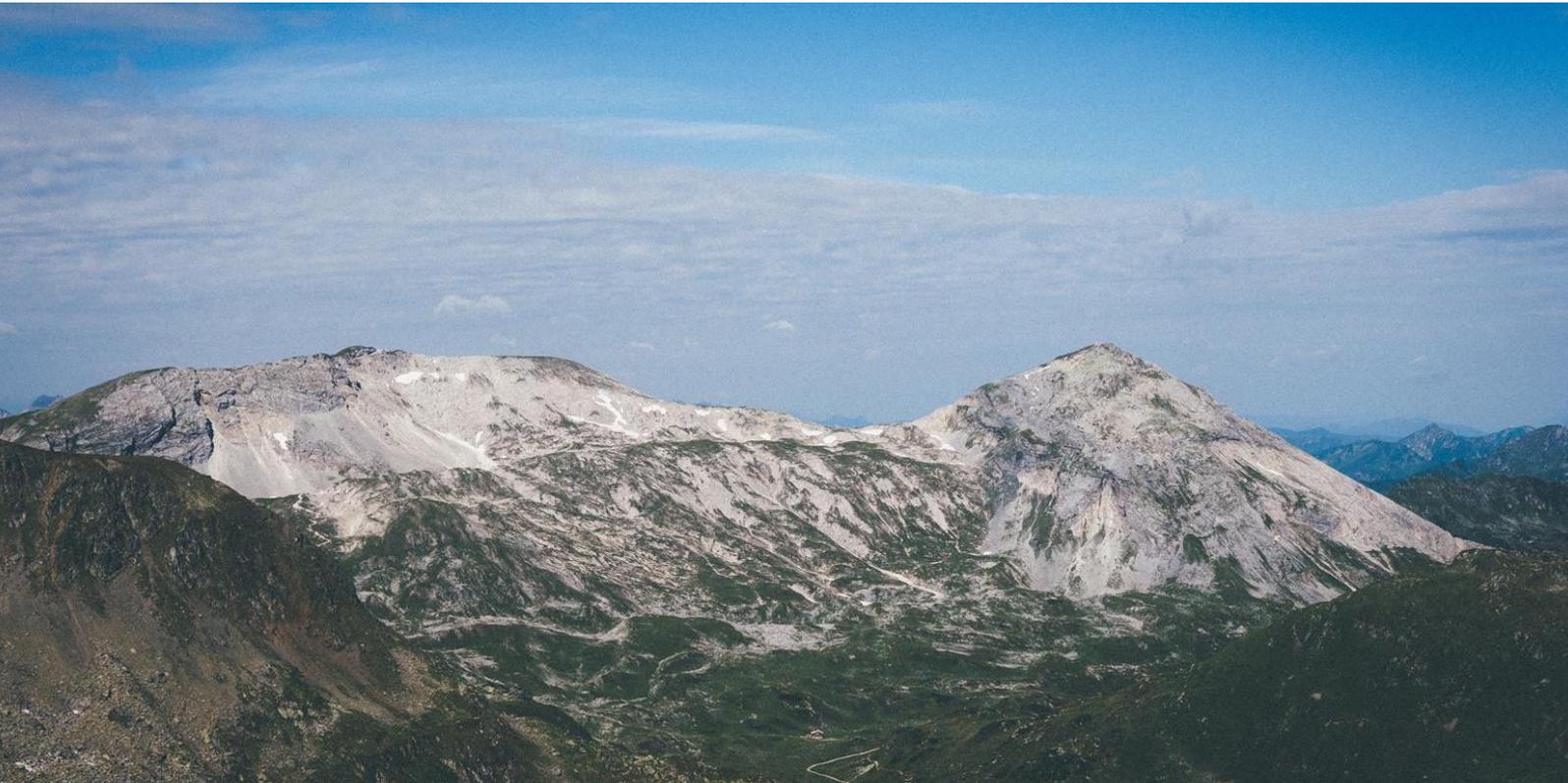


ALPINE UND KULINARISCHE SCHMANKERL

ENTLANG DES SCHLADMINGER HÖHENWEGS



Unterrichtsfächer:

Betriebswirtschaft und Projektmanagement
Ernährung und Lebensmitteltechnologie

Vorgelegt von:

Eva Fierlinger
Eva Thausing

Gutachter/in:

Dipl. Päd. Christina Nußbaumer, MA
Mag. Reinhard Preining

vorgelegt am:

22. Februar 2019

Eidesstattliche Erklärung:

Ich versichere,

dass ich diese Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

Ort, Tag, Monat, Jahr

Unterschrift

Eidesstattliche Erklärung:

Ich versichere,

dass ich diese Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

Ort, Tag, Monat, Jahr

Unterschrift

Vorwort

Diese Arbeit wurde anlässlich des immer weiter wachsenden Trends des Wandertourismus erstellt. Die Schladminger Tauern wurden als Wandergebiet ausgewählt, da eine Klassenkollegin dort mit ihrer Familie eine Schutzhütte bewirtschaftet. Ziel der Diplomarbeit ist es, den Leser/innen das Wandern und das Hüttenleben im wirtschaftlichen und ernährungsphysiologischen Bereich näher zu bringen. Um dies zu erreichen, sind wir intensiver auf die Schladminger Tauern und deren Hütten eingegangen. Es werden verschiedene Bereiche rund um den Wandertourismus, wie zum Beispiel Marketing, Kalkulationen und Lebensmittel der Hütten, erläutert. Ebenso werden Tipps für die optimale Jause beim Wandern als Breitensport vorgestellt.

Abstract

This paper was authored to display the rise in hiking tourism which is currently observable. The Schladminger Tauern seemed an adequate destination since a classmate and her family run an alpine hut there. The aim of this is to give the reader an insight on hiking and life in the hut within an economic and nutritional scope. To reach said goal, we concentrated our consideration on the Schladminger Tauern and the huts in this area. We illuminated different factors around hiking tourism like marketing, calculations and diet in the huts. Additionally, we provided advice for adequate snacks to facilitate hiking as a mass sport.

Danksagung

Unsere Ausbildung an der HLW Hallein ist ein wichtiger Teilabschnitt unseres Lebens. Wir haben viel Neues und Nützliches gelernt, Freunde gefunden und Kontakte geknüpft. Die Unterrichtsstunden, das Praktikum und jede noch so schwere Prüfung bereitete uns ein kleines Stück mehr auf die Arbeitswelt vor.

Die Diplomarbeit gab uns die besten Möglichkeiten unser Wissen und Können zu beweisen. Es war eindeutig nicht immer leicht, aber durch die Unterstützung unserer Schule können wir mit ruhigem Gewissen sagen, dass es die richtige Wahl war, uns für die HLW-Hallein zu entscheiden.

An dieser Stelle möchten wir uns ganz herzlich bei all unseren Unterstützer/innen, unseren Eltern, Großeltern, Lehrer/innen und den Hüttenleute aus den Schladminger Tauern bedanken, die uns so tatkräftig in allen möglichen Fragen unterstützt haben. Speziell möchten wir Frau Höflehner von der Preintalerhütte hervorheben, denn sie hat uns in der Umsetzung unseres Praxisteils, mit ihrer Kreativität inspiriert. Weiteres gilt ein großer Dank Herrn Salis Samaden, der uns bei der Bearbeitung unseres Werbevideos geholfen hat, uns alle Schritte ganz genau erklärte und uns mit viel Geduld begleitet hat. Herrn Michael V. Waid gilt ebenfalls unser ausgesprochen großer Dank, da er und seine Mitarbeiter/innen uns nicht nur viele Tipps zur Erstellung des Flyers gegeben haben, sondern auch durften wir die Flyer gratis in seiner Firma drucken.

Unser größter Dank jedoch gilt Frau Dipl. Päd. MA Nußbaumer und Herrn Mag. Preining, die unsere Betreuungslehrer waren und uns über Monate hinweg unterstützt und begleitet haben. Sie gaben uns neben einigen hilfreichen Hinweisen, Tipps und neuen Denkanstößen auch immer wieder Motivation und waren somit eine ausgesprochen große und wertvolle Hilfe zur Vollendung unserer Arbeit. Vielen Dank dafür!

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	6
2	Schladminger Tauern allgemein	7
2.1	Geographie:.....	7
2.2	Geologie:	7
2.3	Fauna.....	8
2.4	Flora	8
2.5	Berge, Täler und Seen	8
2.6	Verkehrsverbindungen.....	10
2.7	Tourismus.....	11
3	Kurzbeschreibung der Tour und deren Hütten.....	13
3.1	Ursprungalm.....	14
3.2	Ignaz - Mattis - Hütte	14
3.3	Keinprechthütte	15
3.4	Gollinghütte	15
3.5	Preintalerhütte.....	15
3.6	Kaltenbachalm	16
4	Transport zu den Hütten.....	17
4.1	Arten des Transportes.....	17
4.2	Beförderungsleistung in Kilogramm	18
4.3	Kosten im Zusammenhang mit dem Transport	18
4.4	Transporte auf die besuchten Schutzhütten	19
5	Preiskalkulation.....	20
5.1	Bezugskalkulation	20
5.2	Absatzkalkulation	22
5.3	Teilkostenrechnung – Hotellerie und Gastronomie	24

6	Marketingmix	26
6.1	Produkt- und Sortimentspolitik	26
6.2	Vertriebs- bzw. Distributionspolitik	26
6.3	Kontrahierungs- bzw. Preis- und Konditionenpolitik.....	27
6.4	Kommunikationspolitik	27
7	Versicherungen	31
7.1	Pflichtversicherungen	31
7.2	Freiwillige Versicherungen.....	31
8	Arbeitskraft	34
8.1	Saisonarbeitskraft	34
8.2	Teilzeitarbeitskräfte und Aushilfskräfte.....	35
8.3	Ganzjahreskräfte	35
8.4	Mithilfe auf der Alm	36
9	Lebensmittel und Speisen	37
9.1	Auswahl der Speisen auf den Hütten.....	37
9.2	Schmankerl der steirischen Hütten.....	37
9.3	Was macht das Hüttenessen so besonders?	38
9.4	Selbstproduzierte Lebensmittel.....	38
9.5	Unterschied zwischen der Hütten- und Industriellenherstellung	41
9.6	Käsesorten der Hütten	41
10	Wandern als Breitensport	42
10.1	Breitensport	42
10.2	Mahlzeiteneinnahme	43
10.3	Flüssigkeitszufuhr.....	43
11	Optimale Jause	44
11.1	Essen und Trinken	44

11.2 Während der Wanderung	46
11.3 Der optimale Speiseplan	46
12 Praxisteil.....	49
12.1 Die Entstehung der Idee.....	49
12.2 Hüttenauswahl und Tourenauswahl.....	49
12.3 Hüttenkontakt.....	50
12.4 Werbevideo.....	51
12.5 Folder	52
12.6 Fragebogen	53
12.7 Unsere eigene Erfahrung	54
13 Fazit:.....	56
14 Literaturverzeichnis:	57
15 Anhang	67

1 Einleitung

In dieser Arbeit befassen wir uns mit den wirtschaftlichen und ernährungsphysiologischen Aspekten, mit denen die Hüttenwirte der Schladminger Tauern tagtäglich konfrontiert werden. Das Wandern hat speziell in den letzten Jahren für Freizeitsportler/innen immer mehr an Bedeutung gewonnen. Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, unseren Leser/innen mit unserer Diplomarbeit einen groben Überblick über dieses Thema zu geben. Im ersten Teil der Arbeit bekommen die Leser/innen Informationen über die Schladminger Tauern und deren Hütten, die wir selbst in unserem Praxisteil besucht haben (aus diesem Grund verfügt unsere Diplomarbeit über großteils selbstgemachte Fotos). Im darauf folgenden Teil der Arbeit gehen wir näher auf die wirtschaftlichen Faktoren der Hütten ein. Es wird die Organisation von An- und Abtransport zu und von den Hütten beschrieben und wie die Betreiber ihre angebotenen Speisen sowie Nächtigungen kalkulieren. Der nächste wichtige Punkt befasst sich mit dem heutzutage immer wichtiger werdenden Marketing, da der Bekanntheitsgrad der Hütte gesteigert werden soll. Auch die Versicherungen werden in der Arbeit genauer behandelt, da die Höhenlage und die Abgeschiedenheit der Hütten besondere Risiken im Betrieb verursachen, die die Hüttenwirte durch Versicherungen abzudecken versuchen. Der letzte wirtschaftliche Punkt befasst sich mit den Arbeitskräften, da sie einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Hütten leisten. Im Abschnitt mit dem Schwerpunkt Ernährung werden zuerst die in der Hütte angebotenen Lebensmittel genauer beschrieben und erläutert. Da man durch den aufwendigen Transport der Lebensmittel nicht immer alles sofort zur Verfügung hat, legen einige Hütten auch viel Wert auf Selbstproduktion, welche ebenfalls detaillierter beschrieben wird. Das Bewusstsein für richtige Ernährung steigt auch im Freizeitsport, daher legen immer mehr Leute beim Wandern viel Wert auf eine gesunde und abwechslungsreiche Jause.

2 Schladminger Tauern allgemein

„Die Berge sind nicht nur Herausforderung für mich. Sie sind auch ein Ruhepunkt. Sobald ich unterwegs bin, wird der Kopf frei. Ich gehe auf einen Gipfel, und wenn ich wieder herunterkomme, bin ich ein anderer Mensch“ (Habeler o.J., www.bergnews.com). Vor einigen Jahrzehnten führten die Schladminger Tauern noch einen Dornröschenschlaf. Da man sie durch die langen Seitentäler teilweise nur zu Fuß erreichen konnte, war dies auch verständlich. Durch neue und verbesserte Verkehrsverbindungen und den berühmten Wintersportzentrum von Schladming, hat sich dieser Dornröschenschlaf rapide geändert. Ein ebenfalls wichtiger Punkt zur Weiterentwicklung der Region entstand durch den Sommertourismus (vgl. Holl 1972, S. 10).

2.1 Geographie:

Dieses Gebiet umfasst jenen Bereich, der im Osten durch die Linie von Murau über den Sölkpaß nach Stein an der Enns, im Norden durch das Ennstal, im Süden durch das Murtal und im Westen von Mauterndorf über den Radstädter Tauern bis Radstadt, begrenzt wird. Diese wunderschöne Landschaft ist neben den westlich angrenzenden Radstädter Tauern und den östlichen Wölzer Tauern, Teil der Niederen Tauern eines Gebirgszuges des Ostalpenhauptkammes. Die Abbildung eins zeigt den Bereich der Schladminger Tauern (vgl. BEV o.J., www.austrianmap.at).



Abb.: 1 www.traildino.com

2.2 Geologie:

Südlich von Schladming besteht das Gebirge überwiegend aus kristallinem Gneis der Zentralalpen. Dieses Gestein macht sich bemerkbar durch sein düsteres, dunkelgraues Aussehen. Die Ausläufer des Gebirges nach Norden sind eine Grauwacken Zone (Ennstaler Phylliten) in der noch heute viele Bodenschätze vorkommen (vgl. Stadtgemeinde Schladming 2016, www.ennstalwiki.at). Der Bergbau war speziell in dieser Region sehr wichtig, da

dort nach Bodenschätzen wie Kupfer, Zink und Silber gegraben wurde (vgl. Stadtgemeinde Schladming 2018, www.ennstalwiki.at).

2.3 Fauna

In den Schladminger Tauern gibt es in der Tierwelt Einiges zu entdecken. Vor allem in den Bäumen und Stauden sind viele Vögel, wie zum Beispiel der Eichelhäher und die Alpendohlen zu finden. Im Sommer kann man auch Salamander, manchmal sogar den seltenen schwarz-gelben Feuersalamander sehen. Auch sind wieder ein paar Steinböcke zu finden, die ähnlich den Gämsen gute Kletterer sind. Aus den Haaren der Gämsen werden für die Trachtenhüte die sogenannten Gamsbärte hergestellt. Alpenmurmeltiere, welche bei Gefahr einen Pfiff ausstoßen, leben ebenfalls hier. Der majestätische Steinadler, als "König der Lüfte" bezeichnet, hat mittlerweile wieder einige Brutpaare in diesem Gebiet (vgl. Alpenverein o.J., www.alpenverein.at).

2.4 Flora

Auch die Pflanzenwelt der berühmten Tauern bietet eine große Vielfalt. Das Gebiet ist hauptsächlich von Nadelholzern, wie Fichte, Lärchen und Tannen geprägt und über der Baumgrenze befinden sich Latschen- und Wacholdersträucher.

Neben frischen Beeren, wie zum Beispiel Heidelbeeren oder Preiselbeeren, kann man einige Pilze und Schwammerl finden. Die bekanntesten Sorten sind Eierschwammerl sowie Stein- und Herrenpilze. Von Anfang Juni bis Anfang Juli zieht die Almrauschblüte übers Gebirge und beeindruckt mit ihrer rosaroten Farbe. Der blaue Enzian ist stark verbreitet. Er steht unter Naturschutz und darf aus diesem Grund nicht gepflückt werden. Vereinzelt kann man das Edelweiß, eine der bekanntesten Alpenblumen, welches neben dem Enzian auch unter Naturschutz steht, finden (vgl. Alpenverein o.J., www.alpenverein.at).

2.5 Berge, Täler und Seen

Der Zugang zu den Bergen erfolgt entlang des Talbodens von der Enns bzw. der Mur aus, wobei man von dort aus eine Vielzahl an Seen und Berglaken, wie zum Beispiel die bekannten Klafferkesselseen besuchen kann.

2.5.1 Berge

- Der Hochgolling (2.862m), den man in Abbildung zwei sehen kann, ist der höchste Gipfel in den Schladminger Tauern.

Er steht im Grenzverlauf zwischen der Steiermark und Salzburg.



Abb.: 2 © Eva Thausing

- Die Hochwildstelle (2.747m) ist der zweithöchste Gipfel und liegt südlich des Seewigtals. Die Erstbesteigung erfolgte durch Erzherzog Johann.
- Die beiden Kalkspitzen (Steirische 2.459m und Lungauer 2.471m) liegen am Ende des Preuneggals.
- Die Rotmandlspitze (2.453m), der Sauberg (2.520m), die Engelkarspitze (2.518m), die Vetternspitzen (2.524m), die Zinkwand (2.442m), das Krukeck (2.428m) und der Graunock (2.477m) umgeben eines der ehemaligen Bergbaugebiete.
- Am nördlichen Kammverlauf bis zur Gollingscharte befinden sich folgende Gipfel: Wildkarstein (2.417m), Wasserfallspitze (2.507m), Tristhof (2.517m), Gamsspitze (2.444m), Elendberg (2.672m), Zwerfenberg (2.672m).
- Am südlichen Kammverlauf vom Hochgolling befinden sich die Gipfel wie folgend: Steinkarlegg (2.637m), Weißhöhe (2.659m), Kasereck (2.740m), Wirriegelhöhe (2.600m), Kreuzhöhe (2.556m).
- Die Klafferkesseeseen werden von nachstehenden Gipfeln umrahmt: Großes Gangl (2.602m), Pöllerrhöhe (2.602m), Greifenberg (2.618m), Waldhorn (2.702m), Kieseck (2.681m), Meisterspitze (2.617m), Deichsel Spitze (2.684m), Zischken (2.661m).
- Im Kammverlauf SW bis NO der Hohen Wildstelle kann man folgende Berge finden: Zwilling (2.421m), Schareck (kleines 2.470m, hohes 2.575m), Wildlochhöhe (2.534m), Torwart (2.463m), Höchstein (2.543m), Umläuter (2.664m), Schober (2.580m).
- Die Landschützseen werden von diesen Bergen umgeben: Schöneck (2.540m), Barbaraspitze (2.725m), Roteck (2.742m), Preber (2.740m).
- Am nördlichen Kammverlauf bis zur Kleinsölk befinden sich die angegebenen Berge: Gamskarspitze (2.439m), Predigtstuhl (2.543m), Seekarspitze (2.500m).

- Der östliche Kammverlauf bis zum Sölkpass enthält diese Erhöhungen: Großer Knallstein (2.509m), Seekarlspitze (2.523m), Gjoadeck (2.525m), Bauleiteck (2.424m), Süßleiteck (2.507m), Sauofen (2.415m) (vgl. BEV o.J., www.austrianmap.at).

2.5.2 Täler

Die entwässernden Bäche geben den Tälern ihren Namen.

- Von West bis Ost entwässern folgende Bäche die Täler nach Norden zur Enns: Taurachbach, Forstbach, Preuneggbach, Talbach mit Obertalbach und Untertalbach, Dürrenbach, Gumpenbach, Seewigtalbach, Sattentalbach, Kleinsölkbach und Großsölkbach.
- Von West bis Ost entwässern noch folgende Bäche die Täler nach Süden zur Mur: Taurachbach, Weißbriachbach bzw. Lonka, Lignitzbach, Göriachbach, Lessachbach, Leißnitzbach mit Preberbach, Rantenbach mit Prebergraben, Etrachbach, Schöderbach, Katschbach (vgl. BEV o.J., www.austrianmap.at).

2.5.3 Seen

Eingebettet sind von West nach Ost nachstehende Gebirgsseen und Berglacken:

Giglachseen, Landauersee, Duisitzkarsee, Kappensee und Knappenkarsee, Lignitzsee, Oberer und Unterer Landawirsee, Eiskar und Elendbergsee, Klafferkeselsee (Rauhenbergsee, Kapuzinersee, Oberer-, Unterer- und Lungauerklafferkeselsee, Zwerfenbergsee und Angersee), Riesachsee, Oberer- und Unterer Sonntagkarsee, Oberer-, Mittlerer- und Unterer Lanschitzsee, Prebersee, steirischer Boden-, Hütten- und Obersee, Schwarzen- und Rantensee, Wildenkarseen und Etrachsee, Grün-, Schwarzen- und Hohensee, Weißen-, Ahorn- und Klaffersee, Oberer-, Mittlerer- und Unterer Kaltenbachsee, Oberer- und Unterer Zwieflersee (vgl. BEV o.J., www.austrianmap.at).

2.6 Verkehrsverbindungen

- Eisenbahnlinie gibt es im:
 - Norden die Linie der österreichischen Bundesbahnen durch das Ennstal von Selzthal über Schladming nach Bischofshofen mit Haltestellen in:

Radstadt, Mandling, Pichl, Schladming, Haus, Aich Assach, Pruggern, Moosheim und Stein a.d.Enns.

- Süden die Linie der steirischen Landesbahn durch das Murtal von Murau nach Tamsweg mit Haltestellen in:
Ramingstein, Kendlbruck, Predlitz, Stadl a.d. Mur, Steindorf, Lutzmannsdorf, St. Georgen, Kaindorf, St. Lorenzen und Murau. Die Verbindung Tamsweg - Mariapfarr - Mauterndorf ist eingestellt (vgl. Holl 1972, S. 14).
- Busverbindungen durch die Bundesbahnen (Postbus) bestehen:
 - von Radstadt über den Radstädter Tauern nach Mauterndorf.
 - von Stein a.d. Enns - Kleinsölk - Schwarzensee bzw.
von Stein a.d. Enns - Großsölk - Sölkpass - Schröder
 - von Mauterndorf – Mariapfarr – Tamsweg – Murau auch über Krakaudorf (vgl. Holl 1972, S. 14).
- Kleinbusverbindungen (Täler Busse)
 - von Schladming – Untertal Hopfriesen
 - von Schladming – Obertal Weiße-Wand
 - von Schladming auf die Hochwurzten; Planei und Rohrmoos
 - von Schladming über Rohrmoos – Ursprung Alm
 - von Haus in das Seewigtal (Bodensee)
 - Täler Busse von Mariapfarr in die südlichen Zugangstäler nach Hinterweißbriach, Hintergöriach, Lessach (vgl. Schladming-Dachstein Tourismusmarketing o.J., www.schladming-dachstein.at).

2.7 Tourismus

Die Region Schladming wird im Sommer wie im Winter besucht, was darauf hinweist, dass man sich auf einige Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten freuen kann.

2.7.1 Besuchszeiten

Der Sommer als auch der Frühherbst, ist für Wanderungen in den Schladminger Tauern ideal. Fast alle Schutzhütten sind von Mitte Mai bis Mitte Oktober bewirtschaftet. Aber auch Klettersportbegeisterte finden eine Menge an Routen in den Schladminger Tauern. Im Winter sind in den Skigebieten Obertauern mit Seekar, Zehnerkar, Gamsleiten, Schaid-

berg und Plattenkogel; Forstau mit Fageralm; Pichl mit der Reiteralms; Schladming und Haus mit Hochwurzen, Planei, Hauser Kaibling; Pruggern mit Galsterbergalm im Norden als auch im Lungau in Weißbriach mit dem Fanningberg, ideale Bedingungen für Pistenfahrer gegeben. Auch für den „sanften Tourismus“ gibt es unzählige Möglichkeiten für Skitourengeher und Schneeschuhwanderer (vgl. Holl 1972, S. 15).

2.7.2 Besonderheiten

- Der Hochgolling ist der höchste Berg der Region und kann nur durch trittsichere Bergsteiger aus der Gollingscharte bezwungen werden. Auch die Überschreitung der Hohen Wildstelle aus dem Seewigtal zur Preintaler Hütte, erfordert ebenso Trittsicherheit und ist ein besonderes Erlebnis für Bergsteiger.
- Die Durchquerung des Klafferkessels, einer Landschaft von Gipfeln umrandeter Karen und mit einer Unzahl von Seen in allen Größen, kommt einem Naturwunder gleich. Der Klafferkessel ist in Abbildung drei sichtbar.
- Für Bergbauinteressierte gibt es einen Stollen durch die Zinkwand. Für Museumsbesucher gibt es einen Schmelzofen und einen Schaustollen im Obertal.
- Die rauschenden Wasser mit dem Riesachsee im Untertal und den Wasserfällen, sind auch für Familien leicht erreichbar und werden von Tagestouristen gerne besucht.
- Die Bergbahnen Hochwurzen bieten eine GoKart-Abfahrt vom Gipfel bis nach Rohrmoos. Am Gipfel der Planei befindet sich ein kinderwagentauglicher Panoramaweg mit einem Maskottchen, um den jüngeren Gästen das Wandern schmackhaft zu machen.
- Die Mautstraße zur Reiteralms zeigt beim Spiegelsee das Abbild des Dachsteins auf der Seeoberfläche.
- Am steirischen Bodensee kann eine Ruderbootstour umrahmt vom Högstein unternommen, oder das Anglerglück probiert werden (vgl. Schladming-Dachstein Tourismusmarketing o.J., www.schladming-dachstein.at).



Abb.: 3 © Eva Thausing

3 Kurzbeschreibung der Tour und deren Hütten

Die fünftägige Wandertour beginnt bei der Ursprungalm, welche eine kleine Siedlung bildet, die sich in einem großen Kessel befindet. Die Wanderer und Wanderinnen locken neben der reizvollen Alm auch die um eine Etage höher gelegenen zwei Giglachseen, über deren Ufern sich die Ignaz-Mattis-Hütte einen tollen Standplatz gewählt hat (vgl. Brandl 2015, S. 160). Von der Ignaz-Mattis-Hütte verläuft ein Weg bis zum östlichen Ende der Giglachseen. Ab hier geht es in mäßiger Steigung bergauf zum äußeren Knappenkar und im Anschluss weiter, beachtlich stark steigend, zur Rotmandlspitze, die auf 2453 m liegt. Von diesem Gipfel aus geht es weiter zur Kruckeckscharte. Ab hier verläuft der Weg schlängelförmig abwärts, bis wir die wunderschön gelegene Keinprechthütte erreichen (vgl. Outdooractive GmbH & Co. KG o.J., www.regio.outdooractive.com). Die Keinprechthütte befindet sich in einem großen, nordseitigen Karkessel auf einer Moränenschulter. Diese Hütte wird gerne von Tagesgästen sowie auch bei einer Durchquerung der Gebirgsgruppen als Stützpunkt besucht (vgl. Brandl 2015, S. 148). Auf dem Weg zur Gollinghütte geht es zuerst entlang der Zirbenböden zur Trockenbrotscharte und daraufhin über den Höhenweg zu Golligscharte. Von der Golligscharte führt ein Weg sehr steil abwärts über ein Geröllfeld in den Gollingwinkel und von dort aus erreicht man in einer Viertelstunde die Gollinghütte (vgl. Outdooractive GmbH & Co. KG o.J., www.regio.outdooractive.com). Die Gollinghütte steht auf einer Geländestufe nicht weit entfernt von einem rauschenden Wasserfall (vgl. Brandl 2015, S. 139). Direkt nach der Gollinghütte wird als erstes der Steinriesenbach überquert und nach vielen Serpentinafen der Greifenberg bezwungen. Oben angekommen wird man mit einem fantastischen Blick über den Greifenbergsee und dem Klafferkessel belohnt. Ein alpiner Steig führt abwärts zu der oberen Klafferscharte. Durch das eigentliche Herzstück, den Klafferkessel, führt die Route an mehreren Seen und Lacken zur unteren Klafferscharte. In Folge erstreckt sich ein Wanderweg abwärts zum äußeren Lammerkar. Direkt nach der Überquerung des Waldhornbaches sind die Preintalerhütte und die Waldhornalm schon in Sicht (vgl. Outdooractive GmbH & Co. KG o.J., www.regio.outdooractive.com). Die Preintalerhütte und die benachbarte Waldhornalm sind aufgrund ihrer Lage und bedeutsamen Wanderouten eine der wichtigsten Bergsteigerunterkünfte in dieser Gebirgsgruppe (vgl. Brandl 2015, S.

134). Von der Preintalerhütte geht man am Riesachsee vorbei, wo sich auch die Kaltenbachalm befindet. Weiter über den Alpinsteig geht es durch 'die Höll' zum Seeleiten-Parkplatz, wo sich das Ende der Wandertour befindet (vgl. Tourismusverband Schladming o.J., www.wildewasser.at).

3.1 Ursprungalm

Die Ursprungalm, welche seit 1786 besteht, befindet sich auf einer Seehöhe von 1610 Metern und liegt am Fuße der Steirischen Kalkspitze in den berühmten Schladminger Tauern. Die kleine Siedlung bietet für ihre Gäste: Ein Vierbettzimmer, zwei Dreibettzimmer, ein Lager für vier Personen und ein Lager für 16 Personen. An der Hütte kann zwischen Frühstücks- und Halbpension gewählt werden. Für die Gäste bietet die Ursprungalm ein großes Angebot an Hausmannskost mit selbstgemachten Spezialitäten aus der eigenen Landwirtschaft an. Lebensmittel wie: Milch, Buttermilch, Butter, Topfen, Käse und Steirerkäse werden auf der Alm selbst produziert und sorgen für die hohe Qualität der frisch zubereiteten Speisen auf der Hütte. Die Ursprungalm bietet nicht nur für Wanderer und Wanderinnen einen optimalen Ausgangspunkt für viele Wanderungen, sondern auch eine der anspruchsvollsten Mountainbike-Touren der Dachstein Tauernregion, welche von Schladming aus zur Ursprungalm führt. Auch für die jungen Gäste ist auf der Ursprungalm gesorgt. Der Spielplatz und der kleine Streichelzoo sind die Highlights der Hütte. In der umliegenden Umgebung befinden sich Bäche, die Kinder an heißen Sommertagen zum Plantschen und Kneipen einladen (vgl. Pilz o.J., www.ursprungalm.at). 1986 hatte die Alm- und Hüttenlandschaft bei den Dreharbeiten des bekannten Heidi-Films die große Rolle von 'Heidis Dörfli' (vgl. Brandl 2015, S. 160).

3.2 Ignaz - Mattis - Hütte

Die seit 1911 existierende Ignaz-Mattis-Hütte liegt auf 1986 Metern Seehöhe und ist eine Schutzhütte des Österreichischen Alpenvereins. Sie befindet sich über dem Nordufer des Giglachsees in der Steiermark. Die Hütte ist Startpunkt mehrerer Mountainbike-Touren und Ausgangspunkt um zahlreiche verschiedene Gipfel zu erklimmen. Für die Übernachtungen der Gäste befinden sich 12 Betten und 45 Lagerplätze in der Hütte. Von der großen Aussichtsterrasse aus kann man die wunderschöne Naturkulisse der Giglachseen mit selbstgemachten Mehlspeisen und regionalen Schmankerl genießen (vgl. Tourismusver-

band Schladming o.J., www.wildewasser.at). Die Hütte ist von Mitte Juni bis Mitte Oktober bewirtschaftet (vgl. Red Bull Media House GmbH 2018a, www.bergwelten.com).

3.3 Keinprechthütte

In den Schladminger Tauern, auf einer Moränenschulter in einem nordseitigen Karkessel, liegt die Keinprechthütte auf 1872 Metern Seehöhe seit über 100 Jahren (vgl. Brandl 2015, S. 148). Sie wurde inmitten einer atemberaubenden Bergwelt am Fuße der Zinkwand erbaut. Hierbei handelt es sich um ein früheres Bergbau-Gebiet, das durchzogen von Knappenpfaden ist. Die Schutzhütte befindet sich am Zentralalpenweg 02 und am Schladminger Höhenweg. Durch ihre Lage wird sie von Tagesgästen als auch von Wandernern und Wanderinnen bei einer Durchquerung der Gebirgsgruppe als wichtiger Stützpunkt geschätzt. Auf der Hütte befinden sich elf Zimmerbetten, 38 Schlafplätze und in einem Winterraum drei weitere Schlafplätze. Der Winterraum befindet sich in einem Nebengebäude, der auch bei Nicht-Bewirtschaftung der Hütte offen, jedoch nicht beheizt ist (vgl. Red Bull Media House GmbH 2018b, www.bergwelten.com).

3.4 Gollinghütte

Die 'jüngste' Hütte der Alpinen Gesellschaft Preintaler wurde 1904 erbaut und ist ein wichtiger Übernachtungsstützpunkt und Ausgangspunkt für Wanderungen in den Schladminger Tauern (vgl. Stuppacher 2016, www.preintaler.at). Die Gollinghütte besitzt seit 2007 eine Materialseilbahn, die den Alltag der Hütte um einiges erleichtert. Auf der Südseite befindet sich eine neu erbaute Terrasse seit dem Jahr 2010. Diese verfügt über ein unvergleichbares Alpin-Ambiente. Von Mitte Juni bis zum ersten Sonntag im Oktober wird die Gollinghütte bewirtschaftet und bietet den Gästen über 80 Übernachtungsplätze in Form von Matratzenlagern oder Betten an (vgl. Österreichs Wanderdörfer o.J., www.huetten.wanderdoerfer.at).

3.5 Preintalerhütte

Die Preintalerhütte ist 1891 errichtet worden und liegt auf 1656 Metern. Sie ist die größte Hütte in der unmittelbaren Region und ein perfektes Ziel für Tagesausflüge oder anspruchsvolle Wandertouren. Von Mitte Juni bis Anfang Oktober wird die Hütte von der Familie Höflechner bewirtschaftet. Die Hütte bietet 70 Lagerplätze, 48 Zimmerplätze und

zusätzlich vier Schlafplätze in einem Winterraum (vgl. Red Bull Media House GmbH 2018c, www.bergwelten.com). Direkt neben der Preintalerhütte befindet sich die Waldhornalm. Die Alm ist privat bewirtschaftet und verfügt über zehn Lagerplätze (vgl. Schladming-Dachstein Tourismusmarketing GmbH o.J., www.schladming-dachstein.at).

3.6 Kaltenbachalm

Die 2007 erbaute Kaltenbachalm liegt auf 1600 Metern Höhe direkt am Ostufer des Riesachsees (vgl. Tourismusverband Schladming o.J., www.wildewasser.at). Die Alm ist Ausgangspunkt für viele schöne Wanderziele für die ganze Familie. Sie wird von Mitte Juni bis Mitte September traditionell landwirtschaftlich betreut. Selbstgemachte Spezialitäten wie Butter, Buttermilch, Topfen und fünf Käsesorten kann man bei der Kaltenbachalm genießen, da im Sommer circa 30 bis 40 Kühe vor Ort weiden. Es gibt Übernachtungsmöglichkeiten für höchstens zehn Personen im Stall am Heuboden (vgl. Steirische Tourismus GmbH o.J., www.steiermark.at).

4 Transport zu den Hütten

Hütten müssen mit Lebensmitteln, Getränken und sonstigen Material versorgt werden. Auch ist es notwendig immer wieder Instandhaltungsarbeiten zu machen. Hierfür müssen manchmal spezielle Methoden eingesetzt werden um Werkzeuge etc. auf die Hütten bringen zu können. Welche Möglichkeiten in Frage kommen und zu welchen Kosten diese führen, wird nun näher betrachtet (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.1 Arten des Transportes

Die Art des Transportes ist für jede Hütte individuell und wird speziell auf die Lage der Hütte angepasst.

4.1.1 Materialeilbahn

Eine Seilbahn, wie in Abbildung vier zu sehen, wird von vielen Hütten verwendet, da sie meist umweltfreundlich und zeitunabhängig eingesetzt werden kann. Besonders wenn sich die Hütte in Natur- oder Nationalparks befindet, ist diese Art von Transport üblich (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).



Abb.: 4 www.sagen.at

4.1.2 Auto

Wenn es die Wetter- und Geländebedingungen ermöglichen, können ausgewählte Hütten mit einem Auto (SUV) bzw. einem Geländefahrzeug, erreicht werden. Im Winter werden oft Pistenraupen oder Motorschlitten, sofern es die Schneebedingungen erlauben, eingesetzt. Kleinere Lieferungen werden manchmal sogar mit einem Gelände-Bike auf den Berg gebracht (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.1.3 Pferd oder Esel

Einfache, kleine Lieferungen werden auch heute noch mit dem Esel oder einem Pferd durchgeführt. Die Voraussetzung dafür ist, dass der Hüttenwirt genügend Zuneigung und

Zeit für das Tier aufbringt. Dies scheint zwar für den Transport zunächst kostengünstig zu sein, jedoch auf lange Dauer gesehen, ist der Erhalt des Tieres durch einige Faktoren relativ kostenintensiv (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.1.4 Zu Fuß

Diese Form ist sehr selten geworden und nur noch bei sehr kleinen Hütten und unwegsamen Gelände gegeben, da dies einen enormen Personaleinsatz erfordert (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.1.5 Helikopter

Diese Form der Schutzhüttenbelieferung wird immer beliebter. Um kostengünstigere Transporte vom Tal zu organisieren, versucht man benachbarte Hütten gemeinsam zu versorgen, wobei auch Abfälle und Leergut zurücktransportiert werden können (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.1.6 Drohne

Getestet wurde bereits Material per Drohnen zur Hütte zu transportieren. Im Kostenvergleich zu Helikoptern soll dies in Zukunft günstiger und umweltschonender sein (vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.2 Beförderungsleistung in Kilogramm

- Bei einem Hubschrauber können maximal 700 Kg befördert werden.
- Ein Auto kann bis zu 1.000 Kg transportieren.
- Ein Pferd kann, je nach Größe, bis zu 90 Kg Last tragen.
- Durch einen Drohnenflug können bis circa 50 Kg befördert werden

(vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.3 Kosten im Zusammenhang mit dem Transport

- Eine Hubschrauberflugminute kostet circa 35 €.

Die Belieferung erfolgt meist alle drei bis vier Wochen. Pro Saison werden bis zu 15 Tonnen Lebensmittel, sowie bis zu 5 Tonnen Heizmaterial auf die Hütte gelie-

fert. Je nach Größe der Hütte und ihrer Lage betragen die jährlichen Transportkosten bis circa 15.000 €, welche enorme Kosten darstellen.

- Die hüttenverwaltende Sektion eines Alpenvereins übernimmt in der Regel die Kosten für den Neubau einer Seilbahn. Für außerordentliche Reparaturen und Instandhaltungen kommt die Sektion auf. Der Hüttenwirt trägt die Kosten für den laufenden Betrieb.
- Der Hüttenwirt trägt sämtliche Kosten für die Transporte, auch jene vom Hub-schrauber. Nur durch den Anflug zu mehreren naheliegenden Hütten, ist eine Reduktion der Kosten möglich, da diese aufgeteilt werden können

(vgl. Red Bull Media House GmbH 2017, www.bergwelten.com).

4.4 Transporte auf die besuchten Schutzhütten

Zur Ursprungalm (1.610m) führt eine Mautstraße durch das Preuneggatal bis zum Parkplatz auf circa 1.600m. Der Hütteneigentümer nützt diese Straße für den Transport mit seinem Auto bzw. mit dem LKW. Der Weg zur Ignaz Mattis Hütte (1.985m) ist ein befahrbarer Schotteralmweg, welcher von der Ursprungalm in den Preuneggsattel bis zur Hütte führt. Diesen benützt der Hüttenpächter für den Transport mit dem Auto. Die Keimbrechthütte (1.872m) wird über einen Schotteralmweg aus dem Obertal von der Eschachalm bis zur Hütte erreicht, welche dem Pächter zum Transport mit dem Auto dient. Ein Schotteralmweg aus dem Untertal führt bis zur Stegeralm (1.400m) und von dort aus werden die Waren mit einer Materialseilbahn zur Gollinghütte (1.641m) transportiert. Die Transporte zur Preintalerhütte (1.657m) werden über eine Schotterstraße aus dem Untertal bis zur Kotalm (1.480m) durchgeführt. Ab dort dient eine Materialseilbahn für den Weitertransport zur Preintalerhütte. Auch die Kaltenbachalm (1.340m) wird durch dieselbe Schotterstraße aus dem Untertal mit dem Auto vom Hüttenpächter versorgt (vgl. BEV o.J., www.austrianmap.at).

5 Preiskalkulation

Jeder Anbieter, der sein Produkt am Markt verkauft, bestimmt den Verkaufspreis des Produktes, indem er kalkuliert. Dabei wird klar, dass zahlreiche Faktoren einen Einfluss auf den Verkaufspreis haben. Grundsätzlich sollte der Verkäufer sich fragen, wie viel die Kunden bereit sind zu zahlen oder wie hoch der Verkaufspreis der Mitanbieter ist (www.controllingportal.de). Nur mithilfe der Kostenrechnung erhalten die Unternehmer/innen wichtige Informationen zur Führung eines Betriebes, wie zum Beispiel: die Höhe der Verkaufspreise von Getränken und verschiedenen Speisen oder die der Nächtigungspreise eines/r Hotels/Hütte (vgl. Haberl et al. 2016, S. 4). Die betrieblichen Leistungen sind entweder Sachgüter, Produkte (Speise) oder Dienstleistungen (Bedienung). Um diese Kosten dafür zu ermitteln, unterscheidet man verschiedene Kostenrechnungsstufen (vgl. Haberl et al. 2016, S. 5).

- In der ersten Stufe werden die Kosten erfasst, das bedeutet: die verbrauchten Mengen werden festgestellt und die dazugehörigen Preise werden errechnet.
- In der zweiten Stufe werden dann die erfassten Kosten auf die verschiedenen Teilbereiche des Betriebes verteilt.
- Im letzten Schritt erfolgt die Zurechnung der Kosten auf die Kostenträger. Kostenträger sind Produkte oder Dienstleistungen eines Betriebes (vgl. Haberl et al. 2016, S. 6).

5.1 Bezugskalkulation

Mithilfe der Bezugskalkulation kann jeder Betrieb genau ausrechnen, welche Kosten beim Einkauf verschiedener Produkte anfallen (vgl. Haberl et al. 2016, S. 15). Es gibt zwei verschiedene Schemen der Bezugskalkulation: die progressive Bezugskalkulation wird auch Vorwärtskalkulation genannt; dabei ist der Rechnungspreis gegeben und der Einstandspreis wird errechnet. Bei der retrograden Bezugskalkulation, die man auch Rückwärtskalkulation nennt, ist es genau gegengleich; der Einstandspreis ist gegeben und der Rechnungspreis wird ermittelt. In der Abbildung fünf ist das Schema zum Verständnis nochmal dargestellt (vgl. Haberl et al. 2016, S. 16).

Schema der Bezugskalkulation:

progressive Bezugs- kalkulation (Vorwärts- kalkulation)		Rechnungspreis	
	- v. h.	- Rabatt	+ i. h.
		rabattierter Preis	
		+ Faktorenspesen	-
		Rechnungsbetrag exkl. USt (Zielpreis)	
		- v. h.	- Skonto
		Kassapreis	
		+ eigene Bezugsspesen	-
		Einstandspreis	

Abb.: 5 www.sbx2.manzschulbuch.at

5.1.1 Rechenoperationen

Bei dem Ausrechnen der Prozente unterscheidet man zwischen drei verschiedenen Rechenoperationen:

- Prozentrechnung von Hundert (v.h.)
- Prozentrechnung in Hundert (i.h.)
- Prozentrechnung auf Hundert (a.h.)

Bei der Prozentrechnung von Hundert geht man von der Basis 100 aus. Beim Prozentrechnen in Hundert vermindert man die Basis 100 um den Prozentsatz und beim Prozentrechnen auf Hundert vergrößert man die Basis um den Prozentsatz.

5.1.2 Rabatte

Rabatte werden von den Verkäufer/innen gewährt. Dabei wird keine Rücksicht auf den Zahlungszeitpunkt genommen. Rabatte können aus verschiedenen Gründen den Käufer/innen gewährt werden, zum Beispiel: der Großhandelsrabatt bei Einkauf im Großhandel oder der Mengenrabatt bei einem Einkauf einer großen Menge, etc. (vgl. Haberl et al. 2016, S. 16). Wenn einem/r Käufer/in gleichzeitig für ein Produkt mehrere Rabatte gewährt werden, muss man diese in einer gewissen Reihenfolge abziehen:

- Einzelhandelsrabatt
- Großhandelsrabatt
- Sonderrabatt
- Mengenrabatt

5.1.3 Faktorenspesen

Faktorenspesen sind Spesen, die von den Verkäufer/innen in Rechnung gestellt werden und sind auf der Rechnung angeführt. Sie kommen zum Beispiel in Form von Frachtkosten oder für gesondert verrechnete Verpackungen vor (vgl. Haberl et al. 2016, S. 17).

5.1.4 Skonto

Ein Skonto ist ein Preisnachlass auf den Rechnungsbetrag, der gewährt wird, wenn man den Betrag innerhalb einer bestimmten Frist bezahlt. Bei einer frühzeitigen Zahlung der Rechnung erhält der Käufer einen Preisabzug (vgl. Haberl et al. 2016, S. 17).

5.1.5 Bezugsspesen

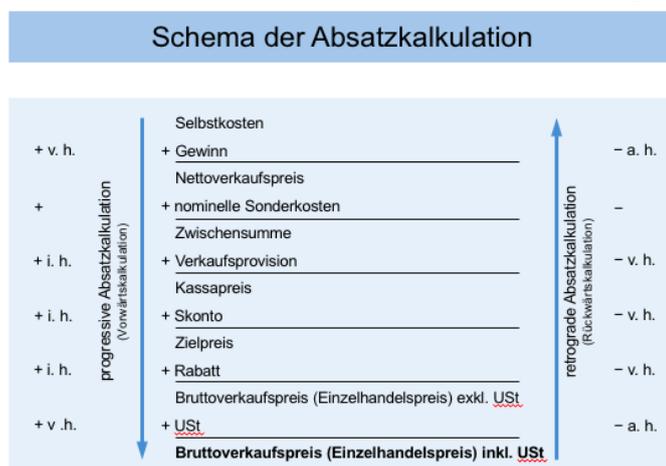
Bezugsspesen können in Form von Faktorenspesen oder eigenen Bezugsspesen anfallen. Eigene Bezugsspesen werden zusätzlich zu den in der Eingangsrechnung angeführten Spesen verrechnet. Dazu zählen unter anderem:

- Versicherungskosten
- Frachtkosten, Kosten der Lagerung, Speditionsprovision etc.
- Eingangsabgaben, das sind zum Beispiel: Zoll, Verbrauchssteuern
- Devisenankaufsspesen
- Spesen und Provisionen
- Übernahme-spesen

(vgl. Haberl et al. 2016, S. 17)

5.2 Absatzkalkulation

Die Absatzkalkulation kann man in zwei verschiedene Schemen einteilen. Die progressive Absatzkalkulation nennt man auch Vorwärtskalkulation, dabei sind die Selbstkosten gegeben und der Bruttoverkaufspreis wird errechnet. Bei der retrograden Absatzkalkulation, auch Rückwärtskalkulation ge-



nannt, ist der Bruttoverkaufspreis angeführt und die Selbstkosten sind zu errechnen (vgl. Haberl et al. 2016, S. 83). Die zwei verschiedenen Schemen werden in der Abbildung sechs zum Verständnis nochmal dargestellt.

5.2.1 Selbstkosten

Selbstkosten sind jene Kosten, die für das Unternehmen bei der Herstellung und bei der Vermarktung des Produktes anfallen. Der Verkaufspreis des Produktes muss über den Selbstkosten liegen, wenn das Unternehmen einen Gewinn mit diesem Produkt erzielen möchte (vgl. Janedu UG 2019, www.welt-der-bwl.de).

5.2.2 Gewinn

Den Gewinn beziehungsweise Verlust, welcher auf ein Produkt kalkuliert wird, bestimmt oft die Konkurrenzsituation am Markt. Aus besonderen Gründen kann es manchmal nötig sein, mit einem Verlust zu kalkulieren, dies sollte aber nur bei einzelnen Produkten im Sortiment der Fall sein.

5.2.3 Nominelle Sonderkosten

Nominelle Sonderkosten sind in Euro angegeben. Darunter fallen Kosten für spezielle Verpackungen oder zum Beispiel Frachtkosten (vgl. Haberl et al. 2016, S. 84).

5.2.4 Verkaufsprovision

Die Verkaufsprovision kurbelt den Umsatz an und wird vom Kassapreis berechnet.

5.2.5 Kassapreis

Der Kassapreis ist bei der progressiven Absatzkalkulation die Summe aus Verkaufsprovision und Zwischensumme (siehe Abb. 2). Bei der retrograden Absatzkalkulation ist der Kassapreis die Differenz aus Skonto und Zielpreis.

5.2.6 Zielpreis

Der Zielpreis ist jener Preis, der sich bei der Vorwärtskalkulation aus Skonto und Kassapreis zusammensetzt und bei der Rückwärtskalkulation die Differenz aus Bruttoverkaufspreis exklusive Umsatzsteuer und den verschiedenen Rabatten.

5.2.7 Rabatt

Wenn mehrere Rabatte bei einem Produkt anfallen, ist eine besondere Reihenfolge zu beachten:

- Mengenrabatt
- Sonderrabatt
- Großhandelsrabatt
- Einzelhandelsrabatt

Bei den Sonder- und Mengenrabatten muss der Rabatt entsprechend des Umsatzanteils berechnet werden, und darf nicht in voller Höhe angesetzt werden. Der Einzelhandelsrabatt und der Großhandelsrabatt wird auch Wiederverkäuferrabatt genannt (vgl. Haberl et al. 2016, S. 84).

5.3 Teilkostenrechnung – Hotellerie und Gastronomie

Bei der Teilkostenrechnung werden nicht die gesamten Kosten den Kostenträgern (Produkten, Dienstleistungen) zugerechnet, sondern nur ein Teil der anfallenden Kosten. Daher werden die Kosten bei der Teilkostenrechnung in Fixkosten und variable Kosten aufgeteilt (vgl. Haberl et al. 2016, S. 186). „Variable Kosten sind Kosten, die in Abhängigkeit von der Stückzahl der hergestellten Produkte entstehen und sich mit der hergestellten Stückzahl verändern können“ (vgl. Franke 2006, [www. bwl-wissen.net](http://www.bwl-wissen.net)). Variable Kosten sind zum Beispiel: Kosten für Rohstoffe, Energiekosten oder Kosten für den Transport. Fixkosten wie zum Beispiel: Zinsen, Miete und Abschreibungen sind Kosten, die in einem Betrieb ständig anfallen - unabhängig von der Auslastung des Betriebs. Diese werden bei geringerer Auslastung auf weniger Nächtigungen beziehungsweise Produkte aufgeteilt, daraus folgt, dass auch der Preis der einzelnen Nächtigungen bzw. der einzelnen Produkte immer teurer werden würde und sich das wiederum negativ auf die Auslastung auswirken würde. Die Nachfrage der Gäste variiert zwischen Haupt- und Nebensaison, aber auch zwischen den Tageszeiten oder Wochentag bzw. Wochenende. Um die Belegung bei geringer Auslastung eines Betriebes zu verbessern, versucht man nur einen Teil der Kosten zu verrechnen, um den Verkaufspreis zu verringern (vgl. Haberl et al. 2016, S. 185).

Um die zwei Kalkulationsschemen praxisorientierter darzustellen, kommen im Anschluss zwei Beispiele: eine Bezugskalkulation und eine Absatzkalkulation eines Schnitzels. Die Preise sind von Eva Fierlinger selbst angenommen.

1 Beispiel siehe Abbildung sieben:

Progressive Bezugskalkulation

Einkauf von 10 Schnitzel, Listenpreis € 25,- (inkl. Fett, Brösel, Mehl, Ei, Gewürze), 10% Rabatt, 2 % Skonto

Retrograde Bezugskalkulation

Einkauf von 10 Schnitzel, Einstandspreis € 22,05 (inkl. Fett, Brösel, Mehl, Ei, Gewürze) 10% Rabatt, 2 % Skonto

Bezugskalkulation					
progressive Bezugskalk.		Listenpreis	€	25,00	
	(25 x 0,1)	10% Rabatt	€	2,50	(22,50 x 10 : 90)
		rabattierter Preis	€	22,50	
	(22050 x 0,02)	2% Skonto	€	0,45	(22,05 x 2 : 98)
		Einstandspreis	€	22,05	
					retrograde Bezugskalk.

Abb.: 7 © Eva Fierlinger

2 Beispiel siehe Abbildung acht:

Progressive Absatzkalkulation

Selbstkosten eines Schnitzels betragen € 7, 55

12% Gewinn, € 2,- Transportkosten, 5% Verkaufsprovision

2% Skonto, 5% Mengenrabatt

Retrograde Absatzkalkulation

Bruttoverkaufspreis inkl. USt eines Schnitzels betragen € 13,-

12% Gewinn, € 2,- Transportkosten, 5% Verkaufsprovision

2% Skonto, 5% Mengenrabatt

Absatzkalkulation					
progressive Absatzkalkulation		Selbstkosten	€	7,55	
	(7,55 x 12 : 100)	12% Gewinn	€	0,91	(8,46 x 12 : 11,2)
		Nettoverkaufspreis	€	8,46	
		nominelle Sonderkosten	€	2,00	
		Zwischensumme	€	10,46	
	(10,46 x 5 : 95)	Verkaufsprovision	€	0,55	(11,01 x 0,05)
		Kassapreis	€	11,01	
	(11,01 x 2 : 98)	2% Skonto	€	0,22	(11,23 x 0,02)
		Zielpreis	€	11,23	
	(11,23 x 5 : 95)	5% Mengenrabatt	€	0,59	(11,82 x 0,05)
		Bruttoverkaufspreis exkl. Ust	€	11,82	
	(11,82 x 10 : 100)	Ust	€	1,18	(13 x 10 : 110)
	Bruttoverkaufspreis	€	13,00		
					retrograde Absatzkalkulation

Abb.: 8 © Eva Fierlinger

6 Marketingmix

Unter diesem Begriff versteht man den aufeinander abgestimmten Einsatz (mix) von Marketinginstrumenten (Ingredients). Wichtig ist dabei die Kreativität, aber auch die Planung (Methodik), um realistische und kostengünstige Produkte für die Bedürfnisse der Benutzer zu erreichen. Dadurch werden die Marketingaktivitäten in die Teilgruppen Produktpolitik, Vertriebspolitik, Preis- und Konditionenpolitik sowie die Kommunikationspolitik aufgeteilt (vgl. Meffert 1998, S. 882 - 884). Diese Instrumente (Politik) werden auch „vier Ps“ genannt, nach den englischen Begriffen für Product, Price, Place und Promotion (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 209)

6.1 Produkt- und Sortimentspolitik

Um den Kundenbedürfnissen entsprechen zu können, müssen die Produkte und Dienstleistungen bzw. das Sortiment so positioniert werden, dass eine genügend große Anzahl an Benutzern (Zielgruppe) angesprochen werden kann. Eine wichtige Größe ist bei einer Produktneueinführung, dass auf das Konkurrenzumfeld geachtet wird und nicht in bereits gesättigte Märkte investiert wird (vgl. Berekoven et al. 2000, S. 353). Die Innovation (Erneuerungen) aber auch eventuelle Qualitätsverbesserungen eines Produktes haben eine große Wirkung auf den Marktanteil, sowie auf den unternehmerischen Erfolg. Somit dient diese Politik der langfristigen Erfolgsstrategie eines Unternehmens und richtet sich dabei um Marktanteilssteigerung, weitere Kundensegmente, Gewinnwachstum, Risikostreuung und Verfügbarkeit (Produktionskapazität) (vgl. Meffert 1998, S. 317 - 321).

6.2 Vertriebs- bzw. Distributionspolitik

Sie bezieht sich auf die Übermittlung von Produkten (materiell) oder Dienstleistungen (immateriell) vom Hersteller (Produzent) zum Endverbraucher und setzt Überlegungen über den Absatzkanal (Großhandel/Direktvertrieb/Einzelhandel/Agentur) fest (vgl. Meffert 1998, S. 582). Die Absatzstruktur (Distributionsintensität) der alpinen Vereinshütten kann als intensive Distribution (Universalvertrieb) betrachtet werden (vgl. Meffert 1998, S. 599). Da die Hütten von Sektionen und diese vom Verband (Alpenverein, Naturfreunde, Gesellschaft der Preintaler) so gelenkt werden, dass zum Beispiel die Lager bzw. Zimmer

überall erhältlich sind und einem gewissen Standard entsprechen, ist der Vertriebsweg gegeben. Zusätzlich gibt es darüber den Verband der alpinen Vereine Österreich als Dachverband (vgl. VAVÖ 2011, www.vavoe.at).

6.3 Kontrahierungs- bzw. Preis- und Konditionenpolitik

Sie dient der Fixierung von Vereinbarungen des Leistungsangebotes, wie Entgelt, mögliche Rabatte, Zahlungskonditionen und sind kurzfristig anpassbar. Die Preisentwicklung war rückblickend einem stetigen Wandel unterworfen, bedingt durch geringes Kundeneinkommen und fehlender Unterscheidungsmöglichkeiten (Nachkriegszeit). Durch höheren Lebensstandard änderte sich die Kraft der Preispolitik, welche in den letzten Jahren einen Bedeutungsanstieg verzeichnet und auf folgende Entwicklungen zurückzuführen ist:

- Preiskämpfe durch Einstieg von Produzenten aus „Billiglohnländern“
- Verdrängungswettbewerb durch Überproduktion und Marktsättigung
- Durch geringer werdende Produktunterscheidungen entsteht eine qualitative Produktangleichung und somit bleibt nur die Profilierung über den Preis
- durch verstärktes Preisbewusstsein der Konsumenten

(vgl. Meffert 1998, S. 468 - 469). Vergütungen, welche ein Lieferant bei Erfüllung bestimmter Produktleistungen zum Beispiel Menge seinen Kunden einräumt, nennt man Rabatt. Dieser hat somit auf die Endverbraucherpreisgestaltung einen Einfluss und erhöht die Kundenbindung. Ein Preisnachlass für die Rechnungsfortzahlung wird als Barzahlungsrabatt oder üblicherweise als Skonto bezeichnet (vgl. Meffert 1998, S. 564 - 568). Lieferungs- und Zahlungsbedingungen sind in den Geschäftsbedingungen im Rahmen eines Kaufvertrages definiert. Die Lieferverpflichtung des Lieferanten, deren Erfüllung, die Gefahren- und Kostenübernahme, sind alle in den Lieferbedingungen angeführt. In den Zahlungsbedingungen sind die Zahlungsweise (Bargeld, Überweisung, Scheck/Wechsel, Vorauszahlung), Gesamt- Teilzahlung/An- Restzahlung sowie das Zahlungsrisiko (Inkasso, Akkreditiv) vereinbart (vgl. Meffert 1998, S. 574 - 576).

6.4 Kommunikationspolitik

Die Arten der Kommunikation von Unternehmen haben sich in der Gestaltung und Auswahl in den letzten Jahren erheblich geändert. Neue moderne Kommunikationstechnolo-

gien, wie das Internet oder Multimedia, bieten eine neue Form der Konsumentenansprache, wobei auch die klassische Werbung einen Trend zu einer Spezialisierung aufweist (vgl. Meffert 1998, S. 574 - 576). Werbung ist heute wichtiger denn je, auch wenn dafür ein bestimmtes Budget erforderlich ist (vgl. TESTROOM GmbH 2011, www.germanblogs.de).

6.4.1 Internet - Homepage - Social Media

Jedes Unternehmen sollte heute einen Internet-Auftritt besitzen, da dies zu einer weitverbreiteten Werbemöglichkeit führt. Voraussetzung ist, dass die digitale Werbung auch immer aktuell ist (vgl. TESTROOM GmbH 2011, www.germanblogs.de). Auch die Preintalerhütte besitzt eine Website, welche man auf Abbildung neun sehen kann. Früher wurden Informationen



Abb.: 9 www.preintaler.at

auf der eigenen Homepage vom Unternehmer zusammengestellt und von einer IT-Dienstleistungs-firma erstellt. Durch die Internetweiterentwicklung, wo nun unabhängige Personen Beiträge abgeben (Blogs, Foren, Videoportale) sind interessante Onlinequellen entstanden, welche die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zeigen und somit strategisch verwertbar sind. Einfacher Text aus Tweets (Twitter) kann selektiv gesammelt und ausgewertet werden, aber auch durch die Aufforderung Informationen auf der Firmenhomepage abzugeben, kann ein Unternehmen werbestrategische Auswertungen machen (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 164). Durch die Interaktivität der „Mitmachmedien“, wie man Social-Medien wie Facebook, Blogs, Twitter, etc. auch nennt, kann ein Produkt rasch bekanntgemacht werden, indem man es „Liked“ (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 199). Fast alle Hütten in den Schladminger Tauern besitzen eine Homepage oder einen Eintrag auf einer Social-Media-Plattform, wie zum Beispiel Facebook.

6.4.2 Sales Promotion - Verkaufsförderung

Sie dient der Effizienzerhöhung des eigenen Absatzes durch Förderung

- des Verkaufspersonals durch ein Prämiensystem oder Aus- Weiterbildungen

- der Absatzmittler (Handelsvertreter, Vertriebsbeauftragte, etc.) durch Annoncen/Beilagen, Handelsmessen, Infostände, etc.
- durch Beeinflussung des Konsumenten mittels Prospekte, Gewinnspiele, Preisausschreiben, Handzettel, Warenproben, Sonderrabatte, etc.

Diese Maßnahme soll unterstützende, motivierende und vor allem absatzfördernde Wirkung haben (vgl. Meffert 1998, S. 701, 703). Testprodukte von eigenen Waren als Promotion bereit zu stellen, ist eine sehr effektive Handhabe, um ein Produkt einführen zu können (vgl. TESTROOM GmbH: GermanBlogs 2011, www.germanblogs.de). Für eine bestimmte Zeit, kann ein Produkt an verschiedenen Lokalen/Orten (Storetest) angeboten werden (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 166). Um Kunden zum Kauf zu motivieren, werden gerne Einführungsrabatte oder begünstigte Zahlungs- und Lieferbedingungen gewährt (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 147). Teilweise werben Almen und Schutzhütten durch lokale Produktproben, wie zum Beispiel Kostproben des Steierkäse, Arnikasalbe, etc. Auch werden im Alpentourismus zum Beispiel. Nachlässe bei Eltern- Kinderwochen verkaufsfördernd realisiert (vgl. Höflehner 2018).

6.4.3 Direkt-Kommunikation

Sie dient der persönlichen Ansprache von Personen bzw. Kunden wie dies mittels personalisierter Serienbriefe, Direct-Mailing oder Telefonkontakten (Teleshopping) gemacht wird (vgl. Meffert 1998, S. 665). Zum Beispiel erzeugt ein Geburtstagsgruß, ein positives Verhältnis und es wird dadurch eine Kundenbindung erzeugt. In Hauszeitungen bzw. Newsletter wird der Kunde über neue Produkte informiert. Als ureigene Kommunikationsform gilt die Mund-zu-Mund-Propaganda, bei der die Informationsverbreitung oder Empfehlung im persönlichen Gespräch „von Mund zu Mund“ weitergegeben wird und somit die Information dann „in aller Munde“ ist (vgl. TESTROOM GmbH 2011, www.germanblogs.de). In den alpinen Vereinen wird dies in den Vereinsmitteilungen gemacht zum Beispiel neue Schutzhüttenöffnungszeit. Im Alpentourismus ist diese Form der Direktwerbung, wegen Fehlen von Stammkunden, nicht relevant (vgl. Höflehner 2018).

6.4.4 Sponsoring

Darunter versteht man die Förderung von Personen oder Organisationen bzw. Veranstaltungen durch ein Unternehmen mittels Sachleistungen zum Beispiel T-Shirt mit Firmenlo-

go. Dies geschieht in der Erwartung, dass die eigenen Produkte bekannter werden und so den Absatz ankurbeln. Das fängt bei Gummibärchen für Kinder an und geht zum Beispiel bis zum Regenponcho mit Aufdruck für einen Berglauf zur Hütte XY (vgl. TESTROOM GmbH 2011, www.germanblogs.de). „Imagetransfer vom Gesponserten auf das Image des Unternehmers“ (vgl. Krumhuber et al. 2015, S. 206). Eine immer beliebter werdende Sponsoringform ist jene durch Fernsehübertragungen oder einzelner Sendungen, wobei die Ausstrahlung mitfinanziert wird und der Firmenname sowie das Produktlogo vor und nach der Sendung als Gegenleistung eingeblendet wird. Grundsätzlich soll geprüft werden, ob eine Imageaffinität (Gemeinsamkeit) besteht, da zum Beispiel sportliche Misserfolge auf Dauer zu einem negativen Image führen kann (vgl. Meffert 1998, S. 709 - 710).

6.4.5 Tourismusverband

Unternehmer mit Tätigkeiten für den Tourismus bzw. der Freizeitwirtschaft können sich in jeder Gemeinde bzw. Gebiet zu einem Tourismusverband zusammenschließen. Sie sind laut Salzburger Tourismusgesetz eine Körperschaft öffentlichen Rechtes mit folgenden Aufgaben (§1 S.TG):

- Betreibung einer Informationsstelle sowie die Tourismusaktivitäten vor Ort
- Gästebetreuung mit Information, sowie Durchführung von Veranstaltungen und Freizeitaktivitäten
- Koordination von Einzelangeboten und Angebotsmitgestaltung
- Bau von Tourismuseinrichtungen und -anlagen und Betreibung dieser, wie zum Beispiel Lehrpfade, Kneipanlage, etc.
- Ideen zur Entwicklung des Tourismus
- Werbung und Verkaufunterstützung für die Tourismusunternehmer;
- Maßnahmen zur Erhaltung von Kultur und Landschaft
- Unterstützung beim Ortsmarketing

(vgl. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort 2003, www.ris.bka.gv.at).

7 Versicherungen

Jeden Tag sollte ein Unternehmen beziehungsweise ein Mensch auf Gefahren oder Risiken eingestellt sein, denn das Leben, die Gesundheit oder das Privat- und Betriebsvermögen können bedroht werden. In Österreich gibt es Pflichtversicherungen, dazu zählen die Kranken-, Pensions-, Unfall- und die Arbeitslosenversicherung. Zusätzlich gibt es aber noch ein umfangreiches Angebot von privaten Versicherungsunternehmen, um sich vor den weiteren Risiken schützen zu können. Dafür müssen Private und Firmen/Betriebe aber selbst vorsorgen (vgl. Krumhuber et al. 2017, S. 7).

7.1 Pflichtversicherungen

Gewerbetreibende sind in der Kranken- und Pensionsversicherung im Rahmen des Gewerblichen Sozialversicherungsgesetz (GSVG) pflichtversichert. Die Unfallversicherung ist im Allgemeinen Sozialversicherungsgesetz (ASVG) geregelt und die Selbständigenvorsorge im Betrieblichen Mitarbeitervorsorgegesetz (BMSVG). Die Gewerbetreibenden sind hingegen nicht in der Arbeitslosenversicherung mitversichert. Zum Personenkreis der pflichtversicherten Gewerbetreibenden gehören:

- Komplementäre einer KG,
- Gesellschafter einer OG,
- Einzelunternehmer mit Erlangung einer Gewerbeberechtigung,
- geschäftsführende Gesellschafter einer GmbH (sofern sie in der Funktion noch nicht im Allgemeinen Sozialversicherungsgesetz versichert sind).

Vorsicht ist geboten bei der Ausübung von mehreren Erwerbstätigkeiten, dabei gibt es Sonderregelungen (vgl. Wirtschaftskammer Steiermark 2018, www.wko.at).

7.2 Freiwillige Versicherungen

Neben den verpflichtenden Kranken-, Pensions-, Unfall- und Arbeitslosenversicherungen ist es sehr wichtig, zusätzliche Versicherungen abzuschließen. Die Alm- und Hüttenwirtschaft ist -abhängig von der Lage- vielen verschiedenen Risiken ausgesetzt, die ein Bewirtschafter gar nicht oder nur bedingt beeinflussen kann. Aufgrund dessen schließt ein Bewirtschafter meist ein Basis-Versicherungspaket in Form einer Bündelversicherung ab.

Dieses Paket beinhaltet die landwirtschaftliche Haftpflichtversicherung, eine Versicherung gegen Feuer-, Sturmschäden sowie Leitungswasserschäden. Grundsätzlich sollten bei einer Almwirtschaft ähnliche Versicherungen wie im Heimbetrieb abgeschlossen werden (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 38).

7.2.1 Landwirtschaftliche Haftpflichtversicherung

„Eine Haftpflichtversicherung schützt in der Regel vor unberechtigten Schadenersatzansprüchen geschädigter Dritter und erfüllt berechtigte Schadenersatzansprüche gegenüber Dritten“ (Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 38). In weiterer Folge übernimmt die Versicherung auch die Kosten für die Feststellung eines Schadenersatzanspruchs und die Ablehnung von ungerechtfertigten Ansprüchen. Die Haftpflichtversicherung hat prinzipiell eine große Bedeutung, da im Schadensfall die haftende Person meist mit ihrem gesamten Vermögen haftet (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 38).

7.2.2 Feuerversicherung

In der Feuerversicherung ist meistens mehr als nur der 'Brand' versichert. Versichert sind auch Schäden, die durch einen Brand, einen Blitzschlag oder auch durch eine Explosion aufgrund eines Flugzeugabsturzes verursacht werden könnten. Wie bei vielen anderen Feuerversicherungen sind Schäden ausgenommen, die durch einen indirekten Blitzschlag erzeugt wurden, wie zum Beispiel durch Überspannung (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 38).

7.2.3 Leitungswasserversicherung

Durch austretendes Wasser aus Zu- und Ableitungsrohren oder angeschlossenen Anlagen können große Schäden auftreten und hohe finanzielle Folgen entstehen (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 38). Die Schäden eines Wasserrohrbruches oder eines nicht dichten Heizkörpers können sich sehr leicht auf Böden, Decken oder Wände ausbreiten. Aufgrund dessen ist eine Leitungswasserversicherung sehr nützlich. Die Kosten für die Reparatur oder gar eine Wiederbeschaffung liegen meist sehr hoch. Bei einer Leitungswasserversicherung sind für gewöhnlich die Kosten der Reparatur oder der Wiederherstellkosten abgedeckt. In vielen Versicherungen sind auch die Anlagen für Warm-

wasserversorgung miteingeschlossen, wie zum Beispiel bei den Heizungs- und Klimaanlage (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 39).

7.2.4 Sturmschäden

Sturmversicherungen haben viel an Bedeutung gewonnen, da die Anzahl der heftigen Unwetter deutlich gestiegen ist. Im Normalfall deckt die Versicherung Schäden, die durch Hagel, Sturm, Schneedruck, Steinschlag, Felssturz oder einen Erdbeben verursacht werden könnten. Außerdem übernimmt sie die Kosten, die als Folge zu diesen Ereignissen auftreten könnten, wie zum Beispiel: Abbruch-, Aufräum- oder Dekorationsarbeiten (sofern mit der Versicherung nichts anderes vereinbart wurde) (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 39).

7.2.5 Rechtsschutzversicherung

Die Zahl an abgeschlossenen Rechtsschutzversicherungen steigt immer mehr aufgrund der immer teurer werdenden Rechtsanwalts- und Gerichtskosten in Streitfällen. Eine Rechtsschutzversicherung deckt in den meisten Fällen die rechtlichen Interessen und die dabei entstehenden Rechtsanwalts- und Gerichtskosten ab. Viele nehmen fälschlicherweise an, dass die normale Haftpflichtversicherung auch Rechtsanwalts- und Gerichtskosten übernimmt (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 39).

7.2.6 Spezielle Versicherungen

Neben den oben erwähnten Versicherungen gibt es noch zahlreiche Möglichkeiten, sich gegen weitere Gefahren und Risiken abzusichern. Abhängig vom Betriebszweig gibt es verschiedene Versicherungspakete, wie zum Beispiel für: Grünland, Tierhaltung, Weinbau etc. (vgl. Almwirtschaft Österreich 2015, www.lko.at, S. 39).

8 Arbeitskraft

Die im Zuge der Diplomarbeit besuchten Hütten in der Region Schladminger Tauern können primär der Form des Sommertourismus und der Betriebsart Beherbergung zugeordnet werden. Wobei die Hütten als Garnibetriebe zu betrachten sind. Ursprünglich werden in einem Garnibetrieb nur Nächtigungen angeboten (vgl. Krumhuber et al. 2016, S. 148 - 149). Viele Hütten bieten jedoch neben der Nächtigung in Lagern bzw. in Zimmern auch Verpflegung wie zum Beispiel Frühstück oder Bergsteigeressen an (vgl. Höflechner 2018).

Der Faktor Arbeit wird eingeteilt in:

- Die anweisende bzw. anordnende Arbeit, welche von den Hüttenbesitzern bzw. den Pächtern durchgeführt wird.
- Die unselbständige, weisungsgebundene ausführende Arbeit, welche vom Hüttenpersonal erbracht wird.

Dementsprechend werden hier Saison-, Teilzeit-, Aushilfs- bzw. Ganzjahreskräfte eingesetzt (vgl. Krumhuber et al. 2013, S. 51).

8.1 Saisonarbeitskraft

Diese Form dient zur Abdeckung eines zeitlich befristeten bzw. vorübergehenden Bedarfs an Arbeitskräften. Für Personen aus den EU-Mitgliedstaaten sind keine arbeitsmarktbehördlichen Genehmigungen erforderlich, Personen außerhalb der EU benötigen diese sehr wohl. Der Bundesminister für Arbeit und Soziales kann durch Verordnung einen Arbeitskräftemangel verhindern, indem er bestimmt, wie viele Personen im Tourismus befristet tätig sind (vgl. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort o.J., www.help.gv.at). Bei dieser Form des Arbeitsverhältnisses vereinbaren Arbeitnehmer und Arbeitgeber einen bestimmten Zeitraum zum Beispiel vom ersten Mai bis zum dreißigsten September (Sommersaison). So ein befristeter Vertrag endet durch Erreichung des Endtermins, ohne eine spezielle Beendigungserklärung. Dies bedeutet, dass der Saisonnier bis zum Ende der vereinbarten Zeit zu arbeiten hat, da er sonst gegenüber der Firma schadenersatzpflichtig werden würde. Grundsätzlich wird so ein befristetes Verhältnis nicht einseitig gekündigt, wobei eine einvernehmliche Lösung jedoch möglich ist (vgl. AK: Saisonarbeiter o.J., www.arbeiterkammer.at). Die Saisonarbeit wird auch sehr häufig auf den

Hütten angewandt, da diese meist nur für einige Monate im Jahr geöffnet haben (vgl. Höflehner 2018).

8.2 Teilzeitarbeitskräfte und Aushilfskräfte

Von Teilzeitarbeit spricht man dann, wenn die gesetzliche Normalarbeitszeit (40 Stunden) durch die vereinbarte Wochenarbeitszeit unterschritten wird. Solche Beschäftigte dürfen keine Benachteiligung gegenüber Vollzeitbeschäftigten haben. Mehrarbeit ist jene Arbeitszeit, welche zwischen der vereinbarten und der gesetzlichen Normalarbeitszeit liegt und ist mit einem Zuschlag von 25 Prozent des Stundensatzes auszugleichen (vgl. Bundesministerium für Arbeit, Soziales: Arbeiten in Österreich, o.J., www.migration.gv.at). Durch Veranstaltungen auf den Schutzhütten, speziell an Wochenenden und Feiertagen, werden Aushilfskräfte oft sehr kurzfristig benötigt (vgl. Höflehner 2018).

8.3 Ganzjahreskräfte

Der wirtschaftliche Erfolg ist maßgeblich davon abhängig, dass es in Ganzjahresbetrieben wenig Personalfuktuation (Personalwechsel) gibt. Der Bedarf an Ganzjahreskräften hängt vom richtigen Angebotsmix ab, wie zum Beispiel ein Restaurant mit Themenabend, Nächtigungen für Handelsreisende, ein attraktiver Wellnessbereich mit Gesundheitstagen. Beim Ganzjahresbetrieb ist das richtige Personal besonders wichtig, daher ist es sinnvoll den Mitarbeiter an den Betrieb zu binden. Dies kann durch viele verschiedene Möglichkeiten erreicht werden zum Beispiel Prämiensysteme, Sonderzahlungen, Selbstverantwortung wie zum Beispiel Dienstpläne erstellen, überlappende 5-Tage-Woche, qualitativ gute Mitarbeiterunterkünfte. Speziell Ganzjahreskräfte sollten die Möglichkeit zu einer Weiterbildung bekommen. Aufstiegsmöglichkeiten motivieren die Mitarbeiter und binden sie dadurch an das Unternehmen (vgl. Bezirksblätter Salzburg GmbH 2011, www.meinbezirk.at). Die Schutzhütten und Almen in der Region der Schladminger Tauern haben auf Grund des Sommerbetriebes keine Ganzjahreskräfte. Wegen des Wintertourismus beschäftigen die Hotel und Restaurantbetriebe in Tal Nähe sehr wohl Dauerarbeitskräfte (vgl. Höflehner 2018).

8.4 Mithilfe auf der Alm

Viele Hütten- und Landwirte suchen im Sommer zur Unterstützung freiwillige Helfer. Obwohl es dafür nur Logis, Kost und etwas Taschengeld gibt, wollen viele „Aussteiger“ mal eine Saison auf der Alm arbeiten. Die Tätigkeiten auf der Alm sind vielfältig und reichen von Hausarbeiten, Frühstücksvorbereitungen, Tierversorgung und Kinderbetreuung, bis zur Produktion von Lebensmitteln auf den Almen und Hütten. Erzeugt werden vor allem frische Bauernbrote, Mehlspeisen, Butter und Käse, aber auch heilsame Tinkturen und Salben. Diese Produkte werden bei Almfesten an Hüttenbesucher, und Wanderer verkauft (vgl. J. Handlechner o.J., www.salzburgerland.com).

9 Lebensmittel und Speisen

Die Steiermark hat einen großteils sehr fruchtbaren Boden und wird aufgrund dessen auch oft als Feinkostladen Österreichs bezeichnet. Die Regionalität und Qualität sind für die steirische Küche entscheidende Kriterien. Die lokalen Schmankerln findet man in Hauslokalen bis hin zu uralten Hütten wieder (vgl. Steirische Tourismus GmbH o.J., www.steiermark.at).

9.1 Auswahl der Speisen auf den Hütten

In der steirischen Küche wird sehr auf nachhaltige Ernährung geachtet, daran führt kein regionales oder saisonales Produkt am Teller eines Gastes vorbei. Auf regionale und saisonale Produkte zu achten, lohnt sich nicht nur für die Gastronomie, sondern auch der Gast kann dabei neue Spezialitäten entdecken, die nur in der Steiermark vorzufinden sind. Die regionalen Schmankerln reifen in der Sonne, der Niederen Tauern, heran und sind deswegen auch besser als Produkte, die einen langen Transportweg hatten und dafür zu früh geerntet und zu lange gelagert wurden. Die enge Beziehung zu den ökologischen Landwirtschaften, bringt der steirischen Küche einen großen Vorteil, wenn es sich um die regionalen Produkte handelt (vgl. Steirische Tourismus GmbH o.J., www.steiermark.at).

9.2 Schmankerl der steirischen Hütten

Die Schmankerln der steirischen Hütten und Almen lassen den Gaumen neue Geschmackserlebnisse eröffnen. Eine Spezialität auf den Hütten in der Region Schladming-Dachstein ist das Steirerkäsebrot. Das kräftig mit Steirerkäse bestreute Brot ist aber nicht die einzige Mahlzeit, die man mit dieser Spezialität herstellen kann, auch die Steirerkasnocken werden mit demselben Käse hergestellt. Für eine anstrengende Wanderung kann man sich in den meisten Hütten mit einem dort hausgemachten Frühstück stärken. Buttermilch, Butter oder Brot aus eigener Erzeugung findet man in vielen Hütten. Da in den Schladminger Tauern sehr viel Wert auf saisonale Produkte gelegt wird, sind deshalb die Speisen auch auf die Jahreszeit abgestimmt. Auch viele der Nachspeisen sind auf den Hütten selbst erzeugt worden wie zum Beispiel die frischen Bauernkräpfen mit Marillenmar-

melade oder der selbstgemachte Kaiserschmarrn mit Staubzucker bestäubt (vgl. Steirische Tourismus GmbH o.J., www.steiermark.at).

9.3 Das Besondere am Hüttenessen

Die Zutaten für die regionalen Speisen auf den Hütten beschränken sich meist nur auf das Wesentliche: Milchprodukte, Kartoffeln und Gemüse, welches je nach Höhenlage hinter der Hütte heranreift. Beeren, Pilze und Kräuter werden in den umliegenden Wäldern gesammelt. Diese werden so wenig wie möglich verarbeitet und es werden keine Haltbarmacher oder andere Zusatzstoffe den Speisen hinzugefügt (vgl. Raffalt, Schaber 2018, S. 16). Für Rinder, Schafe und Ziegen wirkt der Sommer auf den Weiden wie eine Kur. Die höhere UV - Strahlung festigt die Knochen, das Herumklettern stärkt die Muskeln, Sehnen und Gelenke, das Wetter beeinflusst das Immunsystem positiv und die verschiedenen Gräser sorgen für ein feinfaseriges Biofleisch. Die von diesen Tieren gewonnene Milch ist reich an Vitaminen, Mineralstoffen, Eiweiß und Kalzium und enthält wertvolle Omega-3-Fettsäuren. Dies wirkt sich natürlich wiederum positiv auf den Menschen aus, der diese Köstlichkeiten verspeist. Darauf sind die Hüttenleute besonders stolz, da solch eine hohe Qualität eine Seltenheit geworden ist (vgl. Raffalt, Schaber 2018, S. 17).

9.4 Selbstproduzierte Lebensmittel

Das Zukaufen von Lebensmitteln oder sogar Futter für die Tiere, war früher unvorstellbar und es fehlte dafür auch das Kleingeld und die nötige Infrastruktur. Auch heutzutage stellen sehr viele Hütten noch selbst ihre eigenen Lebensmittel her, die dort auf der Hütte verkauft werden (vgl. Österreichs Wanderdörfer o.J., www.huetten.wanderdoerfer.at).

9.4.1 Milchherstellung

Milch ist für alle Menschen und Säugetiere das einzige Lebensmittel welches ihnen nach der Geburt zur Verfügung steht. Das Nahrungsmittel enthält lebensnotwendige Nährstoffe die ein Körper benötigt, um aufgebaut und mit Energie versorgt zu werden Die Milch enthält hochwertiges Eiweiß und ist die wichtigste Kalziumquelle eines Menschen. Es gibt mehrere Milchsorten wie zum Beispiel Ziegenmilch, Stutenmilch oder Schafmilch aber die Milch, die wir als Handelsware konsumieren ist Kuhmilch (vgl. Reischl et al. 2016, S. 106). Der erste Schritt, wie eine Rohmilch zur Trinkmilch wird, beginnt mit dem Prüfen der Qua-

lität, gemessen in Punkten. Diese Punkteanzahl ist ausschlaggebend für den Preis, den der Bauer von der Molkerei erhält. Im zweiten Schritt wird Magermilch und Rahm in der Zentrifuge getrennt, diesen Vorgang nennt man auch Separieren. Der nächste Schritt ist das Einstellen des Fettgehaltes der Milch. Je nach gewünschtem Milchprodukt wird Magermilch und Rahm in einem festgelegten Verhältnis gemischt. Standardisieren bedeutet die Vollmilch auf 3,6% Fett einstellen und der überschüssige Rahm wird getrennt verarbeitet. Danach wird die standardisierte Milch homogenisiert. Dabei werden die Fettkügelchen in der Milch zerkleinert, was in Folge das Aufrahmen verhindert und den Geschmack der Milch vollmundiger macht. Der letzte Schritt ist die Abtötung von krankheitserregenden Keimen im Zuge einer Wärmebehandlung. Durch das unterschiedliche Erhitzen der Milch ergeben sich mehrere Milchsorten mit unterschiedlicher Haltbarkeit (vgl. Reischl et al. 2016, S. 108).

9.4.2 Buttermilchherstellung

Die Buttermilch entsteht im Rahmen der Butterherstellung. Der Rahm wird kräftig geschlagen und aufgrund dessen werden die Eiweißhüllen und Fettkügelchen rundherum zerstört und es entstehen Butterkörner. Die Flüssigkeit, die beim intensiven Kneten der Butterkörner austritt, nennt man Buttermilch (vgl. 4 Seasons Digital.Net GmbH o.J., www.kuechengoetter.de).

9.4.3 Butterherstellung

Die Butter gilt als beliebtestes Streichfett in Österreich und wird in drei Qualitätsstufen gegliedert. Die erste Qualitätsstufe eignet sich als Streichfett, die zweite und dritte Qualitätsstufen sind für das Garen geeignet (vgl. Reischl et al. 2016, S. 100). Butter ist aufgrund eines hohen Gehaltes an kurzkettigen Fettsäuren leicht verdaulich (vgl. Reischl et al. 2016, S. 103). Für die Herstellung von 1 kg Butter benötigt man 25 Liter Vollmilch. Im ersten Schritt der Butterherstellung wird die Rohmilch gefiltert und pasteurisiert, das heißt die möglichen Bakterien werden abgetötet. Gleich wie bei der Milch wird jetzt im Separator der Rahm aus der Magermilch zentrifugiert. Bei der Wärmebehandlung wird der Rahm zuerst stark auf 91 – 94 °C pasteurisiert und dann sofort auf 4°C abgekühlt. Nach 10 - 15 Stunden kühlen erhält man einen Süßrahm. Der Sauerrahm wird mit Milchsäurebakterien gesäuert und reift bei 16-18 °C unter ständigem Rühren. Im nächsten Schritt wird der

Rahm im Butterfertiger verbuttert, dabei werden das Fett und das Eiweiß getrennt. Das Fett fängt langsam zum Klumpen an und Butter entsteht (vgl. Reischl et al. 2016, S. 101).

9.4.4 Topfenherstellung

Bei der Herstellung von Topfen wird die Milch zuerst pasteurisiert. Dann werden Säurekulturen und Lab zugesetzt und das Milcheiweiß gerinnt und fällt aus. Die halb feste Masse, die dabei entstanden ist, nennt man Gallerte. Topfen entsteht dadurch, wenn die Milch durch Milchsäurebakterien zur Gerinnung gebracht wird (vgl. Reischl et al. 2016, S. 109).

9.4.5 Steirerkäseherstellung

Der Steirerkäse hat in der Steiermark eine lange Tradition und die Herstellung kann man viele Jahre lang zurückverfolgen. Ursprünglich wurde der Steirerkäse hergestellt, um überschüssige Magermilch zu verwerten. Man unterscheidet zwischen zwei Arten des Käses: dem Murtaler- und dem Ennstaler Steirerkäse. Der Murtaler Steirerkäse ist ein schnittfester Käse, welcher in Abbildung zehn dargestellt ist. Ganz im Gegensatz zum Ennstaler Steirerkäse, der bröckeligen ist und in der Abbildung elf veranschaulicht ist (vgl. Editorial Board o.J., www.austria-forum.org). Der typische Steirerkäse wird hergestellt indem man eine saure Magermilch in einem Kupferkessel aufkocht.



Abb.: 10 www.shop.billa.at



Abb.: 11 www.steiermarkshop.at

Der dadurch hervorgerufene Käsebruch wird in einem Leintuch eingefangen und die entstandene Molke anschließend herausgedrückt. Die geschaffene Masse wird dann mit Salz, Pfeffer und Kümmel gewürzt. Im Anschluss wird die fertig gewürzte Masse in eine Kegels-trumpfform gedrückt und vier Wochen lang gereift. Nach der Reifezeit erhält man einen grau-blau schimmernden und äußerst würzigen Käse (vgl. Raffalt, Schaber 2018, S. 35).

9.5 Unterschied zwischen der Hütten- und Industriellenherstellung

Der größte Unterschied zwischen der Produktion von Lebensmittel auf der Hütte oder in der Industrie ist, dass man noch alles händisch herstellt. Weiteres werden keine Zusatzstoffe oder Haltbarmacher den Produkten hinzugefügt. Die Lebensmittel reifen nicht in Räumen, welche den HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) Bestimmungen unterliegen wie zum Beispiel in einer Molkerei (vgl. Höflehner 2018).

9.6 Käsesorten der Hütten

Ausschließlich in der Steiermark wird der Murtaler Steirerkäse und der Ennstaler Steirerkäse auf den Hütten produziert. Aber auch verschiedene und individuelle Arten von Schnittkäse und Frischkäse kann man auf den Hütten genießen (vgl. Höflehner 2018).

10 Wandern als Breitensport

Bergsteigen hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung entwickelt. Die erholungssuchenden Menschen fahren an schönen Tagen in das Gebirge, um in der freien Natur sich körperlich zu betätigen und Entspannung und Erholung zu suchen und auch zu finden (vgl. Harder 2006, S. 10). Man kann beim Wandern seinen Drang nach Bewegung befriedigen und Leistungen erbringen (vgl. Harder 2006, S. 11). Um körperliche Leistungsfähigkeit zu erzielen, benötigt der Körper eine optimale Ernährung. „Die Ernährung der Sportlerin/ des Sportlers hängt von der Sportart, vom Geschlecht, vom Alter, vom Trainingsvolumen, von der Trainingshäufigkeit, der Leistungsintensität und der Regenerationszeit ab“ (Reischl et al. 2017, S. 37). Im Allgemeinen unterscheidet man zwischen dem Freizeitsport, der auch Breitensport genannt wird und dem Leistungssport im Wettbewerb, den man hauptberuflich betreibt (vgl. Reischl et al. 2017, S. 37).

10.1 Breitensport

Unter Breitensport, oder oft auch Freizeitsport genannt, versteht man körperliche Fähigkeiten, die der Fitness dienen, oder für den Ausgleich von Bewegungsarmut sorgen. Dadurch ist der Breitensport nicht wettkampforientiert oder leistungsorientiert (vgl. Reischl et al. 2017, S. 37). Beim Bergwandern handelt es sich um eine ausgesprochene Ausdauersportart, bei der Muskelenergie über einen längeren Zeitraum benötigt wird. Durch die Verbrennung von Kohlenhydraten und Fette entsteht die nötige Energie. Je steiler der Anstieg, je höher das Tempo und je schwerer der Rucksack ist, desto schnell verbraucht man auch den Kohlenhydrat – Vorrat. Wenn dieser aufgebraucht ist, greift der Körper auf den Eiweißspeicher zu, der aber eigentlich für andere Versorgungen des Körpers benötigt wird (vgl. Harder 2006, S. 75). Durch das stetig wachsende Interesse am Breitensport, steigt auch die Lust für die richtige Ernährung. Viele nehmen deshalb auch spezielle Präparate ein, oder ziehen eine spezielle Diät durch. Aber was viele Menschen nicht wissen, als Breitensportler/Breitensportlerin braucht man keine Isotonischen Getränke, spezielle Sportriegel oder andere Substanzen. Ausreichend ist eine vollwertige Ernährung (vgl. Deutscher Ärzteverlag GmbH o.J., www.aerzteblatt.de).

10.2 Mahlzeiteneinnahme

Vor dem Sport sollte die letzte Hauptmahlzeit circa drei Stunden zurückliegen, jedoch der Energiespeicher gefüllt sein. Daher empfiehlt es sich, kohlenhydratreich und fettarm zu essen. Eine kurze Zeit vor der Belastung kann man aber noch einen stärkehaltigen Snack wie zum Beispiel eine Banane zu sich nehmen. Während der sportlichen Aktivität sollte man genug Flüssigkeit trinken. Für einen Energieschub empfiehlt sich beispielweise auch ein Riegel während des Sports. Nachher sollte der Glykogenspeicher mit leicht verdaulichen Kohlenhydraten aufgefüllt werden (vgl. Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz o.J., www.vis.bayern.de).

10.2.1 Energie und Nährstoffbedarf

Bei Breitensportler/innen ist eine optimale Versorgung von Energie und Nährstoffen gewährleistet, wenn sie sich ausgewogen und vollwertig ernähren (vgl. Österreichische Gesellschaft für Ernährung o.J., www.oerge.at). Bei Sportler/innen im Freizeitsport steigt der Energieverbrauch, dadurch ist eine erhöhte Energiezufuhr - an die Sportart angepasst - durch die optimalen Energielieferanten wie Brot, Nudeln etc. notwendig (Reischl et al. 2017, S. 38).

10.3 Flüssigkeitszufuhr

Ausreichende Flüssigkeitszufuhr ist im Sport besonders wichtig. Die Flüssigkeit, die ein Körper beim Sport verliert muss wieder zugeführt werden. Bei einer mittleren Trainingsintensität verliert ein Körper bis zu einem Liter Schweiß pro Stunde und das sollte alles wieder durch ausreichendes Trinken aufgenommen werden (vgl. Reischl et al. 2017, S 38). Bei besonderen Belastungssituationen wie zum Beispiel: An einem sehr heißen Tag oder in einer bestimmten Höhenlage verliert der Körper nochmals mehr Flüssigkeit. Dieser Flüssigkeitsverlust bedeutet aber auch größeren Verlust an Mineralstoffen und Spurenelementen (vgl. Institut für Ernährungsinformation o.J., www.erneahrung.de). Getränke, die sich am besten für den Freizeitsport eignen, sind verdünnte Fruchtsäfte, die mit kohlen säurearmem Mineralwasser gemischt sind, um die verlorenen Mineralstoffe wiederaufzunehmen. Ungesüßte Kräuter- und Früchtetees sind auch ideale Getränke (Reischl et al. 2017, S. 38).

11 Optimale Jause

Wandern ist ein ideales Medium zur Förderung und Erhaltung der Gesundheit. Auch der Begriff Wellness umschreibt dies mit Wohlgefühl und Fitness sehr zutreffend und stellt an unseren Organismus spezifische Anforderungen, wie Training von Kraft, Ausdauer, Schnelligkeit, Beweglichkeit, aber vor allem die richtige Ernährung (vgl. Haslasz 2002, S. 74).

11.1 Essen und Trinken

Zur Erhaltung der Leistungsfähigkeit ist die Nahrungsaufnahme unumgänglich. Der Mensch ernährt sich jedoch zu einseitig, zu fett, zu süß, zu salzig, zu viel und dies führt zu Überernährung bzw. Mangelerscheinungen. Neben Bewegungsmangel, Stress, Alkohol und Nikotin zählen Ernährungsfehler zu den wesentlichsten Risikofaktoren (vgl. Haslasz 2002, S. 79).

11.1.1 Nahrungszusammensetzung

Unser Essen sollte sich im Wesentlichen aus folgenden Bestandteilen zusammensetzen:

Nährstoffe: Kohlenhydrate, Fette, Eiweiß (Proteine)

Vitamine: A, B-Komplex, C, E

Mineralstoffe und Spurenelemente: Magnesium, Kalium, Kalzium, Selen, Zink, Eisen, Jod

Ballaststoffe: wasserlösliche und wasserunlösliche

Geschmackstoffe: Rezeptoren für süß, sauer, salzig, bitter

(vgl. Christine Haslasz: Erlebnisreich Wandern, 2002, S. 79).

- Kohlenhydrate sind leicht verdaubar und werden schnell verbraucht, sie müssen laufend dem Organismus zur Energiegewinnung durch Nahrung zugeführt werden. Unser Gehirn deckt seinen Energiebedarf besonders aus Glukose (Traubenzucker), welche durch Enzyme im Magen-Darm-Trakt aus Kohlenhydratmolekülen durch Umwandlung erzeugt wird. Bei Wanderungen sollte das Essen daher zu 60 – 75% aus kohlenhydratreicher Nahrung bestehen (vgl. Haslasz 2002, S. 80).
- Um aus Fetten Energie zu gewinnen, muss der Körper selbst erst Energie aufwenden, wobei zu viel Fett unnötig die Verdauung (Völlegefühl) belastet. Gesättigte Fettsäuren

erhöhen den Cholesterinspiegel (LDL), hingegen wirken sich ungesättigte Fettsäuren positiv auf den Blutfettspiegel aus (vgl. Petritsch 2014, S. 89 - 90).

- Eiweiß wird für den Aufbau von Muskeln benötigt. Ebenfalls wichtig ist Eiweiß für Knochen und Haut. Proteine (Eiweiß) bestehen aus Aminosäuren, die unser Körper nur teilweise selbst erzeugen kann, daher muss der restliche Teil durch Nahrung aufgenommen werden (vgl. Petritsch 2014, S. 90 - 91).
- Vitamine benötigt unser Körper zur Regelung des Stoffwechsels. Sie sollen in abwechslungsreicher Mischkost aufgenommen werden. Bei Wanderungen sind besonders die Vitamine B1, C und E wichtig (vgl. Haslasz 2002, S. 81).
- Unser Körper braucht Mineralstoffe wie zum Beispiel Natrium, Chlorid, Phosphor, Magnesium, Kalzium und Kalium, damit der Stoffwechsel und unzählige andere Vorgänge reibungslos ablaufen können. Spurenelemente sind Stoffe die der Körper nur in kleinster Menge benötigt wie Chrom, Eisen, Fluor, Jod, Selen und Zink (vgl. Haslasz 2002, S. 81).

11.1.2 Flüssigkeiten

Unser Körper besteht zu 50 – 70% aus Wasser, welches sich überwiegend in Lösungen von Mineralstoffen im Blut befindet. Bei Wasserverlust (schwitzen) dickt sich das Blut ein und es kommt zu:

- Ermüdung
- Erfrierungsanfälligkeit
- mögliche Nierensteinbildung
- Thromboseneigung durch Blutgefäßverschluss
- Höhenanpassungsproblemen

Wasser und Elektrolyte werden gemeinsam ausgeschwitzt und sollten daher gemeinsam wieder zu sich

genommen werden. Flüssigkeiten sollten getrunken werden, bevor das Durstgefühl eintritt. Der tägliche Flüssigkeitsbedarf liegt bei keiner Anstrengung bei circa 1,5 Liter. Auf einer durchschnittlichen Wanderung sollten noch zusätzlich bis zu 3 Liter getrunken werden (vgl. Haslasz 2002, S. 81 - 82). Das neue Trink-Dreieck (siehe Abbildung zwölf) zeigt

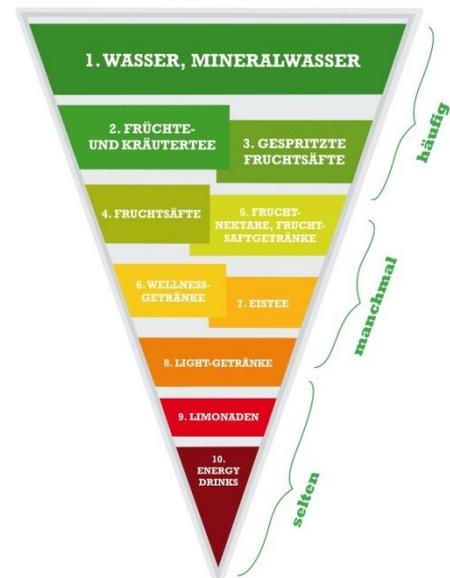


Abb.: 12 www.sipcan.at

an, dass von Wasser und ungesüßten Tees am Meisten getrunken werden soll. Energy Drinks sowie Limonaden sind das Negativbeispiel und sollten gemieden werden (vgl. SIPCAN o.J., www.sipcan.at).

11.1.3 Suchtmittel

Alkohol ist abzulehnen, da er zum Nachlassen der Muskelkraft, zu Reaktionseinschränkung, verstärkter Kälteempfindlichkeit und fehlerhafter Selbsteinschätzung führt. Rauchen nach körperlicher Belastung kann zu akuten Krankheiten, wie Herzinfarkt führen – daher nein danke (vgl. Haslasz 2002, S. 82 - 83).

11.2 Während der Wanderung

- Eine Trinkpause sollte jede Stunde und eine Essensrast sollte alle zwei Stunden eingelegt werden.
- Die gesamte Flüssigkeitsmenge sollte über die Tour verteilt mindestens zwei bis vier Liter betragen. Störung im Wasser- und Elektrolythaushalt durch Schwitzen, bewirken Muskelstörungen wie Wadenkrämpfe und führen zu Trittsicherheit.
- Wenn man auf das Essen der Jause vergisst, kann es zu Erschöpfungsanzeichen kommen, da dies auf den Verbrauch des Kohlehydratspeichers hinweist.
- Alkoholeinwirkung, zu üppiges Essen oder Nikotinaufnahme können ebenfalls den Organismus negativ beeinflussen (vgl. Haslasz 2002, S. 77 - 78).

11.3 Der optimale Speiseplan

Man sollte bereits am Vortag der Tour ausgiebig aber nicht zu üppig essen. Alkohol ist zu unterlassen. Wichtig ist es, am Morgen in Ruhe zu frühstücken, ohne ein übertriebenes Völlegefühl zu bekommen. Sinnvoll wäre es, über den Tag verteilt, folgende Produkte zu essen:

Vollkornprodukte sowie Kartoffeln sollten bevorzugt gegessen werden. Etwa vier bis fünf Brotscheiben (200 Gramm) und ebenfalls drei bis vier Stück Kartoffeln (200 Gramm) wären optimal (vgl. Petritsch 2014, S. 91 - 92). Die biologische Wertigkeit ist bei diesen Produkten besonders hoch. Kartoffeln beispielsweise können zu 67% des Nahrungseiweißes in Körpereiwweiß umgebaut werden und bei Weizen beträgt der Anteil 35% (vgl. Reischl et al. 2015, S. 63).

Die Empfehlung gibt an, dass man täglich 5-mal Gemüse und Obst essen sollte, da sie die höchste Nährstoffdichte haben. Aus diesem Grund stellen sie eine wichtige Basis zu jeder Mahlzeit dar. Durch den Konsum von Obst und Gemüse werden circa 40% des Ballaststoffbedarfes gedeckt, besonders ballaststoffreich sind Beerenfrüchte. Erwähnenswert ist ebenfalls, dass Gemüse und Obst das Krebsrisiko vermindern (vgl. Reischl et al. 2015, S. 176 - 177).

Flüssigkeit ist für den Menschen essenziell. Als Menge werden täglich 1,5 bis 3 Liter kalorienarme Getränke benötigt, wie zum Beispiel Wasser oder ungezuckerter Tee. Verdünnte Obstsäfte, aber auch zwei Tassen ungesüßter Kaffee können bedenkenlos getrunken werden (vgl. Wolfgang Petritsch: Verdauung und Ernährung verstehen, 2014, S. 91 - 92).

Milcheiweiß ist ebenfalls besonders biologisch hochwertig und ist für den Menschen die wichtigste Kalziumquelle (vgl. Reischl et al. 2015, S. 113). Als tägliche Menge sollte mindestens 0,25 Liter Milch und ein bis zwei Scheiben Käse verspeist werden. Alternativ empfehlenswert sind auch Buttermilch, Kefir, Joghurt und Quark (vgl. Petritsch 2014, S. 91 - 92).

Fisch an jedem dritten Tag eingenommen, ist wegen der ungesättigten Fettsäuren ein wichtiger Bestandteil der Ernährung. Der hohe Anteil an Omega-3-Fettsäuren bei fettarmen Fischen, ist besonders positiv für den menschlichen Blutfettspiegel. Der Vitaminanteil der B-Gruppe deckt den Tagesbedarf des Menschen bereits ab. Eine Mahlzeit mit 100 Gramm Seelachs oder Scholle deckt auch den Tagesbedarf an Jod (vgl. Reischl et al. 2015, S. 146).

Fleisch und Wurst werden nur zwei Mal pro Woche als sinnvoll erachtet, da sie viel tierische Fette enthalten. Eine fettarme Fleischportion ist ausreichend und magere Aufschnitte sind zu bevorzugen.

Die ursprüngliche Anzahl von höchstens drei Hühnereiern pro Woche, welche als ausreichend betrachtet wurde, um den Cholesteringehalt nicht zu erhöhen, ist nach neuen Forschungen nicht mehr gegeben. Es wird sogar die Aufnahme von Cholesterin im Darm gehemmt. Als sehr günstig ist auch zu werten, dass Eier reichlich Vitamin-B sowie Eisen, Kalzium und Selen enthalten und daher ist ein weiches Frühstücksei sehr positiv.

Die tägliche Fettaufnahme auf circa 30 Gramm in Form eines Esslöffels Butter oder Pflanzenöl zu beschränken, ist aus der Sicht der Ernährung zu empfehlen. Weitere 40 Gramm an versteckten Fetten, vorwiegend in Wurst, Käse oder Kuchen, können verspeist werden.

Die oben gemachte Aufstellung an täglichen Nahrungsmitteln entspricht circa 1800 Kilokalorien, welche für einen Erwachsenen als ausreichend betrachtet werden kann.

Daraus könnte die optimale Jause für eine Wanderung wie folgt aussehen, nachdem vorher ein warmes Frühstück eingenommen wurde:

- zwei Vollkornbrote mit Butter bestrichen und mit je einer Scheibe Käse und Paprikastreifen belegt,
- zwei Vollkornbrote mit Schinken und Salatblatt mit Radieschen belegt,
- ein hartes Ei,
- zwei Tomaten und eine Gurke mit etwas Salz
- zwei Äpfel und eine Banane
- einen Reis/Jogurt/Fruchtriegel
- zwei Liter Ingwertee mit Zitronensaft, Zimt und Honig

(vgl. Petritsch 2014, S. 91 - 92)

12 Praxisteil

Unser Praxisteil hat mit der Reservierung unserer fünftägigen Wandertour auf den verschiedenen Hütten begonnen. Gleich danach haben wir den Fragebogen, das Interview und die Datenschutzbestimmung erarbeitet, um die Dokumente schnellstmöglich mit Frau Nußbaumer und Herrn Preining zu besprechen. Nach der Fertigstellung und Überarbeitung ging es in den Sommerferien nach Schladming, der Ort wo unser Praxisteil seinen Ursprung gefunden hat.

12.1 Die Entstehung der Idee

Seit klein auf sind wir durch unsere Eltern mit den Bergen sehr verbunden, sie zeigten uns wie wichtig es ist die Natur zu kennen, zu schätzen und auf sich wirken zu lassen. Das unvergleichbare Panorama in den Alpen hat uns schon immer fasziniert und brachte damals sowie heute unsere Augen zum Leuchten. Daher passte die Idee von Frau Nußbaumer und Herrn Preining einen kulinarischen Wanderführer zu erstellen perfekt zu uns. Von Anfang an waren wir sehr motiviert dieses interessante Thema zu behandeln. Durch den umfassenden Praxisteil, den diese Arbeit mit sich bringt, konnten wir unsere Kreativität noch besser einbringen. Die Auswahl der Region für unsere Wandertour fiel uns nicht schwer. Obwohl wir in unserem bisherigen Leben schon einige Berggruppen durchwandert haben entscheiden wir uns umgehend für die berühmten Schladminger Tauern. Die Region erschien uns perfekt, da sie nicht weit von Salzburg entfernt liegt und wir mit dieser Umgebung schon vertraut waren, durch das Skifahren auf der Planai und einigen Wanderungen im Sommer. Unsere Klassenkollegin, Maria Höflehner von der Preintalerhütte aus den Schladminger Tauern, bekräftigte uns in der Idee die Wandertour in ihrer Heimat in die Tat umzusetzen.

12.2 Hüttenauswahl und Tourenauswahl

Unsere ausgewählten Hütten liegen größtenteils entlang des Schladminger Höhenwegs. Am Anfang hatten wir leichte Probleme die Auswahl richtig zu treffen, da wir nicht nur Schutzhütten, sondern auch Almen in unserem Wanderführer präsentieren wollten. Durch Maria Höflehner ihr umfassendes Wissen über die Schladminger Tauern ermöglich-

te sie uns die richtige Auswahl der unterschiedlichen Hütten und Almen. Bei der Hüttenauswahl war uns ebenfalls wichtig, dass sie für einen durchschnittlich sportlichen Menschen leicht zu erwandern sind. Die Tour bietet für jedermann viele wunderschöne und gleichzeitig atemberaubende Augenblicke sowie einige sehenswerte Naturereignisse, wie zum Beispiel der Klafferkessel, die Giglachseen und die Gollingscharte. In der Abbildung dreizehn ist unser Wanderweg veranschaulicht.

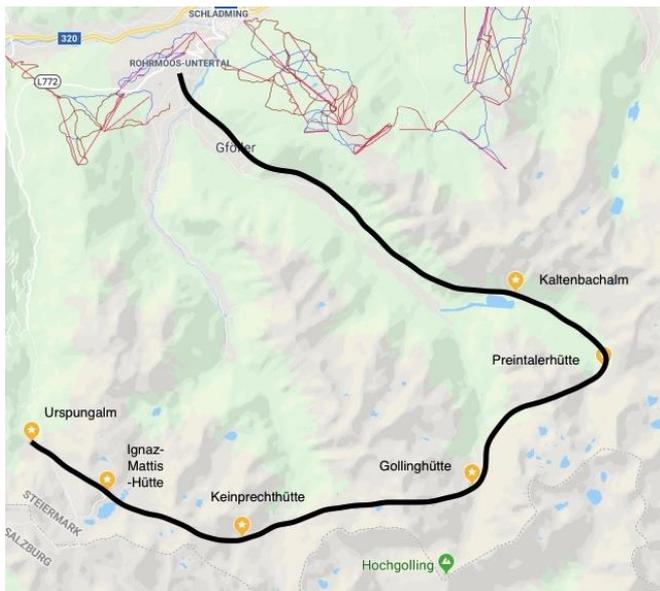


Abb.: 13 www.google.com

12.3 Hüttenkontakt

Der erste Kontakt zu den Hütten entstand durch die Reservierungen der Schlafmöglichkeiten. Gleichzeitig berichteten wir den Hüttenleuten über unsere Diplomarbeit und deren Praxisteil. Alle waren von unserer Arbeit begeistert, da Sie es nicht gewohnt waren, dass junge Leute sich für Wanderungen interessieren. Bei der Tour selbst, haben sich die Hüttenbesitzer/innen und Hüttenpächter/innen um uns bemüht und haben genügend Zeit für das Ausfüllen der Fragebögen eingeplant. Auch für das Interview fanden Sie ausreichend Zeit und beantworteten unsere Fragen sehr detailliert. Die Gastfreundschaft wurde uns durch teilweise kostenlose Übernachtungen sowie Speisen übermittelt. Den Kontakt nach der Tour nochmal aufzunehmen war leider schwieriger als gedacht, da die Hüttenleute nicht immer über das Telefon erreichbar waren und wir uns bei Kontaktaufnahme per E-Mail auf eine lange Wartezeit einstellen mussten. Trotz diesem aufwändigen Prozess ist es uns gelungen alle Information rechtzeitig zu erhalten. Einen besonders guten

Kontakt hatten wir zu der Preintalerhütte, weil Maria uns viele Informationen übermitteln konnte und uns ebenso ihre Eltern für jede Frage zur Verfügung standen.

12.4 Werbevideo

Social Media ist heutzutage eine wichtige Informationsquelle geworden. Durch diverse Soziale Medien wie zum Beispiel Facebook, Instagram oder Twitter wird eine große Reichweite von verschiedenen Personengruppen angesprochen. Meist sind es Jugendliche, die dadurch auf Neues aufmerksam gemacht werden und neue Inspirationen finden. Oft nehmen sich diese jedoch zu wenig Zeit, um etwas gründlicher durchzulesen. Aus diesem Grund kam uns die Idee über ein Werbevideo der Schladminger Tauern. Unser fertiges Video auf Instagram und Facebook für jedermann öffentlich zu machen schien uns am sinnvollsten, um die jüngere Generation ebenfalls anzusprechen und aufmerksam zu machen. Das Zitat "Bilder sagen mehr als tausend Worte" stimmt in diesem Fall tatsächlich, da man die unglaublich schönen Momente nicht in Worte fassen kann und man sie nur durch Fotos oder Videos annähernd näher bringen kann. In unserer Tour waren wir fleißig am Filmen und hatten unsere Kamera ständig mit dem Hintergedanken bei der Hand, diese wunderschönen Momente auch mit anderen teilen zu können. Täglich versuchten wir Einblicke aus den Schladminger Tauern festzuhalten. Auch am Abend besprachen wir neue Ideen für das Video. Leider konnten wir nicht all unsere Ideen so umsetzen wie wir es geplant haben, jedoch ergaben sich aus ungeplanter Situation neue Möglichkeiten für die Verbesserung unseres Videos. Bevor wir anfangen das Video zu schneiden und fertigzustellen haben wir verschiedene Szenen ausgewählt und uns Gedanken gemacht, wie wir die Schladminger Tauern am besten präsentieren können. Der Plan bei der Auswahl war, die Zielgruppe auf unserer Wanderung mitzunehmen und die Hütten nach chronologischer Reihenfolge zu zeigen. Zwischen den Hütten haben wir uns bemüht Einblicke in den kulinarischen Bereich zu gewähren, deshalb sind auch oft typische Hüttenspeisen in unserem Video zu sehen. Wichtig war uns ebenso viele alpine Schmankerl von der Wanderung zu präsentieren. Da wir mit unserem kleinen Film speziell die jüngere Generation zum Wandern animieren wollen, zeigen wir zwischen den einzelnen Szenen auch immer wieder uns selbst, um sie auf den Geschmack zu bringen von Hütte zu Hütte zu wandern. Um einen Überblick zu geben, werden die Höhe und der Name der Hütte angegeben. Auch über die Hintergrundmusik des Klipps haben wir uns Gedanken gemacht. Die Musik sollte

nicht vom Wesentlichen ablenken, jedoch die Szenen gut unterstreichen. Weil die Lichtverhältnisse der einzelnen Videos unterschiedlich waren, haben wir zum Schluss noch über das gesamte Werbevideo einen Filter gesetzt und die Farben nachkorrigiert. Das Auswählen, Schneiden, Bearbeiten und Überarbeiten des Videos kostete uns circa 35 Arbeitsstunden. Auf das Video sind wir besonders stolz, da wir sehr viel Zeit und Mühe investiert haben. Wir können sagen, dass wir alles selbst gemacht haben, außer beim Schneiden des Videos wurde uns von einem Freund geholfen. Möglicherweise sind die Arbeitsstunden so hoch, weil wir uns mit dem Bearbeitungsprogramm Premiere Pro von Adobe intensiv auseinandergesetzt haben, um möglichst viel alleine schneiden zu können.

12.5 Folder

Bei dem Folder war unser Hintergrundgedanke, dass wir auch jene Leute ansprechen, die soziale Netzwerke nicht nutzen. Meistens ist es die jüngere Generation, die sich auf den sozialen Netzwerken die Zeit vertreibt. Die ältere Generation jedoch, bleibt meist lieber den Printmedien treu. Aus diesem Grund haben wir speziell für Erwachsene unseren Folder produziert. Dieser dient für genauere Informationen unserer Tour und unserer Hüttenauswahl. Wichtig war uns den Wanderführer so zu gestalten, dass man nicht die ganze fünftägige Wandertour durchgehen muss, weil wir zu jeder Hütte den Talaufstieg angegeben haben, um auch Tagestouren zu ermöglichen. Trotz vielen Informationen haben wir uns bemüht, den Text nur auf das Wesentliche zu beschränken. Mithilfe von Icons werden wichtige Informationen, wie zum Beispiel die E-Mail-Adresse, die Telefonnummer oder die Schwierigkeit des Weges auf den ersten Blick erkannt. Bei der Gestaltung des Folders war das Ziel, neben der Beschreibung jeder einzelnen Hütte auch alpine und kulinarische Schmankerl einzubringen, welche zusätzlich zu jeder Hütte beschrieben werden. Die kulinarischen Schmankerln wurden von uns ausgewählt und beruhen auf unseren eigenen Erfahrungen. Zu jeder Speise folgt von den Hüttenbesitzern eine selbst angegebene Zutatenliste und zu den alpinen Highlights eine Beschreibung unsererseits. Alle Fotos, welche im Wanderführer zu sehen sind, wurden von uns selbst fotografiert und später auch noch für ein ebenmäßiges Erscheinungsbild nachbearbeitet. Unser Fragebogen ermöglichte uns, eine Packliste zu erstellen, welche auf der letzten Seite unseres Folders zu finden ist. Die Hauptidee der Packliste ist, jeden Wanderer/in eine Kontrolle für den gepackten Rucksack zu bieten. Zusätzlich dient sie noch den Hüttenbesitzern, da die Gäste mithilfe

unserer Liste viele essenzielle Utensilien nicht vergessen und die Hüttenleute deshalb diese Gegenstände nicht mehr verleihen müssen. Zum Schluss war uns noch wichtig den Lesenden mitzuteilen, dass der Wanderführer im Rahmen der Diplomarbeit entstanden ist. Über die Verwirklichung des Führers haben wir uns schon während der Tour Gedanken gemacht, ebenso über die verschiedenen Schmankerln, die auf uns warteten. Neben unserem Werbevideo wurde auch unser Folder chronologisch gereiht. Durch einen guten Freund ergab sich die Möglichkeit den Früher privat bei Adwerba (Marketingservice) günstig drucken zu lassen. Die Mitarbeiter/innen dieser Firma, gaben uns zusätzlich noch einige Tipps und Verbesserungsvorschläge zur Gestaltung. Die Gesamtarbeitszeit des Wanderführers betrug circa 28 Arbeitsstunden. Ebenso auf diesen Teil unserer Diplomarbeit sind wir sehr stolz, da wir unsere eigenen Erfahrungen, Erlebnisse und auch kleine Abenteuer verschriftlichen konnten. Der Flyer wird im Tourismusbüro Ramsau ausgelegt und ist ebenfalls auf den benannten Hütten erhältlich. Zur Veranschaulichung ist in Abbildung vierzehn das Cover zu sehen.



Abb.: 14 © Eva Fierlinger und Eva Thausing

12.6 Fragebogen

Wie anfangs erwähnt, haben wir gemeinsam einen Fragebogen entworfen, der den Hüttenleuten, sowie den Hüttengästen einen leichteren Wanderalltag verschaffen soll. Der Fragebogen wurde von dem/der Pächter/in oder dem/der Besitzer/in der jeweiligen Hütte übergeben und ausgefüllt. Nachdem uns von jeder Hütte ein ausgefüllter Fragebogen zur Verfügung stand, begannen wir mit der Auswertung. Aufgrund der ermittelten Daten

konnten wir unser Ziel eine Packliste zu erstellen ermöglichen. Die Idee der Packliste kam uns zufällig in den Sinn. Da wir beide Personen sind, die alles sehr genau planen wollen, haben wir uns schon Wochen vor der Wanderung Gedanken gemacht, was eigentlich in unsere Rucksäcke gehört? Immer wieder fanden wir neue Dinge, die wir praktischerweise einpacken sollten und so begannen wir eine eigene Packliste für uns zu erstellen. Dabei kam uns der Gedanke, dass vielleicht nicht nur wir gerne einen Überblick über unseren gepackten Rucksack haben möchten, sondern auch andere Wanderer/innen. Um unnötiges Gepäck zu vermeiden und trotzdem nichts zu vergessen, beschlossen wir eine Packliste auf unseren Führer zu drucken. Der Fragebogen enthält 15 Fragen, wobei der Großteil unserer Fragen der Packliste zu Gute kommt. Die Pächter/innen und Besitzer/innen hatten bei jeder Frage die Möglichkeit zwischen 'trifft völlig zu', 'trifft eher zu', 'trifft eher nicht zu' und 'trifft nicht zu' zu wählen. Der Fragebogen enthält beispielsweise Fragen wie: Bringen Ihre Gäste Taschenlampen selber mit? Funktioniert das Mitbringen der Hausschuhe auf den Hütten gut? oder kann man bei Ihnen mit Bankomat-/ Kreditkarte zahlen? Bei unserer Tour wurde uns bewusst, dass wir viele Fragen, die uns anfänglich als selbstverständlich erschienen doch für viele Wanderer/innen nützlich sein könnten. Durch die Auswertung der Fragebögen haben wir schlussendlich eine umfangreiche und nützliche Packliste für alle Wanderer/innen erstellen können.

12.7 Unsere eigene Erfahrung

Die Vorbereitung unserer Tour war anfangs etwas schwierig. Da man die Hüttenleute nur schwer erreichen konnte, weil die Pächter/innen und Besitzer/innen oft nicht selbst vor Ort waren. Ein weiterer Grund war auch die Höhenlage der verschiedenen Hütten, zumal die Telefonverbindung immer wieder



Abb.: 15 ©Eva Fierlinger und Eva Thausing

gestört wurde. Aufgrund der kleinen Startprobleme waren wir (Abbildung fünfzehn) überrascht über den freundlichen Empfang auf den verschiedenen Hütten. Die Pächter/innen und Besitzer/innen haben sich immer genügend Zeit genommen, um nochmal genau den Fragebogen mit uns zu besprechen. Auch für das Interview fanden sie mehr Zeit als wir

anfangs gedacht hatten. Besonders überrascht waren wir, als uns einige Hütten kostenlose Logis (Übernachtung und Verpflegung) anboten, weil sie von der Idee unsere Diplomarbeit über die Schladminger Tauern zu schreiben sehr begeistert waren. Nicht nur die Hüttenleute zeigten außerordentliches Interesse, sondern auch einige Wanderer/innen sprachen uns auf das Thema der Diplomarbeit an und wollten schon vorab wissen, wo der Wanderführer erhältlich sein wird. Leider klappte die Zusammenarbeit nach unserer Tour nicht mehr so gut wie erwartet. Für unseren Folder brauchten wir Fotos der kulinarischen Schmankerl, die uns die Hütten zukommen lassen sollten. Nach einigen Telefonaten sind wir schlussendlich doch noch zu unseren Fotos gekommen. Trotz diesen Schwierigkeiten sind wir froh dieses Thema gewählt zu haben. Uns war im Vorhinein bewusst, dass die Kommunikation zwischen den Schladminger Tauern und Salzburg nicht die Einfachste sein wird und sind froh alle Informationen und Bilder rechtzeitig erhalten zu haben. Das Video und der Folder haben uns teilweise viele Nerven geraubt, weil uns die Programme unbekannt waren und wir diese erst erlernen mussten. Trotz allen Umständen hat uns der Praxisteil sehr viel Spaß gemacht, da wir beide sehr praxisorientierte Menschen sind und wir bei der Gestaltung von Folder und Video sehr viel Neues dazugelernt haben. Der Praxisteil ist das Herzstück der Diplomarbeit, da das Video und der Folder unsere Leidenschaft und unseren Eifer widerspiegeln.

13 Fazit:

Mit großer Motivation fingen wir an, uns mit dem Thema der Diplomarbeit auseinanderzusetzen. Kurz darauf stellten wir jedoch leider fest, dass es zu dem von uns gewählten Thema nur sehr wenig Fachliteratur gibt. Diese rar vorhandene Fachliteratur beschränkt sich hauptsächlich auf allgemeine Informationen und keine hüttenpezifischen, welche wir eigentlich benötigten. Bei dem Praxisteil hingegen erging es uns besser, da wir die Informationen selbst sammeln durften: mithilfe eines Interviews, eines selbst erstellten Fragebogens und letztendlich durch unsere eigenen Erfahrungen bei der Wanderung. Diese Arbeit machte uns besonders Spaß, weil wir dabei auch kreativ sein konnten. Durch unsere jahrelange Freundschaft fiel uns die Teamarbeit besonders leicht. Da wir meistens dieselbe Meinung vertreten, gab es wenige Auseinandersetzungen bei der Konzeption und beim anschließenden Schreiben. Unser gemeinsamer Wohnsitz in Salzburg, erleichterte den ganzen Prozess nochmal um einiges. Wegen unserer Wandertour, die wir bereits im Sommer 2018 unternommen haben, hat sich die Diplomarbeit in zwei Zeitabschnitte geteilt. So waren wir knapp ein Jahr mit dem Thema beschäftigt, und die Fertigstellung der Diplomarbeit war eine große Erleichterung für uns. Das große Highlight war mit Sicherheit die fünftägige Wandertour, über die wir ein Werbevideo und einen Folder der Schladminger Tauern erstellt haben. Unsere persönliche Erkenntnis ist, dass wir unseren Praxisteil viel zu umfangreich gestaltet haben, da wir verschiedene Altersgruppen ansprechen wollten und deshalb zwei verschiedenen Medien erarbeitet haben (Werbevideo und Folder). Unterschätzt haben wir auch, wie viel Zeit hinter der gesamten Arbeit steckt und haben daher gelernt, wie wichtig gutes Zeitmanagement speziell für solche Aufgaben ist.

14 Literaturverzeichnis:

A.Wissenschaftliche Schriften

- Berekoven, Eckert, Ellenrieder: Marktforschung Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen: Verlag Gabler, 2000
- Brandl, Sepp: Dachstein-Tauern Ost. Radstadt – Filzmoos – Ramsau – Schladming – Sölk. München: Bergverlag Rother, 2015⁹
- Christine Haslasz: Erlebnisreich Wandern: VAVÖ Verband Alpiner Vereine Österreich, 2002
- Harder, Gustav: Wandern Bergwandern. Touren richtig planen; Vorbereitung und Ausrüstung; Naturerlebnis pur. Hamburg: Rowohlt, 2006
- Haberl, Klaus-Peter et al.: Rechnungswesen und Controlling HLW III. Kostenrechnung – Waren- und Zahlungsverkehr mit dem Ausland. Wien: Manz, 2016
- Holl, Peter: Schladminger und Radstädter Tauern: Bergverlag Rother, 1972
- Krumhuber, Rainer et al.: Praxisblicke Betriebswirtschaft und Projektmanagement HLW I. Trauner Verlag, 2015
- Krumhuber, Rainer et al.: Praxisblicke Betriebswirtschaft und Projektmanagement. HLW II. Linz: Trauner, 2015
- Krumhuber, Rainer et al.: Praxisblicke Betriebswirtschaft und Projektmanagement. HLW III. Trauner Verlag, 2016

- Krumhuber, Rainer et al.: Praxisblicke. Betriebswirtschaft und Projektmanagement. HLW IV. Linz: Trauner, 2017
- Meffert: Marketing Grundlagen der marktorientierter Unternehmensführung: Verlag Gabler, 1998
- Reischl, Anita et al.: Ernährung bewusst, aktuell, lebensnah. Grundlagen und Inhaltsstoffe. Trauner, 2015
- Reischl, Anita et al.: Ernährung bewusst, aktuell, lebensnah. Lebensmittel. Linz: Trauner, 2016
- Reischl, Anita et al.: Ernährung bewusst, aktuell, lebensnah. Ernährungsverhalten und Ernährung in Prävention und Therapie. Linz: Trauner, 2017
- Raffalt, Herbert/ Schaber, Susanne: Der Geschmack der Berge. Eine kulinarische Reise zu den Almen Österreichs. Innsbruck: Tyrolia, 2018
- Wolfgang Petritsch: Verdauung und Ernährung verstehen: MedMedia Verlag und Mediaservice GmbH, 2014

B. Online-Quellen

- AK; Kammer für Arbeiter und Angestellte: Regeln für Saisonarbeiter/-innen: Online verfügbar unter:
https://www.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitundrecht/Arbeitsvertraege/Arbeiten_als_Saisonier.html [27.12.2018]
- Alfred Brunner: Sport aktiv Ernährung: Top Times Medien GmbH, 2015; Online verfügbar unter:
<https://www.sportaktiv.com/zuckerarten-und-ihre-eigenschaften-das-suesse-who-who#slide--1140-1> [30.12.2018]

- Almwirtschaft Österreich: Rechtliche und betriebswirtschaftliche Betrachtung der Almbewirtschaftung. 2015 Online verfügbar
unter: <https://www.lko.at/media.php?filename=download%3D%2F2015.10.05%2F1444034573152669.pdf&rn=Rechtliche%20und%20betriebswirtschaftliche%20Betrachtung%20der%20Almbewirtschaftung.pdf> [11.02.2019]
- Alpenverein: o.J., Online verfügbar unter:
<https://www.alpenverein.at/rudolfschoberhuetten/fauna.php> [16.12.2018]
- Alpenverein: o.J., Online verfügbar unter:
<https://www.alpenverein.at/rudolfschoberhuetten/flora.php> [16.12.2018]
- Apotheker Rüdiger Freund: ABDA - Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V., 2014.; Online verfügbar unter:
<https://www.aponet.de/wissen/gesunde-ernaehrung-und-sport/vitamine-mineralien-und-spurenel/spurenelemente-im-ueberblick.html> [30.12.2018]
- Austria-Forum: Steirerkäse. o.J. Online verfügbar unter:
<https://austria-forum.org/af/Heimatlexikon/Steirerkäse> [25.01.2018]
- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz: Sportlerernährung bei Freizeitsport. o. J. Online verfügbar unter:
https://www.vis.bayern.de/ernaehrung/ernaehrung/ernaehrung_gruppen/ernaehrung_freizeitsport.htm#ernaehrung
- BEV: Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen: o.J., Online verfügbar unter:
<http://www.austrianmap.at/amap/index.php?SKN=1&XPX=637&YPX=492>
[6.12.2018]

- Bezirksblätter Salzburg GmbH: Ganzjahresbetrieb als große Chance, 2011 Online verfügbar unter:
https://www.meinbezirk.at/pinzgau/c-wirtschaft/ganzjahresbetrieb-als-grosse-chance_a47474 [27.12.2018]
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales: Leben und Arbeiten in Österreich, o.J. Online verfügbar unter:
<https://www.migration.gv.at/de/leben-und-arbeiten-in-oesterreich/arbeiten/arbeitszeit/> [27.12.2018]
- Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort: Saisoniers: Online verfügbar unter:
<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/207/Seite.2070008.html> [27.12.2018]
- Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort: Salzburger Tourismusgesetz 2003, Online verfügbar unter:
<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrSbg&Gesetzesnummer=20000248> [21.12.2019]
- Deutscher Ärzteverlag GmbH: Breitensport: Spezielle Nahrung ist nicht nötig. o.J. Online verfügbar unter:
<https://www.aerzteblatt.de/archiv/20556/Breitensport-Spezielle-Nahrung-ist-nicht-noetig> [26.01.2019]
- Franke, Daniel: Variable Kosten. 2006 Online verfügbar unter:
<https://bwl-wissen.net/definition/variable-kosten> [23.01.2019]
- Institut für Ernährungsinformation: Sporternährung – Ernährungsempfehlungen. o.J. Online verfügbar unter:

<http://www.ernaehrung.de/tipps/sport/wasserhaushalt-sportgetraenke.php>
[26.01.2019]

- J. Handlechner: Salzburger Land Tourismus GmbH Magazin Salzburger Land, o.J.:
Online verfügbar unter:
<https://www.salzburgerland.com/de/magazin/arbeiten-und-mithelfen-am-bauernhof-und-auf-der-alm/> [27.12.2018]
- Janedu UG: Welt der BWL. 2011- 2019 Online verfügbar unter:
<https://welt-der-bwl.de/Selbstkosten> [23.01.2019]
- Outdooractive GmbH & Co. KG: Schladming Dachstein. o. J. Online verfügbar unter:
<https://regio.outdooractive.com/oar-schladming-dachstein/de/tour/fernwanderweg/schladminger-tauern-hoehenweg-7-tages-tour/1373213/#dmdtab=oax-tab3>
[04.12.2018]
- Peter Habeler: Bergsteiger-Zitate: o.J., Online verfügbar unter:
<https://www.bergnews.com/bergbrevier/wegpunkte-J-P.php> [5.1.2019]
- Pilz, Helmut: Ursprungalm Preuneggatal/ Schladming. o. J. Online verfügbar unter:
<http://www.ursprungalm.at> [04.12.2018]
- Red Bull Media House GmbH: Bergwelten. 2018 Online verfügbar unter:
<https://www.bergwelten.com/h/ignaz-mattis-huette> [04.12.2018]
- Red Bull Media House GmbH b: Bergwelten. 2018 Online verfügbar unter:
<https://www.bergwelten.com/h/keinprechthuette> [06.12.2018]

- Red Bull Media House GmbH: Bergwelten: 2017, Online verfügbar unter:
<https://www.bergwelten.com/a/materialtransport-zur-huette-methoden-und-kosten>
[Stand: 17.12.2018]
- Red Bull Media House GmbH c: Bergwelten. 2018 Online verfügbar unter:
<https://www.bergwelten.com/h/preintalerhuette> [08.12.2018]
- Reimus.NET GmbH: Kostenrechnung. 2018 Online verfügbar unter:
<https://www.controllingportal.de/Fachinfo/Kostenrechnung/Preiskalkulation-Wie-kalkuliere-ich-meinen-Verkaufspreis.html> [22.01.2019]
- Schladming-Dachstein Tourismusmarketing: o.J., Online verfügbar unter:
<https://www.schladming-dachstein.at/de/urlaubsthemen/sommer/wandern-bergsport> [16.12.2018]
- Schladming-Dachstein Tourismusmarketing GmbH: Schladming Dachstein. o. J. Online verfügbar unter:
https://www.schladming-dachstein.at/de/service/infos-a-z/waldhornalm_az2200
[08.12.2018]
- Stadtgemeinde Schladming: 2018, Online verfügbar unter:
http://www.ennstalwiki.at/wiki/index.php/Bergbau_in_der_Region_Schladming
[16.12.2018]
- Stadtgemeinde Schladming: 2016, Online verfügbar unter:
http://www.ennstalwiki.at/wiki/index.php/Ennstaler_Phyllit [16.12.2018]
- Steirische Tourismus GmbH: Steiermark. o. J. Online verfügbar unter:

https://www.steiermark.com/de/blog/diese-3-koestlichkeiten-gibt-s-auf-der-alm_ba1283539 [23.12.2018]

- Steirische Tourismus GmbH: Steiermark. o. J. Online verfügbar unter:
https://www.steiermark.com/de/unterkuenfte/suchen-buchen/Kaltenbachalm-Huette-Schutzhuette-Naturpark-Soelktaeler_ad-202175 [08.12.2018]
- SIPCAN – Initiative für ein gesundes Leben, o.J.; Online verfügbar unter:
<https://www.sipcan.at/schlau-trinken---trinkdreieck.html> [13.02.2019]
- Steirische Tourismus GmbH: Steiermark. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.steiermark.com/de/urlaub/essen-trinken> [23.12.2018]
- Steirische Tourismus GmbH: Steiermark. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.steiermark.com/de/urlaub/essen-trinken/gastronomie> [23.12.2018]
- Stuppacher, Thomas: Alpine Gesellschaft Preintaler. 2016 Online verfügbar unter:
<http://www.preintaler.at/agp/index.php/unsere-huetten/gollinghuette>
[06.12.2018]
- TESTROOM GmbH: GermanBlogs: 2011, Online verfügbar unter:
<https://germanblogs.de/werbestrategien-die-10-gaengigsten-kommerziellen-strategien-um-kaeufer-zu-kriegen/> [18.12.2018]
- Tourismusverband Schladming: Wilde Wasser. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.wildewasser.at/de/wasserwege/details/preintalerhuette.php>
[04.12.2018]

- Tourismusverband Schladming: Wilde Wasser. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.wildewasser.at/de/wasserwege/details/ignaz-mattis-huette.php>
[06.12.2018]
- Tourismusverband Schladming: Wilde Wasser. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.wildewasser.at/de/wasserwege/details/kaltenbachalm.php>
[08.12.2018]
- Tourismusverband Schladming: Wilde Wasser. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.wildewasser.at/de/wasserwege/details/preintalerhuette.php>
[04.12.2018]
- VAVÖ, Verband alpiner Vereine Österreich, 2011: Online verfügbar unter:
<https://vavoe.at/verband/> [25.01.2019]
- Wirtschaftskammer Steiermark: Sozialversicherung der Gewerbetreibenden. Online verfügbar unter: https://www.wko.at/service/arbeitsrecht-sozialrecht/Sozialversicherung_der_Gewerbetreibenden.html [28.01.2019]
- Österreichische Gesellschaft für Ernährung: Sport & Ernährung. o.J. Online verfügbar unter:
<https://www.oege.at/index.php/bildung-informati-on/empfehlungen/personengruppen/1133-personengruppen-sport-ernaehrung>
[26.01.2019]
- Österreichs Wanderdörfer: Hüttenportal. o. J. Online verfügbar unter:
<https://huetten.wanderdoerfer.at/magazin/die-entstehung-der-almen/> [24.12.2018]

- Österreichs Wanderdörfer: Hüttenportal. o. J. Online verfügbar unter:
<https://huetten.wanderdoerfer.at/huette/gollinghuette/> [08.12.2018]
- 4 Seasons Digital.Net GmbH: Küchen Götter. o. J. Online verfügbar unter:
<https://www.kuechengoetter.de/warenkunde/buttermilch> [24.12.2018]

C. Audiovisuelle Medien

- Höflehner, Rita (2018): Persönliches Gespräch über Arbeitskräfte. Wirtin der Preintalerhütte, Schladming, 06.01.2019
- Höflehner, Rita (2018): Persönliches Gespräch über Marketing., Wirtin der Preintalerhütte, Schladming, 06.01.2019
- Höflehner, Rita (2018): Persönliches Gespräch über den Unterschied zwischen der industriellen Produktion von Produkten und der Hütten, Welche Käsesorten auf den Hütten produziert werden. Wirtin der Preintalerhütte, Schladming, 06.01.2019

D. Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1: https://www.traildino.com/trace/continents-Europe/countries-Austria/regions-Schladminger_Tauern [01.02.2019]
- Abbildung 2: © Eva Thausing
- Abbildung 3: © Eva Thausing
- Abbildung 4: <http://www.sagen.at/fotos/showfull.php?photo=24615> [19.02.2019]
- Abbildung 5:
http://sbx2.manzschulbuch.at/secure/175838/9783706850766/stu/9783706850766-IH-2_1-LE1-S.html [19.01.2019]
- Abbildung 6:
http://sbx2.manzschulbuch.at/secure/175838/9783706850766/stu/9783706850766-IH-3_1-LE1-S.html [19.01.2019]
- Abbildung 7: © Eva Fierlinger

- Abbildung 8: © Eva Fierlinger
- Abbildung 9: <http://www.preintaler.at/agp/index.php/unsere-huetten/preintalerhuette> [19.01.2019]
- Abbildung 10: <https://shop.billa.at/produkte/om-steirerkaese-mager/00-33696> [16.01.2019]
- Abbildung 11: <https://www.steiermarkshop.com/ennstaler-steirerkas.html> [16.01.2019]
- Abbildung 12: https://www.sipcan.at/uploads/2/8/1/4/28145439/schlau_trinken_broschuere.pdf [04.01.2019]
- Abbildung 13: <https://www.google.com/maps/@47.3341588,13.7171198,12z> [18.02.2019]
- Abbildung 14: © Eva Thausing und Eva Fierlinger
- Abbildung 15: © Eva Thausing und Eva Fierlinger

15 Anhang

Fragebogen:

Im Rahmen unserer Diplomarbeit haben wir diesen Fragebogen erstellt um auf mögliche Probleme der Hüttenbesitzer aufmerksam zu machen. Weiteres wollen wir einen tieferen Einblick in das Hütten/Alm leben gewinnen.

1) Betreiben Sie eine Schutzhütte oder eine Alm?

Schutzhütte

Alm

2) Erfüllen ihre Mitarbeiter die Anforderungen der Gäste?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

3) Sind Sie mit der Sauberkeit der Gäste zufrieden?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

4) Oft lässt man gerne mal den Abend ausklingen, jedoch sollte man Rücksicht auf andere Gäste nehmen, denn nach einer langen Wanderung sollte Erholung/ Schlaf großgeschrieben werden. Wird die Nachtruhe bei Ihnen von den Gästen eingehalten?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

5) Bringen Ihre Gäste Taschenlampen selber mit?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

6) Hausschuhe sind auf der Hütte/ Alm meist nur beschränkt vorhanden, deshalb ist es Vorteilhaft, wenn Gäste ihre eigenen mitnehmen. Passiert das, jedoch oft?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

7) Welche Übernachtungsmöglichkeiten bieten Sie an? -

Keine Zimmer Matratzenlager

8) Welche Übernachtungsmöglichkeiten bevorzugen Ihre Gäste?

Zimmer

Matratzenlager

9) Werden für das Matratzenlager Schlafsäcke mitgenommen?

JA

Nein

10) Hinterlassen Ihre Gäste das Matratzenlager ordentlich?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

11) Sind Sie erfreut über Musik der Gäste am Abend?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

12) Sind Sie erfreut über Musik der Gäste am Nachmittag?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

13) Kann man bei Ihnen mit Bankomat-/ Kreditkarte zahlen?

trifft völlig zu

trifft eher zu

trifft eher nicht zu

trifft nicht zu

14) Kommt es oft vor, dass die Gäste bei Ihnen mit Bankomat-/ Kreditkarte zahlen wollen?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

15) Haben Sie auf Ihrer Hütte Spielmöglichkeiten für Kinder?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

16) Sind die Gäste über die ausgewählte Wanderroute gut informiert?

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

17) Ist die Infrastruktur ihres Hotels, bezüglich der Anzahl ihrer jährlichen Gäste zur genüge vorhanden (Wasser, Strom)

trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

18) Sind die Toiletten von den Waschräumen separiert?

JA NEIN

19) Welche Lebensmittel kommen konkret aus eigener Produktion?

- Milch
 - Käse
 - Butter
 - Obst
 - Gemüse
 - Säfte
-

20) Wie hoch ist der Bio-Anteil der Lebensmitte?

- 0%
 - 1% - 25%
 - 26% - 50%
 - 51% - 75%
 - 76% - 100%
-

21) Wird auf die Regionalität und Nachhaltigkeit der zugekauften Lebensmittel geachtet?

- trifft völlig zu trifft eher zu trifft eher nicht zu trifft nicht zu

Interview:

Interview:

- Seit wann gibt es Ihre Hütte?

- Wie lange hat die Hütte geöffnet? Tag bzw. Saison
- Genereller Einblick über diese Hütte – was ist das Besondere an dieser Hütte?
- Warum eine Hütte in den Schladminger Tauern? Was macht die Schladminger Tauern so einzigartig?
- Sind sie Pächter oder Eigentümer?
- Sind Eltern/ Kinder beziehungsweise die Familie involviert?
- Sind Sie eine Selbstversorgerhütte? – bzw. produzieren Sie selbst etwas, was danach zum Verkauf steht?
Wenn Ja was sind das für Lebensmittelerzeugnisse?
- Wie werden die Lebensmittel auf die Hütte gebracht?
- Wegen der außergewöhnlichen Höhe auf, die Ihre Hütte liegt, wird es schwer sein, größere Anlagen wie zum Beispiel Geschirrspüler etc. hinauf zu transportieren. Wie werden große Anlagen auf die Hütte gebracht?

- Wie oft bekommen Sie eine Lebensmittellieferung?

- Bioprodukte einzukaufen scheint momentan ein sehr großer Trend zu sein. Ist es Ihnen, trotz der großen Menge die Sie einkaufen müssen, möglich diesem Trend zu folgen?

- Wenn Sie die beste Speise der Hütte wählen müssten, welche wäre das?
Für welche Speise ist Ihre Hütte bekannt?

- Gibt es bei Ihnen Praktikanten?

- Sind bei Ihnen Saisonarbeiter eingestellt?

- Sollte man bei Ihnen vorab immer reservieren?

- Welche Pflichtversicherungen gibt es die Sie als Hüttenbetreiber abschließen müssen?

- Haben Sie eine Zusatzversicherung? – was wird damit abgedeckt?

- Wie machen Sie auf sich aufmerksam? Tourismusbüro? Website? Social Media?

Annahmevertrag:

Annahmevertrag

Vorname/ Nachname	
Hütte	

Ich stimme zu, dass meine persönlichen Daten (Name, Fotos, Videos), zu folgenden Zwecken von Eva Thausing und Eva Fierlinger, Schülerinnen der HLW-Hallein verarbeitet werden dürfen:

- Veröffentlichung von Fotos und Videos in unserer Diplomarbeit und in unserem Wanderführer
- Veröffentlichung von Teilen eines von uns geführten Interviews in unserer Diplomarbeit

Diese Zustimmung kann jederzeit ohne Angabe von Gründen bei Eva Thausing und Eva Fierlinger widerrufen werden. Die Datenverarbeitung bleibt bis zum Zeitpunkt des Widerrufs rechtmäßig.

Herr/ Frau ist mit der Verarbeitung und Weitergabe Ihrer Daten zum Zwecke der Erfüllung des Aufnahmevertrages sowie zum Zwecke der Erfüllung von Verpflichtungen aufgrund von Gesetzen, Verordnungen oder behördlichen Vorgaben einverstanden.

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift