

Dialog Tourismus und Lebensraum

unser Blick auf unsere Region

Ergebnisse aus dem
Beteiligungsprozess

2023



Stand: 16.11.2023

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION



Inhaltsverzeichnis

4 Einleitung

6 Zielsetzung

8 Ablauf

10 Fragestellungen

12 Ergebnisse

- 14** Themenbereich: Natur schützen und Nachhaltigkeit leben
- 16** Themenbereich: Stärkung von Identität und Positionierung als Region
- 18** Themenbereich: Tourismus am Puls der Zeit
- 20** Themenbereich: Touristische Betriebe als Herzstück und Motor
- 22** Themenbereich: Bewusstsein auf allen Ebenen schaffen

24 Fazit – die Ergebnisse auf den Punkt gebracht

28 Impressum

Einleitung

Die Tourismusregion St. Johann in Tirol liegt im Tiroler Unterland und besteht aus den Orten St. Johann in Tirol, Oberndorf, Kirchdorf und Erpfendorf. Insgesamt weist die Region eine Einwohner:innenzahl von ca. 15.000 auf. Um mit ihnen ins Gespräch zu kommen und sie miteinander „zum Reden“ zu bringen, wurde Anfang des Jahres 2023 der Beteiligungsprozess „Dialog Tourismus und Lebensraum“ durch den Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol ins Leben gerufen. Vor allem sollte zwischen Verantwortungsträger:innen, Touristiker:innen und Einheimischen, aber auch zwischen einzelnen Branchen und Gemeinden ein fortwährender Dialog entstehen. So – die Zielsetzung – sollten eine gemeinsame Vision, verbindende Ziele und Meilensteine der Region besser spür- und erkennbar werden als in der Vergangenheit.

Grundsätzlich soll an dieser Stelle auch Erwähnung finden, dass der Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol seit einigen Jahren stark an einer Positionierung als „Glücksregion“ unter dem Slogan „Mein Yapadu“ arbeitet. Diese Positionierung bezieht sich nicht nur auf die Vermarktung als Tourismusdestination, sondern umfasst auch die Gestaltung des Lebensraums und die Positionierung über das Thema „Glück“ in der regionalen Bevölkerung. Um diese Positionierung zu realisieren, wurden bereits viele kleinere und größere Projekte umgesetzt. Als Beispiel hierfür kann die Etablierung des Maskottchens „Yappy Yapadu“ genannt werden. Dieses Maskottchen wird nicht nur vom Tourismusverband, sondern auch von den St. Johanner Bergbahnen und den regionalen Skischulen eingesetzt, um die Verbundenheit in der Region zu stärken und die

« Glücksregion »

Positionierung als „Glücksregion“ auf spielerische Art und Weise schon den Kindern der Region näherzubringen. Ein weiteres Beispiel für die Positionierung als „Glücksregion“ stellen beispielsweise die regelmäßigen „Mein Yapadu“-Impulse dar, in denen vor allem Einheimische in kleinen, diversen Workshops unterschiedliche Facetten des „Glücks“ kennenlernen sollen. Natürlich findet das Thema „Glück“ bzw. „Mein Yapadu“ auch in der Marktkommunikation des Tourismusverbands Niederschlag. Über die erwähnten Beispiel-Projekte hinaus gibt es viele weitere bereits umgesetzte Aktionen (regional und überregional) zur Positionierung als „Glücksregion“. Diese werden vorliegend nicht näher erläutert, können aber jederzeit auf der Website des Tourismusverbands unter www.kitzalps.cc eingesehen werden. Die Stärkung und Verankerung dieser Positionierung spielte im Dialogprozess eine große Rolle.

Bereits die Anfänge des Dialogprozesses ließen erkennen, dass die Menschen in der Region auch



ein Bedürfnis dazu verspüren, sich an einen Tisch zu setzen und sich auszutauschen. Zusätzlich wurde durch diese offene Kommunikation das Vertrauen gestärkt und gemeinsame Überlegungen und Ideen konnten einen Schritt weitergedacht werden.

Diese „Kultur des Miteinanders“ wurde durch die unterschiedlichen Gespräche und Gesprächsformate, Workshops und öffentlichen Veranstaltungen gestärkt – auch zukünftig soll konstruktiv an dieser Zusammenarbeit weitergearbeitet werden. Nur dann fühlen sich die Menschen in der Region in Zukunft in die Belange des Tourismus einbezogen. Dieses Dokument beinhaltet Ideen und Ansätze, die der Bevölkerung, den Verantwortungsträger:innen und Stakeholder:innen wichtig sind. Zur besseren Einordnung wurden diese in 5 übergeordnete Themenbereiche eingeteilt: Ein Themenbereich wird beispielsweise mit „Stärkung von Identität und Positionierung als Region“ betitelt. Dieser Themenbereich bildet ab, dass der Bevölkerung eine durchdachte strategische Vorgehensweise wichtig ist und sie in

diese Überlegungen einbezogen werden möchte. Darum wurden für diesen (und auch für die anderen) Themenbereich(e) konkrete Ansätze und Ideen definiert, wie dieses Vorhaben glücken kann, bzw. zeigen sie Aspekte auf, was den Menschen in der Region wichtig ist und am Herzen liegt. Jedem der 5 großen Themenbereiche sind dabei mittlerweile konkrete Projekte zugeordnet, die als „Startprojekte“ erarbeitet wurden. Sie sollen dabei unterstützen, unmittelbar und schnell „ins Tun“ zu kommen und die entstandene Energie des Dialogprozesses gleich für die Umsetzung zu nutzen. Zusätzlich existieren einige Bereiche, die – im ersten Schritt – nicht als „Startprojekte“ definiert wurden. Diese sollen im Rahmen einer konkreten Tourismusstrategie noch konkreter definiert und ausgearbeitet werden. Zusätzlich müssen diese Bereiche auch mit passenden Zielen und Unterzielen versehen werden, damit sie gegebenenfalls in der Zukunft schnell in die Umsetzung gehen können. Diese Bereiche werden in diesem Bericht ebenfalls nicht im Detail behandelt.

Zielsetzung

Im nächsten Abschnitt dieses Berichts wird die Zielsetzung des Beteiligungsprozesses näher erläutert. Als wichtigstes Ziel muss hierbei das „miteinander Reden“ genannt werden. Das „miteinander Reden“ in den Fokus zu stellen und so die Beziehungen in der Region zu stärken sowie eine gemeinsame Identifikation innerhalb der Region spürbar zu machen, war das Hauptziel des Dialogprozesses. Durch das „miteinander Reden“ kann gegenseitiges Verständnis wachsen und die Positionierung als „Glücksregion“ wird für Bürger:innen, Verantwortungsträger:innen und Gäste noch erlebbarer und spürbarer. Zusätzlich sollen durch das „miteinander Reden“ aktuelle bzw. gegebenenfalls künftige Problemfelder frühzeitig aufgezeigt werden. So können Themen identifiziert werden, die aktuell und in Zukunft mehr Aufmerksamkeit bedürfen. Der Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol sieht sich hierbei gemeinsam mit anderen institutionellen Organisationen und Unternehmen in der Pflicht, den Lebensraum aktiv zu gestalten und eine zukunftsorientierte Basis für alle Stakeholder:innen, die Bevölkerung und ebenso Gäste zu schaffen.



Um das „miteinander Reden“ in der Region zu ermöglichen, war es ein weiteres Ziel des Dialogprozesses, überhaupt erst Raum für Gespräche und Dialoge zu schaffen. Zusätzlich war es den Verantwortlichen ein Anliegen, eine möglichst breite Beteiligung innerhalb der Bevölkerung zu generieren, um ein möglichst umfassendes Meinungsbild abbilden zu können. Dafür war es allerdings wichtig, die Rollen bei der Gestaltung des Lebensraums zu klären, denn es wurde davon ausgegangen, dass auch Themenbereiche und Problemfelder an den Tourismusverband herangetragen werden, die nicht direkt beeinflussbar sind (z. B. hohe

Mietpreise, viele Zweitwohnsitze, ...). Durch geklärte Rollen bei der Gestaltung des Lebensraums kann viel leichter Verständnis innerhalb der Bevölkerung aufgebaut werden, wenn manche Problemfelder kurzfristig einfach nicht verändert werden können. Dieses Verständnis wiederum stärkt auch die Beziehungen in der Region und ermöglicht es – im Optimalfall –, eine gemeinsame Identifikation entstehen und spürbar werden zu lassen.

Nachfolgend finden sich die Ziele des Dialogprozesses in kompakter Form:



Zusammengefasst kann gesagt werden, dass der Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol den Dialogprozess mit dem großen Ziel startete, Brücken zwischen Gruppierungen zu bauen und Menschen aus allen Schichten und Bereichen miteinander zu verbinden. Der Tourismusverband will durch und mit diesem Prozess ein besseres Gefühl dafür bekommen, wo in der Region „der Schuh drückt“, jedoch auf eine wertfreie sowie wertschätzende und grundsätzlich unpolitische Art und Weise. Mit Abschluss des Projekts „Dialog Tourismus und Lebensraum“ ist die Auseinandersetzung mit den Themen jedoch nicht vorbei – genau genommen startet die eigentliche Arbeit erst an diesem Punkt. Doch durch die Ergebnisse und Ansätze aus dem Dialogprozess konnten viele wertvolle Ansatzpunkte und eine konkrete „Marschrichtung“ eruiert werden. Dies bildet einen wertvollen Grundstein für die weitere Arbeit an den Themen sowie für die zukünftige (touristische) Entwicklung der Tourismusregion Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol.

« miteinander Reden »»



Ablauf

In diesem Teil wird auf den Ablauf des gesamten Dialogprozesses eingegangen. Da unterschiedlichste Gesprächs- und Kommunikationsformate stattfanden, ist dies wichtig, um im späteren Verlauf die Entstehung der Themenbereiche und der Ziele klar und schlüssig nachvollziehen zu können.

Nachdem die Idee zum Dialogprozess im Tourismusverband entstand und der Entschluss gefasst wurde, ihn tatsächlich in die Realität umzusetzen, erfolgte die Planung der einzelnen Prozessschritte durch das Steuerungsteam. Dieses bestand aus Personen aus dem Tourismusverband, den Gemeinden und aus der Wirtschaft. Aufgabe dieses Steuerungsteams war die Steuerung des Dialogs sowie die Evaluierung. Begleitet wurde der gesamte Prozess von Alexander Hader und Kristina Sommerauer, die beide über Erfahrung im Bereich von Bürger:innenbeteiligungsprozessen verfügen.



Im Anschluss an diese Planungsphase ging es in die konkrete Umsetzung. Zu diesem Zweck wurde die Bevölkerung der Region dazu aufgerufen, sich im Rahmen des Dialogprozesses „Tourismus und Lebensraum“ aktiv einzubringen. Der Aufruf zu diesem Prozess erfolgte über unterschiedlichste Wege – von Zeitungsinseraten in Dorfzeitungen und regionalen Zeitungen, bis zu Aufrufen über Social-Media-Posts und Weiterleitung der Einladung an Vereine, Organisationen und Vereinigungen wie z. B. das Wirtschaftsforum etc. Zudem wurde die Bevölkerung auch über Postwürfe in den Gemeinden über den Prozess informiert und zur Teilnahme eingeladen.

Durch diese Aufrufe konnten insgesamt 101 Teilnehmer:innen zur Beteiligung animiert werden, die im Anschluss in 3 Dialogen (Kirchdorf, St. Johann in Tirol & Bürger-Café) zusammenkamen, um miteinander ins Gespräch zu kommen, Themen zu identifizieren und den Prozess voranzutreiben. Auch bei diesen Dialogen wurden die Teilnehmer:innen durch Kristina Sommerauer und Alexander Hader begleitet.

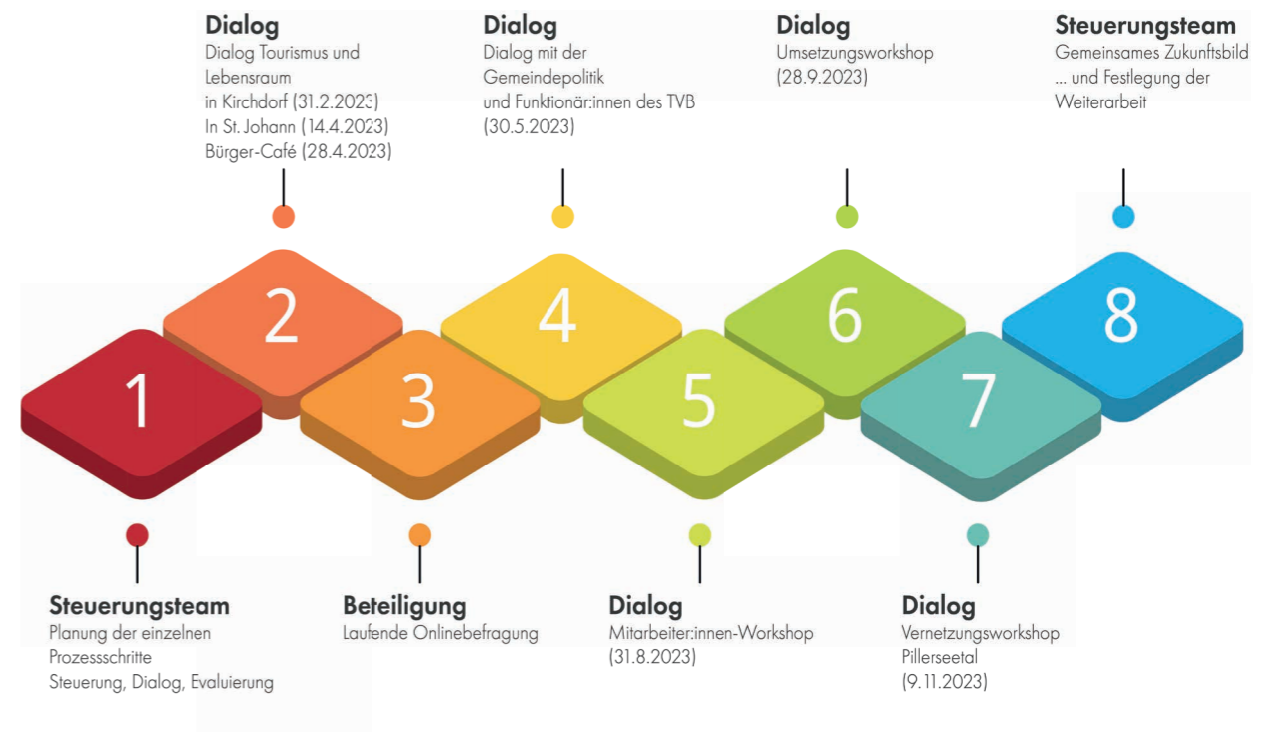
Während dieser Phase fand zudem eine Online-Befragung statt, in der beispielsweise Fragen zum Lebensraum und zum Tourismus gestellt wurden. Es wurden allerdings auch offene Textfelder zur Identifizierung von Problemfeldern, Herausforderungen etc. eingebaut, um ein möglichst breites Meinungs- und Stimmungsbild auffangen zu können – auch die Ergebnisse aus dieser Online-Befragung flossen in den weiteren Prozess ein. Vorteil dieser Befragung war mit Sicherheit, dass Menschen „unerkannt“ ihre Meinung offen teilen konnten. Viele Menschen sprechen ihre Meinung anderen – vor allem fremden – Menschen gegenüber ungern aus und sind daher bei anonymen Onlineformaten offener und ehrlicher. Dieser Schritt hat sich als gute Entscheidung erwiesen, da auch durch die Online-Befragung noch viele Aspekte und Themen identifiziert werden konnten, die den Dialogprozess zum Positiven beeinflussten.



« Mein Yapadu »»

Nachdem die drei zuvor erwähnten Dialoge zum Thema „Tourismus und Lebensraum“ stattgefunden hatten, wurde ein weiterer Dialog mit Vertreter:innen der Gemeindepolitik und den Funktionär:innen des Tourismusverbands initiiert – ebenso begleitet durch die zuvor erwähnten Prozessbegleiter:innen. Nachdem über die Sommermonate 2023 eine kurze Pause im Dialogprozess eingelegt wurde, fand im Spätsommer 2023 ein weiterer Workshop statt – dieses Mal für die Mitarbeiter:innen des Tourismusverbands. In diesem Workshop wurden die Ansätze und Ergebnisse der vorherigen Workshops und Dialoge diskutiert und weiterbearbeitet. Ebenso wurden in diesem Workshop die 5 Themenbereiche detailliert ausgearbeitet und für den nächsten Workshop – den „Umsetzungsworkshop“ – aufbereitet.

In diesem Umsetzungsworkshop arbeiteten dann Menschen aus der Bevölkerung, aus den Gemeinden und Mitarbeiter:innen des Tourismusverbands gemeinsam an konkreten Ansätzen und Startprojekten, die im weiteren Verlauf dieses Berichts noch detailliert dargestellt werden. Nach einem letzten Vernetzungsworkshop mit Kolleg:innen aus der Nachbarregion PillerseeTal wurden innerhalb des Steuerungsteams ein gemeinsames Zukunftsbild und die Weiterarbeit an den erarbeiteten Themen festgelegt. Die gesamten Ergebnisse aller Dialoge, Gespräche, der Online-Befragung und der vielen Abstimmungen finden sich – in stark komprimierter Form – in diesem Bericht. In der nachfolgenden Grafik wird der Ablauf des Dialogprozesses kompakt und übersichtlich dargestellt:



Fragestellungen

Nachdem in den vorherigen Teilen dieses Berichts die Ausgangssituation, die Zielsetzung und der Ablauf des durchgeführten Dialogprozesses „Dialog Tourismus und Lebensraum“ erläutert wurden, folgt an dieser Stelle die Darlegung der grundlegenden Fragestellungen. Diese sollten als eine Art „roter Faden“ durch den Dialogprozess führen und dafür sorgen, dass der Prozess sich in die richtige Richtung bewegt und nicht in andere Themenbereiche abgleitet.

Der gesamte Erarbeitungs- und Beteiligungsprozess wurde unter folgenden leitenden Fragestellungen durchgeführt:

1. Wie können wir sowohl Herausforderungen als auch Nutzen durch den Tourismus erkennen, verstehen und wertschätzen?

2. Wie können wir dadurch einen guten Weg in unsere Zukunft gestalten?



« Herausforderungen »»

Diese beiden Fragestellungen zogen sich durch den gesamten Dialogprozess und führten zu den Ergebnissen, die im nächsten Teil dieses Berichts im Detail erläutert werden. Aus den Diskussionen und Gesprächen zu diesen Fragestellungen leiteten sich auch die einzelnen Themenbereiche und Unterfragen innerhalb der Themenbereiche ab.

Ergebnisse

In diesem Teil soll nunmehr auf die Ergebnisse des Dialogprozesses „Dialog Tourismus und Lebensraum“ eingegangen werden. Wie bereits zuvor erwähnt, wurden 5 große Themenbereiche definiert:

1. Natur schützen und Nachhaltigkeit leben
2. Stärkung von Identität und Positionierung als Region
3. Tourismus am Puls der Zeit
4. Touristische Betriebe als Herzstück und Motor
5. Bewusstsein auf allen Ebenen schaffen

Auf die einzelnen Teilbereiche wird im nächsten Teil detailliert eingegangen. Dabei werden sowohl die Ziele als auch deren Bedeutung erläutert. Ebenso werden für jeden Themenbereich Startprojekte definiert und inklusive deren Ziele erklärt. Generell muss bei den Ergebnissen noch erwähnt werden, dass durch den Dialogprozess viele weitere Erkenntnisse, Ideen und Ansätze generiert werden konnten, die in diesem Bericht keinen Niederschlag finden. Es wurden spannende Ideen und Umsetzungsvorschläge an den Tourismusverband herangetragen, die zum Teil schon während des Prozesses umgesetzt wurden.

Tourismus News *digital*

Interessierte finden im neuen Newsletter spannende Fakten, aktuelle Informationen sowie interessante Einblicke in die Arbeit des Tourismusverbandes!

- Marketing
- Infrastruktur
- Vermieterbetreuung
- Events
- und vieles mehr



Jetzt anmelden:

www.kitzalps.cc/tourismus-news



« Ergebnisse »

Beispielsweise wurde während der Gespräche – sowohl in der Steuerungsgruppe als auch bei den Dialogen – an den Tourismusverband herangetragen, dass man sich mehr Informationen zu den Tätigkeiten des Tourismusverbands wünscht. Da es sich hierbei um einen Wunsch handelt, für den schnell erste Lösungsvorschläge gefunden werden konnten, wurde eine Maßnahme zur besseren Information der regionalen Bevölkerung direkt umgesetzt: der „Tourismus News digital“-Newsletter. Mit diesem Newsletter wird nunmehr alle 2 Monate über die Tätigkeiten und Bestrebungen des Tourismusverbands informiert. Lesende erfah-

ren mehr zu Kampagnen, infrastrukturellen Neuerungen oder Veränderungen und informieren sich dabei noch mehr über die Arbeit und die Aufgaben des Tourismusverbands. Auch wenn diese erste Maßnahme nur ein kleiner Schritt war – die Rückmeldungen auf diesen neuen Newsletter sind durchwegs positiv.

Die weiteren Ergebnisse werden im nächsten Teil anhand der Themenbereiche im Detail erläutert.

1. Themenbereich: Natur schützen und Nachhaltigkeit leben

Dieser Bereich gewinnt – gerade in der heutigen Zeit – immer mehr an Relevanz. Es war deshalb wenig verwunderlich, dass während des Dialogprozesses herauskristallisiert werden konnte, dass dieser Aspekt auch für die Entscheidungsträger:innen und die regionale Bevölkerung der Tourismusregion St. Johann in Tirol eine wichtige Rolle spielt.

Als erstes wurden während des Dialogprozesses gemeinsame Ziele im Bereich „Natur schützen und Nachhaltigkeit leben“ definiert:

- ein bewusster Blick auf die Einzigartigkeit der regionalen Natur und ihre Rolle im Tourismus,
- ein nachhaltiger Umgang mit der Natur als Leitprinzip.

Diese Ziele wurden im weiteren Verlauf eingegrenzt und genauer definiert. Daraus wurden folgende Erklärungen abgeleitet:



1.1 Nachhaltigkeit als Leitprinzip kommunizieren und etablieren

- Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in alle Bereiche des Tourismus bzw. des Lebensraums, insbesondere in Bezug auf Ressourcenverbrauch, Artenvielfalt, unverbaute Berge und Mobilität, Geschäftsbeziehungen, Bauweisen, Flächenverbrauch/-widmungen, Grünraum
- Nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen als Erfolgsfaktor (z. B. Umweltzertifizierungen, Müllvermeidung/-trennung, Herkunftskennzeichnung, ...)

1.2 Schutz der intakten Natur und Kulturlandschaft

- Erhaltung und Schutz von Tieren, Almen, Arten und Wäldern durch nachhaltige Maßnahmen bzw. durch Vermeidung von nicht nachhaltigen Handlungen
- Förderung der Landwirtschaft und Erhaltung landwirtschaftlicher Flächen als wichtiger Bestandteil der regionalen Identität; gegenseitiges Verständnis schaffen
- Bewusstsein schaffen für die Rolle der Landwirtschaft in der Region, für Ressourcenschonung und Müllvermeidung

1.3 Verbesserung des öffentlichen Verkehrsnetzes und Citybus-Angebots

- Entwicklung eines gut abgestimmten öffentlichen Verkehrsnetzes mit einer besseren Taktung. Zusätzlich regionale Lösungen vorantreiben, z. B. Einführung eines Ortsbus-Systems, das den Transport von Einheimischen und Tourist:innen innerhalb der Region verbessert; Wanderbus, Car-Sharing, ...

Nach der Definition und Erklärung beschäftigte sich der Dialogprozess vor allem mit Startprojekten. Diese kristallisierten sich aus unterschiedlichen Dialogen, Workshops und Gesprächen heraus. Auch für sie wurden leitende Arbeitstitel bzw. Fragen eruiert. Diese werden im folgenden Teil abgebildet. Diese Startprojekte sollen/können im Anschluss an den Dialogprozess direkt umgesetzt werden, um die darüberstehenden Zielsetzungen zu erfüllen. Ziel ist es dabei wiederum, Menschen miteinander „zum Reden“ zu bringen, daher werden im weiteren Verlauf unter „Mögliche Teilnehmer:innen“ auch Gruppen abgebildet, welche sich – im Optimalfall – in diesem zukünftigen Dialog engagieren und einbringen sollen.

« Nachhaltigkeit »



Arbeitstitel/ Frage des Startprojekts:

- Rolle der Landwirtschaft/Artenvielfalt/Ressourcen/Mobilität
- Was braucht es, um das Verständnis für die Rolle der Landwirtschaft zu verbessern, Arten zu schützen und Ressourcen zu schonen und um nachhaltige Mobilitätsthemen voranzutreiben?

Ziele des Startprojekts:

- Austausch zwischen Landwirtschaft und Tourist:innen ermöglichen
- Erhalt der Artenvielfalt und der Kulturlandschaft
- Umweltzeichen-Zertifizierungen, Müllvermeidung/-trennung
- Regionalität stärken, Bündelung „Ab Hof“-Verkauf
- Regionsbus, Wanderbus, Car-Sharing, MTB-Verträge

Mögliche Teilnehmer:innen am Startprojekt:

- Landwirt:innen und Grundbesitzer:innen
- Expert:innen zum Thema Artenvielfalt & Naturschutz
- Gemeinden
- Tourismusverband
- VVT
- Bergbahnen
- Sporthandel
- Vereine, z. B.: Landjugend, Bergwacht, Alpenverein, Radunion, ...

Unter Einbezug der Fragestellungen und der Ziele dieses Startprojekts kann es ermöglicht werden, zum einen ein breites Verständnis für die gegenseitigen Anliegen der jeweiligen Stakeholder:innen zu schaffen, zum anderen können aber auch aktuelle und zukünftige Problemfelder schnell erkannt und bearbeitet werden. Durch das „an den Tisch bringen“ von vielen unterschiedlichen Stakeholder:innen kann zudem ein möglichst breites Meinungsbild abgefragt und abgebildet werden, was die Qualität der konkreten Ansätze zusätzlich verbessert. Zudem wird durch

den Einbezug unterschiedlichster Stakeholder:innen ermöglicht, dass keine Branche, Gruppe etc. „außen vor“ gelassen wird, was dem Charakter des „miteinander Redens“ sehr zugute kommt. Gerade dieser Themenbereich verfügt aktuell über hohe Relevanz, die in Zukunft noch größer werden wird. An dieser Stelle mit einem Startprojekt ein Zeichen zu setzen, dass auch der Tourismusverband großen Wert auf eine intakte Natur und nachhaltiges Handeln setzt, ist äußerst wichtig.

2. Themenbereich: Stärkung von Identität und Positionierung als Region

Als zweiter Themenbereich kristallisierte sich die Stärkung von Identität und die Positionierung als Region heraus. Das zeigt, dass der Wunsch nach Teilhabe und nach Identifikation innerhalb der Bevölkerung der Region und den Entscheidungs- bzw. Verantwortungsträger:innen besteht. Es wurden daher für diesen Bereich folgende Ziele definiert:

- Etablieren eines verbindenden, starken, innovativen, positiven, vorangehenden Tourismus in der Region
- Definieren und Stärken der eigenen Identität und Positionierung als Region
- Zukunftsperspektive: Stärken des „Wir“-Gefühls und Arbeit an gemeinsamen Zielen mit allen Stakeholder:innen
- Entwickeln einer passenden Markenstrategie und Zielen, Unterzielen und Leuchtturmprojekten
- Kommunikation von klaren Botschaften und Vergeben von Aufträgen und Verantwortlichkeiten

Diese Ziele wurden im Anschluss wieder näher definiert und erläutert. Die Erläuterungen finden sich hier:

2.1 Die Region wird zu einer Einheit

- Durch Austausch und Wertschätzung für die Vielfalt wird das Miteinander in der Region gelebt und die Region wird als „Einheit“ wahrgenommen
- Im Rahmen des großen „Gemeinsamen“ entwickelt jede Ortschaft ihre Besonderheiten, Qualitäten und Stärken, über die sie sich definiert
- In jeder Gemeinde soll es Ansprechpersonen für Tourismus geben

2.3 Bewahrung der Vielfalt & Fokus auf Qualität durch Vielfalt

- Förderung und Nutzung der natürlichen und kulturellen Vielfalt als Attraktivitätsfaktor
- Verantwortungsvoller Umgang mit vielfältigen natürlichen Ressourcen
- Fokus auf Qualität durch vielfältige, kreative und innovative Angebote
- Steigerung der Servicequalität in der Region, um Gäste (Tourist:innen und Einheimische) mit „echten Erlebnissen“ zu begeistern und positive Mundpropaganda zu fördern
- Schaffung von nachhaltigen Angeboten und Erlebnissen, die sowohl auf die Bedürfnisse bewährter Zielgruppen (Familien, 50+, Genusssportler:innen, ...) abzielen als auch auf neue Gästeschichten

2.2 Fokus auf Zusammenarbeit, Miteinander, Austausch, Kommunikation

- Schaffung von Formaten für Austausch innerhalb der touristischen Betriebe, branchenübergreifend, aber auch zwischen Touristiker:innen und Gästen und Einheimischen, um das gegenseitige Verstehen zu fördern und das Miteinander zu stärken
- Sichtbare und verbindende Projekte für die Region (z. B. Mobilität)
- Miteinander im Gespräch bleiben – Menschen sollen eingebunden werden und bleiben

2.4 Wertschätzung des Bestehenden

- Förderung der Wertschätzung für bestehende lokale Unternehmen, Traditionen, authentisches Leben und kulturelles Erbe in der Region
- Regionale Stärken nutzen – Förderung regionaler Produkte und Unterstützung lokaler Produzent:innen und Hersteller:innen – u. a. auch in der Gastronomie. Lösungssuche für Herausforderungen wie z. B. Verfügbarkeit in der passenden Menge bzw. saisonale Verfügbarkeiten
- Betonung der Echtheit, Ursprünglichkeit und Natürlichkeit der Region
- Sensibilisierung hinsichtlich „Menschen und Umwelt“, z. B. Förderung von Maßnahmen zur Stressreduktion, mentalen Gesundheit und Selbstfürsorge für Einheimische und Besucher:innen
- Umsetzung der „Mein Yapadu“-Philosophie in Richtung „Glück“ als Leitthema, das über viele „greifbare“ Angebote gestülpt werden kann, z. B. WanderGLÜCK, WinterGLÜCK, RadGLÜCK u. v. m.

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, wurden für alle 5 Themenbereiche konkrete Startprojekte definiert. Der Input der vielen Gespräche und Dialoge lieferte hierfür viele interessante Ansätze und Ideen, aus welchen in Zukunft schnell weitere umsetzungsfähige Projekte abgeleitet werden können. Für den vorliegenden Themenbereich wurde folgendes Startprojekt definiert, das umgesetzt werden soll:

Positionierung

Arbeitstitel/Frage des Startprojekts:

- Eine Region werden/eine Strategie erarbeiten/eine Vision haben
- Was braucht es, damit die Region gemeinsam an einer Strategie/Vision arbeitet und im Rahmen dessen zusammenwächst?

Ziele des Startprojekts:

- Gestalter:innen (Stakeholder:innen, Mitarbeiter:innen, Interessierte) an einen Tisch bringen – Konsens, „Wir“-Gefühl
- Leitbild für die Region, für die Orte, für die Betriebe definieren
- Qualitäten und Stärken jedes Orts herausarbeiten
- Verbindende Projekte finden, bearbeiten, sichtbar machen
- Konkrete Ziele, Leuchtturmprojekte, Quick Wins, ...

Mögliche Teilnehmer:innen des Startprojekts:

- Stakeholder:innen
- Gemeinden
- Tourismusverband
- Bergbahnen
- Land Tirol
- Mitarbeiter:innen des Tourismusverbands



Ziel dieses Startprojekts soll somit sein, dass sich die „Region“ auch als solche wahrnimmt. Aktuell blicken viele Menschen in der Bevölkerung noch auf ihren Ort und identifizieren sich mit diesem. Viele – beispielsweise – Kirchdorfer:innen verspüren aktuell zwar große Verbundenheit zu ihrem Ort, jedoch weniger große Verbundenheit zu „ihrer Region“. Das soll durch dieses Startprojekt verändert werden. Dabei sollen die Qualitäten und Einzigartigkeiten der einzelnen Orte nicht geschmälert, sondern noch besser herausgearbeitet werden. Nur sollen die Orte dann eben zu einem „Big Picture“ in Form der „Region“ zusammengefügt werden, in dem sich sowohl Kirchdorfer:innen, St. Johanner:innen, Erpfendorfer:innen und Oberndorfer:innen finden, denn nur so wird aus drei Orten eine Region. Um dies umzusetzen, ist eine Teilhabe der regionalen Bevölkerung sehr wichtig, denn durch Teilhabe kann Identifikation überhaupt erst entstehen.

3. Themenbereich: Tourismus am Puls der Zeit

Ein „Tourismus am Puls der Zeit“ war den Teilnehmer:innen bei den unterschiedlichen Gesprächsformaten sehr wichtig. Daher wurden auch für dieses Themengebiet Ziele erarbeitet und diese anschließend im Detail erläutert. Für diesen Teilbereich wurde zudem auch wieder ein Startprojekt definiert, das den Abschluss für den Themenbereich 3 bildet.



Die Ziele:

- Regelmäßiges Ableiten von konkreten Projekten und Vorhaben von der Vision – diese Projekte sollen dann auch in die Umsetzung gehen
- Einholen von passgenauem und relevantem externem Know-how
- Aktiv werden und bleiben in der Umsetzung der Visionen und Ziele, Offenbleiben für Neues

Diese groben Ziele wurden dann – wie bereits in den Themenbereichen zuvor – im Detail erläutert und definiert:

3.2 Partnerschaft mit den Bergbahnen aktiv pflegen

- Gute Abstimmung mit den Bergbahnen, um Maßnahmen zur Modernisierung und Weiterentwicklung des Angebots am Berg bestmöglich zu unterstützen
- Forcierung einer effizienten und nachhaltigen Nutzung der Bergbahnen, um eine positive touristische Entwicklung zu verstärken

3.1 Einbindung von Trendforscher:innen und Expert:innen

- Zusammenarbeit mit Trendforscher:innen, Expert:innen und Berater:innen, um aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Tourismussektor zu identifizieren und in die Strategie einzubeziehen
- Offen für Neues – Nutzung von Fachwissen und Trends, um innovative, nachhaltige Angebote und Marketingstrategien zu entwickeln

3.3 Neben- und Zwischensaisonen innovativ, zukunftsfähig und zeitgemäß gestalten

- Attraktive Angebote und Aktivitäten in der Neben- und Zwischensaison verstärken, z. B. Nutzung der Ski-Infrastruktur auch im Sommer, Förderung von Veranstaltungen, Festivals oder kulturellen Aktivitäten, Alternativen zum Skifahren, Forcieren alternativer Wintersportarten (z. B. Winterwandern, ...)
- Gute Abstimmung bzw. Austausch der touristischen Betriebe (Plattform für Mitglieder) unterstützen, z. B. hinsichtlich Innovationen, Fachwissen und Trends
- Abstimmung über die Realisierung von innovativen und zukunftsfähigen Familienangeboten am Berg



Puls der Zeit



Im weiteren Verlauf wurde – ebenso wie bei Themenbereich 1 – ein Startprojekt erarbeitet und inklusive seiner grundlegenden Fragestellung bzw. des Arbeitstitels ausgearbeitet. Ebenso wurden für dieses Startprojekt wieder mögliche Teilnehmer:innen identifiziert. Dadurch kann dieses Startprojekt schnell umgesetzt werden, um weiter konstant an den Zielen des Dialogprozesses zu arbeiten.

Arbeitstitel/Frage des Startprojekts:

- Zurück in die Zukunft/Zukunftsfähig durch Wissen und Innovation
- Was braucht es, um den Tourismus in der Region durch ganz konkrete erste Schritte in eine gute Zukunft zu begleiten?

Ziele des Startprojekts:

- Vermittlung von Fachwissen & Trends durch Expert:innen
- Innovative Angebotsentwicklung
- Positive Sprache innen und außen
- Modernisierung und Weiterentwicklung am Berg
- Angebote auch im Tal
- Fokus auf „unsere“ Zielgruppen – Familien, 50+, Genusssportler:innen

Mögliche Teilnehmer:innen am Startprojekt:

- Tourismusverband
- Mitglieder Wirtschaftsausschuss
- Ortsmarketing
- Bergbahnen
- Grundbesitzer:innen
- Gemeinden
- Einheimische
- weitere Stakeholder:innen



Unter Einbezug der definierten möglichen Teilnehmer:innen und der für diesen Themenbereich bzw. für dieses Startprojekt definierten Ziele kann es ermöglicht werden, die innovative Angebotsentwicklung sowie die Erweiterung des Angebots am Berg und im Tal voranzutreiben und somit die Ziele des Themenbereichs langfristig und nachhaltig umzusetzen. Durch den Einbezug von Expert:innen, Trendforscher:innen und anderen Fachkundigen können Trends, Entwicklungen etc. schnell identifiziert und ggf. auch in der Tourismusregion St. Johann in Tirol umgesetzt oder etabliert werden.

4. Themenbereich: Touristische Betriebe als Herzstück und Motor

Als vierter Themenbereich kristallisierten sich schnell die touristischen Betriebe als Herzstück und Motor der Region heraus. Da nur durch qualitativ hochwertige und engagierte touristische Betriebe langfristig ein „guter“ Tourismus etabliert werden kann, wurden auch für diesen Themenbereich kurze Ziele festgelegt, die im weiteren Verlauf genauer und detaillierter definiert wurden.

Die Ziele:

- Es soll eine vielfältige Hotellerie- und Gastronomielandschaft geben
- Es sollen Anreize geschaffen werden, um neue Gästebetten zu generieren
- Es soll ein Netzwerk aus Tourismusbetrieben erarbeitet werden, das gemeinsam an Lösungen für Herausforderungen arbeitet

Diese prägnant formulierten Ziele wurden dann – wie bereits erwähnt – ausdefiniert und genauer erläutert:

4.2 Förderung von bestehenden und Ansiedlung von neuen Leitbetrieben

- Identifikation und Unterstützung von Leitbetrieben in der Hotellerie und Gastronomie, die Qualitätsstandards und innovative Konzepte umsetzen
- Anreize schaffen, um neue Leitbetriebe anzuziehen und bestehende Betriebe zur Weiterentwicklung zu motivieren

4.4 Attraktiven Arbeitsplatz gestalten

- Unterstützung bei der Schaffung einer positiven Arbeitsumgebung und attraktiver Arbeitsbedingungen, um Fachkräfte anzuziehen und zu halten
- Förderung von Schulungen, Weiterbildungen und Karrieremöglichkeiten für Mitarbeiter:innen in der Hotellerie und Gastronomie
- Unterstützendes Mitwirken bei der Bereitstellung guter Mitarbeiter:innenquartiere

4.1 Zusammenarbeit auf allen Ebenen forcieren

- Aufbau und Stärkung der Zusammenarbeit zur gemeinsamen Förderung und Vermarktung regionaler Stärken
- Zusammenarbeit zwischen Ortsmarketing, Wirtschaftskammer Tirol, TVB forcieren
- Plattform für Betriebe etablieren, wo diese den Austausch pflegen, ggf. an gemeinsamen Lösungen für ähnliche Herausforderungen arbeiten (z. B. Abstimmung von Öffnungszeiten, ganzjährige Gastronomie, Mitarbeiter:innenquartiere, ...)

4.3 Erhöhung der Anzahl von Betten bzw. Qualitätsbetten

- Unterstützung von Investitionen in den Ausbau und die Modernisierung bestehender Unterkünfte, um den Standard zu erhöhen
- Unterstützung bei der Entwicklung von innovativen Angeboten, bei Strategien gegen Leerstand

4.5 Rückgewinnung der Einheimischen für den „Arbeitsplatz Tourismus“

- Besondere Unterstützung der Gastronomiebetriebe, die auch außerhalb der Hauptsaison geöffnet sind und eine vielfältige Auswahl an Speisen und Getränken anbieten
- Entwicklung von Unterhaltungsangeboten und Veranstaltungen, die auf die Bedürfnisse von Jugendlichen und Junggebliebenen zugeschnitten sind

Auch für diesen Themenbereich wurde anschließend ein Startprojekt erarbeitet, das im nächsten Teil inklusive seiner grundlegenden Fragestellungen, Ziele und möglichen Teilnehmer:innen erläutert wird.

Arbeitstitel/Frage des Startprojekts:

- Vernetzung der Betriebe/Mehrwert schaffen durch Kooperation
- Was braucht es, um ein aktives Netzwerk von Betrieben zu etablieren, welches Projekte und Themen identifiziert, wo Kooperation hilfreich ist?

Ziele des Startprojekts:

- Austausch unter den Betrieben der Region, um Mehrwert zu generieren
- Themen für Kooperation identifizieren (Mitarbeiter:innenquartiere, Öffnungszeiten, Mitarbeiter:innengewinnung, Speisekartenvielfalt, ...)
- Gemeinsame Projekte starten, Förderungen generieren
- Unterstützung durch TVB (Initiative, Konzept, ...)
- Ein „WIRT:innen“-Wir schaffen

Mögliche Teilnehmer:innen am Startprojekt:

- Tourismusverband
- Betriebe (Gastronomie, Beherbergung, weitere)
- Gemeinden
- Bergbahnen
- Land Tirol



Durch dieses Startprojekt wird der Austausch unter den Betrieben gestärkt – was wichtig ist, um einen gemeinsamen Mehrwert zu generieren. Zusätzlich können durch den Austausch Themen zur Kooperation identifiziert werden. Als Beispiele könnten hierbei Mitarbeiter:innenquartiere oder Öffnungszeiten genannt werden, da sich für diese Themenfelder Kooperation lohnt und sinnstiftend ist. Auch die Schaffung bzw. Etablierung eines „WIRT:innen“-Wirs kann dazu beitragen, dass die Kooperation innerhalb der Gastronomiebetriebe der Region gestärkt wird und ein Gefühl der „Zusammengehörigkeit“ innerhalb der Branche entsteht. Dies wiederum führt dazu, dass die Branche geeint und stark an bestehenden und zukünftigen Problematiken arbeiten kann.

5. Themenbereich: Bewusstsein auf allen Ebenen schaffen

Als letzter der 5 Themenbereiche wurde „Bewusstsein auf allen Ebenen schaffen“ definiert, da – so ergaben die unterschiedlichen Gesprächsformate und Dialoge – ebendieses Bewusstsein gegenüber dem Tourismus häufig fehlt. Es geht dabei beispielsweise darum, dass Einheimischen oft gar nicht bewusst ist, welche Tätigkeiten und Aufgabenfelder ein Tourismusverband überhaupt hat, welchen Mehrwert der Tourismus als Ganzes der Region bietet und welche Wertschöpfung sich aus dem Tourismus für die gesamte Bevölkerung ergibt. Natürlich gibt es weitere Themen und Ansätze, die unter diesen Themenbereich fallen. Darum werden nun erneut die Ziele zuerst kurz und dann im Detail dargestellt, um einen besseren Einblick in den Themenbereich bieten zu können.

Die Ziele:

- Die Region „zum Reden“ zu bringen – der Tourismus soll ein positives Thema sein
- Schaffung eines umfassenden Bewusstseins für den Tourismus in der Region
- Herstellen von Verbindungen, Beziehungen und Verständnis zwischen Touristiker:innen und Einheimischen bzw. zwischen Branchen, Gästen, Jugendlichen, (potenziellen) Mitarbeiter:innen und Expert:innen

Diese Ziele bedeuten im Detail:

5.1 Einbeziehung der Einheimischen und Vermittlung der Vorteile des Tourismus

- Sensibilisierung der Einheimischen für den Wert des Tourismus und dessen positive Auswirkungen auf die regionale Entwicklung (Infos bzw. Interaktion)
- Schaffung von Plattformen und Veranstaltungen, um den Dialog und Austausch zwischen Einheimischen und Tourismusakteur:innen zu fördern
- Vermittlung der Vorteile des Tourismus für die Region und die Einheimischen durch gezielte Kommunikationsstrategien, Information über nutzbare Angebote
- Stärkung der gegenseitigen Wertschätzung in der Region, um ein positives Klima zu schaffen und damit auch Investitionen zu bewirken

5.3 Förderung einer touristischen Grundbildung

- Etablierung von Schulungen, Seminaren, Exkursionen und Workshops, um das Wissen und das Verständnis für den Tourismussektor zu fördern
- Entwicklung von Bildungsangeboten zur Stärkung der Kompetenzen im Bereich des nachhaltigen Tourismus und der regionalen Entwicklung
- Nach Möglichkeit: Förderung der Integration von Themen rund um die Region, den Tourismus und die Natur im Unterricht von Schulen und Kindergärten

5.2 Aufbau eines Netzwerks und Förderung des Dialogs

- Schaffung von Plattformen und Netzwerken für den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteur:innen wie Tourismusverband, Gemeinde, Bergbahn, Wirtschaftskammer und Land Tirol
- Durchführung regelmäßiger Treffen, Workshops und Veranstaltungen, um den Dialog, die Kommunikation und die Abstimmung zu verbessern

5.4 Schaffung von Bewusstsein über den Beitrag des Tourismus zum Wohlstand und zur Arbeit

- Aufzeigen der positiven Auswirkungen des Tourismus auf den Lebensstandard und die Beschäftigung in der Region
- Motivation der Menschen in touristischen Betrieben und Unterstützung von mutigen Initiativen und Projekten
- Einbindung junger Menschen in den Tourismus
 - Kooperation mit Tourismusschulen, Universitäten und Ausbildungseinrichtungen zur Förderung von Praktika, Lehrlingsprogrammen oder Forschungsprojekten
 - Schaffung von attraktiven Karrieremöglichkeiten und Entwicklungsmöglichkeiten für junge Menschen im Tourismussektor

5.5 Bewusstsein für die Vielfalt der Freizeitmöglichkeiten schaffen

- Vorhandenes Bewusstsein in der Bevölkerung festigen und Stärken als Basis für eine positive Gesinnung (eventuell Bürgerkarte angelehnt an Gästekarte?)
- Betonung der natürlichen Schönheit und Vielfalt der Region, insbesondere des Wilden Kaisers
- Fokus auf Ruhe, Erholung und Aktivitäten in der Natur als zentrale Elemente des Qualitätstourismus

5.6 Bewusstsein bei Gästen und Einheimischen für die regionalen Stärken fördern

- Durch gezielte Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen das Bewusstsein für die regionalen Stärken und Besonderheiten (lt. Positionierung) bei Gästen und Einheimischen fördern
- Informationskampagnen, Veranstaltungen und Führungen zur Vermittlung von Wissen über die Region und ihre Stärken bzw. über jede Gemeinde und ihre Qualitäten und Besonderheiten

Im Anschluss an die Ziele wurde auch für diesen Themenbereich wieder ein Startprojekt inklusive grundlegender Fragestellungen und Ziele definiert. Diese werden im nächsten Teil des Berichts erläutert, um das Startprojekt konkret und umsetzungsfähig darstellen zu können.

Arbeitstitel/Frage des Startprojekts:

- Tourismusregion = Lebensregion
- Was braucht es, um Touristiker:innen und Einheimische ins Gespräch zu bringen, den Nutzen durch den Tourismus bewusst zu machen und an gemeinsamen Projekten zu beteiligen?

Ziele des Startprojekts:

- Gelegenheiten schaffen für Austausch zwischen Touristiker:innen und Einheimischen
- Die „richtigen“ Themen finden
- Den „richtigen“ Zugang finden (Information oder Interaktion)
- Z. B. Bürgerkarte, Prospekte auch für Einheimische, Werbespots
- Gemeinsame Projekte starten

Mögliche Teilnehmer:innen am Startprojekt:

- Eine möglichst bunte Mischung aus beiden Seiten, z. B.:
 - Bürger:innen jung/alt
 - Menschen aller Berufsstände
 - Betriebe
 - Tourismusverband
 - Gemeinden
 - Öffentliche Einrichtungen

Durch dieses Startprojekt kann langfristig nicht nur der Blick auf den Tourismus innerhalb der Region, sondern auch die Wertschätzung gegenüber dem Tourismus verändert und nachhaltig geprägt werden. Durch den Einbezug einer möglichst bunten Menschenvielfalt im Startprojekt kann dafür gesorgt werden, dass ein möglichst breites Meinungs- und Anliegen-Spektrum abgebildet wird und sich keine Gruppierung, Branche o. ä. „außen vor“ gelassen fühlt. Das Startprojekt zielt somit darauf ab, den Tourismus bzw. den Blick auf diesen und das Wissen um den Tourismus langfristig und nachhaltig positiv zu beeinflussen.



Fazit

Die Ergebnisse auf den Punkt gebracht

Nachdem in den vorherigen Teilen des Berichts die grundlegenden Ansätze und Ziele genau definiert wurden und auch die einzelnen Themenbereiche inklusive möglicher Startprojekte erläutert wurden, folgt an dieser Stelle das Fazit des gesamten Dialogprozesses, welches die Ergebnisse zum einen kompakt, zum anderen aber auch themenübergreifend darstellen soll.

Als übergeordnetes und großes Ziel bzw. als „Gipfel der Bemühungen“ oder Vision konnte folgende Aussage konkretisiert werden:

„Eine Region sein, die zusammenhilft und gemeinsam anpackt.“

Diese große Aussage bzw. dieses übergeordnete Ziel lässt sich wiederum in Unterziele aufteilen:

Unterziele (das „WAS“, die Hardware):

Lebensraumziele (ökologisch):

- Natur und Lebensraum schützen, bewahren und pflegen
- Nachhaltigkeit leben

Wirtschaftliche Ziele (ökonomisch):

- mehr Qualitätsbetten
- Großprojekte, Investor:innen, Infrastruktur erhalten
- Betriebe unterstützen, ermutigen, in Qualität und Erweiterung zu investieren
- Gute Zusammenarbeit mit der Bergbahn

Zwischenmenschliche Ziele (sozial):

- Menschen an einen Tisch bringen, Stakeholder:innen, Shareholder:innen, Landwirtschaft, Betriebe, Gemeinden, Bürger:innen, Motoren bzw. Multiplikator:innen der Region
- Tourismusgesinnung stärken – Bewusstseinsbildung über den Nutzen des Tourismus für die Region

Doch am wichtigsten ist es, das große Ziel bzw. „den Gipfel“ im Blick zu behalten. Aus diesen Zielen ergeben sich auch unterschiedliche Haltungen, welche die Erreichung der Ziele begünstigen und wahrscheinlicher machen. Bei diesen Haltungen geht es also weniger um das „Was“, sondern mehr um das „Wie“.

Haltungen (das WIE, die Software):

- Positives Reden und Tun im Sinne von „Tue Gutes und sprich darüber!“
- Erfolgserlebnisse schaffen und feiern
- Gute Erfahrungen machen
- Vertrauen wachsen lassen
- Eine neue Kultur leben
- Wertschätzung leben
- Klartext reden
- Die Vergangenheit aufräumen und dann loslassen

Trotz der definierten Ziele und Haltungen ist es auch – oder gerade – in der Zukunft wichtig, konkret und beständig an den erarbeiteten Themen und Teilbereichen weiterzuarbeiten. Dies kann gut gelingen, wenn folgende Aspekte beachtet werden:

An den Ziele „dranbleiben“:

- Konkrete Ziele geben Orientierung und messbaren Erfolg

Regelmäßiger Austausch:

- Regelmäßige Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen relevanten Partner:innen in der Umsetzung etablieren

Klare Aufträge und Begeisterung:

- Klare Aufträge und Verantwortlichkeiten für verschiedene Handlungsfelder definieren
- Menschen einbinden, die engagiert an der Umsetzung arbeiten

Klarheit über die Bergbahn-Entwicklung:

- Klarheit über die Zukunft der Bergbahn schaffen, da sie einen wichtigen Teil des Tourismus darstellt

Start mit kleinen Projekten:

- Pilotprojekte: mit kleinen, greifbaren Projekten starten, um Erfolge zu erzielen und Motivation aufzubauen
- Sichtbare Ergebnisse fördern das Vertrauen in die Vorgehensweise
- Ideen und Projekte dorthin bringen, wo sie realisiert werden können
- Die Machbarkeit und Ressourcen für die Umsetzung prüfen

Stärkung der regionalen Identität:

- Fokus die Betonung der Gemeinschaft und Identität der Region
- Projekte können zur Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls beitragen

Stärkung bestehender Betriebe:

- Betriebe bei der Qualitätssteigerung und Angebots-erweiterung unterstützen
- Stärkere Betriebe tragen zur positiven Wahrnehmung der Region bei

Gast-Einheimischen-Interaktion:

- Begegnungspunkte zwischen Gästen und Einheimischen für authentische Erlebnisse schaffen. Dies trägt zur Gästezufriedenheit und zum positiven Image bei

«
dranbleiben
»



Abschließend kann konstatiert werden, dass der Dialogprozess „Tourismus und Lebensraum“ für den Tourismusverband Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol sehr wertvoll war. Durch die vielen und unterschiedlichen Gesprächsformate wurden unterschiedlichen Bevölkerungsschichten und Altersschichten angesprochen, was die Ergebnisse mit Sicherheit sehr positiv beeinflusst hat. Zusätzlich kamen durch den Dialogprozess fremde Menschen miteinander ins Gespräch, diskutierten vielfältige Themen und arbeiteten fleißig an der positiven Weiterentwicklung unserer Region mit. Hierfür gilt es auch, ein großes „DANKESCHÖN“ auszusprechen – ohne die vielen Meinungen, Diskussionen und Gespräche wäre ein so positiver Abschluss dieses Projekts nicht möglich gewesen. Doch auch wenn der Dialogprozess beendet ist, beginnt die eigentliche Arbeit für den Tourismusverband zur Weiterentwicklung der Region genau an diesem Punkt – gestärkt mit vielen neuen Ideen, spannenden Ansätzen und zukunftsreichen Umsetzungsideen.

*„Die Zukunft basiert auf dem,
was wir heute tun.“*

(Mahatma Gandhi)

Danke

**An der Entwicklung des vorliegenden Ergebnispa-
piers „Dialog Tourismus und Lebensraum“ haben
durch ihre Ideen und Impulse mitgewirkt:**

Steuerungsteam:

Hubert Almberger, Helga Brun Schmid, Martina Foidl, Mi-
chael Gritsch, Günther Huber, Benedikt Jungl, Stefan Kurz-
Lindner, Sabine Reitsma, Gernot Riedel, Nina Wackerle

**Einen weiteren wichtigen Beitrag haben die vielen
Teilnehmer:innen an den Präsenz-Workshops ge-
leistet, auch ihnen an dieser Stelle ein herzliches
„Dankeschön“:**

Sonja Schwaiger, Martina Hautz, Evelyn Hautz, Josef
Rüdiger Jurgeit, Martin Raffener, Christina Leitner, Nina
Weiglhofer, Faye Granegger, Karin Ebner, Bettina Reiter,
Evelyne Fuchs, Julia Lackner, Hannes Unterrainer, Ägidius
Zaß, Rosmarie Granegger, Maria Braitto, Sigrid Blum-
schein, Max Blumschein, Sylvia Döttlinger, Barbara Döttlin-
ger, Maximilian Hüttner, Fritz Kaufmann, Hannes Exenber-
ger, Peter Feeg, Brigit Duschek, Isabella Leitner, Monika
Haselsberger, Daniela Rothböck, Norbert Schneider, Karin
Girkinger, Elisabeth Klöbl, Maria Sevigiani, Christine
Gschnaller, Bernhard Leitner, Richard Altenberger, Dunja
Ascari, Benjamin Sespina, Roeland Defrancq, Christian
Dorfer, Robert Döttlinger, Karin Ebner, Elfriede Seiwald,
Andreas Eppsteiner, Walter Graf, Wolfgang Hagsteiner,
Freddy Hofmayer, Philipp Huber, Christian Meier, Michael
Seiwald, Patrick Unterberger, Sandra Schmuck, Alexandra
Schreder, Helmut Wechselberger, Thomas Hauser, Günther
Werth, Hannes Waltl, Georg Foidl, Can Varan, Balthasar
Lackner, Claudia Frank, Josef Kerer, Wolfgang Apel, Josef
Grander, Claudia Pali, Markus Hutter, Hannes Staffner,
Gerhard Obermüller, Christian Schroll, Hans Schweigkof-
ler, Hannes Steger, Peter Wallner, Georg Weihs, Andreas
Endstraße, Anna-Maria Fuchs, Jasmin Gratt, Maria Hager,
Manfred Hauser, Angelika Hronek, Sabine Huber, Ros-
witha Kexel, Anna Millinger, Alexander Pali, Thomas Rabl,
Andreas Rantscher, Bianca Rimml, Stefan Seiwald, Stefan
Trixl, Roselot Wierda, Ulrich Beckmann, Dagmar Hauser,
Manfred Hauser, Josef Heim, Jürgen Marbach, Robert
Jong, Fides Laiminger, Stefan Niedermoser, Kathrin Pührin-
ger, Daniela Resch, Monika Beltermann, Tatjana Brankovic,
Sebastian Feiersinger, Viktoria Defrancq-Klabischnig, Erich
Rettenmoser, Monica Schmid, Andreas Unterberger, Vere-
na Unterberger, Natalie Vorhofer

**Vielen Dank auch an alle Teilnehmer:innen der
Onlinebefragung – auch jenen, die lieber anonym
bleiben wollten und daher hier nicht aufscheinen:**

Thomas Seeber, Hubert Egger, Roeland Defrancq, Werner
Schön, Claudia Huber, Georg Weihs, Gerhard Ludwig
Hirschmann, Karin Dilger, Carina Treffer, Hannes Exenber-
ger, Nina Pacher, Andrea Dulic-Schiemer, Brigitte Staffner,
Sabine Huber, Christina Kecht, Wolfgang Apel, Helga
Martin, Yara Maria Grander, Bianca Hechenberger,
Horst Pali, Leonie Mettler, Sylvia Fankhauser, Erich Wieser,
Claudia und Gerold Härting, Karin Berkold, Claudia Berg-
mann, Madlen Josè Schulze, Alexandra Schreder, Florian
Schwenter, Benjamin Despina, Christina Schinagl-Leitner,
Johann Schweigkofler, Klaus Foidl, Christine Gschnaller,
Josef Hintler-Wolf, Nik Niederacher, Stefan Trixl, Andreas
Eppensteiner, Hannes Unterrainer, Theresa Böhler, Theresa
Lackner, Ägidius Zaß, Karina Plattner, Karl Hustwick,
Christian Brunner, Norbert Austeda, Timo Nikkanen,
Isabella Thurner-Dag, Andrea Defrancq, Paul Rabanser,
Fritz Trenker, Dr. Lothar Blume, Birgitt Alberts, Kath. Pfarre
St. Johann in Tirol, Philipp Marenzi, Angelika Gruber,
Beate Stibig-Nikkanen, Stefan Aigner, Harald Astl-Hinter-
holzer, Tom Rabl, Kevin Wir, Christoph Totschnig, Elfriede
Aberger, Christine Fuchs, Michael Grander, Gerald Dilles,
Thomas Müllauer, Wolfgang Hagsteiner, Daniela Rabl,
Lukas Krösslhuber, Walter Rabl, Matthias Pfalzer, Richard
Altenberger, Christian Mitterer, Stefan Sauerländer, Mi-
chael Edenhauer, Tanja Wiert, Gertraud Rudolph-Stöckl,
Susanne Berger, Viktoria Defrancq-Klabischnig, Greta
Nausedat, Sabine Hörhager, Daniela Rothböck, Elisabeth
Trenner, Gabi Staffner, Christine Lindner, Elisabeth Gran-
der, Elisabeth Kurz-Lindner, Thomas Berger, Sepp Aigner,
Katrin Hoellwarth, Theresia Kaufmann, Hans Hagsteiner,
Fritz Kaufmann, Andreas Werlberger, Karin Ebner, Kornelia
Baur, Michael Jöchl, Petra Häusner, Norbert Schneider,
Anni Reiner, Monika Haselsberger, Simone Harasser,
Barbara Dal Bianco-Eppensteiner, Matthäus Beihammer,
Andrea Jagoditsch, Andre Klabischnig, Georg Michael
Foidl, Heinrich Prouza, Franz Aufschneider, Markus Strasser,
Christian Bergmann, Wolfgang Hagsteiner sen., Ernst Wur-
nitsch, Thomas Meikl, Elisabeth Aufschneider, Sieglinde Astl,
Sigrid Blumschein, Johann Markus Pichler, Anna Voggenrei-
ter, Annelies Schober, Konstantin Huber, Annemarie Foidl,
Walter Graf, Angelika Schmied-Hofinger, Günter Werth,
Teresa Braitto, Josef Astlinger, Bernd und Hanne Borzner,
Tobias Pacher

Impressum:

TVB Kitzbüheler Alpen St. Johann in Tirol
Poststraße 2
6380 St. Johann in Tirol
www.kitzalps.cc

Beratung und Prozessbegleitung:

Kristina Sommerauer
Kommunikation
Thalgaubergstraße 29
5303 Thalgau
E: info@kristina-sommerauer.at
M: 0664 500 82 53

Alexander Hader
Loop3 OG
Rathausplatz 2
4560 Kirchdorf an der Krems
E: alexander.hader@loop3.at
M: 0664 101 96 64

Fotos:

Archiv Kitzbüheler Alpen,
Mirja Geh, Mathäus Gartner,
Claudia Egger, Freepik,
Sportalpen, Franz Gerdl