

## Tourismuskompass Ausseerland Salzkammergut.

**Auftraggeber:**

TVB Ausseerland Salzkammergut  
Pratergasse 388  
8990 Bad Aussee

**Anbieter:**

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



# Heutige Inhalte & Ziele.

Start-Workshop mit der Tourismuskommission.

- Vorstellung des Projektablaufs und der einzelnen Projektschritte inkl. Zeitplan
- Klären der Erwartungen und Zielsetzungen der Kommissionsmitglieder an das Ergebnis des Strategieprozesses
- Definition von Teilnehmer:innen für Beteiligungsformate
- Beantworten offener Fragestellungen
- Abholen von Informationen & relevanten Unterlagen
- Klären der nächsten Schritte



# Unser Zeitplan heute.

## 09.30 – 11.00 Uhr

- Eintreffen, Begrüßung, Ziele für heute, Projektziele
- Einstiegsfrage: Was sind die angestrebten Ergebnisse des Prozesses? Was nicht?
- Projektablauf – einzelne geplante Schritte

## 11.00 – 11.15 Uhr Kaffeepause.

## 11.15 – ca. 13.00 Uhr

- Tourismuskompass 2022 – worauf achten?
- Aktuelle Entwicklungen in der Region seit Start der Umsetzung – welche Themen bedenken? Was brennt mir unter den Nägeln? Was läuft gut? Was läuft aktuell weniger gut?



# Mag. Werner Taurer

Managing Partner

## Hintergrund

- Tourismusbildung
- Studium der Handelswissenschaften
- Zertifizierter Organisationsentwickler
- Hochschullektor
- Seit 1984 bei Kohl > Partner

## Im Mittelpunkt

- Strategieprozesse für Destinationen & Betriebe
- Innovative Produktentwicklung im Tourismus
- Organisationsentwicklung in Destinationen & Betrieben



- **werner.taurer@kohl-partner.at**  
+43 664 33 73 123  
+43 4242 21123  
Kohl & Partner Villach  
9500 Villach

# Stephanie Zorn, MA

Beraterin

## Hintergrund

- Im Tourismus groß geworden
- Englisches Bachelorstudium „Innovation & Management in Tourism“
- Masterstudium Betriebswirtschaft
- Junior-Projektleiterin für touristische Inszenierung und Angebotsentwicklung bei erlebnisplan in Luzern
- CAS Zertifikatslehrgang für systemische Organisationsentwicklung
- Lektorin an der FH Salzburg.
- Seit 2019 bei Kohl & Partner.

## Im Mittelpunkt

- Nachhaltige Entwicklung von Lebensräumen & Destinationen
- Inszenierung & Innovation in der Angebotsentwicklung
- Strategisches & operatives Marketing (Storytelling, Social Media)



- [stephanie.zorn@kohl-partner.at](mailto:stephanie.zorn@kohl-partner.at)  
+43 660 639 619 6  
+43 4242 21123  
Kohl & Partner Villach  
9500 Villach

# 9 Standorte in 4 Ländern

ENTWICKLUNGS  
**Pioniere**  
— SEIT 1981 —



# Unsere Kompetenzfelder.

Kohl > Partner fördert den Erfolg touristischer Leistungsträger im Alpenraum.  
Seit über 40 Jahren.



## Hotellerie & Gastronomie

Von zukunftsweisenden Strategien bis zur positiven Rezension.



## Touristische Destinationen

Vom innovativen Produkt bis zum attraktiven Lebensraum.



## Touristische Infrastruktur

Von der klaren Positionierung bis zur operativen Optimierung.



## Seminar & Training

Von individuellen internen Trainings bis zu offen ausgeschriebenen Seminaren.

# Ausgangslage & Zielsetzung.





# Ausgangslage.

Rahmenbedingungen laut Ausschreibung.

- Die neue Tourismuskommision möchte Ende 2024 mit einem integrativen Prozess zur Entwicklung des neuen Tourismuskompass starten.
- Dabei sollen alle **relevanten Stakeholdergruppen eingebunden** werden.
- Der Tourismusverband umfasst die 4 Gemeinden Altaussee, Bad Aussee, Bad Mitterndorf und Grundlsee.
- Das Thema **Nachhaltigkeit bzw. nachhaltiger Tourismus** hat in der Destination einen besonderen Stellenwert. 2023 hat das Ausseerland den Prozess zur Erlangung des Österreichischen Umweltzeichens eingeleitet. 8 Pionierbetriebe sind ebenfalls auf dem Weg zur Zertifizierung.



# Zielsetzung.

Rahmenbedingungen laut Ausschreibung.

- **Tourismuskompass als Grundlage für strategische und operative Entscheidungen** sowie
- **Handlungsleitfaden** für die Tourismuskommission und Geschäftsführung des Tourismusverbands Ausseerland Salzkammergut.
- Integration eines **vorgelagert** durchgeführten, schlanken **Strategieprozesses** für die Gemeinde **Bad Mitterndorf** in den regionsweiten Tourismuskompass.
- Berücksichtigung wichtiger **Teilziele** im TVB-weiten Prozess:
  - Absicherung der **Nachhaltigkeitsstrategie** (Augenmerk Zersiedelung/Versiegelung)
  - Verankerung einer **Qualitätsstrategie** bzw. Qualität als Maxime der Entwicklung
  - Weiterentwicklung und **Optimierung der internen Vernetzung** in der Destination



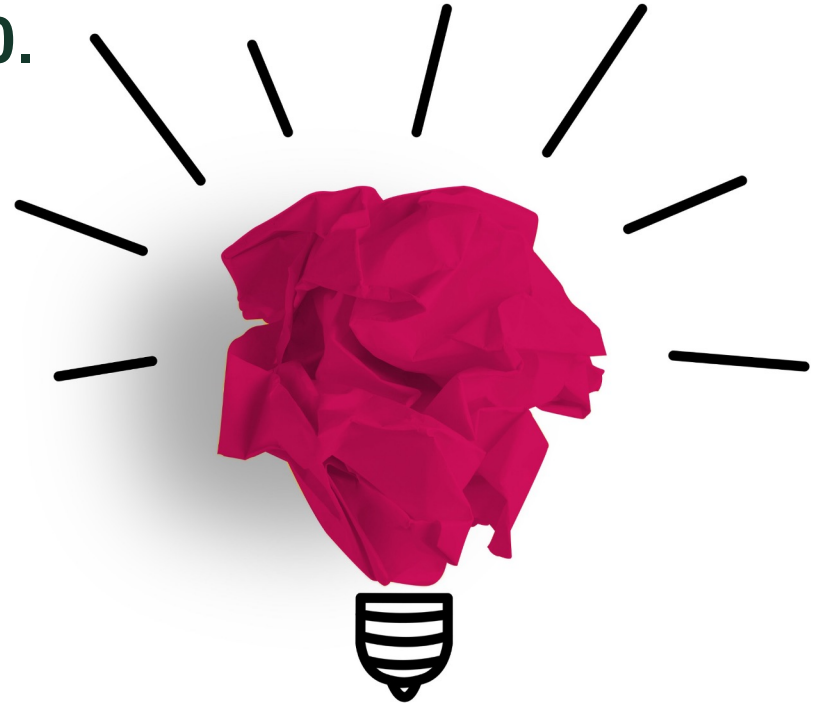


## Ziele Tourismuskompass 2030.

### AUFGABE

In 3 Gruppen zu 4 bis 5 Personen bitte besprechen und auf Post It's sammeln:

- Was sind unsere Erwartungen an diesen Prozess?  
Was ist ein gutes Ergebnis?
- Was sind nicht Ziele des Prozesses?
  
- 15 min. sammeln
- Je Gruppe 3 bis 4 min. die Ergebnisse präsentieren



# Zielsetzung.

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommission.

- **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



# Zielsetzung.

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommission.

- **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
  - Zweheimischen-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



# Erklärte Nicht-Ziele.

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommission.

- **Kein Massenangebot schaffen.**
  - Kein 2. Schladming werden
  - Touristische Überforderung der Region
  - Kein überbordender Durchzugstourismus in der Region
- **Uneinigkeit in den Orten.**
  - Zusammenhalt der Gemeinden soll gegeben sein
  - Kein Auseinanderdriften der Gemeinden
- **Mangelnde Umsetzungsbereitschaft.**
  - Stillstand
  - Konzept für die Schublade
- **Keine Überalterung / die nächste Generation nicht verlieren.**

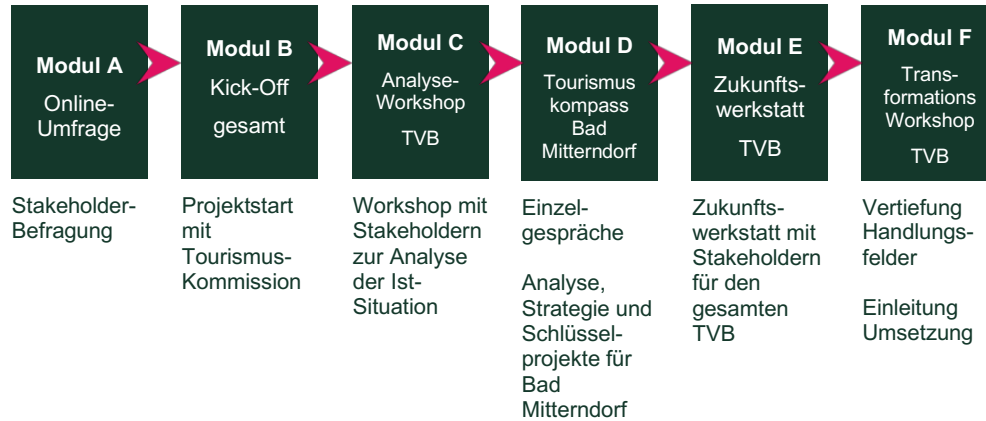


# Projektablauf.



# Projekttablauf.

Highlights.



Projektlaufzeit bei Auftragserteilung bis 25.9.2024





# Projekttablauf.

Terminplan.

Prozessschritt	Termin	Teilnehmer
<b>Online-Kickoff</b>	<b>8.11.2024</b> , 9.30 – 11.30	Auftraggeberteam
<b>Online-Umfrage</b>		
- <b>Umfrage aufsetzen</b> - <b>Umfragelink versenden</b> - <b>Umfrage durchführen</b> - <b>Umfrage auswerten</b>	KW 46 <b>18.11.2024</b> KW 47, 48, 49 KW 50	SZ in Rückkoppelung mit Pamela Binder
<b>Gesamt-Projekt-Kickoff</b>	<b>20.11.2024</b> , 9.30 – 13.00	Tourismuskommission & Auftraggeberteam
<b>Analyse-Workshop</b>	<b>17.12.2024</b> , 9.30 – 13.00	Tourismuskommission & Auftraggeberteam
<b>Bad Mitterndorf</b>		
- <b>Einzelgespräche</b>	<b>KW 47, 48, 49 individuelle Terminvereinbarungen</b>	5 – 8 ausgewählte Gesprächspartner
- <b>½ -tägiger Bad-Mitterndorf-Analyse Workshop</b>	<b>3.12.2024</b> , 9.30 – 12.30/13.00	Bad-Mitterndorf-Strategieteam
- <b>½-tägiger Bad Mitterndorf-Strategieworkshop</b>	<b>19.12.2024</b> , 9.30 – 13.00 Uhr	
<b>Zukunftsklausur Gesamtprojekt</b>	<b>9.1.2025</b> , 9.30 – 17.30 Uhr	Kernteam/Strategieteam Gesamtprojekt
<b>Transformations-Workshop</b>	<b>4.3.2025 res. (Achtung: Fasching-Dienstag!)</b> Jeweils vormittags oder nachmittags ½ Tag	Noch zu definieren, vermutlich Kernteam/Strategieteam

# Online-Stakeholder-Befragung.

Zentrale Inhalte.

- **Stimmungsbild der zentralen Leistungsträger:**
  - Entwicklung der Region Ausseerland Salzkammergut in den vergangenen Jahren (Stolz und Bedauern, Stärken und Schwächen)
  - Zufriedenheit mit den Initiativen und der internen Kommunikation des Tourismusverbandes
  - Wünsche an eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft
  - Spezialfragen zum Thema Nachhaltigkeit (Mobilität, Weiterentwicklung SommerCard, Umweltzeichen)



## C1

Analyse des  
touristischen Angebotes

- > Auswertung von Rahmenstrategien und Unterlagen zur Region (inkl. Umweltzeichen und Nachhaltigkeitsstrategien)
- > Auswertung von touristischen Daten und Fakten (Betten, Ankünfte, Übernachtungen, Auslastung nach Kategorien und Orten sowie nach Saisonen)
- > Auswertung von Daten und Fakten zur tagestouristischen Frequenz so vorhanden
- > Auswertung der Wertschöpfungsstudie
- > Aufbereitung der relevanten touristischen und gesellschaftlichen Entwicklungstrends für die Destination
- > Begehung und Befahrung relevanter touristischer Attraktions- und Angebotspunkte und Infrastrukturen sowie neuralgischer Schlüsselstellen für die Besucherlenkung und nachhaltige Destinationsentwicklung

**C2****Analyse-Workshop**

- > 1/2-tägiger Workshop mit dem „Kompass-Kernteam“
- > Vorstellung der Analyseergebnisse
- > Vorstellung der Ergebnisse der Online-Befragung
- > Vorstellung der für die Destination relevanten touristischen Trends- und Marktentwicklungen bzw. gesellschaftlichen Entwicklungen
- > Ziehen von Schlussfolgerungen
- > Erstellung einer SWOT-Analyse für die Destination
- > Vorschau auf Zukunftswerkstatt – Festlegung Teilnehmerkreis

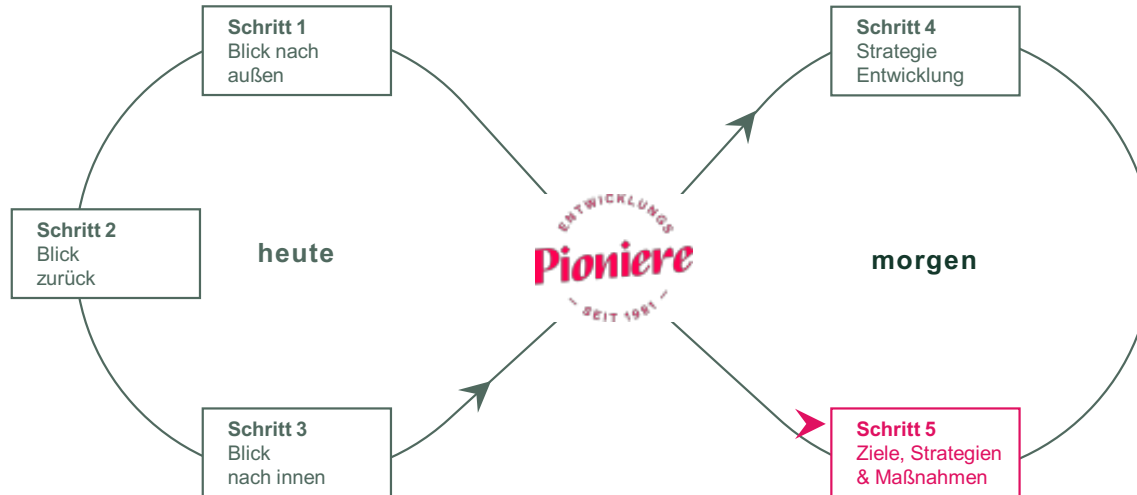
## D

Tourismuskompass  
Bad Mitterndorf

- > Teilschritt 1:  
**5 bis 8 Einzelgespräche** mit Vertretern Bad Mitterndorfs (Interviewpartner werden im Online-Startgespräch festgelegt); Ziel: Hintergrund- und Detailinformationen zur aktuellen Situation und möglichen Entwicklungsansätzen in Bad Mitterndorf erhalten
- > Teilschritt 2:  
**1-tägiger Kompass-Workshop Bad Mitterndorf** mit
  - Vorstellung Analyse Region mit Fokus auf Bad Mitterndorf
  - Vorstellung Interview-Ergebnisse
  - SWOT-Analyse Bad Mitterndorf
  - Entwicklung eines Zukunftsszenarios für Bad Mitterndorf mit zentralen Handlungsfeldern und Schlüsselprojekten
- > Schriftliche Zusammenfassung der Ergebnisse und finale Redaktion mit Vertretern Bad Mitterndorfs
- > In der Folge:  
**Online- Zwischenabstimmung** mit Auftraggeber Gesamtprozess und Klärung der Überleitung der Ergebnisse in den Gesamtprozess

# Zukunftswerkstatt.

Zentrale Inhalte.



# Zukunftswerkstatt.

Zentrale Inhalte.

- Umfeld, Trends, Gegenwart und Blick zurück (inkl. Schlüsselerkenntnisse Online-Umfrage)
- SWOT-Analyse: Stolz und Bedauern, Chancen, Potenziale und Risiken für die Zukunft
- Zukunftsbild Ausseerland 2030: Wohin wenden wir uns? (Ziele, strategische Eckpfeiler, Schwerpunktthemen, Zielgruppen etc.)
- Handlungsfelder und Schlüsselprojekte (Definition Umsetzungs-Projektideen und Maßnahmenbereiche, Priorisierung von Schlüsselprojekten)
- **Teilnehmerkreis:** Alle relevanten Stakeholdergruppen der Region entsenden Vertreter (Tourismuskommission, Kernteam und weitere)

F  
Transformations-  
Workshop

- > ½-tägiger Workshop mit erweitertem Kernteam bzw. evtl. der Tourismuskommission
- > Definition der Transformations- und Handlungsfelder auf Basis der Ergebnisse der Zukunftsklausur
- > Vertiefung und Initialisierung der Handlungs- bzw. Transformationsfelder
- > Bildung von Projekt- bzw. Transformationsteams, die den Kompass im Auge behaltend die Umsetzung der Projekte bzw. definierten Maßnahmen vorantreiben
- > Definition von Starterprojekten einschließlich Umsetzungsverantwortung



## G

Schlussdokumentation  
und Redaktion  
Tourismuskompass

- > Finale Überarbeitung des neuen Tourismuskompass unter Miteinbezug der Ergebnisse aus dem Transformations-Workshop
- > Ein Schlussdokument bzw. Schlussbericht wird in Power-Point-Format erstellt und überreicht.
- > Der vorgelegte Schlussbericht wird mit dem Auftraggeber endredigiert.
- > Optional wird eine Schlusspräsentation in der TVB-Vollversammlung oder zu einem anderen öffentlichen Anlass angeboten.

## H

Schlusspräsentation  
(*OPTIONAL*)

# Worauf bauen wir auf?



Touristische Nachhaltigkeitsstrategie 2030+



PUBLIC VALUE REPORT  
 AUSSEERLAND  
 SALZKAMMERGUT

*Analyse der Effekte aus dem Tourismus der Jahren 2019-2023*

| JUNI 2024



**„Strategische  
Tourismusedwicklung  
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!**



# 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

# Tourismuskompass 2022.

Visualisierung auf Basis unserer Wahrnehmung und Interpretation der aktuellen strategischen Grundlagen.





# Aktuelle Entwicklungen im Ausseerland mit Bedeutung für den Tourismuskompass 2030.

## AUFGABE

**3 Kleingruppen zu 4 bis 5 Personen bilden und folgende Fragen bearbeiten (20 min.):**

- Was läuft in der Region derzeit gut? Worauf kann man stolz sein?
- Was läuft derzeit nicht so gut bzw. weniger gut? Welche Entwicklungen bedauern Sie?
- Worauf sollten wir im Prozess Rücksicht nehmen bzw. achten?



# Was läuft in der Region derzeit gut? Worauf kann man stolz sein?

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommision.

## ➤ **Kommunikation und Vernetzung.**

- Viele Austauschplattformen geschaffen
- Es wird viel über und an die Branche kommuniziert
- Trotzdem kommen Kernbotschaften nicht überall an – Was kann man noch tun?
- Verknüpfung der Branchen (z.B. Handel, Landwirtschaft, regionale Produkte) mit dem Tourismus gelingt immer besser, erste Erfolge der engeren Zusammenarbeit
- Mehr Aufgeschlossenheit der Bevölkerung (Besuch TI, Einbringen Zukunftsideen)
- Engere Zusammenarbeit mit Vereinen (500€ Zuschuss, Sichtbarkeit etc.)

## ➤ **Ganzjährigkeit.**

- Erste Schritte sind getan – Öffnungszeiten bzw. das konkrete Einhalten von Vereinbarungen immer noch eine gewisse Herausforderung
- Verbreiterung der Saisonen im Herbst sehr positiv (September und Oktober) – früher war mit dem Kirtog Schluss, jetzt erst rund um Allerheiligen





# Was läuft in der Region derzeit gut? Worauf kann man stolz sein?

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommision.

## ➤ **Touristische Strukturen.**

- Tourismuskommision und finanzieller Rahmen haben viele Möglichkeiten gegeben, ein starkes TVB-Team aufzustellen / gute Schulungsprogramme
- Derzeit laufen 6 steiermarkweit einzigartige Pilotprojekte mit neuen Themen
- Sehr konstruktive Kultur der Zusammenarbeit und Diskussion
- Man versucht auf allen Ebenen, das beste für Gast und Betriebe herauszuholen
- Gute Datengrundlage zu Tagesgästen / Besucherströmen

## ➤ **Freizeitinfrastruktur und attraktives Gesamtangebot.**

- Seilbahn am Loser als zentrale Maßnahme (auch für die Saisonverlängerung)
- Thermen als ganzjährig attraktives Angebot
- Sehr hoher Stammgästeanteil / Wiederkehrer auch im internationalen Wettbewerb
- Stabilität in der Auslastung / können Stolz auf Zahlen und Entwicklung sein
- (Noch) Intakte Naturlandschaft / gesunde Region (z.B. keine Naturkatastrophen)
- Vielfältigkeit der Kultur und Hochkultur im Ausseerland
- Kleinstrukturiertheit der Unternehmen zeichnet aus (Handwerk, Unterkünfte etc.)



# Welche Entwicklungen bedauern wir? Was läuft derzeit nicht so gut?

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommision.

- **Öffentlicher Verkehr und alternative Mobilitätsangebote.**
  - Kein Fortschritt in der innerörtlichen Mobilität in den letzten Jahren, Leistungsträger und Veranstalter leiden massiv
  - TVB versucht aufzuzeigen und Initiativen anzustoßen, ist aufgrund des Tourismusgesetzes jedoch nicht in der Lage, selbst zu finanzieren
  - Kommunen haben rechtliche Möglichkeit aber nicht die notwendigen Mittel
  - Beispiel: Anreise / Essen gehen am Abend ohne eigenes Auto kaum möglich
- **Gastronomisches Angebot.**
  - Traditionelle Gastronomie, Jausenstationen und heimische Küche sind Mangelware, speziell Mittags oft schwierig, Optionen zu finden (Hütten oder Verpflegung für Langläufer / sportliche Gäste, z.B. Hoamatgüh Bad Mitterndorf)
  - Gehobener Bereich hat sich dafür in den vergangenen Jahren sehr gut entwickelt, einige Neueröffnungen und spannende Konzepte
  - Öffnungszeiten Restaurants in der Nebensaison großes Thema (Fachkräfte)



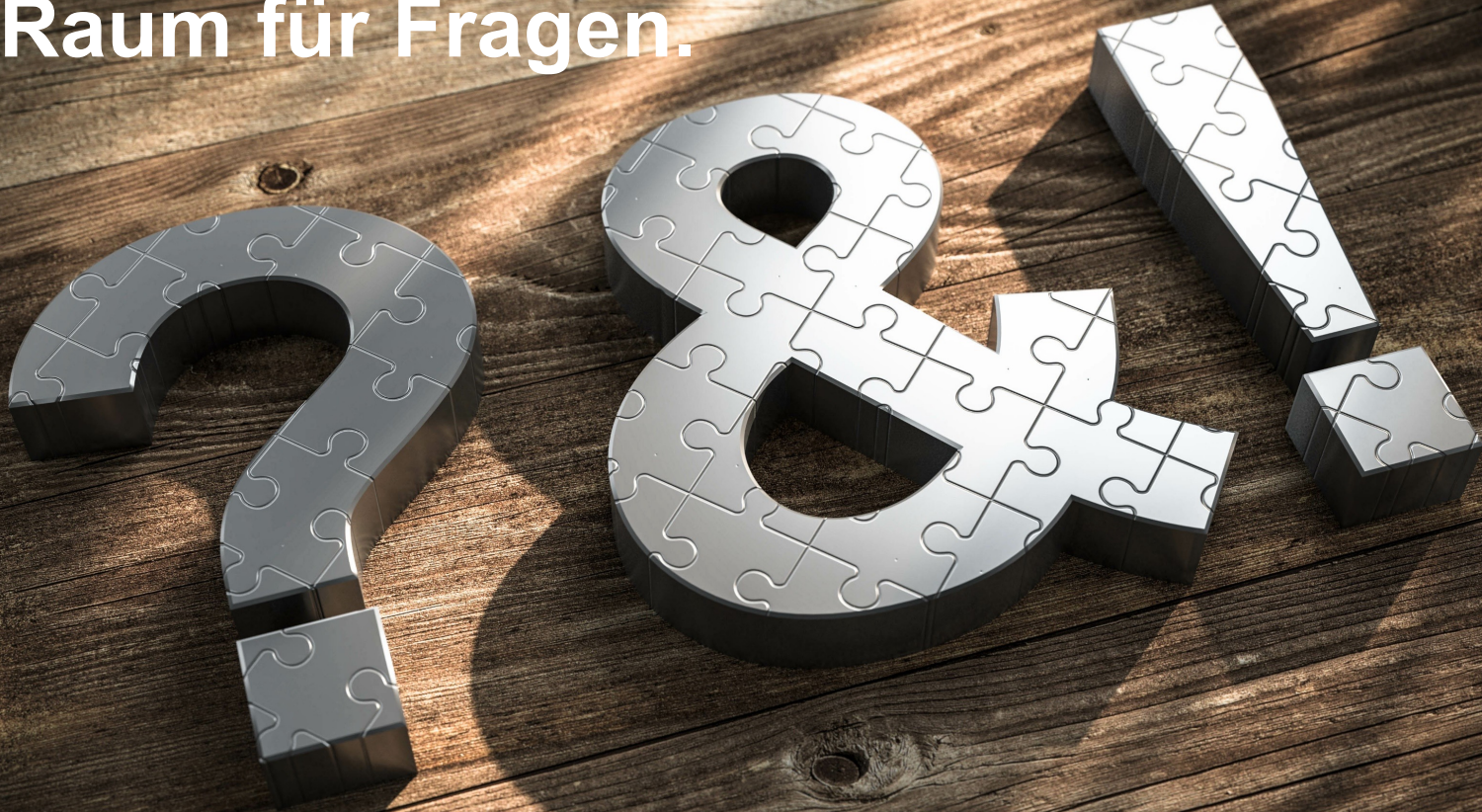
# Welche Entwicklungen bedauern wir? Was läuft derzeit nicht so gut?

Ergebnisse Kick-Off-Workshop Tourismuskommision.

- **Freizeitangebote und Einzelhandel.**
  - Starke Sportregion jedoch zu wenig Angebot / Schließungen im Bereich der Sportfachgeschäfte / Ski-Verleih (teils Pop-Up-Lösungen vgl. Bad Aussee)
  - Rücksicht auf Jugend und ihre Erwartungen enorm wichtig
  - Öffnungszeiten im Einzelhandel fordern ein „Ausseer Modell“: Einerseits wollen Gäste so flexibel wie möglich sein, Familienunternehmen mit Werkstatt haben jedoch ihren eigenen Rhythmus (Bessere Kommunikation/gemeinsame Initiative?)
- **Tourismusgesinnung und Anspruchshaltung.**
  - Teils enorm anspruchsvolle bzw. kritische Gäste / Beschwerde-Management
  - Überkonsumation / Verlust von Fachkräften
  - Tourismusgesinnung insgesamt gefühlt schlechter geworden
  - Politisch teils Gegenbewegungen bei touristischen Entwicklungsprojekten
  - Enorme Kurzfristigkeit / Spontanität bei Buchungen / schwere Planbarkeit in Verbindung mit dem Wetter, Dienstpläne sehr fordernd



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

