

Tourismuskompass Ausseerland: Analyse-Workshop.

Auftraggeber:

TVB Ausseerland Salzkammergut
Pratergasse 388
8990 Bad Aussee

Anbieter:

Kohl & Partner GmbH
Hans-Gasser-Platz 9
9500 Villach

Ergebnisbericht.



Analyse-Workshop Tourismuskompass Ausseerland.

Mag. Werner Taurer & Stephanie Zorn, MA am 17. Dezember 2024

Inhaltsverzeichnis

Protokoll Analyse-Workshop

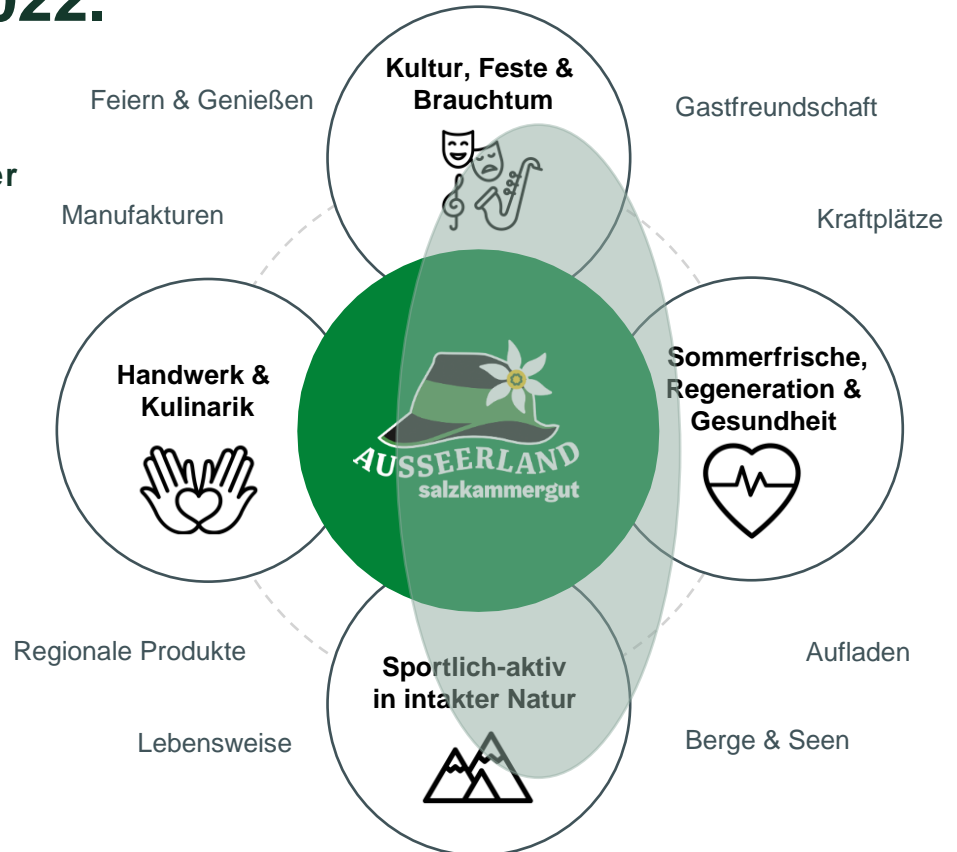
1. Teil 1: Analyseergebnisse Ausseerland kompakt zusammengefasst...	3
2. Teil 2: Gesamtprotokoll Analyseworkshop Ausseerland im Detail	36
• Zeitplan Workshop.....	37
• Projektziele und –ablauf.....	38
• Tourismuskompass 2022 und andere Grundlagen.....	47
• Touristische Daten und Fakten Ausseerland	50
• Auswertung und Interpretation Online-Umfrage im Detail.....	60
• Besucherfrequenzen Gesamtbesucher und Tagestourismus.....	90
• SWOT-Analyse Teil 1.....	96
• Trends und Gästeverhalten.....	111
• SWOT-Analyse Teil 2.....	137
• Nächster Schritt Zukunftswerkstatt	143


**Teil 1:
Analyseergebnisse
Ausseerland kompakt
zusammengefasst.**



Tourismuskompass 2022.

Visualisierung auf Basis unserer Wahrnehmung und Interpretation der aktuellen strategischen Grundlagen – **wo sieht sich Bad Mitterndorf innerhalb der Region?**



 = Bad Mitterndorf lt. Einschätzung Arbeitsgruppen in Bad Mitterndorf

Kennziffern Tourismus Ausseerland. Zusammenfassung.



1.159.169
Nächtigungen 2023/24
(2019: 1.110.493 ÜN)



9,3 % Bettenzuwachs von
2019 – 2024 (Okt. als
Stichprobe).



58,3 % (2024) der
Nächtigungen fallen in
der **Sommersaison** an.



318.556 Ankünfte
2023/24
(2019: 299.930 AN)



9.924 Betten (Okt. 24) mit
119,5 VBT 2023/24.
2019 waren es 9.077 Betten
(per Okt.) mit 136,5 VBT im
TJ 18/19.



58,3 % der Ankünfte
werden von **nationalen**
Gästen generiert.
DE mit ca. 21%
(2022/ 23), CZ mit 7,2%.



Ø Aufenthaltsdauer
3,6 Tage (2023/24)
(2019: 3,7 Tage)



522 Mio Euro
Wertschöpfung für die
ganze Wirtschaft; 2.925
Arbeitsplätze (52 % aller
Beschäftigten in der Region)



ca. 786.140
Tagesbesucher 2023;
1,5 h Fahrzeitradius,
4 h Aufenthalt, 90 %
Österreicher

Tourismusentwicklung in Ausseerland in Zahlen.

Die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst

Betten- Entwicklung

37 % der Betten befinden sich in gewerblichen Betrieben. Im 4-Sterne-Segment wurden seit 2018/19 ca. 75 zusätzlich angeboten. Im 3-Sterne Bereich sind 11,6 % der Betten weggefallen, während es im 2-Sterne Bereich eine Zunahme um über 50 % gab. Die hohe Zahl an Ferienwohnungen bietet die Chance der idealen Unterkunft für Familien aber die Gefahr der fehlenden Servicequalität.

Ankünfte und Aufenthaltsdauer

Die Ankünfte im Ausseerland sind seit 2018/19 um 9,4 % gestiegen. Die Gäste bleiben im Winter ca. 3,9 Tage, im Sommer durchschnittlich 3,5 Tage.

Nächtigungen

Im Sommer werden mehr als die Hälfte der Übernachtungen in der Region wird in gewerblichen Betrieben erzielt. Im Winter sind es sogar knapp 70 %. Das Privatzimmersegment ist bei den Übernachtungen stark rückläufig. Ein Viertel der Übernachtungen werden im Winter in Fewo erzielt, im Sommer sind es mehr als ein Drittel. Die sonstigen Unterkünfte verzeichnen im Sommer 29% der Gesamtübernachtungen. Dies ist auf die Campingplätze zurückzuführen.

Auslastung 2023/24

Mit einer Auslastung von mehr als 200 VBT liegen die 4-/5-Sterne Betriebe im Vergleich relativ gut. Die Privatvermieter weisen im Durchschnitt mit ca. 55 VBT im Jahr eine eher schwache Auslastung auf. Die gemeldeten Betten in Ferienwohnungen waren im Tourismusjahr mit ca. 70 bis 80 Tage statistisch relativ schwach belegt. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass in vielen Wohnungen 4 bis 6 Betten und mehr gemeldet sind, die Wohnungen aber häufig nur mit zwei Personen belegt werden.

Online-Befragung zum Ausseerland.

Die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst

<p>Wer hat teilgenommen?</p>	<p>Insgesamt haben ca. 300 Personen an der Befragung teilgenommen (6% der Bevölkerung). Aus Bad Mitterndorf kamen 105 gültige Antworten. Die Verteilung der Teilnehmerstruktur ist ähnlich wie im Ausseerland gesamt: Ca. 1/3 der Teilnehmer geben an, der Kategorie Einheimische anzugehören, etwa 30% sind Vermieter.</p>
<p>Lebens- und Erlebnisqualität</p>	<p>Die Natur- und Kulturlandschaft sowie die Erreichbarkeit werden gemeinsam mit der allgemeinen Lebensqualität am höchsten bewertet. Der verfügbare Wohnraum und die öffentliche Verkehrsanbindung sind am niedrigsten bewertet. Niedrig Werte erhalten auch Gastronomie und Einkaufsmöglichkeiten.</p>
<p>Gesamtentwicklung</p>	<p>Die Gesamtentwicklung im Ausseerland wird in der Region insgesamt in den letzten 10 Jahren tendenziell positiv gesehen. Mit 6,73/10 Punkten zeichnet sich ein grundsätzlich positives Bild zur Tourismusakzeptanz. Nur gut 6,6% der Befragten steht den Auswirkungen des Tourismus auf die eigene Lebensqualität derzeit besonders kritisch gegenüber (1-3 Punkte). Mehr als ein Drittel (35,5%) empfindet es im Gegensatz dazu als Bereicherung (8-10 Punkte.)</p>
<p>Positive und negative Auswirkungen des Tourismus</p>	<p>Arbeitsplätze durch den Tourismus (ca75 %) und die vorhandene Freizeitinfrastruktur sowie der Stolz auf die Heimat (ca. 2/3 der Befragten) werden von den Befragungsteilnehmern als wesentlich für die Lebensqualität in der Region erachtet. Hohe Immobilienpreise, Eigentumsmissachtung, Verkehrsbelastung und Preisesind die zuvorderst genannten negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität.</p>

Was hat sich im Ausseerland besonders positiv entwickelt?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Touristische Infrastruktur & Angebote.

- Loser und Tauplitz: Ausbau Wintersportangebot & Bergbahnen (Panoramabahn Loser, Beschneigung, digitales Loipenticket).
- Stärkung aktiver Sommertourismus (Wandern, Rad, Schiff etc.)

Gastronomie & Beherbergung.

- Gehobene Gastronomie und Hotellerie: Verbesserung des kulinarischen Angebots (Haubengastronomie) sowie starke Leitbetriebe in der gehobenen Beherbergung / Thermen.
- Jüngere und frischere Gastro: z.B. Viola im Garten, Gutes Leben

Digitalisierung & Marketing.

- Digitaler Auftritt: Verbesserte Online-Präsenz, digitale Gästezeitung, Apps, Online-Veranstaltungskalender etc.
- Marketingmaßnahmen: Stärkere Sichtbarkeit der Region im In- und Ausland, zielgruppengerechte Kampagnen.

Nachhaltigkeit & Mobilität.

- Ausbau touristischer Mobilitätslösungen (z.B. Narzissen-Shuttle, Tagesloipen-Bus, Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung, Taxis)
- Stärkung naturnaher und sanfter Freizeitangebote (z.B. Erweiterung Wander- und Radwege, Langlaufen, Schneeschuh)

Gemeinschaft & Lebensqualität.

- Verbesserte Basisinfrastruktur: Schulen, Pflege öffentliche Plätze, Badeplätze (Grundlsee), Nahversorger etc.
- Zusammenhalt: Verbesserte Zusammenarbeit Gemeinden
- Neue Ideen, mehr einheimische Initiativen, Nachhaltigkeit

Gelebtes Brauchtum, Vereine & Kultur.

- Vereinsleben: Junge engagieren sich zunehmend in Vorständen (z.B. Feuerwehren, Sportvereine)
- Attraktive und teils neue Veranstaltungen, kulturelle Angebote und saisonale Events (z.B. Narzissenfest, Festivals)
- Traditionen und Brauchtum: Fokus auf Erhalt regionaler Identität

Welche Entwicklungen bedauern Sie? Was muss verbessert werden?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Verkehr & Mobilität.

- Öffentlicher Nahverkehr: Unzureichende Verbindungen (v.a. Abendstunden / letzte Meile), fehlende Anbindung zwischen den Orten, Buszeiten für Schule, nicht freizeittouristische Bedürfnisse
- Taxisituation: Kaum Taxis nachts/abends (Einheimische/Gäste)
- Verkehrsbelastung: Intensiver Ausflugsverkehr, viele Autos speziell in Sommermonaten (Shuttles, P+R, Beschränkungen?)
- Radwege: Fehlende oder zu wenig gepflegte Radwege, obwohl sich die Region nach außen als Radsportgebiet darstellt
- Straßenzustand an bestimmten Orten (z.B. Holzingerparkplatz)

Tourismusentwicklung.

- Hohe Tourismusintensität: Speziell im Hochsommer und an den Seen kommt es derzeit zu Überlastungserscheinungen
- Tagestourismus: Hoher Anteil Ausflügler, weniger Mehrwerte
- Qualitätstourismus: Wunsch nach mehr hochwertiger Gästebindung, Nachhaltigkeit und höherer Wertschöpfung
- Schwächere Nebensaisonen (z.B. Herbst, Frühjahr)

Leistbarer Wohnraum & Zweitwohnsitze.

- Immobilienpreise: Wohnraum und Baugrund für Einheimische kaum leistbar, großer Einfluss Investoren / Zweitwohnungen
- Leerstand: Zweitwohnsitze zu großen Teilen unbewohnt
- Verbauung der Landschaft: Empfundene Zunahme von Chaletdörfern und Luxusimmobilien auf Kosten der Natur

Gastronomie & Hotellerie.

- Wirtshaussterben: Schließung vieler traditioneller Gasthäuser und Restaurants (v.a. gutbürgerlich / mittleres Segment), immer weniger Vielfalt in der Gastronomie
- Verhältnis servicierte Betten: Rückgang an servicierten / gewerblichen Beherbergungsangeboten, großer Anteil Ferienwohnungen und Zweitwohnsitze
- Hohe Preise Gastronomie: Für Familien oft wenig Alternativen
- Öffnungszeiten: Betriebsurlaube / Ruhetage wenig abgestimmt

Welche Entwicklungen bedauern Sie? Was muss verbessert werden?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Infrastruktur & Ortsbild.

- Ortskernbelebung: Zunehmender Leerstand in Einkaufsstraßen (Bad Aussee, Grundlsee), fehlende Attraktivität für Einheimische, jüngere Zielgruppen und Gäste
- Einzelhandel: Schließung wichtiger Geschäfte (z. B. Sportgeschäfte, Bäckereien)
- Instandhaltung: Fehlende Pflege von Plätzen, Straßen sowie Wander- und Wanderwegen

Angebote für Einheimische & Familien.

- Freizeitangebote: Noch zu wenige Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien (z. B. Radparcours, Pumpracks, Märchenwald)
- Ermäßigungen: Wunsch nach mehr Rabatten für Einheimische bei touristischen Attraktionen und Karten
- Kulturelle Vielfalt: Konzentration auf Tradition und ältere Zielgruppen – Wunsch nach Attraktivität für jüngere Gäste

Gesundheitsversorgung.

- Angst vor Schließung des Krankenhauses: Verlust des LKH und der ärztlichen Versorgung bereitet derzeit Sorgen
- Medizinische Versorgung: Mangel an Fachärzten (z.B. Kinderarzt, Bereitschaftsdienste)

Zusammenarbeit & Kommunikation.

- Hang zum Einzelkämpfertum: Immer noch Situationen, in denen Gemeinden und touristische Akteure eher gegeneinander als gemeinsam arbeiten
- Wunsch nach einer klaren gemeinsamen Strategie zur Zusammenarbeit bei touristischen Projekten
- Innenkommunikation & Mitgestaltung: Einheimische wünschen sich, noch intensiver in touristische Entwicklung einbezogen und transparent über Mehrwert für die Region informiert zu werden

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



1. Natur und Landschaft.

Die intakte Naturlandschaft steht eindeutig im Mittelpunkt der Stärken des Ausseerlandes. Die Region überzeugt durch:

- **Einzigartige Landschaft:** Kombination aus Bergen, Seen und Wäldern, oft als „5-Sterne-Landschaft“ beschrieben.
- **Saubere Umwelt:** Trinkwasserqualität der Seen, klare Luft und gepflegte Natur.
- **Erholung und Ruhe:** Sanfter Tourismus ohne Massentourismus.
- **Vielfältige Naturerlebnisse:** Wandern, Radfahren, Skifahren und Wintersport.

Beispiele:

- *„Die Kombination aus Seen und Bergen ist weltweit einmalig.“*
- *„Unsere Natur: klare Luft, sauberes Wasser, intakte Landschaft.“*
- *„Sanfter Tourismus in einer echten Kulturlandschaft.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



2. Tradition und Brauchtum.

Das **kulturelle Erbe** der Region spielt eine große Rolle und wird als besonders identitätsstiftend wahrgenommen:

- **Lebendiges Brauchtum:** Gelebte Traditionen, Volkskultur und Trachten.
- **Kulturelle Veranstaltungen:** Sommerfrische, Musik, Vereinsleben.
- **Authentizität der Einheimischen:** Bodenständige, charismatische und gastfreundliche Bevölkerung.

Beispiele:

- *„Das Brauchtum und die Volkskultur geben der Region ihren Charakter.“*
- *„Wir leben noch echtes Brauchtum – das schätzen Einheimische und Gäste gleichermaßen.“*
- *„Tradition, Kultur und gelebte Geschichte sind unsere großen Stärken.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



3. Lebensqualität und Freizeitmöglichkeiten.

Das Ausseerland bietet eine **ganzjährig hohe Lebensqualität** und vielfältige, insbesondere naturnahe Freizeitmöglichkeiten:

- **Freizeitangebot:** Ganzjähriges Sportangebot (Wandern, Skifahren, Langlaufen, Radfahren).
- **Intakter Lebensraum:** Ruhe, Erholung und gesunde Umwelt.
- **Klima und Wetter:** Angenehme Temperaturen, insbesondere im Sommer.

Beispiele:

- „Die Ruhe und die vielen Sportmöglichkeiten machen das Ausseerland lebenswert.“
- „Vielfalt- von Sport, Ruhe, Kultur, Veranstaltungen - für jeden etwas ❤️“
- „Skigebiete, Wanderwege und die Thermen bieten Erholung zu jeder Jahreszeit.“

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



1. Verkehr und Mobilität.

Zentraler Kritikpunkt ist die unzureichende Verkehrsinfrastruktur:

- **Öffentlicher Verkehr:** Taktung von Bussen und Zügen greift nicht gut ineinander, unzureichendes Angebot, schlechte Anbindung zwischen Orten / an größere Städte.
- **Abhängigkeit vom Auto:** Einheimische wie Gäste sind auf PKWs angewiesen.
- **Intensives Verkehrsaufkommen:** Gerade in Spitzenzeiten hohe Verkehrs- und Lärmbelastung durch Tagestourismus, Bedarf nach mehr Lenkung.
- **Radwegenetz:** Unzureichendes Radwegenetz – sowohl freizeittouristisch motiviert als auch als sichere Verbindung zwischen den Gemeinden.

Beispiele:

- *„Ohne Auto hat man große Probleme, Busse fahren schlecht getaktet.“*
- *„Kein funktionierendes Radwegenetz, keine Infrastruktur für Radfahrer.“*
- *„Zu viel Verkehr, kein klares Verkehrskonzept.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



2. Gastronomie und Ortskerne.

Lebendige Ortsmitten und Treffpunkte sind eine der großen Herausforderungen:

- **Rückgang der Gastronomiebetriebe:** Viele Gasthäuser schließen, insbesondere kleine, bodenständige Betriebe.
- **Teils leere Ortskerne:** Geschäfte stehen leer, Ortsgebiete wirken teilweise verwaist und wenig einladend.
- **Eingeschränkte Öffnungszeiten:** Restaurants und Cafés haben häufig geschlossen, besonders Nebensaisonen und abends, fehlender Mittagstisch.
- **Fehlende Angebote für Einheimische und Gäste:** Zu wenig (leistbare) Vielfalt.

Beispiele:

- „Ortskerne sterben aus, es gibt kaum noch Gasthäuser.“
- „Abends kann man kaum irgendwo essen gehen, viele Restaurants geschlossen.“
- „Keine gemütlichen Lokale für Einheimische und Gäste.“

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



3. Leistbarer Wohnraum und Zweitwohnsitze.

Ein weiteres stark diskutiertes Problem ist die Wohnraumproblematik:

- **Immobilienpreise:** Zunehmende Grundstücks- und Immobilienpreise verdrängen Einheimische.
- **Zweitwohnsitze:** Viele Wohnungen und Häuser werden von Auswärtigen gekauft, stehen große Teile des Jahres leer und treiben damit die Preise.
- **Abwanderung:** Junge Familien und Fachkräfte (z.B. Mitarbeiterwohnungen) verlassen die Region aufgrund der hohen Immobilienpreise.

Beispiele:

- „Leistbares Wohnen gibt es kaum noch, die Preise steigen durch Zweitwohnsitze.“
- „Der Ausverkauf an Investoren nimmt den Einheimischen Wohnraum.“
- „Keine Chance für junge Leute, Eigentum zu erwerben.“

SWOT-Analyse.

Ausseerland



SWOT-Analyse.

Ausseeerland zusammengefasst

- **Stärken**
Worauf sind wir stolz? Was wird im Vergleich zu anderen Destinationen aus Sicht von Einheimischen, Mitarbeitenden, Gästen besonders geschätzt?
- **Schwächen**
Was bedauern wir? Wo haben wir im Vergleich zu anderen Destinationen Nachteile?
- **Chancen**
Wo liegen die größten (Entwicklungs-)Chancen für die Entwicklung im Ausseeerland? Wo treffen unsere Stärken auf Trends? Wo liegen schlummernde Potenziale?
- **Risiken**
Wo sehen wir die größten Bedrohungen für die (touristische) Entwicklung?

A large graphic of the letters 'SWOT'. The 'S' and 'W' are in a dark green color, while the 'O' and 'T' are in a light grey color. The letters are arranged in two rows: 'S' and 'W' on top, 'O' and 'T' on the bottom. The 'O' is positioned directly below the 'S', and the 'T' is positioned directly below the 'W'. The letters are bold and sans-serif.

Stärken Sommer (1).

Ausseerland

- **Einzigartige Landschaft:** Kombination aus Bergen, Seen und Wäldern, oft als „5-Sterne-Landschaft“ beschrieben.
- **Vielfältige Naturerlebnisse:** Wandern, Radfahren, Schifffahrt, Schwimmen in sauberen Seen
- Viele **kostenlose und öffentliche Seezugänge** (Grundlsee nur 3% privat, großer Vorteil im Salzkammergut / Kärntner Seen).
- **Gelebte Sommerfrische** mit Erholung in sauberer Luft, reinem, klarem Wasser, kühlen Sommernächten, langer Sonnenscheindauer.
- **Saubere Umwelt:** Trinkwasserqualität der Seen, klare Luft und gepflegte Natur (regelmäßige Säuberungs-Aktion mit Schulen).



Stärken Sommer (2).

Ausseerland

- **Erholung und Ruhe:** Sanfter Tourismus ohne Massentourismus. Kein Durchzugsort (nächste Autobahn: 45 min). Man muss herkommen wollen, was die Gäste schon bewusster macht.
- In Bezug auf Österreich im Mittelpunkt gelegen, guter **Standort für Ausflüge** ins Salzkammergut.
- Vielfältiges gastronomisches Angebot und **Kulinarik “von der Hütte zur Haube“**. Betriebe in allen Gemeinden. Auch junge und frische Konzepte (z.B. Viola im Garten, Seelaube Grundlsee, private Dining)
- **Lebendiges Brauchtum:** Gelebte Traditionen, Volkskultur und Trachten. Moderne und lebendige Tracht, hier noch als Alltags- und Arbeitsgewand. Trachtenhauptstadt.
- **Kleinstrukturiertes Gewerbe:** Manufakturen und Handwerksbetriebe, in Verbindung mit Tracht und darüber hinaus.



Stärken Sommer (3).

Ausseerland

- **Kulturelle Veranstaltungen:** Musik (auch spontan im Wirtshaus, zum Mitmachen in Chören und Vereinen), Vereinsleben und breite Vielfalt von Volkskultur bis Hochkultur (Staatsoper Ballett, Barocktage, Jazz, Lesungen in der Wasnerin) auf kleinem Raum.
- **Authentizität der Einheimischen:** Bodenständige, charismatische und gastfreundliche Bevölkerung.
- Regionale **Produktvielfalt, Kulturlandschaftspflege** durch Landwirte. Genusskarte zeigt Vielfalt auf. Viele Direktvermarkter und Produzenten (Schnaps, Honig, Fleisch, Schnitzereien etc.)
- **Touristische Infrastruktur** – Bäder, Thermen, Bahnanbindung, Kulm, Salzwelten Altaussee, Ausflugsziele Loser und Tauplitz (Straßen, Bergbahnen).
- **Gelebte Nachhaltigkeit:** Alle Gemeinden sind Fair Trade Gemeinden, Bad Mitterndorf auch E5 Zutrittsgemeinde. Ausseerland mit 10 Pionierbetriebe am Weg zum Umweltzeichen.



Stärken Winter (1).

Ausseerland

- **“Weiße Enklave“** in den Köpfen der Gäste: Derzeit setzt der Winter noch rechtzeitig ein, weißer Dezember und überhaupt weiße Täler. Naturschneeparadies als Sehnsucht der Winterurlauber.
- **Wintersportangebot:** Alpinski fahren (Skigebiet Tauplitz, Skigebiet Loser) und Langlauf (sichere Höhenloipe auf der Tauplitzalm).
- **Naturnahe und sanfte Freizeitangebote:** Winterwandern, Schneeschuhwandern, Skitouren-Möglichkeiten, Rodeln (Grafenwiesenlift, Loser und Zloam), Eissschwimmen.
- Urig-gemütliche, autofreie **Tauplitzalm** mit 360° Panorama
- Neue **Loser-Bergbahn**
- **Sicherheit:** Hier ist die Welt noch in Ordnung, keine Naturkatastrophen oder Extremwetterlagen, wird wichtiger



Stärken Winter (2).

Ausseerland

- **Authentizität** (Brauchtum, Nikolo, Tracht, Musik, Möbel und Architektur, Fasching) (vgl. Sommer)
- **Nebelfreiheit** und hohe **Sonnenscheindauer**
- **Familiär, nicht überlaufen** (überschaubar, Familien-geführte Betriebe...), es herrscht noch Ruhe.
- **Preis-Leistungs-Verhältnis Skigebiete/Winterurlaub:** Ist eklatant hervorzuheben und herausragend im mitteleuropäischen Raum. Speziell für Familien spannend. Auch über Beherbergungsbetriebe spielen (Preisniveau darf auch noch etwas ansteigen).



Stärken Winter (3).

Ausseerland

- **Hoher Bekanntheitsgrad** (Ausseerland an sich, einzelne Orte, Tauplitz, Kulm...) **und mediale Aufmerksamkeit** (viele Themen und Geschichten, Skifliegen...).
- Insgesamt **gutes Image** (auch Verbindung Salzkammergut).
- **Winterromantik und Winterruhe** als Gegenstück zur Sommerfrische (Pferdekutschenfahrten, Hütten und kleine – authentische Adventerlebnisse als großes Potenzial). Kulinarik.
- **2 Thermen** im Radius von nur 15 km und weitere hochwertige Gesundheitsangebote.



Schwächen Sommer (1).

Ausseerland

- **Rückgang der Gastronomiebetriebe:** Viele Gasthäuser schließen, insbesondere kleine, bodenständige Betriebe.
- **Eingeschränkte Öffnungszeiten:** Betriebsurlaube / Ruhetage wenig abgestimmt (Dienstag!), Restaurants und Cafés haben häufig geschlossen, besonders Nebensaisonen und abends, fehlender Mittagstisch.
- **Teils leere Ortskerne:** Geschäfte stehen leer, Ortsgebiete wirken teilweise verwaist und wenig einladend.
- **Mobilität in der Region**
 - **Öffentlicher Verkehr:** Taktung von Bussen und Zügen greift nicht gut ineinander, unzureichendes Angebot, schlechte Anbindung zwischen Orten / an größere Städte.
 - **Abhängigkeit vom Auto:** Einheimische wie Gäste sind auf PKWs angewiesen.
 - **Intensives Verkehrsaufkommen:** Gerade in Spitzenzeiten hohe Verkehrs- und Lärmbelastung durch Tagestourismus, Bedarf nach mehr Lenkung, Auffahrt B145 herausfordernd.
 - **Radwegenetz:** Unzureichendes Radwegenetz – sowohl freizeittouristisch motiviert als auch als sichere Verbindung zwischen den Gemeinden.

Schwächen Sommer (2).

Ausseerland

- Unzureichendes **Schlechtwetter-Angebot** (Thermen an Schlechtwettertagen und in Zwischensaisonen sehr voll)
- **Naturnahe und sanfter Freizeitangebote** (z.B. Erweiterung Wander- und Radwege **bzw. Mountainbike-Strecken**) noch weiter entwicklungsbedürftig
- **Klettern** – es gibt sehr viele Routen, jedoch ein großes Problem in der Wartung, viel seit 5 Jahren nicht mehr gewartet, muss gelöst werden, bevor man in die Kommunikation geht.
- **Allgemeine Wegewartung** (auch Wandern): Wegewarte sind teils über 70, teils schon Kooperationen mit lokalen Partnern, Nachwuchs fehlt, Sicherheit und Angebotsqualität teils schwierig
- **Familienangebot und Herbst** entwicklungsfähig, es fehlt die „Action am Berg“ / Sommerattraktionen (z.B. Tauplitz / Loser), auch einfache Rund- und Themenwege

Schwächen Sommer (3).

Ausseerland

- **Familienangebot und Herbst** entwicklungsfähig, es fehlt die „Action am Berg“ / Sommerattraktionen (z.B. Tauplitz / Loser), auch einfache Rund- und Themenwege
- **Fehlende Kinderbetreuung** für Einheimische und Gäste, Programm in den Ferienzeiten und darüber hinaus anbieten (auch z.B. während dem Shopping in den Orten)
- Zu wenig **außenwirksame Veranstaltungen** mit Zugkraft
- Wenig Übernachtungskapazitäten bei **Kurzaufenthalten** (speziell Hochzeiten / Events, viele erst ab 3 Nächten)
- Landwirtschaft / Landschaftspflege und Tourismus werden noch zu wenig als **Symbiose** gesehen, Ziel wäre Sorgen und Ängste zu nehmen und auf Augenhöhe Lösungen zu finden
- **Ganzjahrestourismus:** Saisonen sind immer noch zu kurz

Schwächen Winter (1).

Ausseerland

- Kein klares **Langlaufkonzept im Tal in Bad Mitterndorf** (Umkleiden, WC-Anlagen...) sowie dem gesamten Ausseerland
- Abnehmende Schneesicherheit bzw. **Schneemangel im Tal**
- Mangelhaftes **Schlechtwetter-Angebot** (v.a. Nebensaisonen, Salzwelten/Bahnen geschlossen, Thermen sehr stark besucht, Gast wünscht sich hier mehr Alternativen)
- Zu wenige **ausgewiesene Winterwanderwege** (große Herausforderung mit Versicherungen und Wegepflege)
- **Mobilität** – insbesondere ÖPNV und letzte Meile
- Verbesserungsfähige **Koordination Öffnungszeiten** Hotellerie und Infrastruktur (z.B. Bergbahnen) – v.a. März/November

Schwächen Winter (2).

Ausseerland

- Gravierende **Auslastungsunterschiede Neben- und Hochsaison** und Nebensaison-Belegung bis Ostern (insbesondere wenn Ostern spät ist)
- Sehr **heterogene Strukturen** innerhalb des Ausseerlandes (Sommer- vs. Winterregionen, Schwerpunkte in den Betrieben)
- **Ausgedünntes Gastronomie-Angebot und Leerstände** (siehe Sommer), weniger Vielfalt, erhöht Druck auf offene Betriebe
- Stark abnehmendes **kulturelles Angebot** in der Nebensaison (Heimatbühne, Fasching, Glöckeln sonst wenig im Umfeld)
- Sehr hoher **Werbedruck* der Seilbahnen** in Richtung alpines Skifahren beim TVB, Gesamtangebot rückt in den Hintergrund (v.a. Klimaanpassung / Schneesicherheit als Risiko)

* Anmerkung: Werbedruck bezieht sich auf die Menge an Werbetbotschaften, die auf eine Zielgruppe innerhalb eines bestimmten Zeitraums ausgespielt werden. Es umfasst die Anzahl der Werbemittel, die Häufigkeit ihrer Veröffentlichung sowie die Reichweite und Frequenz der Zielgruppenansprache. Werbedruck wird oft als Maß für die Intensität und Sichtbarkeit einer Werbekampagne verwendet.

Schwächen Winter (3).

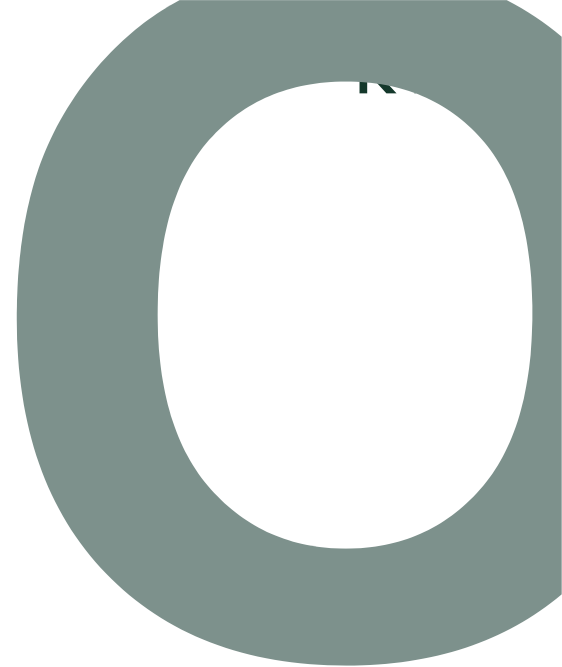
Ausseerland

- Fehlende **Wiedereinstiegsangebote** für Skifahrer (vermehrt anlocken) und allgemeiner **Skilehrermangel** / Nachwuchsthema
- **Ortsbild:** Teils zu wenig gepflegt (Gehsteige, Zuständigkeiten), leere oder verbarrikadierte Auslagen im Leerstand
- Zu **wenig Emotionalität / Storytelling** rund ums Skifahren (mit Pistenkilometern gewinnen wir das Rennen nicht, brauchen andere Botschaften (z.B. Tauplitz / Pioniergeist)
- Teils zu wenige **überregionale Effekte / Cross-Selling** (z.B. Übernachtungen für Sportgroßveranstaltungen wie Kulm, Buchungsstrecke wurde schon optimiert, Luft nach oben) – Barrieren im Kopf abbauen, Gäste oft sehr weitläufig unterwegs

Chancen (1).

Ausseerland

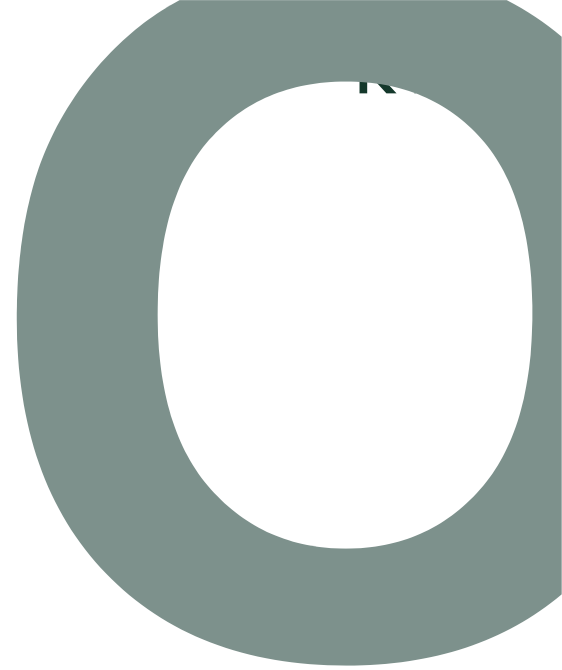
- **Vielfalt auf engem Raum:** multifunktional, kleine und anpassungsfähige Strukturen, man kennt sich untereinander
- **Digitale Entschleunigung** und Offline-Zonen, Digital Detox als bewusstes Produkt in der Region etablieren, Naturverbundenheit
- **Saisonverlängerung und Ganzjahrestourismus** ist möglich – es ist alles da. Fokus auf neue Produkte, Veranstaltungen etc.
- **Sport, Gesundheit, Natur (viel da, weiter ausbaubar):**
 - Naturerlebnis mit mehr Anleitung
 - Sportangebot ausbauen, zeitgemäß entwickeln, sanfte Wege
- **Best Ager** – zentrale Zielgruppe für die kommenden 10-15 Jahre, wollen genießen und finden im Ausseerland alles auf kleinem Raum (intakte Natur, Kultur, Genuss) – jedoch künftige Generationen nicht vernachlässigen / parallel aufbauen



Chancen (2).

Ausseerland

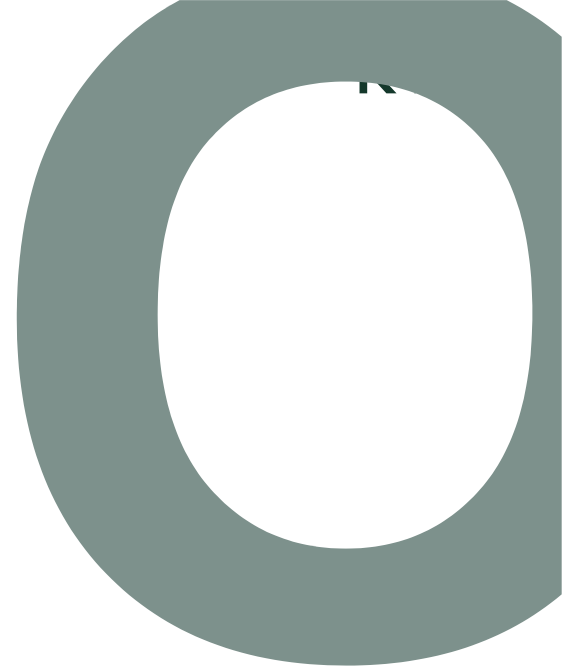
- **Klimawandel Sommer und Winter:** kühle Nächte, schneesichere Skigebiete Loser und Tauplitz
- **Top-Preis-Leistungsverhältnis** – Mut zum Preis
- **Echtheit und Authentizität** – gelebtes Brauchtum und Tradition: es gibt viele Geschichten zu erzählen (Storytelling), große Anziehungskraft, Menschen suchen starke Wurzeln
- **Neue Vertriebswege und Kooperationsmodelle** für Handwerksbetriebe und kleine Gewerbe finden (z.B. „Manufaktum“ zentrale Verkaufsstelle, genossenschaftliche Modelle, s'Fachl) – hohen Mietpreisen entgegenwirken.
- Urlaub & Arbeit verbinden – **Workation**, Gegensatz zu den Offline-Zonen, Arbeit mitnehmen, Unterkünfte so gestalten, dass die Rahmenbedingungen gut sind (Arbeitsplatz, WLAN)



Chancen (3).

Ausseerland

- **Kulinarik** von der Haube zur Hütte (Inszenierung, einschließlich bäuerliches Leben), lockt zu jeder Jahreszeit, weiter ausbauen
- **Events weiter ausbauen** – jüngeres Programm, Ausseer Veranstaltungszentrum weiter bespielen, Zeiten ausdehnen
- **Schneeunabhängige Angebote** im Winter, hybriden Winter und parallel alternative Formate ausbauen um sich frühzeitig abzusichern in Richtung Klimawandel (Multioptionalität)
- **Angebote für Nicht-Skifahrer am Berg** ausbauen: Bergbahnen sollen trotzdem von Frequenzen profitieren, ca. 3-4 Stunden Beschäftigung (z.B. Hütten-Musi-Roas, Gondeldinner, Expeditionen im Schnee, Winterwandern, USP entwickeln)



Risiken (1).

Ausseerland

- **Abnehmende Schneesicherheit Berg und Tal:** Klimawandel generell (Sommer wie Winter), rechtzeitig Alternativen aufbauen (Standbein: Winter alpin, Spielbein: neue / hybride Formate)
- **Mitarbeitermangel:** Fachkräftemangel, Mitarbeiterwohnraum
- **Sterbende Geschäfte** bzw. Unternehmersterben, fehlende Nachfolger, zunehmende Herausforderung
- **Ausverkauf der Heimat und Abwanderung:**
 - Leerstand: Zweitwohnsitze zu großen Teilen unbewohnt
 - Verbauung der Landschaft: Empfundene Zunahme von Chaletdörfern und Luxusimmobilien auf Kosten der Natur
 - Zu wenig verfügbare Bauflächen für Unternehmer mit Wunsch nach Erweiterung
 - Demographischer Wandel, Abwanderung Next Generation, wenig Bereitschaft zu übernehmen

Risiken (2).

Ausseerland

- Fehlende übergreifende **Standort- und Infrastrukturentwicklung** generell im Ausseerland
- **Großraubtiere** in Verbindung mit Weidehaltung / Wegerecht.
- **Abnehmende Tourismusgesinnung** in der Bevölkerung und bei Grundeigentümern, **Pessimismus** gegenüber Tourismus
- **Ausruhen** und Stehenbleiben „destruktive Zufriedenheit“, Kirchturmdenken und „Geht-nicht-Mentalität“. Eigentlich ist man ja bei vielen Dingen auf dem selben Weg. „Scheinzusammenhalt“ und mangelnde Umsetzungskraft.
- Sich **verändernde Mobilitätsansprüche**: Bedürfnisse und derzeitige Angebote driften auseinander.
- **Abnehmende Tourismusgesinnung**: Sorge vor zu wenig Qualitätstourismus, Tourismusintensität im Sommer teils hoch
- **Mangelndes Selbstvertrauen**: Wir müssen uns als Region auf die Füße stellen und unsere Angebote mit Stolz hinaus tragen

Teil 2: Gesamtprotokoll Analyse- Workshop Ausseerland im Detail.



Unser Zeitplan heute.

13.00 – 14.30 Uhr

- Eintreffen, Begrüßung, Ziele für heute, wo stehen wir im Prozess, was wurde bisher bereits bearbeitet
- Daten und Fakten zum Tourismus im Ausseerland
- Online-Befragung – wichtige Ergebnisse für das Ausseerland
- Kernergebnis Analyse Bad Mitterndorf und Abgleich mit den Regionsergebnissen
- SWOT-Analyse Ausseerland – Teil 1

14.30 – 14.45 Uhr Kaffeepause.

14.45 – ca. 16.30 Uhr

- Trends und Entwicklungen im Tourismus mit Relevanz für das Ausseerland
- SWOT-Analyse Ausseerland – Teil 2
- Vorschau auf die Zukunftswerkstatt

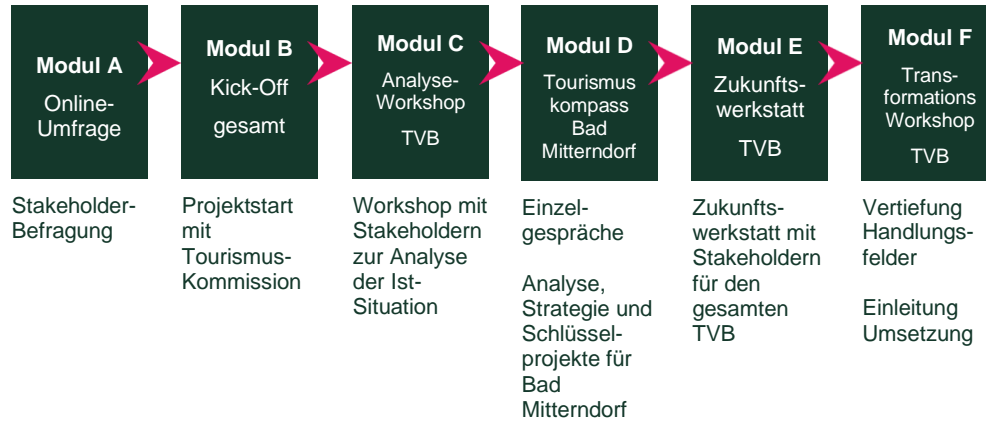


Projektablauf.

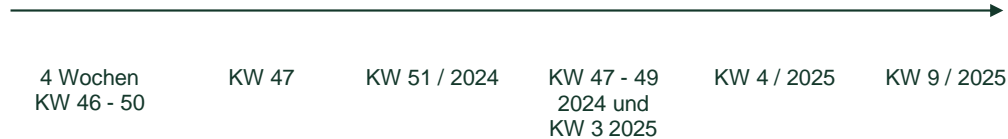


Projekttablauf.

Highlights.

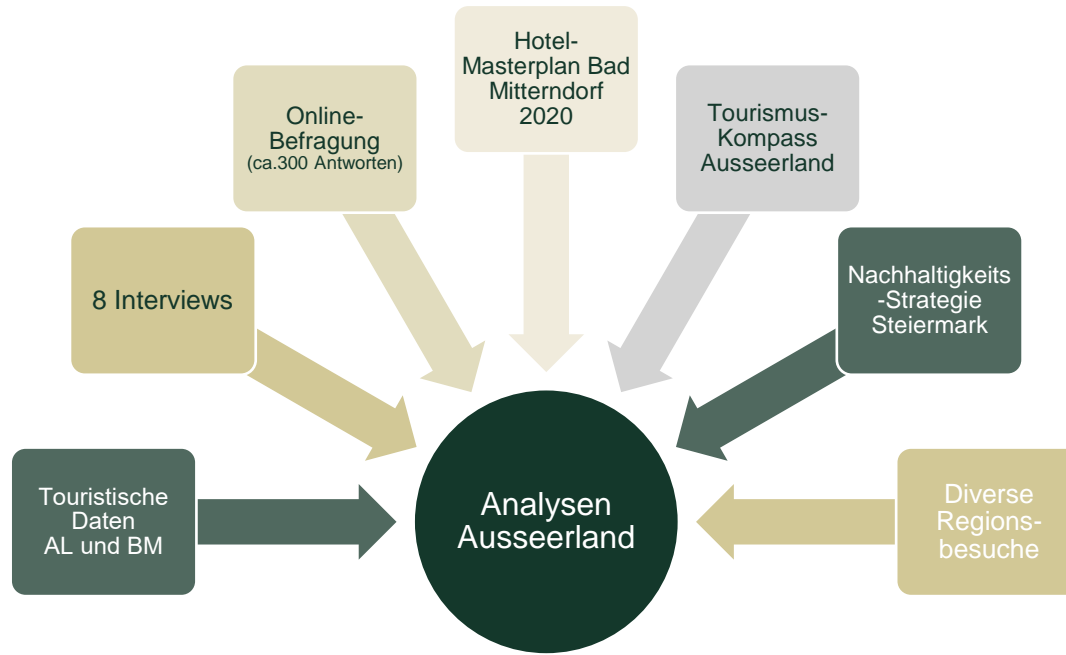


Projektlaufzeit bei Auftragserteilung bis 25.9.2024



Analysen und Auswertungen bisher

Tourismuskompass Ausseerland und Bad Mitterndorf



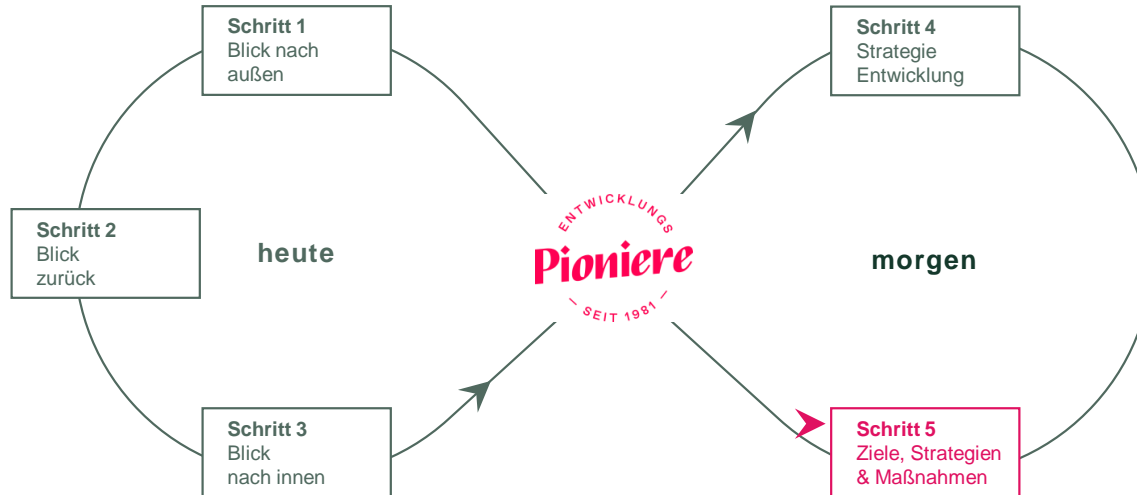
Projekttablauf.

Terminplan.

Prozessschritt	Termin	Teilnehmer
✓ Online-Kickoff	8.11.2024, 9.30 – 11.30	Auftraggeberteam
✓ Online-Umfrage		
- Umfrage aufsetzen	KW 46	SZ in Rückkoppelung mit Pamela Binder
- Umfragelink versenden	18.11.2024	
- Umfrage durchführen	KW 47, 48, 49	
- Umfrage auswerten	KW 50	
✓ Gesamt-Projekt-Kickoff	20.11.2024, 9.30 – 13.00	Tourismuskommission & Auftraggeberteam
Analyse-Workshop	17.12.2024, 9.30 – 13.00	Tourismuskommission & Auftraggeberteam
Bad Mitterndorf		
✓ Einzelgespräche	KW 47, 48, 49 individuelle Terminvereinbarungen	5 – 8 ausgewählte Gesprächspartner
✓ ½ -tägiger Bad-Mitterndorf-Analyse Workshop	3.12.2024, 9.30 – 12.30/13.00	Bad-Mitterndorf-Strategieteam
- ½-tägiger Bad Mitterndorf-Strategieworkshop	19.12.2024, 9.30 – 13.00 Uhr	
Zukunftsklausur Gesamtprojekt	9.1.2025, 9.30 – 17.30 Uhr	Kernteam/Strategieteam Gesamtprojekt
Transformations-Workshop	Mitte März – muss noch fixiert werden. Jeweils vormittags oder nachmittags ½ Tag	Noch zu definieren, vermutlich Kernteam/Strategieteam

Zukunftswerkstatt Ausseerland.

Zentrale Inhalte.



Erwartungen an das Ergebnis des Prozesses.

Aus Sicht der Teilnehmer:innen des Kick-Off-Workshops (1).

- **Klare gemeinsame Richtung geben.**
 - Gemeinsames Bild, Ziel, Idee fürs Ausseerland entwickeln
 - Klare Positionierung erarbeiten
 - Positionierung / Alleinstellungsmerkmale der Region freilegen
 - Gleichklang & Zusammenhalt der Teilregionen fördern
 - Alle 4 Gemeinden sitzen in einem Boot
 - Gegenseitiger Respekt als Grundlage im Prozess
 - Vereine ins Boot holen

- **Kommende Generationen ansprechen.**
 - Halten der Jugend / Nachfolgethematik
 - Jugendangebote forcieren
 - Familientourismus fördern



Erwartungen an das Ergebnis des Prozesses.

Aus Sicht der Teilnehmer:innen des Kick-Off-Workshops (2).

- **Nachhaltigen Qualitätstourismus entwickeln.**
 - Sanfter Tourismus in hoher Qualität – kein Disneyland
 - Steigerung der Qualität / gemeinsames Qualitätsbewusstsein
 - Nachhaltigkeit für Menschen und Natur
 - Mitgestaltung des Lebensraumes im Sinne des Gemeinwohls
 - Zweiheimischen-Thematik mitdenken (begrenzter Wohnraum)

- **Wertschöpfung / Wirtschaftskraft der Region erhöhen.**
 - Entzerrung Saison / Saison verlängern
 - Förderung und Stärkung der lebendigen Ortskerne
 - Wertschätzung der Arbeit im Tourismus & Co. fördern
 - Motivation der Mitarbeiter:innen (Tourismus und andere Branchen)
 - Mehr Selbstbewusstsein der Branche und Region



**„Strategische
Tourismusentwicklung
bedeutet nicht automatisch
ein „mehr“ von allem, sondern
ist eine Frage der richtigen
Balance und des Umganges
mit dem Lebensraum.“**

Auszug aus dem Tourismuskompass 2022



**Attraktiver Lebensraum für Einheimische =
Attraktiver Arbeitsraum für Mitarbeitende =
Attraktiver Erlebnisraum für Gäste!**



Tourismuskompass 2022

Worauf bauen wir auf?

TOURISMUS KOMPASS
 Tourismusverband Ausseerland Salzkammergut
 www.ausseerland.at

2022

dein Moment.
 in Ausseerland



Touristische Nachhaltigkeitsstrategie 2030+



**PUBLIC VALUE REPORT
 AUSSEERLAND
 SALZKAMMERGUT**

Analyse der Effekte aus dem Tourismus der Jahren 2019-2023

| JUNI 2024



Tourismuskompass 2022.

Visualisierung auf Basis unserer Wahrnehmung und Interpretation der aktuellen strategischen Grundlagen – **wo sieht sich Bad Mitterndorf innerhalb der Region?**



Auswertung touristischer Daten und Fakten (Ausseerland Salzkammergut)

Kennziffern Tourismus Ausseerland. Zusammenfassung.



1.159.169
Nächtigungen 2023/24
(2019: 1.110.493 ÜN)



9,3 % Bettenzuwachs von
2019 – 2024 (Okt. als
Stichprobe).



58,3 % (2024) der
Nächtigungen fallen in
der **Sommersaison** an.



318.556 Ankünfte
2023/24
(2019: 299.930 AN)



9.924 Betten (Okt. 24) mit
119,5 VBT 2023/24.
2019 waren es 9.077 Betten
(per Okt.) mit 136,5 VBT im
TJ 18/19.



58,3 % der Ankünfte
werden von **nationalen**
Gästen generiert.
DE mit ca. 21%
(2022/ 23), CZ mit 7,2%.



Ø Aufenthaltsdauer
3,6 Tage (2023/24)
(2019: 3,7 Tage)



522 Mio Euro
Wertschöpfung für die
ganze Wirtschaft; 2.925
Arbeitsplätze (52 % aller
Beschäftigten in der Region)

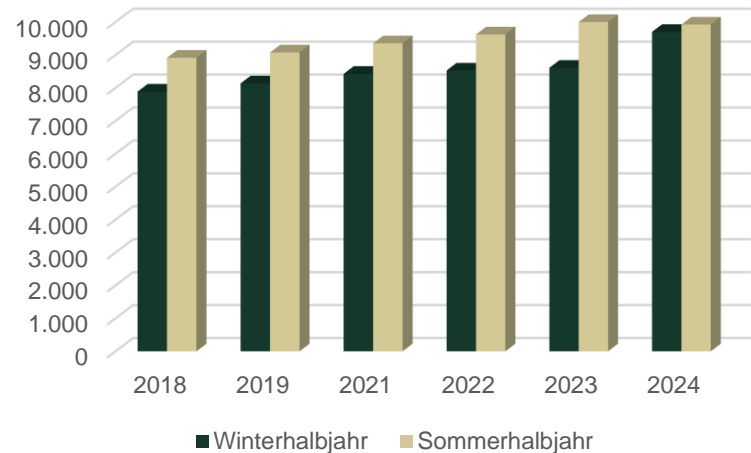


ca. 786.140
Tagesbesucher 2023;
1,5 h Fahrzeitradius,
4 h Aufenthalt, 90 %
Österreicher

Entwicklung der Betten.

Ausseerland nach Saisonen.

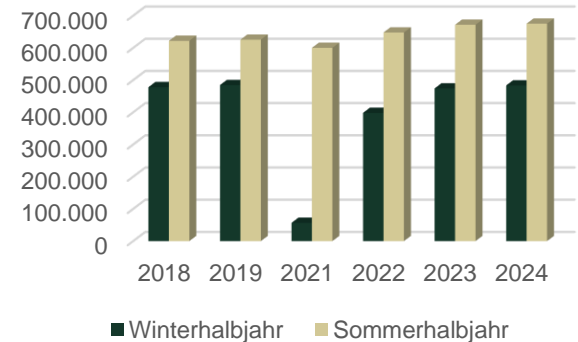
	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
Winterhalbjahr	7.889	8.138	8.428	8.529	8.612	9.703	+23,0%
Sommerhalbjahr	8.917	9.077	9.354	9.624	10.022	9.924	+11,3%
Gesamt	8.403	8.608	8.891	9.077	9.317	9.814	+16,8%
Change in %	+0,0%	+2,4%	+3,3%	+2,1%	+2,6%	+5,3%	



Entwicklung der Nächtigungen.

Ausseerland nach Saisonen.

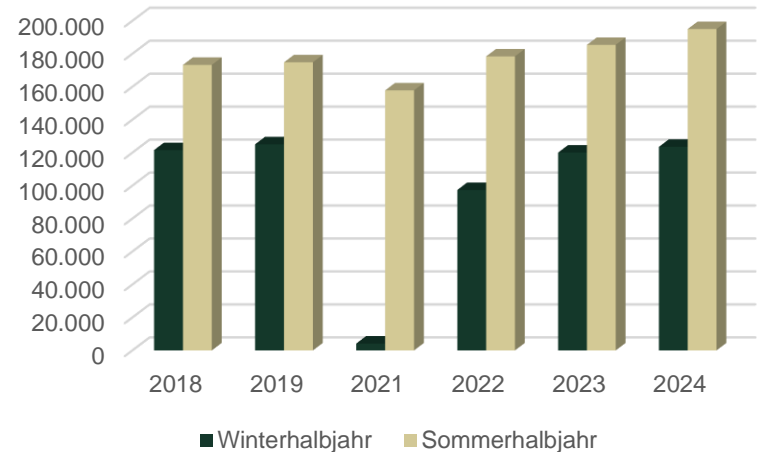
	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
Winterhalbjahr	478.179	484.815	56.958	398.527	474.369	483.551	+1,1%
Sommerhalbjahr	622.077	625.678	600.291	648.018	672.071	675.618	+8,6%
Gesamt	1.100.256	1.110.493	657.249	1.046.545	1.146.440	1.159.169	+5,4%
Change in %	+0,0%	+0,9%	+0,0%	+59,2%	+9,5%	+1,1%	



Entwicklung der Ankünfte.

Bad Mitterdorf nach Saisonen.

	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
Winterhalbjahr	121.538	125.087	4.168	97.350	120.052	123.547	+1,7%
Sommerhalbjahr	173.254	174.843	157.812	178.388	185.404	195.009	+12,6%
Gesamt	294.792	299.930	161.980	275.738	305.456	318.556	+8,1%
Change in %	+0,0%	+1,7%	-46,0%	+70,2%	+10,8%	+4,3%	



Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer.

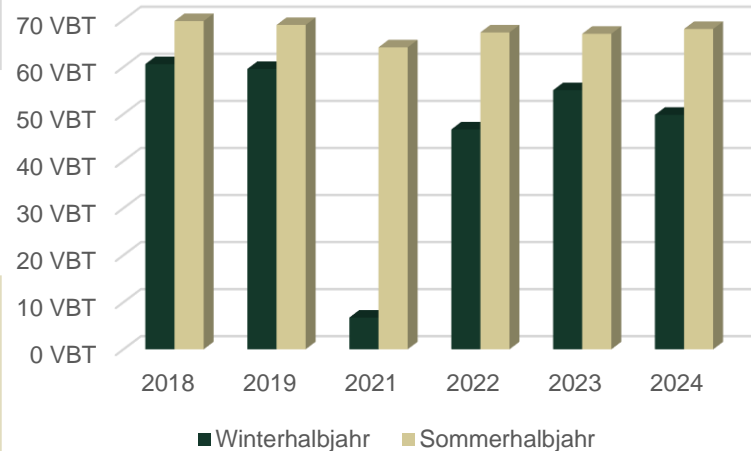
Ausseerland.

	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
Winterhalbjahr	3,9	3,9	13,7	4,1	4,0	3,9	0,0 %
Sommerhalbjahr	3,6	4,5	3,8	3,6	3,6	3,5	-2,8 %
Gesamt	3,7	3,7	4,1	3,8	3,8	3,6	-2,8%
Change in %	+0,0%	+0,0%	+9,6%	-6,5%	+0,0%	-5,3%	

Entwicklung der Betten-Vollbelegstage.

Ausseerland.

	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
Winterhalbjahr	61 VBT	60 VBT	7 VBT	47 VBT	55 VBT	50 VBT	-17,8%
Sommerhalbjahr	70 VBT	69 VBT	64 VBT	67 VBT	67 VBT	68 VBT	-2,4%
Gesamt	131 VBT	129 VBT	71 VBT	114 VBT	122 VBT	118VBT	-9,6%
Change in %	+0,0%	-1,4%	-44,8%	+60,8%	+7,1%	-3,5%	



Entwicklung der Betten.

Winterhalbjahr.

Winterhalbjahr	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	Anteil	in %
4-Stern	1.613	1.672	1.726	1.712	1.719	1.731	17,8%	+7,3%
3-Stern	1.627	1.568	1.530	1.496	1.369	1.439	14,8%	-11,6%
2-Stern	285	263	314	337	394	432	4,5%	+51,6%
Gewerblich	3.525	3.503	3.570	3.545	3.482	3.602	37,1%	+2,2%
Private	387	363	350	298	309	319	3,3%	-17,6%
Privat/Bauernhof	272	275	306	235	291	261	2,7%	-4,0%
FeWo	2.389	2.672	2.824	3.191	3.215	3.826	39,4%	+60,2%
Schutzh. + Sonstige	1.316	1.325	1.378	1.260	1.315	1.695	17,5%	+28,8%
Gesamt	7.889	8.138	8.428	8.529	8.612	9.703	100,00%	+23,0%
Change in %	0%	+3,2%	+3,6%	+1,2%	+1,0%	+12,7%		

Sommerhalbjahr	2018	2019	2021	2022	2023	2024	Anteil	in %
4-Stern	1.654	1.676	1.794	1.764	1.729	1.775	18,3%	+7,3%
3-Stern	1.623	1.579	1.526	1.403	1.439	1.377	14,2%	-15,2%
2-Stern	263	332	337	394	446	423	4,4%	+60,8%
Gewerblich	3.540	3.587	3.657	3.561	3.614	3.575	36,8%	+1,0%
Private	479	405	324	346	342	365	3,8%	-23,8%
Bauernhof	279	289	286	313	317	230	2,4%	-17,6%
FeWo	2.717	2.917	3.236	3.479	3.906	3.985	41,1%	+46,7%
Schutzh. + Sonstige	1.902	1.879	1.851	1.925	1.843	1.769	18,2%	-7,0%
Gesamt	8.917	9.077	9.354	9.624	10.022	9.924	100,00%	+11,3%
Change in %	0%	+1,8%	+3,1%	+2,9%	+4,1%	-1,0%		

- **37 % der Betten befinden sich in gewerblichen Betrieben.**
 - Im 4-Sterne-Segment wurden seit 2018/19 ca. 75 zusätzlich angeboten.
 - Im 3-Sterne Bereich 11,6 % der Betten weggefallen.
 - Im 2-Sterne Bereich gab es eine Zunahme um über 50 %.
- **Abnahme bei Privatzimmern und Urlaub am Bauernhof.**
 - In den letzten 6 Jahren wurden in diesem Bereich ca. 24 % der Betten verloren.
- **Hoher Anteil Ferienwohnungen mit starken Zuwächsen.**
 - Ca. 41% der im Sommer angebotenen Betten sind in Ferienwohnungen gemeldet.
 - In diesem Segment gab es eine Zunahme um ca. 1.270 Betten im Sommer bzw. 1.437 im Winter.

Entwicklung der Nächtigungen.

Winterhalbjahr und Sommerhalbjahr im Vergleich.

Winterhalbjahr	2018	2019	2021	2022	2023	2024	Anteil	in %
5/4-Stern	142.269	147.419	651	129.446	154.235	148.933	30,8%	+4,7%
3-Stern	113.378	106.579	4.842	73.466	88.698	89.928	18,6%	-20,7%
2/1-Stern	21.769	22.460	249	17.198	21.087	23.115	4,8%	+6,2%
Gewerblich	277.416	276.458	5.742	220.110	264.020	261.976	54,2%	-5,6%
Private	12.368	9.803	1.620	4.935	5.291	5.163	1,1%	-58,3%
Bauernhof	8.374	8.114	345	7.144	8.754	8.491	1,8%	+1,4%
FeWo (privat)	82.900	86.863	4.547	93.245	117.315	124.113	25,7%	+49,7%
Sonstige	97.121	103.577	44.704	73.093	78.989	83.808	17,3%	-13,7%
Gesamt	478.179	484.815	56.958	398.527	474.369	483.551	100,00%	+1,1%
Change in %	+0,0%	+1,4%	-88,3%	+599,7%	+19,0%	+1,9%		

Sommerhalbjahr	2018	2019	2021	2022	2023	2024	Anteil	in %
5/4-Stern	198.219	201.444	200.564	208.291	216.655	215.097	44,5%	+8,5%
3-Stern	112.910	108.808	100.951	106.800	104.961	102.853	21,3%	-8,9%
2/1-Stern	11.478	13.424	11.707	16.017	21.960	19.327	4,0%	+68,4%
Gewerblich	322.607	323.676	313.222	331.108	343.576	337.277	69,8%	+4,5%
Private	23.329	22.143	15.231	15.754	15.191	14.335	3,0%	-38,6%
Bauernhof	16.218	16.781	16.263	15.840	16.796	16.291	3,4%	+0,5%
FeWo (privat)	115.720	121.862	134.340	143.176	156.225	167.038	34,5%	+44,3%
Sonstige	144.203	141.216	121.235	142.140	140.283	140.677	29,1%	-2,4%
Gesamt	622.077	625.678	600.291	648.018	672.071	675.618	100,00%	+8,6%
Change in %	+0,0%	+0,6%	-4,1%	+8,0%	+3,7%	+0,5%		

- **Im Sommer werden mehr als die Hälfte der Übernachtungen in der Region wird in gewerblichen Betrieben erzielt. Im Winter sind es sogar knapp 70 %.**
 - Die 4/5-Sterne-Betriebe haben seit 2018 4,7 % bzw. 8,5 % Nächtigungssteigerung zu verzeichnen.
 - Die 3-Sterne-Betriebe haben Nächtigungen verloren.
- **Das Privatzimmersegment ist bei den Übernachtungen stark rückläufig.**
- **Hoher Anteil und starke Zuwächse der Übernachtungen in Ferienwohnungen.**
 - Ca. + 44 % (Sommer) bzw. + 50 % (Winter) werden seit 2018 an Übernachtungssteigerungen in Ferienwohnungen registriert.
 - Ein Viertel der Übernachtungen werden im Winter in Fewo erzielt, im Sommer sind es mehr als ein Drittel.
- **Hoher Anteil der Übernachtungen auch in Sonstigen Unterkünften.**
 - Hier sind auch die Übernachtungen in Hütten und auf Campingplätzen erfasst. Im Sommer sind es 29 % der Nächtigungen, im Winter 17 %.

Vollbelegstage-Betten.

Tourismusjahr.

Winterhalbjahr	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	in %
4-Stern	88 VBT	88 VBT	0 VBT	76 VBT	90 VBT	86 VBT	-2,5%
3-Stern	70 VBT	68 VBT	3 VBT	49 VBT	65 VBT	62 VBT	-10,3%
2-Stern	76 VBT	85 VBT	1 VBT	51 VBT	54 VBT	54 VBT	-29,9%
Gewerblich	78 VBT	81 VBT	1 VBT	59 VBT	69 VBT	67 VBT	-13,8%
Private	32 VBT	27 VBT	5 VBT	17 VBT	17 VBT	16 VBT	-49,4%
Privat/Bauernhof	31 VBT	30 VBT	1 VBT	30 VBT	30 VBT	33 VBT	+5,7%
FeWo	35 VBT	33 VBT	2 VBT	29 VBT	36 VBT	32 VBT	-6,5%
Sonstige	74 VBT	78 VBT	32 VBT	58 VBT	60 VBT	49 VBT	-33,0%
Gesamt	50 VBT	50 VBT	8 VBT	39 VBT	43 VBT	40 VBT	-20,6%
Change in %	0%	-0,7%	-83,3%	+367,3%	+10,5%	-7,1%	

Sommerhalbjahr	2018	2019	2021	2022	2023	2024	in %
4-Stern	120 VBT	120 VBT	112 VBT	118 VBT	125 VBT	121 VBT	+1,1%
3-Stern	70 VBT	69 VBT	66 VBT	76 VBT	73 VBT	75 VBT	+7,4%
2-Stern	44 VBT	40 VBT	35 VBT	41 VBT	49 VBT	46 VBT	+4,7%
Gewerblich	78 VBT	77 VBT	71 VBT	78 VBT	82 VBT	81 VBT	+6,2%
Private	49 VBT	55 VBT	47 VBT	46 VBT	44 VBT	39 VBT	-19,4%
Bauernhof	58 VBT	58 VBT	57 VBT	51 VBT	53 VBT	71 VBT	+21,9%
FeWo	43 VBT	42 VBT	42 VBT	41 VBT	40 VBT	42 VBT	-1,6%
Sonstige	76 VBT	75 VBT	65 VBT	74 VBT	76 VBT	80 VBT	+4,9%
Gesamt	61 VBT	61 VBT	56 VBT	58 VBT	59 VBT	62 VBT	+3,0%
Change in %	0%	+1,1%	-8,0%	+2,7%	+2,3%	+5,4%	

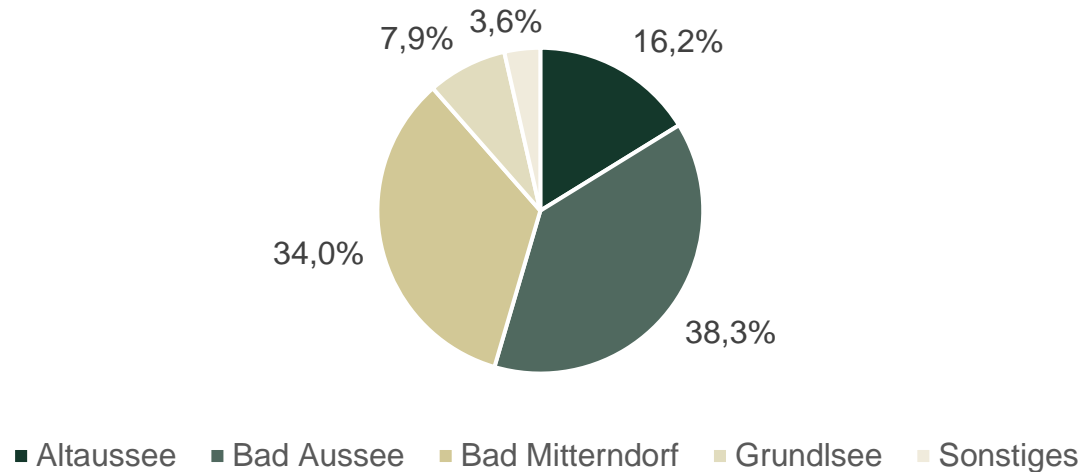
- **Grundsätzlich geringe Auslastungsschwankungen über den Beobachtungszeitraum.**
- In den 4-Sterne-Betrieben gab es im Sommer teilweise Schwankungen, die aber zumeist auf Betriebsschließungen von einzelnen Betrieben oder Schließungen während der Corona-Zeit zurückzuführen sind.
 - Die Auslastung von 81 VBT im gewerblichen Segment im Winter konnte bislang noch nicht wieder erreicht werden, währenddessen die Sommerauslastung geringfügig stieg.
 - Im Privatzimmersegment ist der Auslastungsrückgang im Winterhalbjahr auffallend stark.

Auswertung Online-Befragung.



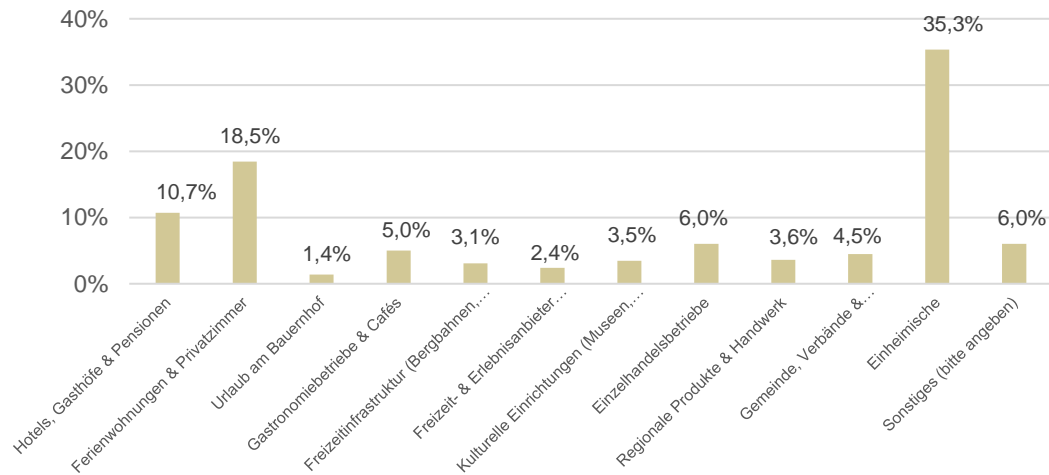
In welchem Ort im Ausseerland sind Sie ansässig?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



In welcher Kategorie ordnen Sie sich ein?

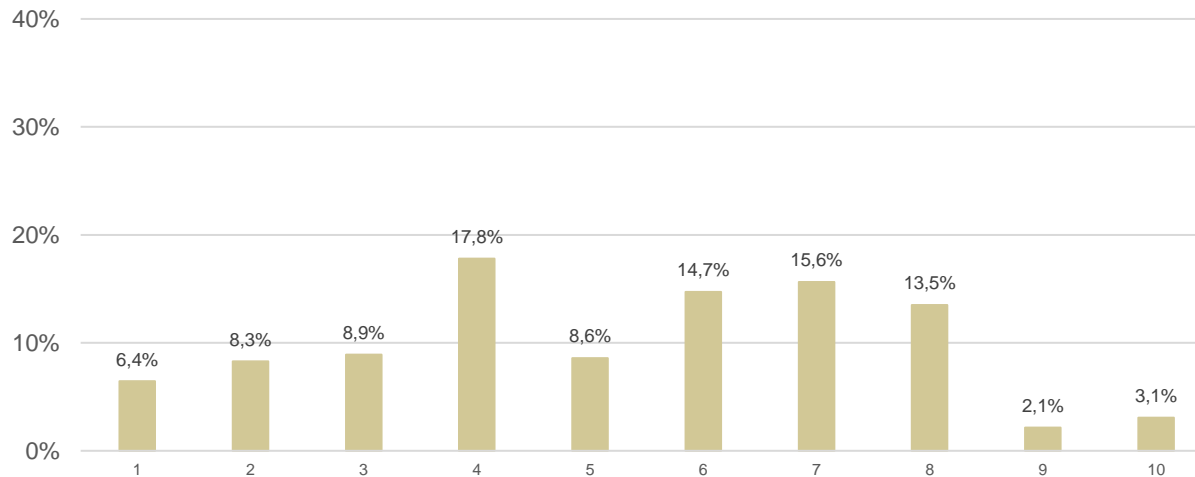
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Gut ein Drittel der Umfrageteilnehmer ordnete sich als **Einheimische** ein.
- Ein weiteres Drittel entfällt auf **Beherbergungsbetriebe**.
- Der Rest verteilt sich auf touristische Leistungsträger, Vertreter öffentlicher Institutionen sowie sonstige Akteure.
- **Sonstiges** umfasst u.a. Zweiheimische, Gesundheitsanbieter und weitere Dienstleistungen.

Wie beurteilen Sie insgesamt die Entwicklung des Ausseerlandes in den vergangenen 10 Jahren?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- **Gesamtentwicklung.** Die Gesamtentwicklung im Ausseerland wird tendenziell positiv bewertet.
- Der Ø liegt bei **5,22/10 Punkten**.
- Es gibt aber auch rund ein Viertel (23,6%), welche die Entwicklung der letzten Jahre **kritisch beurteilen** (1-3 Punkte).

Was hat sich im Ausseerland besonders positiv entwickelt?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Touristische Infrastruktur & Angebote.

- Loser und Tauplitz: Ausbau Wintersportangebot & Bergbahnen (Panoramabahn Loser, Beschneigung, digitales Loipenticket).
- Stärkung aktiver Sommertourismus (Wandern, Rad, Schiff etc.)

Gastronomie & Beherbergung.

- Gehobene Gastronomie und Hotellerie: Verbesserung des kulinarischen Angebots (Haubengastronomie) sowie starke Leitbetriebe in der gehobenen Beherbergung / Thermen.
- Jüngere und frischere Gastro: z.B. Viola im Garten, Gutes Leben

Digitalisierung & Marketing.

- Digitaler Auftritt: Verbesserte Online-Präsenz, digitale Gästezeitung, Apps, Online-Veranstaltungskalender etc.
- Marketingmaßnahmen: Stärkere Sichtbarkeit der Region im In- und Ausland, zielgruppengerechte Kampagnen.

Nachhaltigkeit & Mobilität.

- Ausbau touristischer Mobilitätslösungen (z.B. Narzissen-Shuttle, Tagesloipen-Bus, Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung, Taxis)
- Stärkung naturnaher und sanfter Freizeitangebote (z.B. Erweiterung Wander- und Radwege, Langlaufen, Schneeschuh)

Gemeinschaft & Lebensqualität.

- Verbesserte Basisinfrastruktur: Schulen, Pflege öffentliche Plätze, Badeplätze (Grundlsee), Nahversorger etc.
- Zusammenhalt: Verbesserte Zusammenarbeit Gemeinden
- Neue Ideen, mehr einheimische Initiativen, Nachhaltigkeit

Gelebtes Brauchtum, Vereine & Kultur.

- Vereinsleben: Junge engagieren sich zunehmend in Vorständen (z.B. Feuerwehren, Sportvereine)
- Attraktive und teils neue Veranstaltungen, kulturelle Angebote und saisonale Events (z.B. Narzissenfest, Festivals)
- Traditionen und Brauchtum: Fokus auf Erhalt regionaler Identität

Welche Entwicklungen bedauern Sie? Was muss verbessert werden?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Verkehr & Mobilität.

- Öffentlicher Nahverkehr: Unzureichende Verbindungen (v.a. Abendstunden / letzte Meile), fehlende Anbindung zwischen den Orten, Buszeiten für Schule, nicht freizeittouristische Bedürfnisse
- Taxisituation: Kaum Taxis nachts/abends (Einheimische/Gäste)
- Verkehrsbelastung: Intensiver Ausflugsverkehr, viele Autos speziell in Sommermonaten (Shuttles, P+R, Beschränkungen?)
- Radwege: Fehlende oder zu wenig gepflegte Radwege, obwohl sich die Region nach außen als Radsportgebiet darstellt
- Straßenzustand an bestimmten Orten (z.B. Holzingerparkplatz)

Tourismusentwicklung.

- Hohe Tourismusintensität: Speziell im Hochsommer und an den Seen kommt es derzeit zu Überlastungserscheinungen
- Tagestourismus: Hoher Anteil Ausflügler, weniger Mehrwerte
- Qualitätstourismus: Wunsch nach mehr hochwertiger Gästebindung, Nachhaltigkeit und höherer Wertschöpfung
- Schwächere Nebensaisonen (z.B. Herbst, Frühjahr)

Leistbarer Wohnraum & Zweitwohnsitze.

- Immobilienpreise: Wohnraum und Baugrund für Einheimische kaum leistbar, großer Einfluss Investoren / Zweitwohnungen
- Leerstand: Zweitwohnsitze zu großen Teilen unbewohnt
- Verbauung der Landschaft: Empfundene Zunahme von Chaletdörfern und Luxusimmobilien auf Kosten der Natur

Gastronomie & Hotellerie.

- Wirtshaussterben: Schließung vieler traditioneller Gasthäuser und Restaurants (v.a. gutbürgerlich / mittleres Segment), immer weniger Vielfalt in der Gastronomie
- Verhältnis servicierte Betten: Rückgang an servicierten / gewerblichen Beherbergungsangeboten, großer Anteil Ferienwohnungen und Zweitwohnsitze
- Hohe Preise Gastronomie: Für Familien oft wenig Alternativen
- Öffnungszeiten: Betriebsurlaube / Ruhetage wenig abgestimmt

Welche Entwicklungen bedauern Sie? Was muss verbessert werden?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



Infrastruktur & Ortsbild.

- Ortskernbelebung: Zunehmender Leerstand in Einkaufsstraßen (Bad Aussee, Grundlsee), fehlende Attraktivität für Einheimische, jüngere Zielgruppen und Gäste
- Einzelhandel: Schließung wichtiger Geschäfte (z. B. Sportgeschäfte, Bäckereien)
- Instandhaltung: Fehlende Pflege von Plätzen, Straßen sowie Wander- und Wanderwegen

Angebote für Einheimische & Familien.

- Freizeitangebote: Noch zu wenige Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien (z. B. Radparcours, Pumpracks, Märchenwald)
- Ermäßigungen: Wunsch nach mehr Rabatten für Einheimische bei touristischen Attraktionen und Karten
- Kulturelle Vielfalt: Konzentration auf Tradition und ältere Zielgruppen – Wunsch nach Attraktivität für jüngere Gäste

Gesundheitsversorgung.

- Angst vor Schließung des Krankenhauses: Verlust des LKH und der ärztlichen Versorgung bereitet derzeit Sorgen
- Medizinische Versorgung: Mangel an Fachärzten (z.B. Kinderarzt, Bereitschaftsdienste)

Zusammenarbeit & Kommunikation.

- Hang zum Einzelkämpfertum: Immer noch Situationen, in denen Gemeinden und touristische Akteure eher gegeneinander als gemeinsam arbeiten
- Wunsch nach einer klaren gemeinsamen Strategie zur Zusammenarbeit bei touristischen Projekten
- Innenkommunikation & Mitgestaltung: Einheimische wünschen sich, noch intensiver in touristische Entwicklung einbezogen und transparent über Mehrwert für die Region informiert zu werden

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



1. Natur und Landschaft.

Die intakte Naturlandschaft steht eindeutig im Mittelpunkt der Stärken des Ausseerlandes. Die Region überzeugt durch:

- **Einzigartige Landschaft:** Kombination aus Bergen, Seen und Wäldern, oft als „5-Sterne-Landschaft“ beschrieben.
- **Saubere Umwelt:** Trinkwasserqualität der Seen, klare Luft und gepflegte Natur.
- **Erholung und Ruhe:** Sanfter Tourismus ohne Massentourismus.
- **Vielfältige Naturerlebnisse:** Wandern, Radfahren, Skifahren und Wintersport.

Beispiele:

- *„Die Kombination aus Seen und Bergen ist weltweit einmalig.“*
- *„Unsere Natur: klare Luft, sauberes Wasser, intakte Landschaft.“*
- *„Sanfter Tourismus in einer echten Kulturlandschaft.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



2. Tradition und Brauchtum.

Das **kulturelle Erbe** der Region spielt eine große Rolle und wird als besonders identitätsstiftend wahrgenommen:

- **Lebendiges Brauchtum:** Gelebte Traditionen, Volkskultur und Trachten.
- **Kulturelle Veranstaltungen:** Sommerfrische, Musik, Vereinsleben.
- **Authentizität der Einheimischen:** Bodenständige, charismatische und gastfreundliche Bevölkerung.

Beispiele:

- *„Das Brauchtum und die Volkskultur geben der Region ihren Charakter.“*
- *„Wir leben noch echtes Brauchtum – das schätzen Einheimische und Gäste gleichermaßen.“*
- *„Tradition, Kultur und gelebte Geschichte sind unsere großen Stärken.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 wichtigsten Stärken des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



3. Lebensqualität und Freizeitmöglichkeiten.

Das Ausseerland bietet eine **ganzjährig hohe Lebensqualität** und vielfältige, insbesondere naturnahe Freizeitmöglichkeiten:

- **Freizeitangebot:** Ganzjähriges Sportangebot (Wandern, Skifahren, Langlaufen, Radfahren).
- **Intakter Lebensraum:** Ruhe, Erholung und gesunde Umwelt.
- **Klima und Wetter:** Angenehme Temperaturen, insbesondere im Sommer.

Beispiele:

- „Die Ruhe und die vielen Sportmöglichkeiten machen das Ausseerland lebenswert.“
- „Vielfalt- von Sport, Ruhe, Kultur, Veranstaltungen - für jeden etwas ❤️“
- „Skigebiete, Wanderwege und die Thermen bieten Erholung zu jeder Jahreszeit.“

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



1. Verkehr und Mobilität.

Zentraler Kritikpunkt ist die unzureichende Verkehrsinfrastruktur:

- **Öffentlicher Verkehr:** Taktung von Bussen und Zügen greift nicht gut ineinander, unzureichendes Angebot, schlechte Anbindung zwischen Orten / an größere Städte.
- **Abhängigkeit vom Auto:** Einheimische wie Gäste sind auf PKWs angewiesen.
- **Intensives Verkehrsaufkommen:** Gerade in Spitzenzeiten hohe Verkehrs- und Lärmbelastung durch Tagestourismus, Bedarf nach mehr Lenkung.
- **Radwegenetz:** Unzureichendes Radwegenetz – sowohl freizeittouristisch motiviert als auch als sichere Verbindung zwischen den Gemeinden.

Beispiele:

- *„Ohne Auto hat man große Probleme, Busse fahren schlecht getaktet.“*
- *„Kein funktionierendes Radwegenetz, keine Infrastruktur für Radfahrer.“*
- *„Zu viel Verkehr, kein klares Verkehrskonzept.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



2. Gastronomie und Ortskerne.

Lebendige Ortsmitten und Treffpunkte sind eine der großen Herausforderungen:

- **Rückgang der Gastronomiebetriebe:** Viele Gasthäuser schließen, insbesondere kleine, bodenständige Betriebe.
- **Teils leere Ortskerne:** Geschäfte stehen leer, Ortsgebiete wirken teilweise verwaist und wenig einladend.
- **Eingeschränkte Öffnungszeiten:** Restaurants und Cafés haben häufig geschlossen, besonders Nebensaisonen und abends, fehlender Mittagstisch.
- **Fehlende Angebote für Einheimische und Gäste:** Zu wenig (leistbare) Vielfalt.

Beispiele:

- *„Ortskerne sterben aus, es gibt kaum noch Gasthäuser.“*
- *„Abends kann man kaum irgendwo essen gehen, viele Restaurants geschlossen.“*
- *„Keine gemütlichen Lokale für Einheimische und Gäste.“*

Wo liegen aus Ihrer Sicht die 3 größten Herausforderungen des Ausseerlandes?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



3. Leistbarer Wohnraum und Zweitwohnsitze.

Ein weiteres stark diskutiertes Problem ist die Wohnraumproblematik:

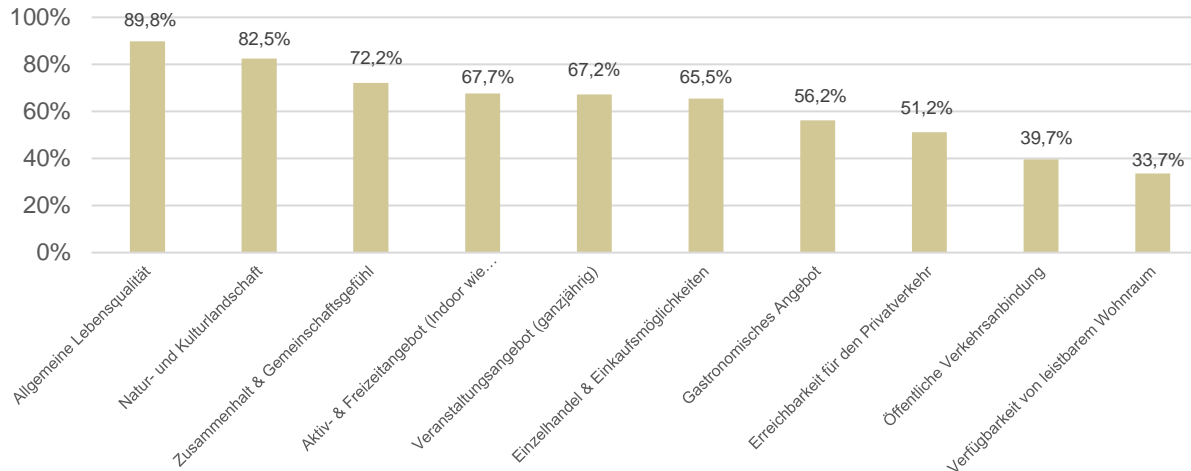
- **Immobilienpreise:** Zunehmende Grundstücks- und Immobilienpreise verdrängen Einheimische.
- **Zweitwohnsitze:** Viele Wohnungen und Häuser werden von Auswärtigen gekauft, stehen große Teile des Jahres leer und treiben damit die Preise.
- **Abwanderung:** Junge Familien und Fachkräfte (z.B. Mitarbeiterwohnungen) verlassen die Region aufgrund der hohen Immobilienpreise.

Beispiele:

- *„Leistbares Wohnen gibt es kaum noch, die Preise steigen durch Zweitwohnsitze.“*
- *„Der Ausverkauf an Investoren nimmt den Einheimischen Wohnraum.“*
- *„Keine Chance für junge Leute, Eigentum zu erwerben.“*

Wie beurteilen Sie folgende Aspekte der Lebens- und Erlebnisqualität im Ausseerland?

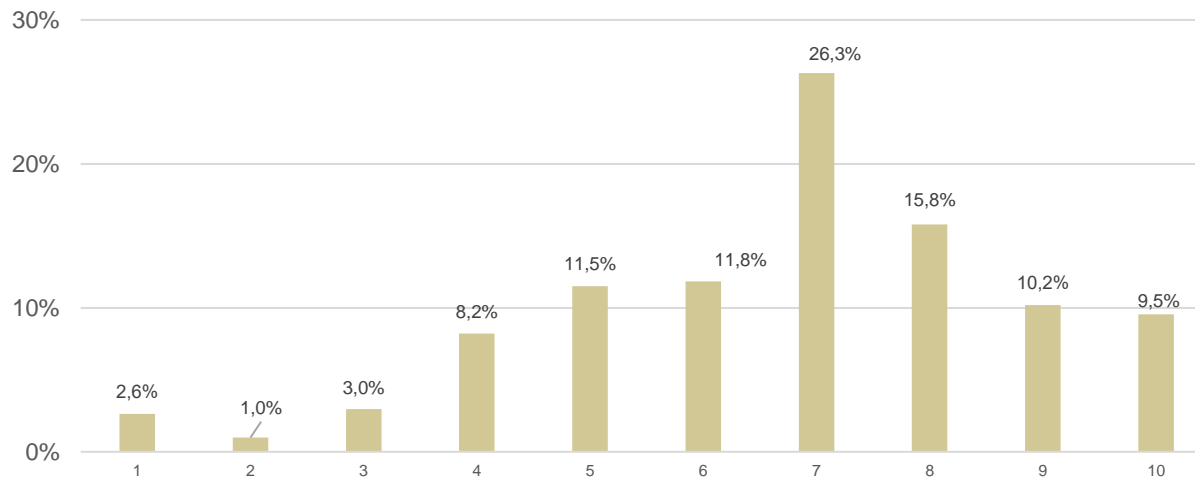
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Die **allgemeine Lebensqualität** im Ausseerland wird mit ca. 90% besonders hoch bewertet.
- Die drei **positivsten Faktoren**:
 - Natur- & Kulturlandschaft
 - Zusammenhalt & Gemeinschaft
 - Aktiv- & Freizeitangebot
- Die drei **kritischsten Faktoren**:
 - Leistbarer Wohnraum
 - Öffentliche Verkehrsanbindung
 - Erreichbarkeit Privatverkehr

Wie wirkt die Tatsache, dass Sie in einer touristisch geprägten Region leben, auf Ihre Lebensqualität?

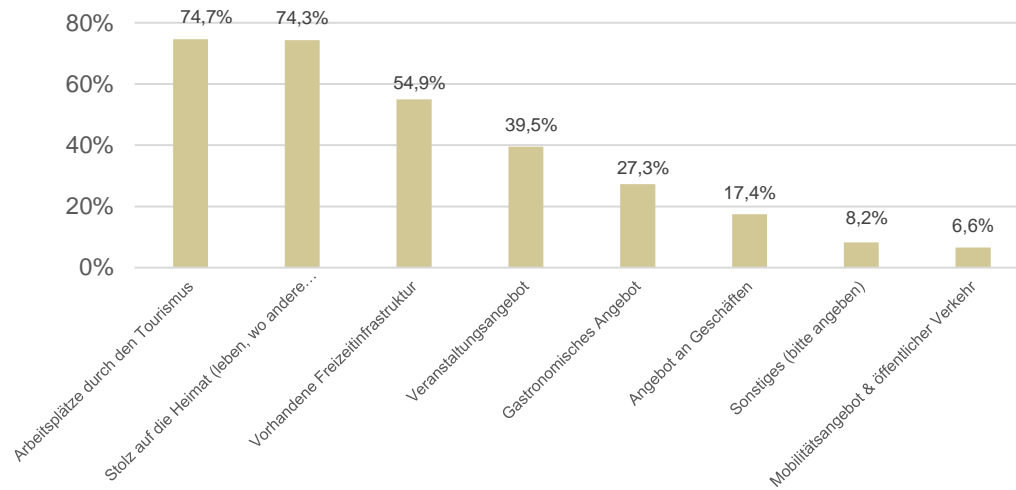
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Mit **6,73/10 Punkten** zeichnet sich ein grundsätzlich positives Bild zur **Tourismusakzeptanz**.
- Nur gut **6,6% der Befragten** steht den Auswirkungen des Tourismus auf die eigene Lebensqualität derzeit besonders kritisch gegenüber (1-3 Punkte).
- Mehr als ein Drittel (35,5%) empfindet es im Gegensatz dazu als **Bereicherung** (8-10 Punkte.)

Womit verbinden Sie positive Auswirkungen des Tourismus auf die Lebensqualität im Ausseerland?

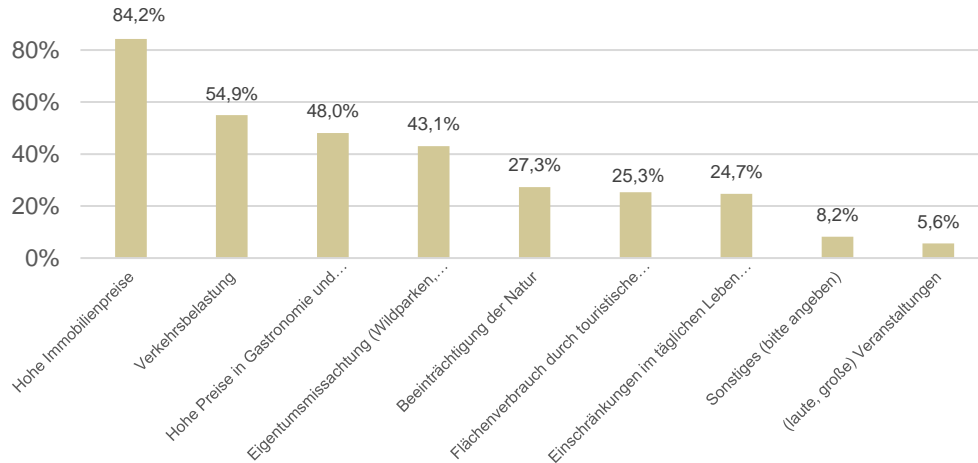
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Für drei von vier Befragten sind die **Arbeitsplätze im Tourismus** sowie der **Stolz auf die Heimat** besonders positive Faktoren.
- Auch die umfassendere **Freizeitinfrastruktur** und das **Veranstaltungsangebot** wird von vielen geschätzt.
- Das Unzufriedenheit mit dem **Mobilitätsangebot** spiegelt sich auch hier wider.

Womit verbinden Sie negative Auswirkungen des Tourismus auf den Tourismus im Ausseerland?

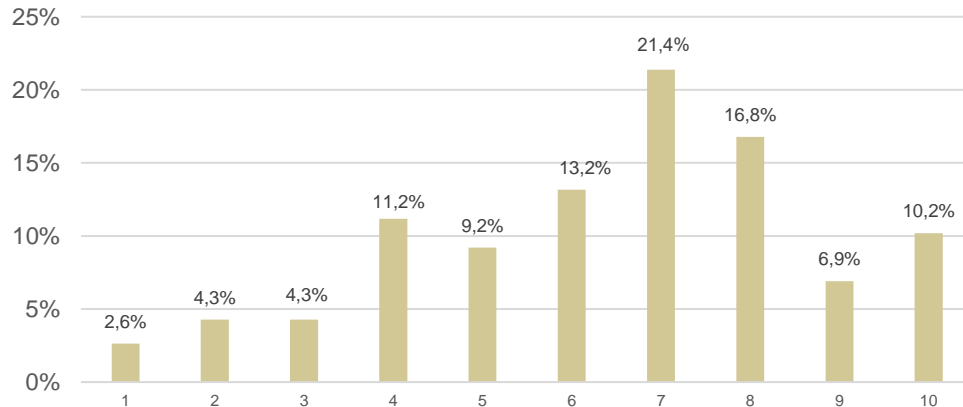
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- **Hoher Druck auf leistbaren Wohnraum** wird von über 84% der Befragten direkt als negative Auswirkung des Tourismus assoziiert.
- Ebenso **kritisch gesehen** wird von vielen die Verkehrsbelastung zu Spitzenzeiten, das Preislevel in der Gastronomie sowie Wildparken und Eigentumsmissachtung.
- **Veranstaltungen** stellen derzeit keine nennenswerte Problematik für die Lebensqualität vor Ort dar.

Wie beurteilen Sie insgesamt die Arbeit des Tourismusverbands Ausseerland Salzkammergut?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Insgesamt zeigen sich die Befragten **zufrieden** mit der Arbeit des Tourismusverbands. Der Ø liegt bei **6,42/10 Punkten**.
- Ein Drittel ist sogar **sehr zufrieden** (8-10 Punkte).
- Gut 1 von 10 Befragten beurteilt die aktuelle Leistung **kritisch** (1-3 Punkte).

Gibt es etwas, das Sie den Verantwortlichen an dieser Stelle rückmelden möchten?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Fokus auf Qualität und Nachhaltigkeit statt Massentourismus.

- Mehr Qualität statt Quantität: Rückkehr zu einem **sanften und nachhaltigen Tourismus**, der die **Lebensqualität** für Einheimische erhält.
 - „Vermeidet den Hallstatt-Effekt und setzt auf *Qualität statt auf mehr Gäste.*“
- **Weniger Tagestourismus, mehr Wertschöpfung** durch langfristige, zahlungskräftige Gäste.
 - „*Tagestouristen bringen Lärm und Verkehr, aber kaum Wertschöpfung.*“

Bessere Verkehrsinfrastruktur und Mobilität.

- Der **öffentliche Verkehr** muss deutlich verbessert werden (Busse, Bahnen, Radwege).
 - „*Ein durchdachtes Verkehrskonzept fehlt – wir ersticken im Sommer im Verkehr.*“
- Ausbau von **Radwegen und Fußwegen**, familienfreundliche Strecken und bessere Parkraumlösungen.
 - „*Es fehlen durchgängige Radwege und sichere Wanderwege.*“

Gibt es etwas, das Sie den Verantwortlichen an dieser Stelle rückmelden möchten?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Stärkere Einbindung und Unterstützung der Einheimischen

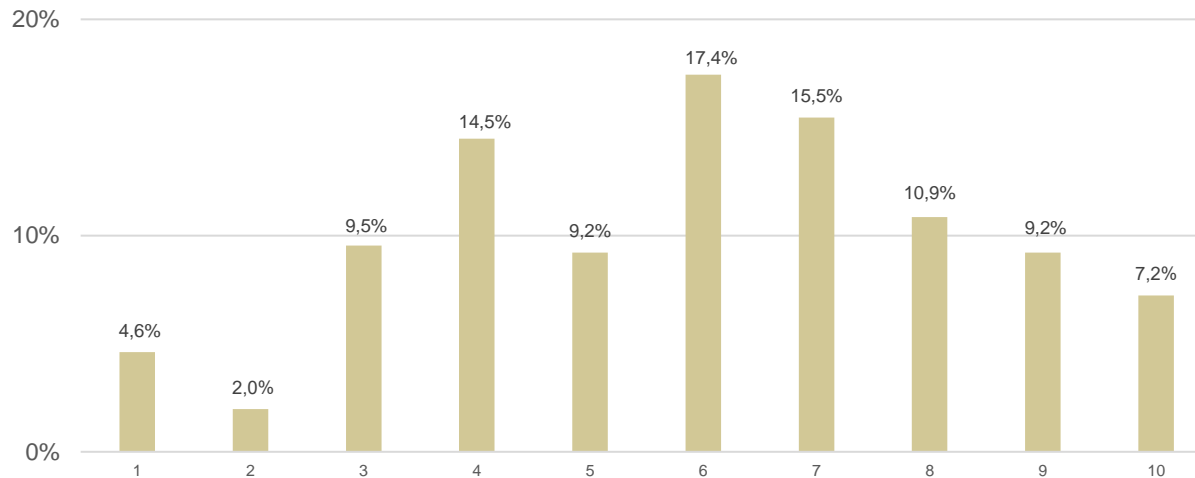
- Angebote und **Lebensqualität für Einheimische** verbessern: Leistbares Wohnen, Nahversorgung und Freizeitmöglichkeiten.
 - „Vergesst nicht die jungen Generationen! Leistbares Leben ist die Basis.“
- Einheimische **in Entscheidungen einbinden** und stärker in den Tourismusgedanken integrieren.
 - „Tourismus darf nicht gegen die Bevölkerung funktionieren.“

Gastronomie und Freizeitangebote ausbauen

- Mehr **Gastronomieangebote** (z. B. sonntags) und Nahversorger für Gäste und Einheimische.
 - „Wir brauchen gute Gasthäuser, auch sonntags und abends.“
- Fehlende **Freizeit- und Schlechtwetterprogramme** speziell für Familien und Jugendliche ausbauen.
 - „Zu wenig Angebote für junge Menschen und Familien, wie Spielplätze, Indoor-Aktivitäten oder Freizeitprogramme bei Schlechtwetter.“

Wie gut fühlen Sie sich über die aktuellen Projekte und Tätigkeiten des Tourismusverbandes informiert?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- Ca. 43% fühlen sich **gut bis sehr gut** vom TVB informiert.
- Etwa 45% bewerten die Frage mit **zufriedenstellend**.
- Weniger als ein Fünftel der Befragten ist mit der Information nicht oder **wenig zufrieden** (1-3 Punkte).

Wenn Sie jetzt 5-10 Jahre in die Zukunft blicken: Was müsste man aus Ihrer Sicht für eine positive Entwicklung des Ausseerlandes verändern?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Verkehr und Mobilität.

- Besserer öffentlicher Verkehr: Ausbau der Bus- und Bahnverbindungen, Nacht-Taxis und umweltfreundliche Shuttles.
- Besucherlenkung: Stärkere Steuerung der Touristenströme und gezielte Zufahrtsbeschränkungen, v.a. in Hochsaisonen.
- Radwege: Ausbau und Verbesserung des Radwegenetzes.

Qualitätstourismus und nachhaltige Entwicklung.

- Qualitätstourismus: Rückbesinnung auf Qualität statt Quantität; weniger Massentourismus, mehr Rücksicht Natur/Einheimische.
- Ganzjahrestourismus: Förderung von Sommer- und Schlechtwetterangeboten, Nebensaisonen besser auslasten.
- Gastronomie und Ortskerne: Wiederbelebung der Gastronomie, des Einzelhandels und der Ortszentren.

Wohnraum.

- Bewusster Umgang mit Zweitwohnsitzen: Strengere Regulierungen und höhere Abgaben für Zweitwohnungen.
- Leistbares Wohnen: Fokus auf leistbaren Wohnungen für Einheimische und Jungfamilien.

Angebote für Junge und Familien.

- Freizeitangebote: Ausbau von Freizeitmöglichkeiten für Kinder, Jugendliche und Familien, wie Spielplätze, Indoor-Optionen, Veranstaltungs- und Sportangebote.
- Attraktivität für Junge: Maßnahmen, um die Region auch für junge Einheimische attraktiver zu machen und Abwanderung zu verhindern.

Wenn Sie jetzt 5-10 Jahre in die Zukunft blicken: Was müsste man aus Ihrer Sicht für eine positive Entwicklung des Ausseerlandes verändern?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Touristische Attraktivität steigern und Zielgruppen erweitern.

- Verbesserung des Sommerangebots (z.B. Mountainbiken, Wandern, Skitourengehen), sowie Entwicklung von Angeboten für jüngere Menschen und Familien.
- Neue Hotel- und Freizeitprojekte entwickeln, jedoch ohne die Region zu überlasten.
- Erhalt authentischer, traditioneller Elemente, während auch moderne, nachhaltige Konzepte umgesetzt werden.

Kulturelle und soziale Angebote erweitern.

- Erweiterung des kulturellen Angebots (z.B. lokale Künstler, Kulturveranstaltungen) und Verbesserung der Freizeitmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche.
- Förderung von gemeinsamen Projekten und eine stärkere Präsenz von lokalen Initiativen.

Zukunftsorientiertes Denken und Zusammenarbeit.

- Entwicklung klarer Visionen und Strategien für die Region, basierend auf nachhaltiger Entwicklung und einer Zusammenarbeit zwischen allen relevanten Akteuren (Gemeinden, Tourismusverband, Betriebe).
- Förderung einer offenen, zukunftsgerichteten Denkweise, um die Region für kommende Generationen zu erhalten und zu entwickeln.

Haben Sie Ideen für die „letzte Meile“ und Verbesserung von Mobilitätsangeboten in der Region?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel.

- Bessere Taktung und Verfügbarkeit: Erhöhung der Frequenz bei Bussen, insbesondere zwischen Bahnhöfen und umliegenden Ortschaften.
- Kleinbusse und Shuttle-Dienste: Einführung von Kleinbussen, Sammeltaxis und Mikro-ÖV, die flexibler und häufiger verkehren.
- Nachtangebote: Verfügbarkeit von Taxis und Shuttles auch in den Abend- und Nachtstunden, vor allem für Veranstaltungen und späte Zugankünfte.

Innovative Mobilitätslösungen

- E-Mobilität und Sharing-Modelle: Carsharing, E-Scooter, E-Bikes und Lastenräder an zentralen Punkten (z.B. Bahnhöfen) zum Verleih.
- Mitfahrmodelle: Einführung von Mitfahrbänken, digitalen Mitfahr-Apps und privat betriebenen Fahrdiensten wie „BlaBla-Cars“.
- Shuttle-Services: Kooperationen zwischen Hotels, Gemeinden und Taxiunternehmen für regelmäßige Transfers von Bahnhöfen und Attraktionen.

Haben Sie Ideen für die „letzte Meile“ und Verbesserung von Mobilitätsangeboten in der Region?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Infrastruktur und Verkehrsberuhigung.

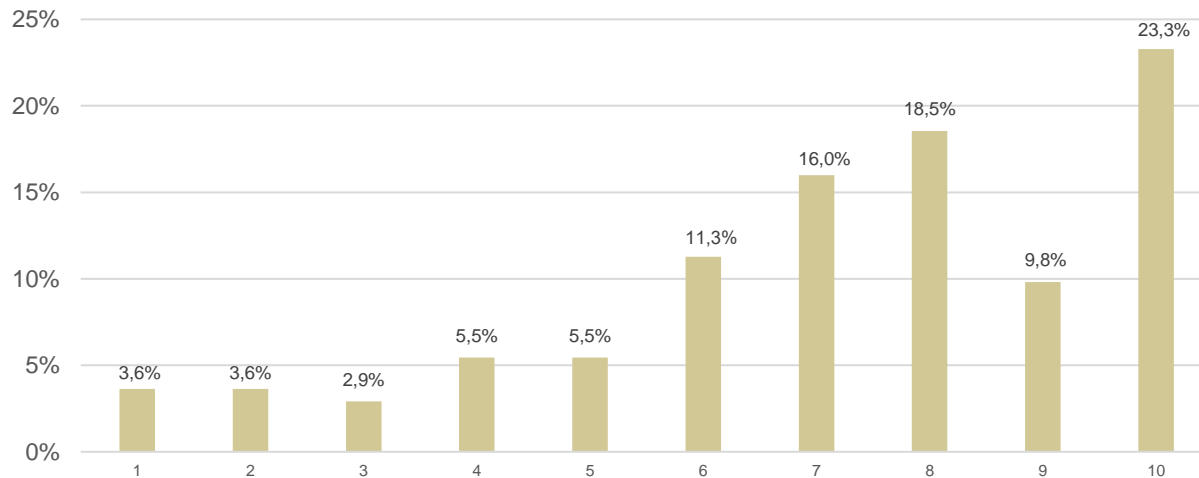
- Park & Ride: Schaffen von Parkflächen außerhalb der Ortskerne und Anbindung an Shuttles oder Busse.
- Autofreie Zonen: Reduzierung des Individualverkehrs durch Verkehrsberuhigung und Förderung von alternativen Mobilitätslösungen.
- Radwegenetz: Ausbau von Radwegen, Ladestationen für E-Bikes und Bereitstellung von Leihrädern.

Integration und Förderung bestehender Angebote.

- Verbesserte Abstimmung: Koordination zwischen Bahn-, Bus- und Taxiangeboten für nahtlose Verbindungen optimieren.
- Card-Lösungen für Gäste, Einheimische & Mitarbeitende: Integration von Mobilitätsangeboten in Gästekarten oder Klimaticket-Modellen.
- Bessere Kommunikation: Öffentlichkeitsarbeit für bestehende Verkehrslösungen wie Shuttles, Rufbusse und ÖPNV-Angebote.

Wie hoch sehen Sie den Bedarf für eine SommerCard mit Integration des ÖPNV im Ausseerland?

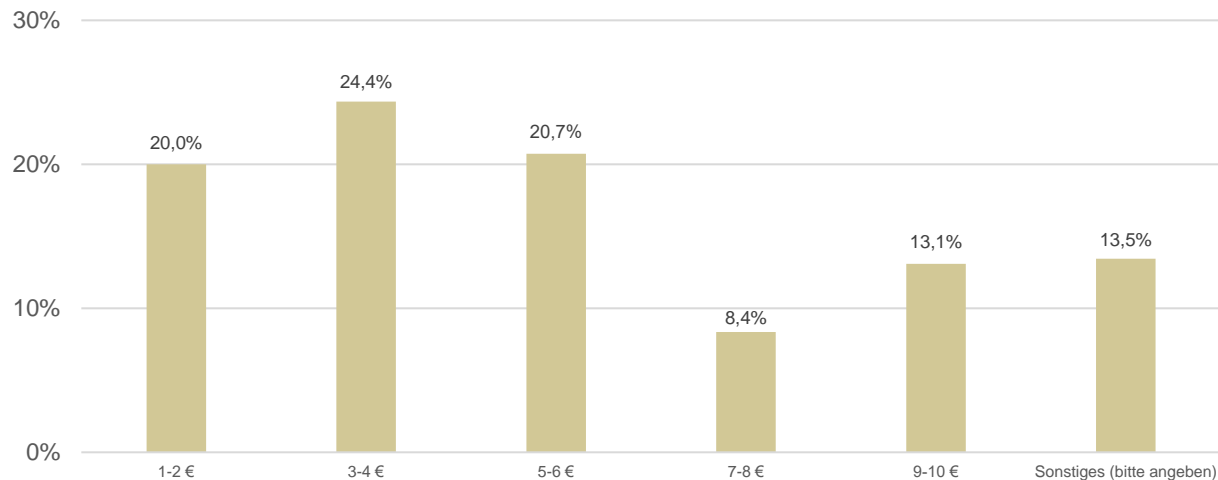
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- **Vielfältiges Angebot.** Die neue Card-Lösung soll sowohl Einheimischen, Mitarbeitenden als auch Gästen zur Verfügung stehen.
- Insgesamt befürwortet der Großteil eine solche Lösung. Der Ø liegt bei **7,18/10 Punkten**.
- Mehr als die Hälfte (51,6%) spricht sich **besonders positiv** für ein derartiges Angebot aus (8-10 Punkte).

Was glauben Sie, wäre ein Gast bereit, für eine solche Card pro Nacht und Kopf zusätzlich zu bezahlen?

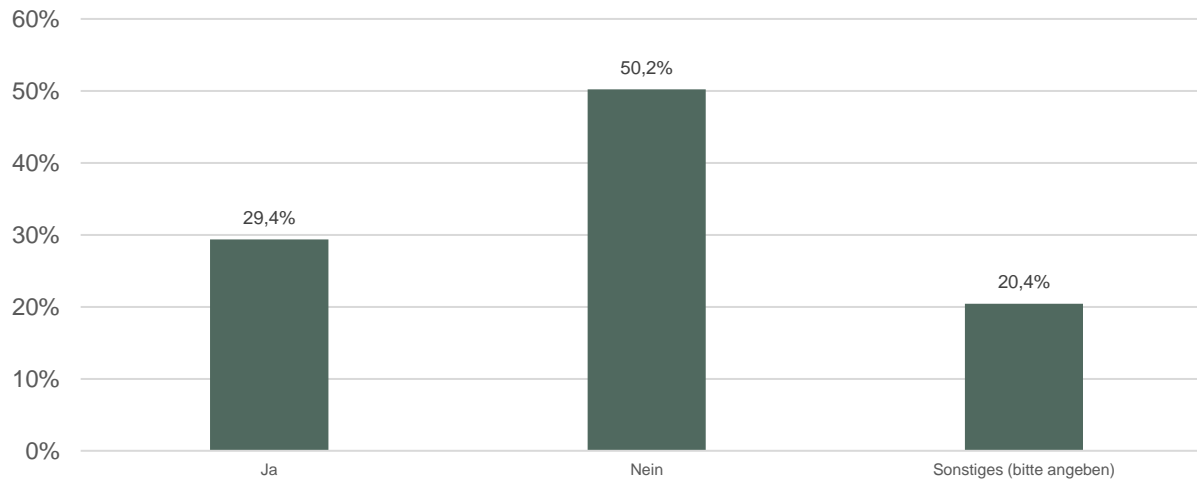
Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- **Wichtig dabei:** Es geht hier nicht um eine Erhöhung der herkömmlichen Nächtigungsabgabe. Sondern um eine zusätzliche, zweckgebundene Gebühr, die von Vermietern an Nächtigungsgäste weiter verrechnet werden soll.
- **Sonstiges:** Kosten sollten niedrig, flexibel oder kostenlos sein, abhängig von Nutzung, Unterkunfts-kategorie und Mehrwert. Einige fühlen sich ohne genaue Infos unsicher bei der Einschätzung.

Haben Sie Interesse daran, Ihren Betrieb durch das Österreichische Umweltzeichen zertifizieren zu lassen?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.



- **Anmerkungen:** Viele haben keinen direkten Nutzen für ihr Unternehmen gesehen, entweder wegen fehlendem Bedarf, zu hohem Aufwand oder weil sie keinen Betrieb haben.
- Einige sind unschlüssig oder finden es nur für bestimmte Geschäftsarten relevant.

Gibt es sonst noch etwas, das Ihnen wichtig ist?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Regionale Zusammenarbeit & Strukturentwicklung.

- Einheitliche Lösungen: Stärkere Kooperation zwischen Gemeinden für Projekte und Angebote.
- Ortsentwicklung: Radwege, Leerstandsthematik und Infrastruktur für Gäste und Einheimische verbessern.
- Kultur und Identität: Förderung von regionalem Brauchtum und konstruktive Zusammenarbeit mit Einheimischen und Vereinen.

Nachhaltiger Qualitätstourismus.

- Bewusste Tourismusedwicklung: Massentourismus vermeiden, Orientierung an Alternativen mit positiven Impulsen für die Region (weniger Fokus auf Quantität, mehr auf Qualität).
- Schutz der Natur: Achtsamer Umgang mit der Landschaft als gemeinsame Lebensgrundlage, bewusste Steuerungsmaßnahmen umsetzen.
- Verkehrslenkung: Maßnahmen zur Reduktion von Verkehrsproblemen und Förderung alternativer Mobilitätsangebote.

Gibt es sonst noch etwas, das Ihnen wichtig ist?

Online-Befragung: Ausseerland Salzkammergut.

Fokus auf Einheimische

- Lebensqualität der Einheimischen: Maßnahmen zur Reduktion der Tourismusintensität, z. B. Verkehrsberuhigung, Einbindung von Einheimischen in Entwicklungsprozesse.
- Vergünstigungen und Angebote: Einheimischen-Vergünstigungen für Veranstaltungen, Kartenmodelle (z. B. Sommercard) und eigene Aktivitäten.
- Jobs und Infrastruktur: Sicherung von Arbeitsplätzen und Unterstützung kleiner Betriebe.

Wertschöpfung und Zielgruppenfokus.

- Neue Zielgruppen: Ausrichtung auf qualitative Gäste und Jungfamilien, statt Masse und Event-Tourismus.
- Nachhaltige Konzepte: Investitionen besser planen und langfristig orientieren, weg von kurzfristigem Gewinnstreben.
- Tourismus im Einklang mit Einheimischen: „Nur wenn es den Einheimischen gut geht, geht es auch dem Tourismus gut.“

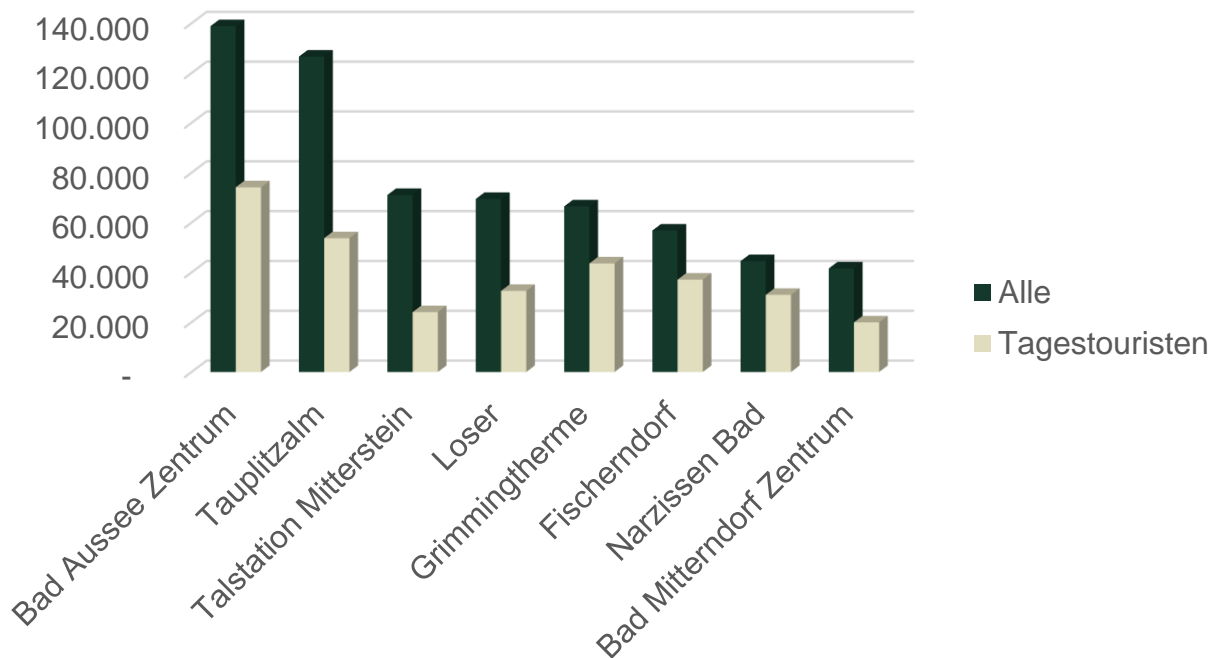
Besuchfrequenzen. Gesamt und Tagestourismus.





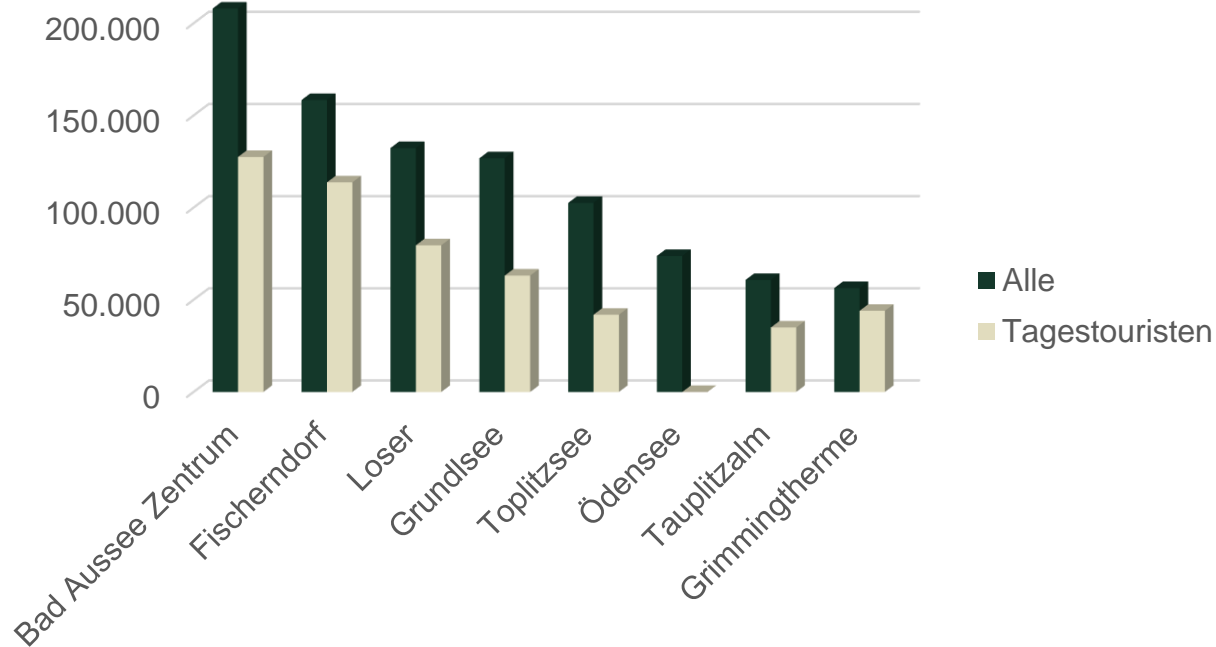
Tagestouristische Kerngebiete: Winter 2023/24.

Mobilfunkdatenmessung: November 2023 bis April 2024.



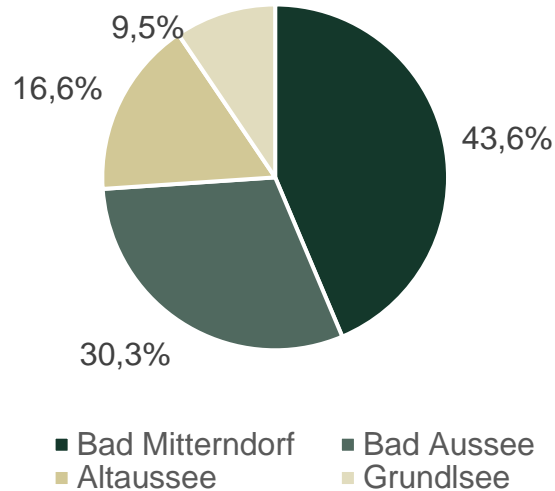
Tagestouristische Kerngebiete: Sommer 2024.

Mobilfunkdatenmessung: Mai bis November 2024.



Verteilung Gesamtbesucher nach Gemeindegebiet.

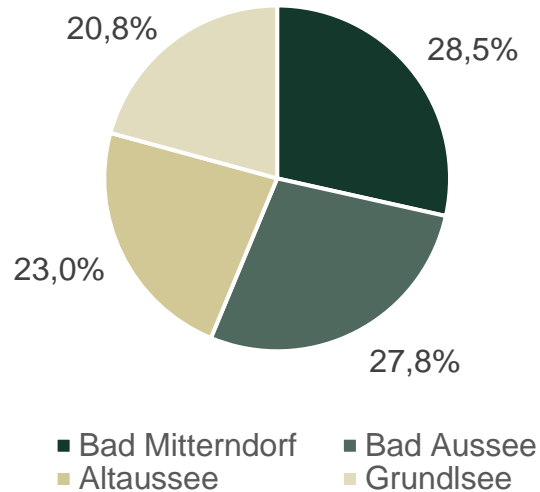
Mobilfunkdatenmessung: November 2023 bis April 2024.



Gemeinde	Gesamtbesucher
Bad Mitterndorf	344.150
Bad Aussee	238.790
Altaussee	130.810
Grundlsee	74.690
GESAMT	621.000

Verteilung Gesamtbesucher nach Gemeindegebiet.

Mobilfunkdatenmessung: Mai bis November 2024.



Gemeinde	Gesamtbesucher
Bad Mitterndorf	332.960
Bad Aussee	324.420
Altaussee	268.480
Grundlsee	242.620
GESAMT	891.340

SWOT-Analyse.

Ausseerland



SWOT-Analyse.

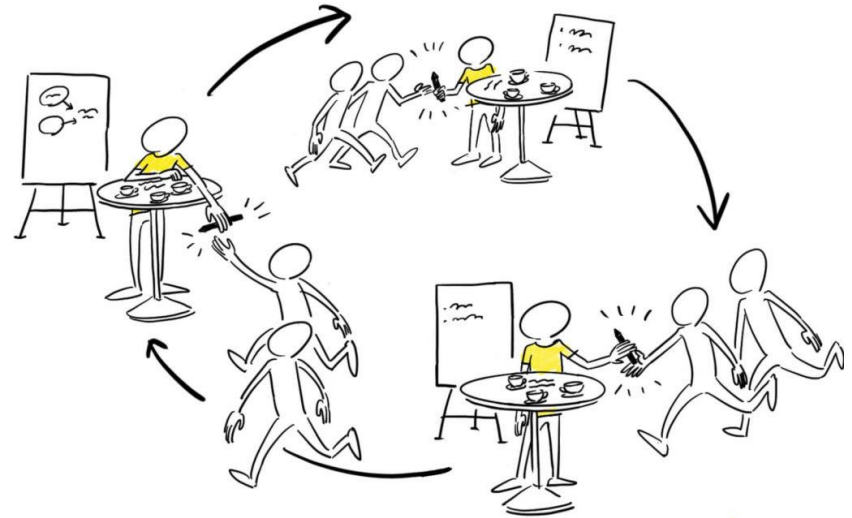
Ausseeerland zusammengefasst

- **Stärken**
Worauf sind wir stolz? Was wird im Vergleich zu anderen Destinationen aus Sicht von Einheimischen, Mitarbeitenden, Gästen besonders geschätzt?
- **Schwächen**
Was bedauern wir? Wo haben wir im Vergleich zu anderen Destinationen Nachteile?
- **Chancen**
Wo liegen die größten (Entwicklungs-)Chancen für die Entwicklung im Ausseeerland? Wo treffen unsere Stärken auf Trends? Wo liegen schlummernde Potenziale?
- **Risiken**
Wo sehen wir die größten Bedrohungen für die (touristische) Entwicklung?

A large graphic of the letters 'SWOT'. The 'S' and 'W' are dark green, while the 'O' and 'T' are a lighter, muted green. The letters are arranged in two rows: 'S' and 'W' on top, 'O' and 'T' on the bottom. The 'O' is positioned directly below the 'S', and the 'T' is positioned directly below the 'W'. The letters are bold and sans-serif.

Word Café SWOT

- Je eine Gruppe für
 - Stärken Sommer einschließlich Herbst u. Frühjahr
 - Schwächen Sommer einschließlich Herbst u. Frühj.
 - Stärken Winter von Advent bis Ostern
 - Schwächen Winter von Advent bis Ostern
- 1 Person bleibt da und notiert
- Erste Runde 15 min.
- Dann Wechsel zu nächstem Flipchart
- Person die da steht liest vor was erarbeitet wurde – dann Ergänzungen vornehmen 8 min.
- Danach wieder Wechsel zum nächsten Flipchart
- Wieder vorlesen, ergänzen – 8 min.
- Abschließend noch ein Wechsel mit demselben Vorgang.



Stärken Sommer.

Ausseerland

- **Einzigartige Landschaft:** Kombination aus Bergen, Seen und Wäldern, oft als „5-Sterne-Landschaft“ beschrieben.
- **Vielfältige Naturerlebnisse:** Wandern, Radfahren, Schifffahrt, Schwimmen in sauberen Seen
- Viele **kostenlose und öffentliche Seezugänge** (Grundlsee nur 3% privat, großer Vorteil im Salzkammergut / Kärntner Seen).
- **Gelebte Sommerfrische** mit Erholung in sauberer Luft, reinem, klarem Wasser, kühlen Sommernächten, langer Sonnenscheindauer.
- **Saubere Umwelt:** Trinkwasserqualität der Seen, klare Luft und gepflegte Natur (regelmäßige Säuberungs-Aktion mit Schulen).



Stärken Sommer.

Ausseerland

- **Erholung und Ruhe:** Sanfter Tourismus ohne Massentourismus. Kein Durchzugsort (nächste Autobahn: 45 min). Man muss herkommen wollen, was die Gäste schon bewusster macht.
- In Bezug auf Österreich im Mittelpunkt gelegen, guter **Standort für Ausflüge** ins Salzkammergut.
- Vielfältiges gastronomisches Angebot und **Kulinarik “von der Hütte zur Haube“**. Betriebe in allen Gemeinden. Auch junge und frische Konzepte (z.B. Viola im Garten, Seelaube Grundlsee, private Dining)
- **Lebendiges Brauchtum:** Gelebte Traditionen, Volkskultur und Trachten. Moderne und lebendige Tracht, hier noch als Alltags- und Arbeitsgewand. Trachtenhauptstadt.
- **Kleinstrukturiertes Gewerbe:** Manufakturen und Handwerksbetriebe, in Verbindung mit Tracht und darüber hinaus.



Stärken Sommer.

Ausseerland

- **Kulturelle Veranstaltungen:** Musik (auch spontan im Wirtshaus, zum Mitmachen in Chören und Vereinen), Vereinsleben und breite Vielfalt von Volkskultur bis Hochkultur (Staatsoper Ballett, Barocktage, Jazz, Lesungen in der Wasnerin) auf kleinem Raum.
- **Authentizität der Einheimischen:** Bodenständige, charismatische und gastfreundliche Bevölkerung.
- Regionale **Produktvielfalt, Kulturlandschaftspflege** durch Landwirte. Genusskarte zeigt Vielfalt auf. Viele Direktvermarkter und Produzenten (Schnaps, Honig, Fleisch, Schnitzereien etc.)
- **Touristische Infrastruktur** – Bäder, Thermen, Bahnanbindung, Kulm, Salzwelten Altaussee, Ausflugsziele Loser und Tauplitz (Straßen, Bergbahnen).
- **Gelebte Nachhaltigkeit:** Alle Gemeinden sind Fair Trade Gemeinden, Bad Mitterndorf auch E5 Zutrittsgemeinde. Ausseerland mit 10 Pionierbetriebe am Weg zum Umweltzeichen.



Stärken Winter.

Ausseerland

- **“Weiße Enklave“** in den Köpfen der Gäste: Derzeit setzt der Winter noch rechtzeitig ein, weißer Dezember und überhaupt weiße Täler. Naturschneeparadies als Sehnsucht der Winterurlauber.
- **Wintersportangebot:** Alpinski fahren (Skigebiet Tauplitz, Skigebiet Loser) und Langlauf (sichere Höhenloipe auf der Tauplitzalm).
- **Naturnahe und sanfte Freizeitangebote:** Winterwandern, Schneeschuhwandern, Skitouren-Möglichkeiten, Rodeln (Grafenwiesenlift, Loser und Zloam), Eissschwimmen.
- Urig-gemütliche, autofreie **Tauplitzalm** mit 360° Panorama
- Neue **Loser-Bergbahn**
- **Sicherheit:** Hier ist die Welt noch in Ordnung, keine Naturkatastrophen oder Extremwetterlagen, wird wichtiger



Stärken Winter.

Ausseerland

- **Authentizität** (Brauchtum, Nikolo, Tracht, Musik, Möbel und Architektur, Fasching) (vgl. Sommer)
- **Nebelfreiheit** und hohe **Sonnenscheindauer**
- **Familiär, nicht überlaufen** (überschaubar, Familien-geführte Betriebe...), es herrscht noch Ruhe.
- **Preis-Leistung-Verhältnis Skigebiete/Winterurlaub:** Ist eklatant hervorzuheben und herausragend im mitteleuropäischen Raum. Speziell für Familien spannend. Auch über Beherbergungsbetriebe spielen (Preisniveau darf auch noch etwas ansteigen).



Stärken Winter.

Ausseerland

- **Hoher Bekanntheitsgrad** (Ausseerland an sich, einzelne Orte, Tauplitz, Kulm...) **und mediale Aufmerksamkeit** (viele Themen und Geschichten, Skifliegen...).
- Insgesamt **gutes Image** (auch Verbindung Salzkammergut).
- **Winterromantik und Winterruhe** als Gegenstück zur Sommerfrische (Pferdekutschenfahrten, Hütten und kleine – authentische Adventerlebnisse als großes Potenzial). Kulinarik.
- **2 Thermen** im Radius von nur 15 km und weitere hochwertige Gesundheitsangebote.



Schwächen Sommer.

Ausseerland

- **Rückgang der Gastronomiebetriebe:** Viele Gasthäuser schließen, insbesondere kleine, bodenständige Betriebe.
- **Eingeschränkte Öffnungszeiten:** Betriebsurlaube / Ruhetage wenig abgestimmt (Dienstag!), Restaurants und Cafés haben häufig geschlossen, besonders Nebensaisonen und abends, fehlender Mittagstisch.
- **Teils leere Ortskerne:** Geschäfte stehen leer, Ortsgebiete wirken teilweise verwaist und wenig einladend.
- **Mobilität in der Region**
 - **Öffentlicher Verkehr:** Taktung von Bussen und Zügen greift nicht gut ineinander, unzureichendes Angebot, schlechte Anbindung zwischen Orten / an größere Städte.
 - **Abhängigkeit vom Auto:** Einheimische wie Gäste sind auf PKWs angewiesen.
 - **Intensives Verkehrsaufkommen:** Gerade in Spitzenzeiten hohe Verkehrs- und Lärmbelastung durch Tagestourismus, Bedarf nach mehr Lenkung, Auffahrt B145 herausfordernd.
 - **Radwegenetz:** Unzureichendes Radwegenetz – sowohl freizeittouristisch motiviert als auch als sichere Verbindung zwischen den Gemeinden.

Schwächen Sommer.

Ausseerland

- Unzureichendes **Schlechtwetter-Angebot** (Thermen an Schlechtwettertagen und in Zwischensaisonen sehr voll)
- **Naturnahe und sanfter Freizeitangebote** (z.B. Erweiterung Wander- und Radwege **bzw. Mountainbike-Strecken**) noch weiter entwicklungsbedürftig
- **Klettern** – es gibt sehr viele Routen, jedoch ein großes Problem in der Wartung, viel seit 5 Jahren nicht mehr gewartet, muss gelöst werden, bevor man in die Kommunikation geht.
- **Allgemeine Wegewartung** (auch Wandern): Wegewarte sind teils über 70, teils schon Kooperationen mit lokalen Partnern, Nachwuchs fehlt, Sicherheit und Angebotsqualität teils schwierig
- **Familienangebot und Herbst** entwicklungsfähig, es fehlt die „Action am Berg“ / Sommerattraktionen (z.B. Tauplitz / Loser), auch einfache Rund- und Themenwege

Schwächen Sommer.

Ausseerland

- **Familienangebot und Herbst** entwicklungsfähig, es fehlt die „Action am Berg“ / Sommerattraktionen (z.B. Tauplitz / Loser), auch einfache Rund- und Themenwege
- **Fehlende Kinderbetreuung** für Einheimische und Gäste, Programm in den Ferienzeiten und darüber hinaus anbieten (auch z.B. während dem Shopping in den Orten)
- Zu wenig **außenwirksame Veranstaltungen** mit Zugkraft
- Wenig Übernachtungskapazitäten bei **Kurzaufenthalten** (speziell Hochzeiten / Events, viele erst ab 3 Nächten)
- Landwirtschaft / Landschaftspflege und Tourismus werden noch zu wenig als **Symbiose** gesehen, Ziel wäre Sorgen und Ängste zu nehmen und auf Augenhöhe Lösungen zu finden
- **Ganzjahrestourismus:** Saisonen sind immer noch zu kurz

Schwächen Winter.

Ausseerland

- Kein klares **Langlaufkonzept im Tal in Bad Mitterndorf** (Umkleiden, WC-Anlagen...) sowie dem gesamten Ausseerland
- Abnehmende Schneesicherheit bzw. **Schneemangel im Tal**
- Mangelhaftes **Schlechtwetter-Angebot** (v.a. Nebensaisonen, Salzwelten/Bahnen geschlossen, Thermen sehr stark besucht, Gast wünscht sich hier mehr Alternativen)
- Zu wenige **ausgewiesene Winterwanderwege** (große Herausforderung mit Versicherungen und Wegepflege)
- **Mobilität** – insbesondere ÖPNV und letzte Meile
- Verbesserungsfähige **Koordination Öffnungszeiten** Hotellerie und Infrastruktur (z.B. Bergbahnen) – v.a. März/November

Schwächen Winter.

Ausseerland

- Gravierende **Auslastungsunterschiede Neben- und Hochsaison** und Nebensaison-Belegung bis Ostern (insbesondere wenn Ostern spät ist)
- Sehr **heterogene Strukturen** innerhalb des Ausseerlandes (Sommer- vs. Winterregionen, Schwerpunkte in den Betrieben)
- **Ausgedünntes Gastronomie-Angebot und Leerstände** (siehe Sommer), weniger Vielfalt, erhöht Druck auf offene Betriebe
- Stark abnehmendes **kulturelles Angebot** in der Nebensaison (Heimatbühne, Fasching, Glöckeln sonst wenig im Umfeld)
- Sehr hoher **Werbedruck* der Seilbahnen** in Richtung alpines Skifahren beim TVB, Gesamtangebot rückt in den Hintergrund (v.a. Klimaanpassung / Schneesicherheit als Risiko)

* Anmerkung: Werbedruck bezieht sich auf die Menge an Werbetbotschaften, die auf eine Zielgruppe innerhalb eines bestimmten Zeitraums ausgespielt werden. Es umfasst die Anzahl der Werbemittel, die Häufigkeit ihrer Veröffentlichung sowie die Reichweite und Frequenz der Zielgruppenansprache. Werbedruck wird oft als Maß für die Intensität und Sichtbarkeit einer Werbekampagne verwendet.

Schwächen Winter.

Ausseerland

- Fehlende **Wiedereinstiegsangebote** für Skifahrer (vermehrt anlocken) und allgemeiner **Skilehrermangel** / Nachwuchsthema
- **Ortsbild:** Teils zu wenig gepflegt (Gehsteige, Zuständigkeiten), leere oder verbarrikadierte Auslagen im Leerstand
- Zu **wenig Emotionalität / Storytelling** rund ums Skifahren (mit Pistenkilometern gewinnen wir das Rennen nicht, brauchen andere Botschaften (z.B. Tauplitz / Pioniergeist)
- Teils zu wenige **überregionale Effekte / Cross-Selling** (z.B. Übernachtungen für Sportgroßveranstaltungen wie Kulm, Buchungsstrecke wurde schon optimiert, Luft nach oben) – Barrieren im Kopf abbauen, Gäste oft sehr weitläufig unterwegs

Trends & Gästeverhalten.





**„Während Städte wie schwerfällige
Dampfer notwendige
Zukunftsentwicklungen nur langsam
anpeilen können, schaffen kleine Dörfer
und Gemeinden Wendemanöver dank
einfacherer Strukturen und gelebter
Netzwerke sehr viel zügiger.“**

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021



Bühne frei für: Die progressive Provinz.

FLOWERS
ON THE ROAD

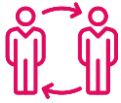
Smart Village



**„Dörfer und kleine Gemeinden
sind soziale Organismen,
die in ihrem Wesen aus
Kommunikation bestehen,
aus Beziehungen.“**

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Wieder Mensch sein.

Die Sehnsucht nach echter Verbindung.

- Technologie ist wichtig, aber nicht alles. Im Kern der Sehnsucht nach dem Land stehen die **lebendigen Beziehungen** zwischen Menschen.
- Fast alle Projekte zur Verbesserung der Lebensqualität am Land werden durch lokale Ressourcen und Personen ins Leben gerufen. Und: **Der Mensch ist immer Ausgangs- und Mittelpunkt** dieser ländlichen Innovationen.
- Dafür braucht es **lokale Visionäre**, die frische Impulse (und teilweise auch Kapital) in den Ort bringen und das Klima Richtung Zukunft verändern – wenn sie den nötigen Spielraum bekommen.



„Nur intakte Gemeinden sind auch für Tourist:innen attraktiv:

Eine aktive Dorfgemeinschaft, eine gehegte Kulturlandschaft, ein sensibler Umgang mit baukulturellen Herzstücken und lebendige öffentliche Räume schaffen integrative Angebote für Einheimische und Gäste.“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Lebendige Ortsmitte.

Orte des Zusammenseins.

- Die Gleichung ist einfach: Wo Menschen zusammenkommen, entstehen **neue Verbindungen und zukunftsweisende Ideen.**
- Das **Dorfzentrum** gibt den Takt der Gemeinde vor: Denn wer will schon in einem Ort leben oder Urlaub machen dessen Herz nicht mehr schlägt?
- **Gemeinsame Treffpunkte** und lebendige öffentliche Orte, baukulturelle Besonderheiten und multifunktionale Nutzungskonzepte erneuern das Dorfleben und stärken die Identität. Vorausgesetzt man schafft Angebote und Orte, die den Bedürfnissen aller Bewohner:innen entsprechen.



„**Smart** impliziert nicht nur technologische Möglichkeiten für Unternehmen, sondern auch die Vernetzung von Bürgerschaft, Versorgung und **Mobilität.**“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021

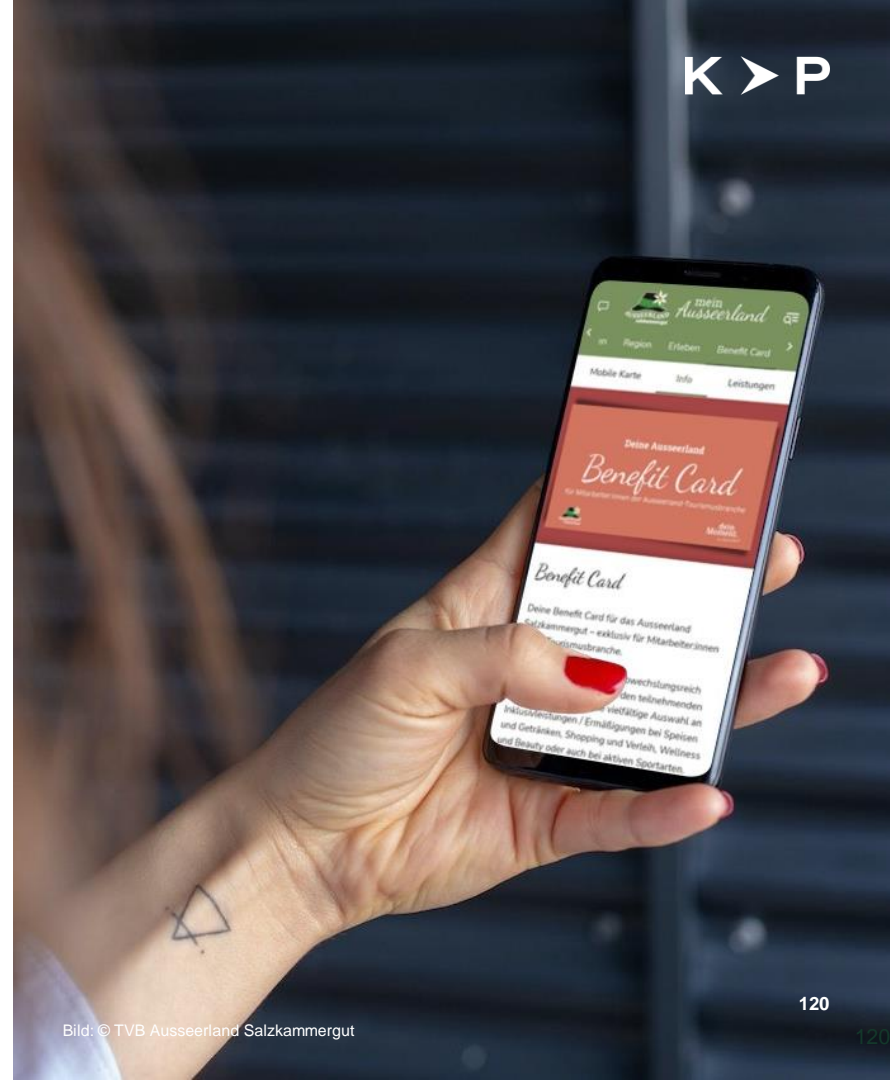




Konnektivität.

Die Suche nach der ständigen, digitalen Verbundenheit.

- Es ist das dominante Prinzip des 21. Jahrhunderts: Die **digitale Vernetzung** verändert unser Leben, Arbeiten und Wirtschaften grundlegend.
- Es entsteht eine Netzwerkgesellschaft, die es voraussetzt, **24/7 mit allem in Verbindung zu stehen** und permanenten Zugriff auf Produkte und Dienstleistungen zu haben.
- Dadurch hat jedoch auch die **Geschwindigkeit und Komplexität** unseres Lebens deutlich zugenommen.

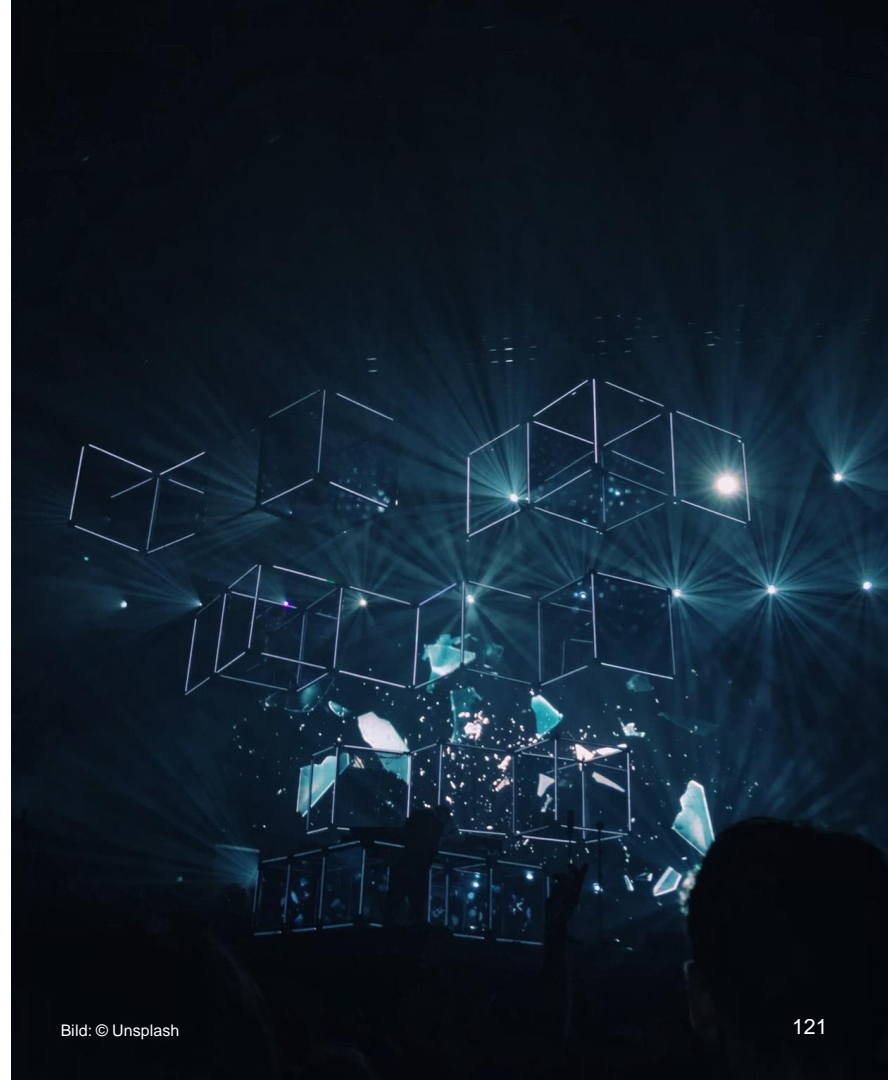




Big Data.

Der richtige Umgang mit „Rough Data“.

- Während der Begriff Big Data viele an Auflagen wie Datenschutzbestimmungen erinnert, geht es hier tatsächlich um das neue „Gold“ der Zukunft.
- Aktives Management und die Analyse von Big Data ist essenziell, um Kundentrends zu erkennen und zu verstehen und somit notwendig für die Produktgestaltung.
- Darüber hinaus bietet uns eine fundierte Datengrundlage die Möglichkeit, deutlich fundiertere Entscheidungen zu treffen und knappe Ressourcen – insbesondere im ländlichen Raum – zielführender einzusetzen (z.B. in der Mobilität).





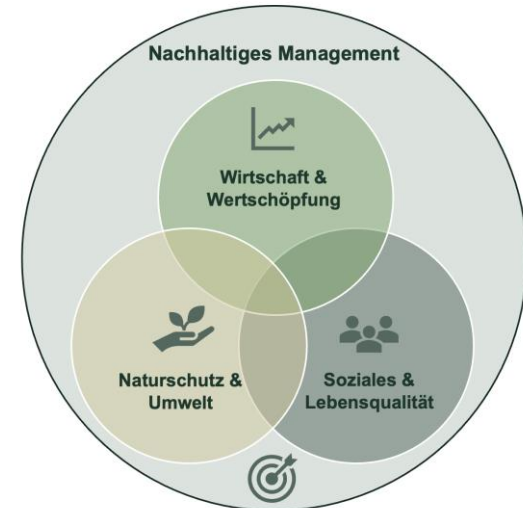
**Treiber Klimawandel -
Innovative nachhaltige
Geschäftsmodelle.**

4 Bereiche der Nachhaltigkeit.

Grundgedanken für zukunftsfähigen Tourismus.

Die 4 Bereiche der Nachhaltigkeit werden gleichwertig betrachtet, nur so ist ganzheitliche Entwicklung möglich. Nachhaltigkeit soll dazu in Betrieben und Regionen vernetzt gemanagt werden:

- **Management:** Zuordnung von Verantwortungsbereichen.
Laufende Planung & Monitoring von Nachhaltigkeitszielen.
Vernetzung der Partner:innen.
- **Ökonomisch:** Sicherung langfristiger
Unternehmenserfolge & Wertschöpfung.
- **Ökologisch:** Schutz natürlicher Ressourcen.
- **Sozial:** Menschenwürdige Lebens- und Arbeitsbedingungen.



**Attraktiver Lebensraum für Einheimische =
Attraktiver Arbeitsraum für Mitarbeitende =
Attraktiver Erlebnisraum für Gäste!**



**„Das Spektakuläre rückt in
den Hintergrund und das
Einfache und Echte wird zum
Spektakulären.“**

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Immaterieller Luxus.

Ein neues Werteverständnis.

- Die **Luxusgüter der Zukunft** sind nicht materielle Wertgegenstände.
- **Wertschätzung** wird auf Platz & Raum gelegt, Ruhe, Zeit, Sicherheit und die intakte Natur und Umwelt.
- **Nebensaisonen** rücken in den Fokus: Niedrigere Preise, mehr Ruhe und ein größerer Mehrwert für die lokale Gemeinschaft
- Hier spielen auch **besondere und innovative Übernachtungsangebote** hinein (Glamping, Baumhäuser, Lodges, Schlafen im Stroh etc.)
- **Schlagwörter:** Regrounding, Detoxing, Aktives Leben, Lebensenergie, Nachhaltigkeit.





Regionalität & Authentizität.

Wissen, wo's herkommt.

- Der Fokus liegt darauf, die **Region mit allen Sinnen zu erleben**. Dies verlangt nach regionalen Produkten & authentischen Gastgebern.
- **Mikro-Erlebnisse** gewinnen stark an Bedeutung.
- Die Wertschätzung für **regionale Produkte, Handwerk und lokale Wertschöpfungskreisläufe** hat durch die multiplen Krisen deutlich zugenommen.
- **Schlagwörter:** echt & fair, regionale Produkte, authentische, herzliche Begegnungen, Nachhaltigkeit, Neo-Ökologie; Holistic Health.





Bewegung im Freien.

Zurück zur Natur. Zurück zu mir.

- Menschen haben wieder vermehrt das Verlangen, sich **mit sich und der Natur verbunden** zu fühlen.
- **Gesundheit** geht über ein rein körperliches Verständnis hinaus, man will im Freien aktiv sein und regelmäßig auch die mentalen Batterien aufladen.
- Speziell der Bike-Trend (Mountainbike, E-Bike) und die Pandemie haben die **Lust auf Outdoor-Sport** auf ein neues Level gehoben. Diese Entwicklungen gehen auch in Zukunft weiter.





Urlaub zu Hause.

Das Besondere im Vorhandenen entdecken.

- „**Staycation**“: Urlaubsgefühle genießen, ganz ohne das eigene Haus zu verlassen.
- Dahinter steckt die Philosophie, die **Schönheit dessen, was uns umgibt** wiederzuentdecken und gleichzeitig (finanzielle) Ressourcen zu sparen.
- Im Fokus stehen **besondere Erlebnisse** uns bisher unentdeckte Ecken der eigenen Heimat.
- Für Tourismusbetriebe werden damit auch die Einheimischen und das unmittelbare Einzugsgebiet zu einer **wertvollen Zielgruppe**.



„Mobilität entscheidet über Lebensqualität und prägt Räume entscheidend mit.“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Ganzheitliche Mobilität.

Auf vielen Wegen von A nach B.

- Bisher wurde Infrastruktur **aus der städtischen Perspektive heraus gedacht**: Größere Zahl an Nutzern = Ausbau der Infrastruktur = Bessere Angebotsqualität.
- Wenn Infrastruktur nur an hohe Dichte geknüpft wird, sind ländliche Räume stets im Nachteil. Neue **technische und soziale Innovationen** lassen andere Perspektiven zu: Neue ländliche Infrastrukturen sind oft multifunktional, flexibel und dezentral – auch Mobilität.
- Dazu gehören z.B. der **Aufbau von Plattformen** für Mitfahrgelegenheiten, Ausbau des E-Radwege-Netzes, Integration von Sharing-Angeboten, Bürgerbusse, Integration in den ÖPNV etc.



„Neue Arbeitsformen bringen neue Impulse in den ländlichen Raum.“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Das Neue Arbeiten.

Digitale Nomaden, Sinnsuche und mehr.

- Was vor Corona nur Wenige praktiziert haben, wird zur „**neuen Normalität**“. Viele haben in den letzten Monaten erkannt, dass eine Präsenz am Arbeitsort nicht zwingend notwendig ist, um eine gute Arbeit abzuliefern.
- Ebenso sorgt der **Fachkräftemangel** in allen Branchen dafür, dass neue Arbeitsmodelle an Relevanz gewinnen.
- Der bereits davor entstanden Trend Arbeit & Reisen bzw. **Workations** wird in den nächsten Jahren zunehmen.
- Das erschließt für ländliche Regionen ein ganz **neues Ertragsfeld**, insbesondere für Dörfer mit guter Anbindung.
- **Zielgruppe:** Von dauerhaft bis temporär: Einheimische, Digitale Nomaden, Gäste, Zweiheimische etc.



„Die Senior:innen von gestern sind die erlebnishungrigen Free Ager von heute.“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





Silver Society.

Der Mindshift vom Anti-Aging zum Pro-Aging.

- Alt ist nicht gleich alt: Ältere Generationen erleben ihre **neu gewonnene Lebenszeit** viel bewusster.
- Hier bietet sich ein großes Potenzial sowohl aus Gemeindesicht als auch im Tourismus: Nicht überall kommen so viele Junge, dass der **Trend zur alternden Gesellschaft** abgefangen wird.
- Zugleich ist es entscheidend, die dünner werdende **Next Generation** nicht zu verlieren. Sowohl innerbetrieblich als auch auf Gästeseite sollten hier proaktive Initiativen gesetzt werden.
- Themen wie **Gesundheit, Inklusivität** und eine **zukunftsorientierte, nachhaltige Lebensweise** holen Vertreter aller Generationen ab.



„Kooperativen sind der Schlüssel für das Dorf der Zukunft.

Denn wo Dienstleister und Serviceangebote fehlen, weil sie sich nach aktueller Kapitallogik nicht „lohnen“ vernetzen sich Bürger:innen zu regionalen und örtlichen Genossenschaften, Vereinen und Kooperationen.

Mit ihren Macherqualitäten schaffen sie neue Infrastrukturen der Verorgung.“

Studie „Progressive Provinz“, Zukunftsinstitut, 2021





SWOT – Analyse Ausseerland.

AUFGABE TEIL 2

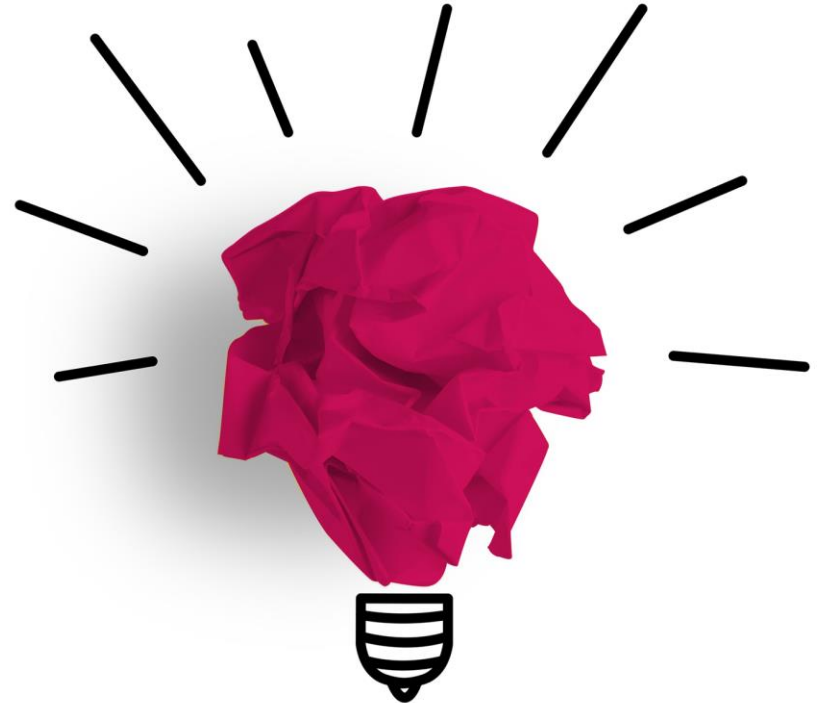
Bearbeiten Sie in Ihrer Gruppe die folgenden Fragen (20 min.):

Was sind die **touristische Zukunftschancen** des Ausseerlandes (Gesamtregion)?

Welche Stärken treffen auf Trends, die für die Destination Zukunftstreiber sein könnten?

Was sind **gefährliche Risiken/Bedrohungen** für den Tourismus für das Ausseerland?

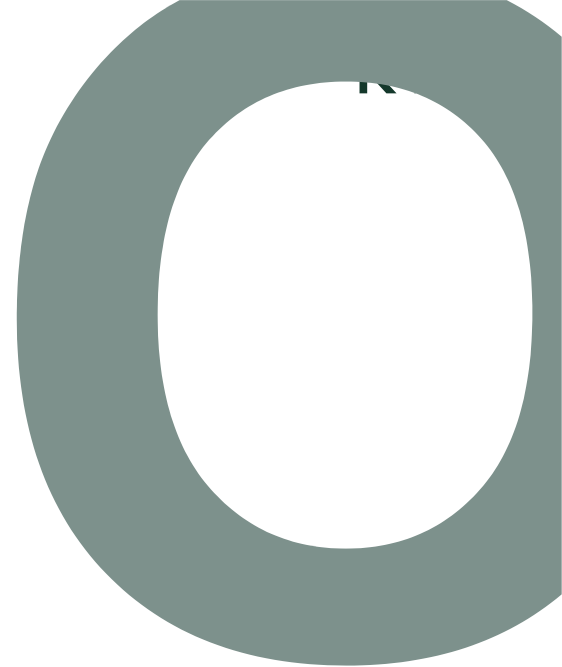
1. Jeder Tisch bearbeitet beiden Themen – Chancen und Risiken jeweils auf 1 bis 2 Flipcharts sammeln.
2. Jeder Tisch präsentiert kurz seine Ergebnisse



Chancen (1).

Ausseerland

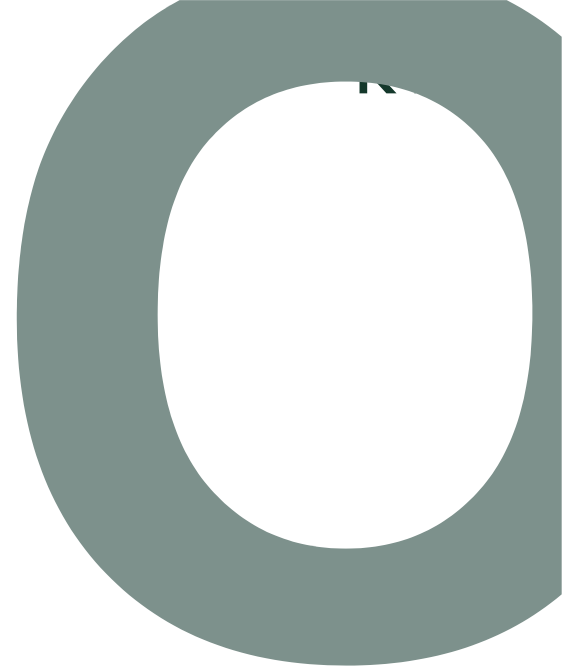
- **Vielfalt auf engem Raum:** multifunktional, kleine und anpassungsfähige Strukturen, man kennt sich untereinander
- **Digitale Entschleunigung** und Offline-Zonen, Digital Detox als bewusstes Produkt in der Region etablieren, Naturverbundenheit
- **Saisonverlängerung und Ganzjahrestourismus** ist möglich – es ist alles da. Fokus auf neue Produkte, Veranstaltungen etc.
- **Sport, Gesundheit, Natur (viel da, weiter ausbaubar):**
 - Naturerlebnis mit mehr Anleitung
 - Sportangebot ausbauen, zeitgemäß entwickeln, sanfte Wege
- **Best Ager** – zentrale Zielgruppe für die kommenden 10-15 Jahre, wollen genießen und finden im Ausseerland alles auf kleinem Raum (intakte Natur, Kultur, Genuss) – jedoch künftige Generationen nicht vernachlässigen / parallel aufbauen



Chancen (2).

Ausseerland

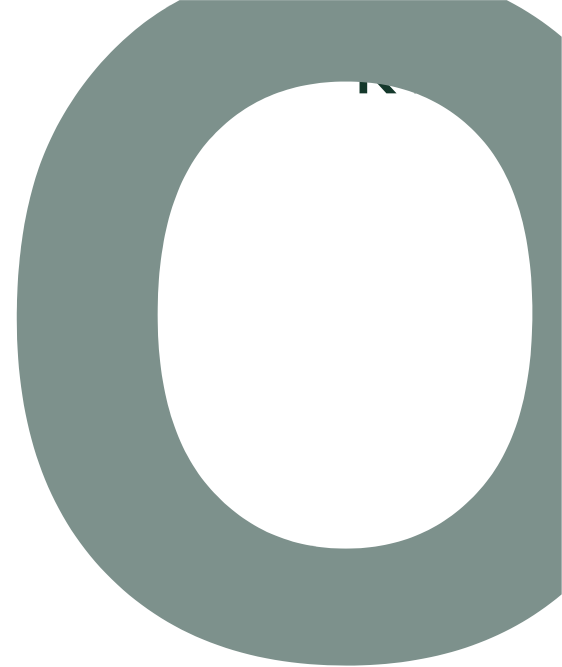
- **Klimawandel Sommer und Winter:** kühle Nächte, schneesichere Skigebiete Loser und Tauplitz
- **Top-Preis-Leistungsverhältnis** – Mut zum Preis
- **Echtheit und Authentizität** – gelebtes Brauchtum und Tradition: es gibt viele Geschichten zu erzählen (Storytelling), große Anziehungskraft, Menschen suchen starke Wurzeln
- **Neue Vertriebswege und Kooperationsmodelle** für Handwerksbetriebe und kleine Gewerbe finden (z.B. „Manufaktur“ zentrale Verkaufsstelle, genossenschaftliche Modelle, s'Fachl) – hohen Mietpreisen entgegenwirken.
- Urlaub & Arbeit verbinden – **Workation**, Gegensatz zu den Offline-Zonen, Arbeit mitnehmen, Unterkünfte so gestalten, dass die Rahmenbedingungen gut sind (Arbeitsplatz, WLAN)



Chancen (3).

Ausseerland

- **Kulinarik** von der Haube zur Hütte (Inszenierung, einschließlich bäuerliches Leben), lockt zu jeder Jahreszeit, weiter ausbauen
- **Events weiter ausbauen** – jüngeres Programm, Ausseer Veranstaltungszentrum weiter bespielen, Zeiten ausdehnen
- **Schneeunabhängige Angebote** im Winter, hybriden Winter und parallel alternative Formate ausbauen um sich frühzeitig abzusichern in Richtung Klimawandel (Multioptionalität)
- **Angebote für Nicht-Skifahrer am Berg** ausbauen: Bergbahnen sollen trotzdem von Frequenzen profitieren, ca. 3-4 Stunden Beschäftigung (z.B. Hütten-Musi-Roas, Gondeldinner, Expeditionen im Schnee, Winterwandern, USP entwickeln)



Risiken (1).

Ausseerland

- **Abnehmende Schneesicherheit Berg und Tal:** Klimawandel generell (Sommer wie Winter), rechtzeitig Alternativen aufbauen (Standbein: Winter alpin, Spielbein: neue / hybride Formate)
- **Mitarbeitermangel:** Fachkräftemangel, Mitarbeiterwohnraum
- **Sterbende Geschäfte** bzw. Unternehmersterben, fehlende Nachfolger, zunehmende Herausforderung
- **Ausverkauf der Heimat und Abwanderung:**
 - Leerstand: Zweitwohnsitze zu großen Teilen unbewohnt
 - Verbauung der Landschaft: Empfundene Zunahme von Chaletdörfern und Luxusimmobilien auf Kosten der Natur
 - Zu wenig verfügbare Bauflächen für Unternehmer mit Wunsch nach Erweiterung
 - Demographischer Wandel, Abwanderung Next Generation, wenig Bereitschaft zu übernehmen

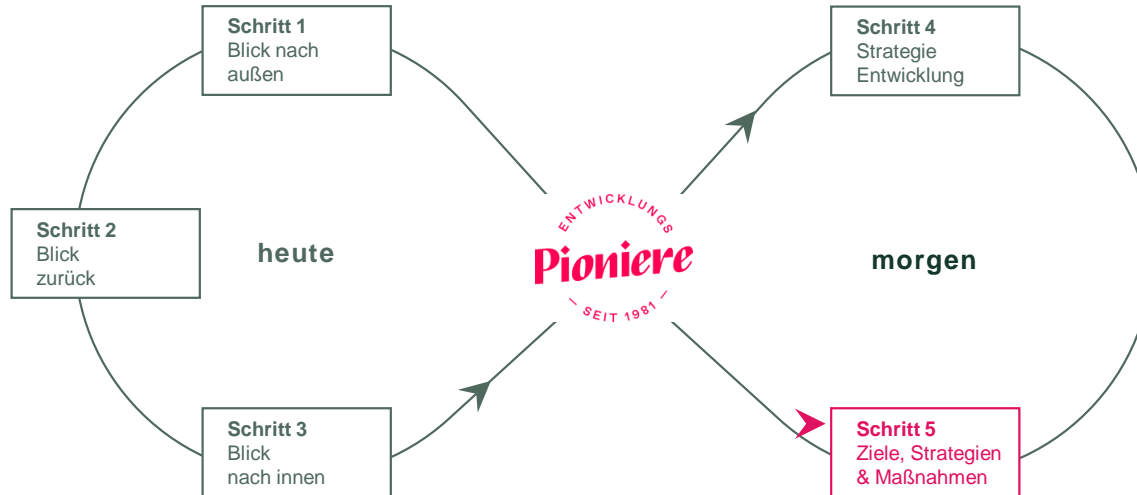
Risiken (2).

Ausseerland

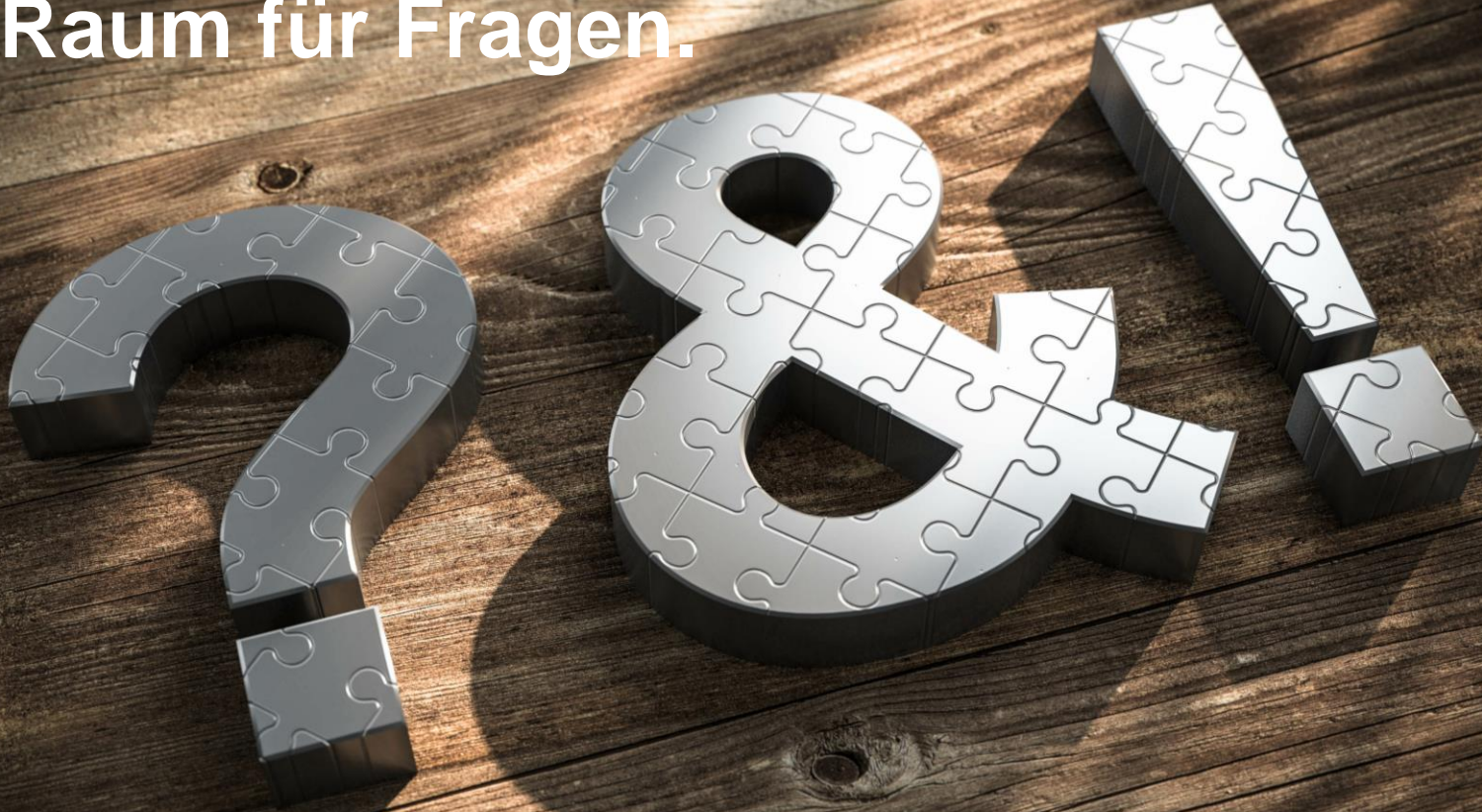
- Fehlende übergreifende **Standort- und Infrastrukturentwicklung** generell im Ausseerland
- **Großraubtiere** in Verbindung mit Weidehaltung / Wegerecht.
- **Abnehmende Tourismusgesinnung** in der Bevölkerung und bei Grundeigentümern, **Pessimismus** gegenüber Tourismus
- **Ausruhen** und Stehenbleiben „destruktive Zufriedenheit“, Kirchturmdenken und „Geht-nicht-Mentalität“. Eigentlich ist man ja bei vielen Dingen auf dem selben Weg. „Scheinzusammenhalt“ und mangelnde Umsetzungskraft.
- Sich **verändernde Mobilitätsansprüche**: Bedürfnisse und derzeitige Angebote driften auseinander.
- **Abnehmende Tourismusgesinnung**: Sorge vor zu wenig Qualitätstourismus, Tourismusintensität im Sommer teils hoch
- **Mangelndes Selbstvertrauen**: Wir müssen uns als Region auf die Füße stellen und unsere Angebote mit Stolz hinaus tragen

Tourismuskompass Ausseerland Salzkammergut.

Zentrale Inhalte.



Raum für Fragen.



Gemeinsam erfolgreich.

werner.taurer@kohl-partner.at
+43 4242 21123
+43 664 33 73 123

Kohl & Partner GmbH
Hans Gasser Platz 9, 9500 Villach

ENTWICKLUNG
Pioniere
SEIT 1981

