

urkraft

Konzept für touristische Betriebsentwicklung
& nachhaltige Regionalentwicklung
auf Basis des Wassers & der Naturenergien

©2003 Gernot Langs

Auszug aus dem
Programm für Regionalentwicklung

„EUROPA WASSERPARK ENNSTAL“

© 1996 Gernot Langs

urkraft

Konzept für touristische Betriebsentwicklung auf Basis der Trägerwelle „Wasser-Kultur“

Der Begriff „urkraft“ leitet sich her von jenen Kräften & Energieformen, die überall in der Natur vorhanden & im Wasser gebunden sind, und deren Erkennen, Erschließen & Kultiveren den Kern dieses Vorhabens bildet.

Das Konzept beinhaltet Schritte für a) innerbetriebliche Massnahmen, und b) begleitende kommunale Aktivitäten, um sich des Themas „Wasser“ konstruktiv anzunähern und in das Spektrum der Leistungen einzubinden.

Innerhalb eines Betriebes geschieht dies durch

Ausbildung

Vorträge, Schulungen, Demonstrationen & Führungen in der Natur, zur Sensibilisierung der Betriebsinhaber & der Mitarbeiter

Spezifische Dienstleistungen

Einbindung des Wassers & des Wissens über die wirksamen Kräfte in das Dienstleistungs-Spektrum als „urkraft“-Betrieb: eine authentische Wellness-Form, die aus der Kraft der vorhandenen Elemente (Wasser, Lebensmittel) sowie dem Verständnis im Umgang damit seitens der ausführenden Personen entspringt

Struktur-Maßnahmen

Einbau und Anwendung verschiedenster Einrichtungen zur Verbesserung des Nutzwassers im Haus, Einrichtungen die zum Wasserkonsum einladen, diverse Bade-Einrichtungen, Wasser in der Gestaltung der Außenanlagen

Das betriebliche Gesamtergebnis kann dadurch in mehrfacher Hinsicht verbessert werden, wie zB in den Bereichen

Wertschöpfung (*mehr Wissen über die eigene Natur, Authentizität, Umwelt-Vorbild*)

Auslastung (*Wasser hat immer Saison, neue übergreifende Zielgruppen*)

Ernährung & Gesundheit (*neue stimmige Wellness-Form Marke „urkraft“*)

Kosten (*optimale Nutzung der Ressourcen, bewußter Umgang, weniger Müll, etc*)

Auf kommunaler Ebene geschieht dies durch

Ausbildung

Vorträge, Schulungen, Demonstrationen & Führungen in der Natur, zur Sensibilisierung der verantwortlichen Personen & Leistungsträger

Struktur-Maßnahmen

Einbau und Anwendung verschiedenster Einrichtungen zur qualitativen Verbesserung des kommunalen Wasserversorgung, naturgerechte Schutz- und Rückbaumaßnahmen in Fließwässern etc, öffentliche Einrichtungen die zum Wasserkonsum einladen, Wasser in der Gestaltung der Außenanlagen

Ein weiteres wichtiges Glied in der Kette bildet die **heimische Landwirtschaft:**

Neben der erwähnten Ausbildung (*Wirkungsweisen & Anwendungen neuer Wassertechnologien*) gebührt dem Beitrag der heimischen Landwirte spezielle Aufmerksamkeit hinsichtlich

regionale Nahversorgung

Mit naturnahem Landbau unter Anwendung bestimmter Techniken kann ein regionales Netzwerk an Lebensmittel-Nahversorgern entstehen, das nicht nur den Gästen zugute kommt, sondern vor allem den heimischen Produzenten neue Wertschöpfung verleiht und somit dem Bauerntum seinen ursprünglichen Stellenwert als regionaler Kulturträger wieder zukommen läßt.

Das Zusammenwirken von touristischen „urkraft“-Betrieben, kommunaler Verwaltung, der Landwirtschaft & sonstigen Dienstleistern in dem Bestreben, das Thema „Wasser“ unter Einbezug neuer naturnaher Erkenntnisse in ihre Tätigkeiten einfließen zu lassen, führt neben den positiven Individual-Effekten zu einer Zahl weiterer Ergebnisse, die die Region insgesamt stärken werden, wie zB

Umwelt-Vorreiterrolle (*eine Region, die sich nicht nur mit Worten, sondern mit Taten zum Thema Wasser bekennt und neue Techniken zum Einsatz bringt, hat Vorbild-Wirkung weit über die Grenzen des Landes hinaus*)

Volkswirtschaftlicher Nutzen (*hohe Wertschöpfung, zahllose neue Arbeitsplätze, ein steigendes Maß an Gesundheit, eine sinkende Zahl an Umweltschäden und weitere Umstände wirken sich positiv auf die Gesamtbilanz der Region aus*)

Wissenschaft & Forschung (*logischerweise wird die Region mit ihrer Vorreiterrolle durch die großflächige Anwendung neuen Wissens & neuer Techniken zum Gegenstand und Schauplatz verschiedenster wissenschaftlicher Erhebungen werden - Umwelt, Gesundheit, Ernährung*)

PR-Effekt (*dieses Vorhaben ist in seiner Art bislang einzigartig in Europa und wird schon alleine aus diesem Grund großes öffentliches Interesse auf sich ziehen*)

Schritte der Realisierung im Detail

phase 1 - Etablierung

Dieser Schritt hat zum Ziel,

- a) in der Bevölkerung das Vorhaben in groben Zügen bekannt zu machen,*
- b) Impulsträger aus allen Sparten & Bereichen zu gewinnen & auszustatten,*
- c) Weichen für die langfristige Pflege der Wasserkultur zu stellen, und*
- d) Medien über Vorhaben & Verlauf zu informieren*

Durchführungszeitraum: bis Ende 2004

Die Ebenen der Umsetzung:

Betriebe

Vorträge, Schulungen, Demonstrationen & Führungen in der Natur, zur Sensibilisierung der Betriebsinhaber & der Mitarbeiter

Inhaltliche Schwerpunkte: Grundlagen über Wasser, Naturenergien und ihre Wechselwirkungen, Anwendungsmöglichkeiten in und rund um den Betrieb, gesundheitlicher Aspekt, spezifische DL.

Aktionen: individuelle Beratung & Planungshilfe, Marketing, Herstellen der Kontakte

Programm / Umfang: 1 Tag pro Betrieb, sowie Begleitung der Umsetzung & Maßnahmen

Start: November 2003

Tourismusverbände

Sensibilisierung und Schulung der aktiven Personen in den TVB's, Vorträge & Schulungen zum Thema Wasser & Natur-Energien durch Expertenteam, Führungen in der Natur zur Veranschaulichung

Inhaltliche Schwerpunkte: Grundlagen über Wasser & Naturenergien, Erarbeiten von Schauplätzen des Wassers im eigenen Wirkungsbereich, Erschließung und Aufbereitung von 1-2 „urkraft“-Plätzen bis 6/04

Aktionen: Beratung & Briefing, Hilfe bei der Auswahl der Schauplätze, begleitende Planung

Programm / Umfang: 2 Tage Briefing, Begleitung der Realisierung nach Umfang

Start: Oktober 2003

für alle TVB's:

Gemeinsame Plattform / Internet / Broschüre / Magazin

phase 1 - Etablierung

Kommunale Ebene, Wirtschaft

Sensibilisierung und Schulung der aktiven Personen in den Gemeinden & Unternehmen, Vorträge & Schulungen zum Thema Wasser & Natur-Energien durch Expertenteam

Inhaltliche Schwerpunkte: Grundlagen über Wasser, Naturenergien und ihre Wechselwirkungen, Anwendungsmöglichkeiten in und rund um Betriebe & Objekte, gesundheitlicher Aspekt, ökonomischer Aspekt, kommunale Wasserprojekte

Aktionen: Beratung & Planungshilfe, Herstellen der Kontakte

Programm / Umfang: 1 Tag pro Gemeinde, sowie Begleitung der Umsetzung

Start: Oktober 2003

Landwirtschaft

Auswahl geeigneter Betriebe in der Region

Sensibilisierung und Schulung der aktiven Personen zum Thema Wasser & Natur-Energien, Begehung der eigenen Flächen zur Veranschaulichung

Inhaltliche Schwerpunkte: Grundlagen über Wasser & Naturenergien sowie deren Wechselwirkungen, der gesundheitliche Aspekt, Nutzung zur Quantitäts- und Qualitätssteigerung landwirtschaftlicher Produkte, „urkraft“ Produkte aus heimischer Landwirtschaft

Programm / Umfang: 1 Tag Briefing & Veranschaulichung, Begleitung der Realisierung nach Umfang

Start: Dezember 2003

für alle Landwirte:

Schaffung von „urkraft“-Marktplätzen und Nahversorger-Netzwerk

Schritte der Realisierung im Detail

phase 2 - Erweiterung

Aufbauend auf die bereits getätigten Schritte hat die 2. Phase zum Ziel,

- a) in weiten Teilen der Bevölkerung ein Bewußtsein zum Thema Wasser & Naturenergien zu schaffen, aus dem sich eigenständig eine Vielzahl neuer Betätigungen etabliert (Gesundheits-Tourismus, Medizin, LM-Produktion, Wissenschaft)
- b) in Betrieben sowie im kommunalen Wasserbau für flächendeckende Anwendung energetisch sinnvoller Wassersysteme zu sorgen (kommunale Versorgung, Deregulierung, optimierte Wasserführung Enns und Zuflüsse),
- c) im Bereich Land- und Forstwirtschaft nach vorwiegend energetischen Gesichtspunkten zu arbeiten (Permakultur, Grundwasserschutz, Mischwälder, Quellpflege),
- d) die Ergebnisse dieser Arbeit anderen Projektträgern zu vermitteln

Zeitraum:2005 - 2006

Marketing

Kernaussagen / Begriffe

Ur-laub mit der sanften Ur-kraft des Wassers: im Tal der Quellen und Seen

Die Region der kraftvollen Wasser-Wellen: Natur-Energien für 's Wohlbefinden

Vom Bächlein zum Energiefluß: Wellness-Zentrum „Ur-Natur Dachstein Tauern“

Gesundes Wasser, gesundes Essen, gesunder Urlaub - im Urkraft-Zentrum DT

Geologische Aspekte

Thema Umwelt

Die Gesundheit

Volkswirtschaftliche Aspekte

Marketing

Darstellung / Beispiele

WasserPark Dachstein-Tauern bzw UrkraftRegion Dachstein Tauern

Bildaussagen in Verbindung mit Wasser, dargestellt als im *Überfluß* vorhanden, von *besten Qualität*, *erfrischend*, *stärkt das Wohlbefinden*, *anregend / inspirierend*, *weiblich*, *ästhetisch*

Beispiele:

