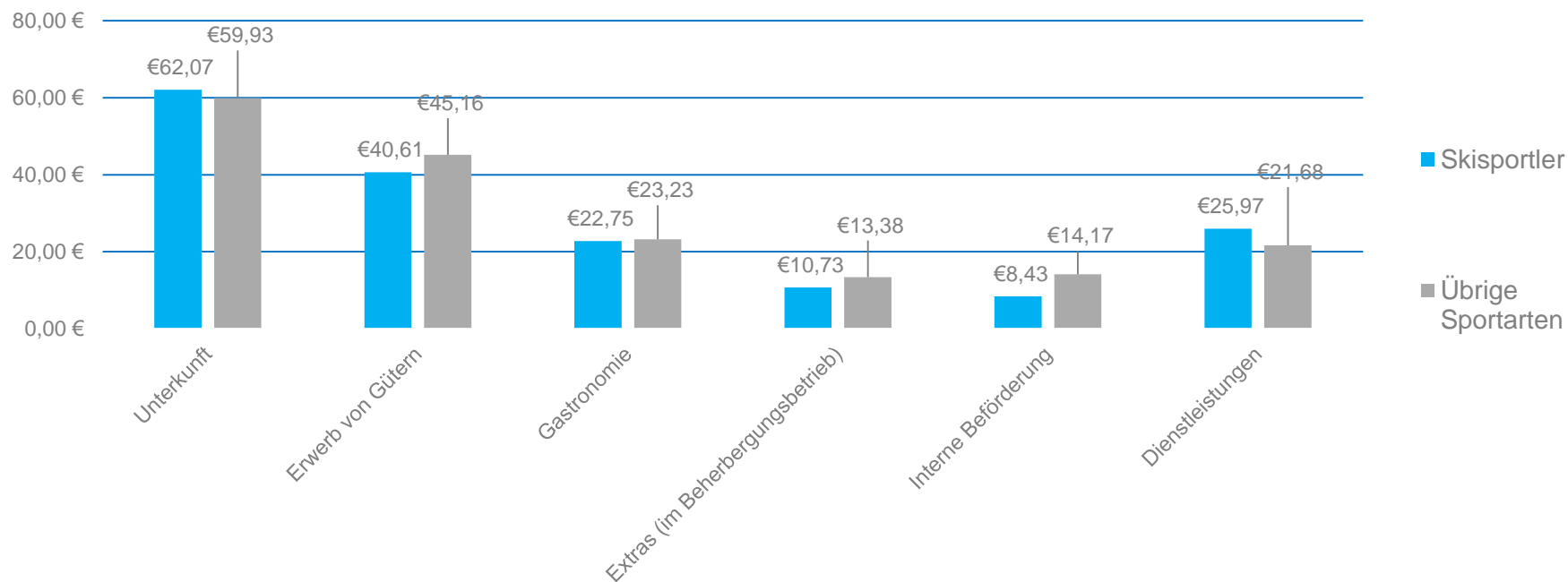
Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Kategorien - Winterhalbjahr 2012/13



Quelle: ASTAT, 2015

Wertschöpfung im Wintertourismus und Wintersport

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Kategorie und Grund des Aufenthaltes



Quelle: ASTAT, 2015

Aufstiegsanlagen in Südtirol

371 Seilbahnen

40 Mio. Investitionen

124 Mio. beförderte Personen

Wirtschaftsfaktor Schnee: $\frac{1}{4}$ des BIP

ProNeve-Schätzung zu BIP-Beitrag

Entwicklungstrends:

- **Anzahl der Anlagen:** Stabil seit 2003
- **Förderleistung:** Steigender Trend (2000-2012: +16%)
- **Beförderte Personen:** Steigender Trend (mit einzelnen Rückgängen)
- **Saisonalität:** Steigender Trend zur Nutzung im Sommer (1996-2012: fast +100% an transportierten Fußgängern)

Quelle: ASTAT, 2015 (Daten 2012/13); ProNeve-Schätzung zu BIP-Beitrag

Wahrgenommene Wertschöpfung: Gegensätze nach Zielgruppe und Region

KONTAKT | ABO | DIGITAL-PAPER | KARRIERE ATX 0,63% E-STOXX 50 0,84% DAX 0,75% DOW -0,52%

Wirtschafts Blatt

NACHRICHTEN BÖRSE MEINUNG LIFE VIDEO SERVICE EVENTS MONTAG, 02. NOVEMBER 2015 15:

02.04.2008, 23:29 von [APA](#)

Wintersport sichert eine Viertelmillion Arbeitsplätze

[Twittern](#) {0} [Gefällt mir](#) {0} [G+](#) {0} [Mehr](#)

Die Bedeutung des Wintersports für die heimische Wirtschaft werde unterschätzt, erklärte IHS-Chef Bernhard Felderer am Mittwoch beim Symposium "Netzwerk Winter". Die Wertschöpfung des Wintersports belaufe sich auf elf Milliarden (4,1 Prozent des BIP).

Mehr aus dem Web

- Burnout-Vorsorge: Digitale Hausmannskost bei Smartphone Nutzung ([derbrutkasten.at](#))
- Biker kommt unter Zwillingstreifen: Horror-Motorradcrash ([autonet.at](#))
- Wohlfahrt legt sich mit Pariasek

<http://wirtschaftsblatt.at/archiv/1058236/index>

Wahrgenommene Wertschöpfung: Gegensätze nach Zielgruppe und Region

Salzburger Nachrichten

TOURISMUS

Mittwoch, 28. November 2007 19

„Der Schnee ist unser Rückgrat“

Fast zwei Drittel der touristischen Wertschöpfung Salzburgs werden im Winter erwirtschaftet. Doch ohne Schnee kommt diese Geldmaschine ins Stottern.

CHRISTIAN SPRENGER

SALZBURG (SN). Gelber Raps in voller Blüte. Jogger und Radfahrer, die bei stellenweise 15 Grad plus ihrem Sport nachgingen. Liftstützen, die aus aperen Wiesen in den wolkenlosen Himmel ragten – so präsentierte sich das Wintersportland Österreich vor genau einem Jahr. Die für Anfang Dezember geplanten Ski-Openings wurden reihenweise abgesagt oder verschoben, bei Bergbahnen und Tourismusbetrieben machte sich Nervosität breit.

Heuer ist vieles anders. Polare Kaltluftmassen ließen bereits im



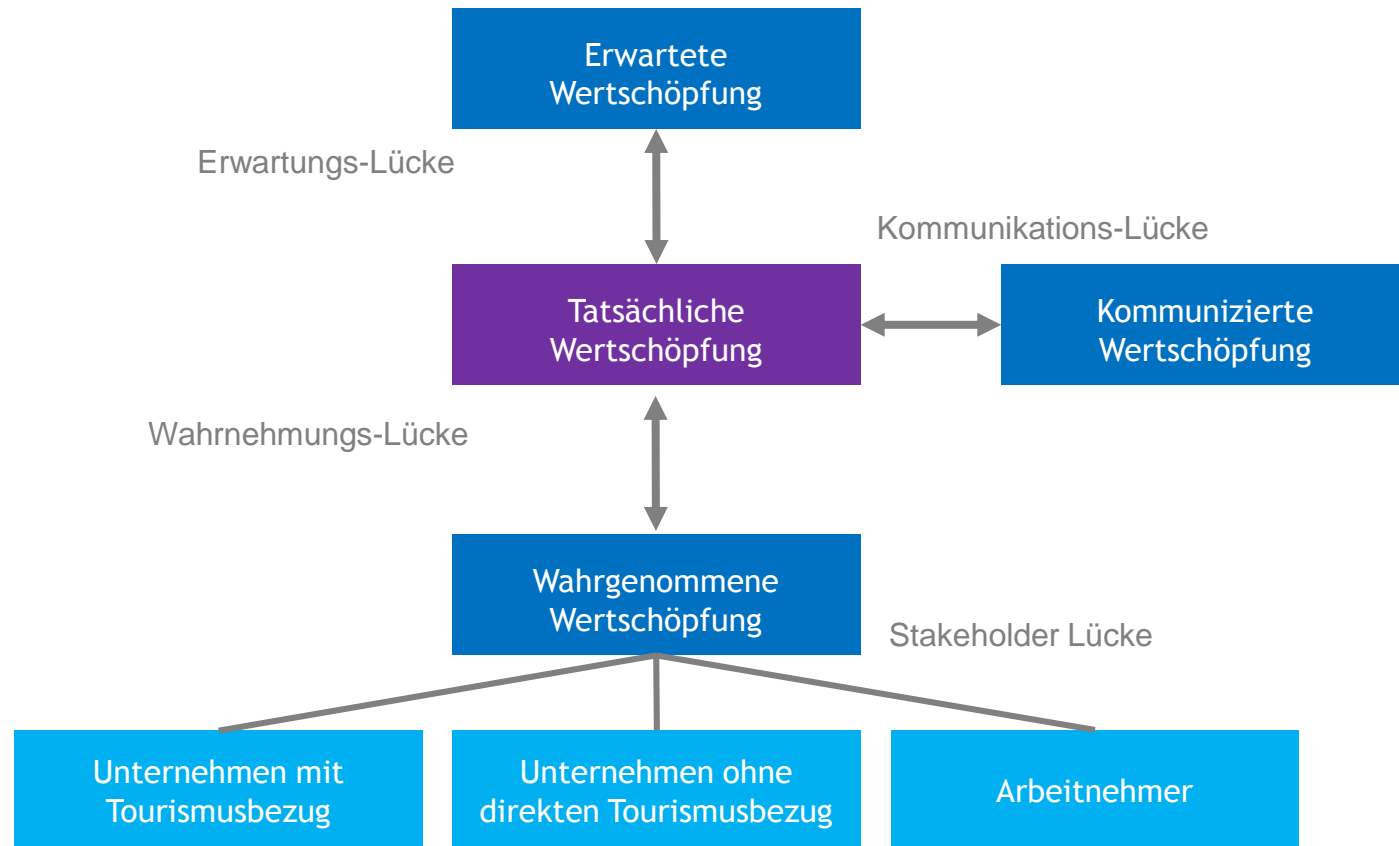
SN-SERIE
Zukunft

Wahrgenommene Wertschöpfung: Gegensätze nach Zielgruppe und Region

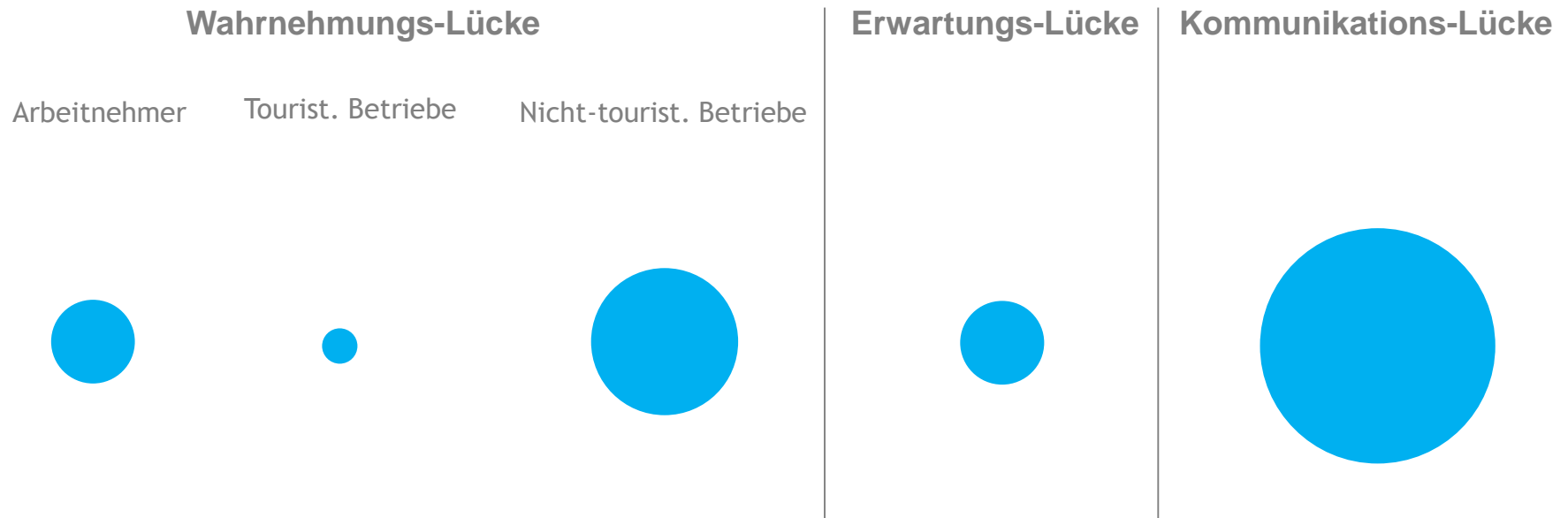
The screenshot shows the top part of a ZEIT ONLINE article. At the top left is the logo 'ZEIT ONLINE'. Below it is a navigation bar with links for 'ANMELDEN', 'Politik', 'Gesellschaft', 'Wirtschaft', 'Kultur', 'Wissen', 'Digital', 'Studium', 'Karriere', 'Entdecken', 'Sport', and 'mehr'. There is also a 'ZEITmagazin' button. Below the navigation bar is a search bar with the text 'Suche' and a magnifying glass icon. Below the search bar are links for 'E-PAPER', 'AUDIO', 'APPS', 'ARCHIV', 'ABO', 'SHOP', 'AKADEMIE', 'JOBS', and 'MEHR'. The main content area has a red sub-header 'Österreich' and a large black title 'Sie opfern die Alpen'. Below the title is a short paragraph: 'In Österreich sei alles besser, schwärmen Schweizer Touristen. Aber unser Nachbarland bezahlt einen hohen Preis für seinen Erfolg.' Below this is the author's name 'Von Florian Gasser' and the date '22. November 2012, 7:00 Uhr / DIE ZEIT Nr. 48/2012 / 26 Kommentare'. There is a small image of skiers on a mountain with the caption 'Skiwanderer auf der Silvretta in der Nähe von Ischgl © Jochen Hägele/ddp/dapd'. Below the image is a section titled 'INHALT' with two columns of text. The first column contains 'Seite 1 — Sie opfern die Alpen' and 'Seite 2 — Einige Hänge sollen mit einer Wildruhezone geschützt werden'. The second column contains 'Auf einer Seite lesen'. The main text of the article starts with 'An der Grenze zwischen Graubünden und Tirol steht der Piz Val Gronda. Ein 2.800 Meter hoher Berg, dessen Hänge bis in die Schweiz ragen, unweit von Ischgl, dem Winterparty-Ort, wo Paris Hilton Prosecco aus Dosen bewirbt und Anfang Dezember die deutsche Band Scorpions die Skisaison einläuten wird. Es ist ein Wunder, dass der Piz Val Gronda bis heute unberührt geblieben ist. Der Berg ist Rückzugsgebiet für Steinadler, Bartgeier und das Alpenschneehuhn. Manche Polsterpflanzen, die hier

<http://www.zeit.de/2012/48/Alpen-Tourismus-Oesterreich-Schweiz>

Wahrgenommene Wertschöpfung: Eine Theorie der Lücken



Wahrgenommene Wertschöpfung - Fallstudie: Zusammenfassung



Danke

Harald Pechlaner
Michael Volgger
Astrid Früh

Europäischen Akademie Bozen (EURAC research)
Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement

www.eurac.edu
Harald.pechlaner@eurac.edu