

TOURISMUS MIT ZUKUNFT

25.01.2021

Zusammenfassung für Dr. Franz Fischler

Detaillierte Informationen:

Umfangreiche Informationen zu diesem Projekt finden Sie in diesem Padlet Board zusammengestellt: <https://padlet.com/theresahaid/9glox5dzdt5v9e51>

Eine Übersichtliche Zusammenfassung der wichtigsten Eckpunkte, haben wir hier für Sie zusammengestellt:

ZIEL:

Erarbeitung von Denkanstößen für einen alpinen „Tourismus mit Zukunft“.

HINTERGRUND:

Die Tourismusbranche im Alpenraum steht zunehmend unter Kritik und wird von diversen Seiten zum Umdenken aufgefordert. Mit dem zurecht gestiegenen ökologischen Augenmerk wird vermehrt nach einem Wirtschaften im Einklang mit der Natur gestrebt.



Durch die Corona-Krise ist der Tourismus de facto zum Erliegen gekommen.

Die hohe Bedeutung und der Nutzen des Tourismus für die Menschen in den Alpen werden uns dadurch wieder deutlich vor Augen geführt. Die Forderung nach einem Mehr an Qualität anstatt von Quantität klingt in diesen Tagen des touristischen Stillstands fast schon lächerlich. Doch der Tag des Normalbetriebs wird zurückkehren und mit ihm das Bewusstsein, dass der alpine Tourismus in Zeiten des Klima- und Gesellschaftswandels umdenken muss: weg von den Extremen zurück zum rechten Maß. Wegen der immensen Bedeutung des Tourismus für die Bevölkerung der Alpen müssen wir ihn an zukünftige Herausforderungen anpassen!

Vitalpin vereint 100 Mitgliedsorganisationen aus den deutschsprachigen Alpenländern mit 1 Million Menschen und Betriebe, die von und mit dem Tourismus leben und von einem funktionierenden Tourismus abhängen. Daher möchten wir diese schwierige Phase dazu nutzen, um die Tourismusbranche, Reisende, politische Entscheidungsträger, Medien sowie die Wissenschaft nachdrücklich dazu ermutigen, für eine Transformation des Tourismus einzutreten.

Wir erarbeiteten gemeinsam mit Vordenkern, Kritikern, NGOs, Praktikern und Wissenschaftlern aus den deutschsprachigen Alpenländern Denkanstöße für einen „Tourismus mit Zukunft“ – **denn der Zeitpunkt für Veränderungen ist jetzt.**



TEILNEHMER THINK TANKS:

1. Think Tank am 4. Juni 2020:

Vorname	Nachname	Organisation/Unternehmen
Bischof Hermann	Glettler	Diözese Innsbruck
Birgit	Pikkemaat	Universität Innsbruck
Lukas	Krösslhuber	TVB Wilder Kaiser
Theresia	Rainer	Privatvermieterverband Tirol
Ilse	Heizmann	Privatvermieterverband Salzburg
Thomas	Schroll	Innsbrucker Nordkettenbahnen und Freizeitticket Tirol
Petra	Nocker-Schwarzenbacher	WKO Tourismus und Freizeitwirtschaft
Mike	Peters	Universität Innsbruck Tourismus
Ambros	Gasser	ASI Reisen & Alpenschule Innsbruck
Alfred	Baur	Hochschule Kempten Fakultät Tourismus-Management
Matthias	Wendorf	WIIF
Harald	Pechlaner	EURAC Research
Bruno	Walter	European Travel Commission

13 Teilnehmer

2. Think Tank am 15. Juni 2020:

Vorname	Nachname	Organisation/Unternehmen
Elisabeth	Gürtler	Hotel Astoria Seefeld
Wolfger	Mayrhofer	Alpenkonvention
Michael	Falkner	BTV
Klaus	Schanda	Bayerische Zugspitzbahn
Michael	Andergassen	Handelskammer Bozen
Michael	Oberhofer	Brandnamic GmbH Südtirol
Christian	Baumgartner	CIPRA International
Roderich	Urschler	Vorstand Vitalpin
Jürgen	Pichler	Doppelmayr
Edith	Oberhofer	HGV Unternehmensberatung
Alois	Schöpf	Kolumnist Tiroler Tageszeitung

11 Teilnehmer

Onlineinterviews:

Vorname	Nachname	Organisation/Unternehmen
Petra	Stolba	Österreich Werbung
Erwin	Hinteregger	IDM Südtirol
Florian	Phleps	Tirol Werbung
Josef	Margreiter	Lebensraum Tirol Holding
Ulrike	Pröbstl-Haider	Universität BOKU Wien
Bruno	Abegg	Universität St. Gallen
Tobias	Hipp	Deutscher Alpenverein
		Diverse weitere Vitalpin Mitglieder



Diskussionsgrundlage:

Nachfolgende Überlegungen haben wir aus diversen Gesprächen und Quellen zusammengetragen - sie dienen als Impuls bzw. Diskussionsgrundlage bei den Think Tanks. (Die Reihung erfolgte zufällig und spiegelt nicht die Relevanz der einzelnen Überlegungen wider.)

1. Klimawandel und Ressourcen- und Umweltschutz

Der Klimawandel gilt als eines der dringlichsten Themen unserer Zeit. Wie gelingt es, dass die alpine Tourismusbranche nicht nur als Teil des Problems, sondern auch als Teil der Lösung wahrgenommen wird?

Wie kann man den potenziell schädlichen Auswirkungen eines ungezügelter touristischer Wachstums, sowohl auf die Umwelt und das Klima als auch auf die Gesellschaft und die gastgebenden Gemeinden, begegnen?

2. Einheimische als Zielgruppe

Welche Rolle sollen/können die Einheimischen in einem Tourismus der Zukunft einnehmen? Braucht es einen Perspektivenwechsel vom Gast zum Einheimischen?

3. Regionalität:

Wie kann man Beschaffungskreisläufe für lokale Produkte/Dienstleistungen optimieren, um die lokale Breitenwirkung des Tourismus weiter zu forcieren und eine gerechte Umverteilung der Wertschöpfung sicherzustellen?

4. Qualität vor Quantität

Kann bzw. muss sich der alpine Tourismus einen bewussten Abschied vom quantitativen Wachstum, hin zu qualitativem Wachstum leisten? Wie kann das, mit annähernd gleichbleibenden Wertschöpfungseffekten, gelingen?

5. Kommunikation

Wie kommuniziert man in einem Tourismus mit Zukunft und sich verändernden Kommunikationsmöglichkeiten, aber auch Kommunikationsanforderungen?

6. Reisemobilität & Verkehr

Wie gelingt es, insbesondere die ländlichen alpinen Regionen hinsichtlich Mobilität und Verkehr optimal weiterzuentwickeln um zum Einen die Verkehrsproblematiken zu lösen und zum Anderen den sich verändernden Mobilitätsanforderungen (klimafreundlich, ohne eigenes Auto, etc.) gerecht zu werden.

7. Strukturentwicklung

Wie können zeitgemäße Strukturen für Tourismusorganisationen geschaffen werden? Welche Änderungen braucht es, sodass auch die kleinstrukturierten Familienbetriebe ökonomisch wirtschaften können?

8. Arbeitsmarkt

Wie gelingt es uns, wieder mehr Einheimische als Fachkräfte im Tourismus zu gewinnen?

9. Messbarkeit und Forschung & Entwicklung

Wie kann Tourismus abseits von quantitativen Kennzahlen gemessen werden und wie sieht ein geeignetes öffentliches Berichtswesen aus?

10. Technologien & Digitalisierung

Die Geschwindigkeit und das Ausmaß mit denen Umbrüche durch neue Technologien entstehen sind enorm: Wie schafft es die alpine Tourismusbranche mit Chancen aber auch Herausforderungen die z.B. *Sharing Economy*, autonomes fahren, künstliche Intelligenz, Blockchain-Technologie und Big-Data-Analysen für unsere Branche bereithalten, umzugehen?



Ergebnisse – erarbeitete Visionen:

Die nachfolgenden Visionen wurden gemeinsam mit allen Teilnehmern erarbeitet und mit ersten Ideen für Handlungsempfehlungen ergänzt:

Alle Visionen sind wie in diesem Beispiel aufbereitet:

Vision 5:

IM ALPINEN TOURISMUS MIT ZUKUNFT WIRD NICHT MEHR ZWISCHEN LEBENS- UND TOURISMUSRAUM UNTERSCHIEDEN.

Die Alpen sind gleichzeitig Lebens- und Erholungsraum für gleichberechtigte Zielgruppen (Einheimische, Touristen, etc.). Im Fokus stehen die Menschen und für diese wird gesorgt: Die Wünsche eines Gastes sind gleichberechtigt mit den Bedürfnissen der Einheimischen. Es gibt kein getrenntes Tourismus- und Regionalentwicklungsmanagement mehr: professionell geführte Lebensraumbüros kümmern sich um die Weiterentwicklung des Lebensraums als Gesamtes für Einheimische, Gäste, Wirtschaft, etc.

Erste Handlungsempfehlungen zur Erreichung dieser Vision

- ◆ Tourismusverbände durch Regionsverbände ersetzen, sodass diese für den Gast, den Einheimischen und somit für die positive Gestaltung des Lebensraums verantwortlich sind. Wir haben ein Bewusstsein für die eigenen Werte und unsere DNA. Wir legen allergrößten Wert auf unser direktes Umfeld und schützen es. Wir organisieren gemeinsam unsere Wertschöpfung.
- ◆ Angebot für Einheimische anregen und auf allen Ebenen unterstützen: Politik, aber auch DMOs, Hotels, Leistungsträger: dadurch nicht nur Vorteile für die Einheimischen schaffen sondern den Einheimischen zum profitablen Tourismuskunde zu machen
- ◆ Authentisches Leben von Kultur & Brauchtum. Keine reinen Inszenierungen für Gäste.
- ◆ Schaffung eines leistbaren Wohn- und Arbeitsraumes für die einheimische Bevölkerung.
- ◆ Touristische Infrastruktur auch ganzjährig bzw. in den tourismusschwachen Zeiten nutzbar machen.
- ◆ Verschmelzung von Gast- und Einheimischen-zentrierter Kommunikation.

Es wurden alle Visionen wie im oben gezeigten Beispiel aufbereitet, hier finden Sie jetzt für Ihren Überblick eine Kurzversion der Visionen. Die detaillierten Ausarbeitungen finden Sie hier: [Visionen aufbereitet](#)

VISION 1: Der alpine Tourismus der Zukunft ist klimapositiv.

VISION 2: Der alpine Tourismus mit Zukunft schützt die Natur.

VISION 3: Der alpine Tourismus mit Zukunft ist kein Alpen-Disneyland.

VISION 4: Der alpine Tourismus mit Zukunft ist Vorreiter hinsichtlich Ressourcenschonung.

VISION 5: Im alpinen Tourismus mit Zukunft wird nicht mehr zwischen Lebens- und Tourismusraum unterschieden.

VISION 6: Der alpine Tourismus mit Zukunft setzt auf Dialog, Integration und Beteiligung.

VISION 7: Der alpine Tourismus mit Zukunft ist Vorzeigarbeitgeber und wird seinem positiven Image, aufgrund der attraktiven Arbeitsbedingungen gerecht.



VISION 8: Im alpinen Tourismus mit Zukunft stehen Regionalität, Saisonalität und lokale Wertschöpfungsketten im Fokus.

VISION 9: Der alpine Tourismus mit Zukunft sagt Ja zu räumlicher und zeitlicher Schwerpunktsetzung.

VISION 10: Der Fokus im alpinen Tourismus mit Zukunft liegt auf Qualität vor Quantität.

VISION 11: Weite Teile der alpin-touristischen Gebiete sind autofrei und damit auch staufrei.

VISION 12: Der Alpenraum ist der attraktivste Standort in Europa für Unternehmensgründungen.

VISION 13: Der alpine Tourismus mit Zukunft ist digital.

VISION 14: Der alpine Tourismus mit Zukunft profitiert von internationalen Buchungsplattformen.

VISION 15: Der alpine Tourismus mit Zukunft kommuniziert professionell, ehrlich und authentisch sowohl nach innen in den Lebensraum als auch nach außen in die Herkunftsmärkte.

VISION 16: Der touristische Erfolg wird vorrangig anhand von qualitativen Faktoren bewertet.

Ausschnitte der Videostatements der Teilnehmer:

Bischof Dr. Hermann Glettler – Diözese Innsbruck



Dr. Harald Pechlaner – Eurac Bozen & Uni Eichstätt:



Weiterentwicklung des Projekts im Jahr 2021:

Vertiefende Auseinandersetzung mit den erarbeiteten Visionen und Handlungsempfehlungen in Kleingruppen in einem umsetzbaren Format (Workshops, Podcast, o.ä.) mit dem Ziel ein Positionierungspapier für den alpinen Tourismus formulieren zu können, welches durch den partizipativen Prozess auf breite Akzeptanz in den relevanten Stakeholdergruppen trifft. .

