



am weg zum grau

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe UnterstützerInnen!

Nach dem Termin mit dem Vorstand der GBB möchten wir uns an Euch wenden. Die Besprechung war konstruktiv. Viele Themen wurden diskutiert. Man konnte Gemeinsamkeiten herausarbeiten und Differenzen feststellen.

Die Vertreter der GBB verwiesen im Gespräch verständlicherweise auf ihre rein betriebswirtschaftliche Sicht. Wir bemühten uns im Sinne der Petition und auf Basis der 1018 Kommentare um einen ganzheitlichen Blick.

Versichert wurde mehrmals, dass die GBB den Graukogel gerne erhalten würde. **Wie und wann es zu einer Öffnung der Lifte kommt, ist jedoch nach wie vor unklar!** Was gegen den Stillstand getan wird und inwiefern der Graukogel im Mobilitätskonzept eine Rolle spielt, ebenso.

Klar ist, dass man sich in der zweiten Skisaison in Folge befindet, in der der Graukogel keine Rolle spielt. Die Petition richtet sich nicht gegen sondern an die GBB weil sie eine Verantwortung hat und die Unterstützenden dürfen von den Vertretern aller Institutionen erwarten, diesen ernstzunehmenden Diskurs als Chance zu begreifen.

Eine Stellungnahme zum Gespräch findet sich im Anhang.

Erfolge

- Ein öffentliches Bekenntnis der GBB zum Graukogel!
- Die Versicherung, dass die Lift Lizenz bei Auslaufen, erneuert wird!
- 1018 Kommentare bieten ein großartiges Sample welches in Zukunft als Grundlage für Überlegungen herangezogen werden kann.

Initiative Wildbad

Maximilian Greinwald und Maria Schödl

Die "Initiative Wildbad" wurde von einem Architektur Student und einer Soziologie Studentin, mit sehr engem Bezug zu Gastein, unabhängig und aus persönlicher Überzeugung ins Leben gerufen.

Über das Gespräch

Die Vertreter der GBB verwiesen im Gespräch verständlicherweise auf ihre rein betriebswirtschaftliche Sicht. Es seien die Zahlen, die ausbleibenden Gäste und das Personalproblem. Außerdem ist der Graukogel schlicht nicht so rentabel wie die anderen Skiberge. Wir bemühten uns im Sinne der Petition und auf Basis der 1018 Kommentare um einen ganzheitlichen Blick:

- Durch die Positionierung abseits des Massentourismus, das besondere Naturerlebnis und qualitative Begegnungen erfüllt der Graukogel die Sehnsüchte der Österreich-Reisenden. Er ist ein **Markenkontaktpunkt**. Durch seine Besonderheit schätzen ihn wesentliche Zielgruppen der Bad Gasteiner Hotellerie in der bestehenden Form.
- Wichtige Meinungsbildner wie Journalisten oder Reiseveranstalter schätzen den Graukogel und zählen zu den Unterstützenden. Diese bringen wiederum Gäste, welche das gesamtheitliche Angebot nutzen. Dadurch ergibt sich eine nicht zu unterschätzende **Umwegrentabilität**.
- Ein Punkt der oftmals vergessen wird, ist außerdem das **Innenmarketing**. Für Einheimische und Gastgebende (die nun die zweite Saison einen guten Teil der KundInnen ausmachen) ist der Graukogel ein wichtiger Rückzugsort um erholt der Arbeit im Tourismus nachgehen zu können. Er ist bedeutsam für die positive Tourismusgesinnung und die **Lebensqualität im Tal**.
- Der Graukogel ist durch seine Verortung und den historischen Hintergrund eines der **essentiellen Elemente von Bad Gastein**.

Gesamtgesellschaftlich kann in vielen österreichischen Skigebieten von einer ähnlichen Tendenz hin zum Massentourismus gesprochen werden. Gastein ist besonders und das soll auch so bleiben. Soziologisch gesehen, kann man sagen, dass vor den heutigen klimatischen Herausforderungen und gesellschaftlichen Paradigmen wie jenem der Entschleunigung, Ansätze wie der Tourismus **am Graukogel, abseits von Masse, wichtige Antworten** bieten.

So liefert der Graukogel auf seine einzigartige Weise sehr wohl einen unverzichtbaren Beitrag für den Erfolg des Ortes, für das ganzheitliche Angebot des Tales und somit indirekt für die quantitativen Erfolgszahlen, nur muss das erkannt und in die Rechnung miteinbezogen werden.

1. Die schwere wirtschaftliche Situation ist jedenfalls nachvollziehbar. Trotzdem haben die GBB **auch eine Verantwortung gegenüber diesem Skiberg**. An die sie sich nach Jahren erinnern sollten.
2. In quantitativen Erfolgszahlen kann der Graukogel natürlich nicht mit der, auf Massentourismus ausgerichteten, Schischaukel (Großinvestitionen) verglichen werden. Der **qualitative Aspekt muss in die Rechnung miteinbezogen werden!**
3. Einigkeit herrscht darüber, dass mit einer **Vermarktung** im Sinne des sanften Tourismus (Bsp. Sommer Zirbenweg) eine rentable Betreibung des Graukogel möglich ist. Nur die **Umsetzung bleibt bisher aus**.
4. Die Investitionspriorität liege beim Vertikal Link, danach werde man sehen. Abgesehen davon, dass es bis 2027 noch lange ist, schließt das eine das andere nicht aus. Beim Graukogel geht es um die **Investition in den Erhalt!**
5. Man beruft sich auf das **Mobilitätskonzept**. Inwiefern der Graukogel miteinbezogen wird bleibt offen!
6. Die Pandemie wird noch länger andauern. Jetzt ist die Frage was gemacht werden kann um beispielsweise den Personalmangel (10-12 Personen), in Zukunft in den Griff zu bekommen. Das ist eine der Fragen die sich die GBB stellen muss.

Versichert wurde seitens der GBB mehrmals, dass ein Auflösen des Skiberge Graukogel für die GBB kein Thema ist. **Wie und wann es zu einer Öffnung der Lifte kommt, ist jedoch nach wie vor unklar!**

Klar ist, dass man sich in der zweiten Skisaison in Folge befindet in der der Graukogel stillsteht. Es wird weder GBB noch eine andere Institution als Feind betrachtet, im Gegenteil! Die Petition richtet sich an die GBB weil sie als überörtlicher Leitbetrieb eine Verantwortung hat und die Unterstützenden dürfen von den Vertretern aller Institutionen erwarten, diesen ernstzunehmenden Diskurs als Chance zu begreifen.

Die Frage ist ehrlich gesagt schon auch, ob auf Worte, auf die man lange gewartet hat, Taten folgen.