

Ergebnisbericht

Tourismusstrategie & Masterplanung Gemeinde Wildschönau 2030

05. & 06. Mai 2023 / Mag. Arnold Oberacher & Sarah Santer



Warum brauchen wir eine Strategie?



„Wer den Hafen nicht kennt, in den er segelt, für den ist kein Wind ein günstiger.“

Seneca

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

4 Grund-Prinzipien der Strategie-Entwicklung



1. Zukunfts- & Erfolgs-Potenziale identifizieren & nutzen
2. Stärken stärken!
3. „Wasserglas halbvoll“
4. Existenzbedrohende Schwächen & Herausforderungen meistern

Auftrag & Ausgangslage

Ziel unserer Arbeit

LANGFRISTIGES ZIEL & “HAFEN”

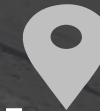
Wohin wollen wir uns als Region entwickeln?

AUFTRITT & POSITIONIERUNG

Warum zu uns? Marken- & Alleinstellungs-Strategie

HANDLUNGSFELDER & MAßNAHMEN-PLAN

Was sind die Fokus- & Schwerpunkt-Projekte der nächsten Jahr`?



Auftrag & Ausgangslage

Organisatorischer Projektaufbau



Auftrag & Ausgangslage

Inhaltlicher Projektaufbau



Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Die Erhebung des aktuellen Status-Quos bzw. des Potenzials von Wildschönau erfolgte mittels folgender Methoden



A UNTERLAGEN

Durchsicht von
Statistiken,
Unterlagen & Daten



B ONLINE-BEFRAGUNG

229 Personen

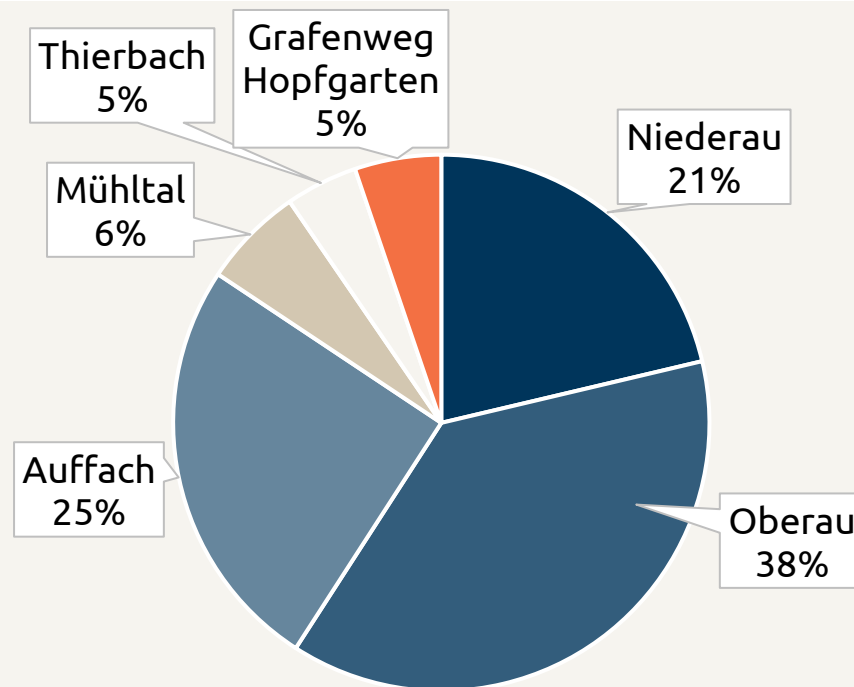
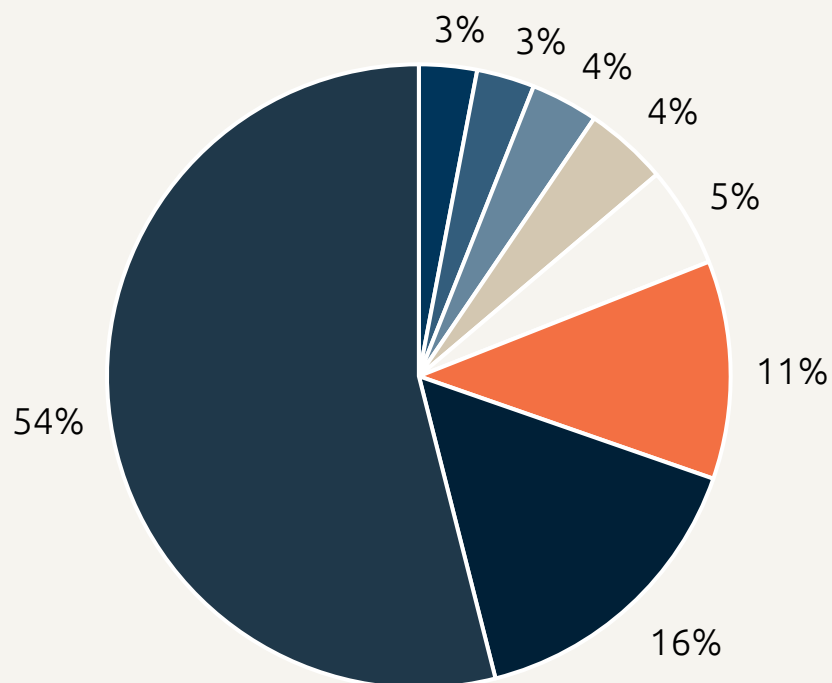
1. Strategische Potenziale & Einschätzungen



B ONLINE-BEFRAGUNG

229 Personen

Anteil an Befragten



	Anteil	
Gemeinde- bzw. Organisationsfunktion		3 %
nicht tour. Betrieb		4 %
Privatzimmervermieter / Urlaub am Bauernhof	4%	39 %
sonstiger Tourismus Betrieb	5%	
Hotel /gewerblicher Beherbergungsbetrieb	11%	
Apartment / Ferienwohnungsvermieter	16%	
Gastronomie	3%	
Bürger		54 %

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Arbeits-Methodik



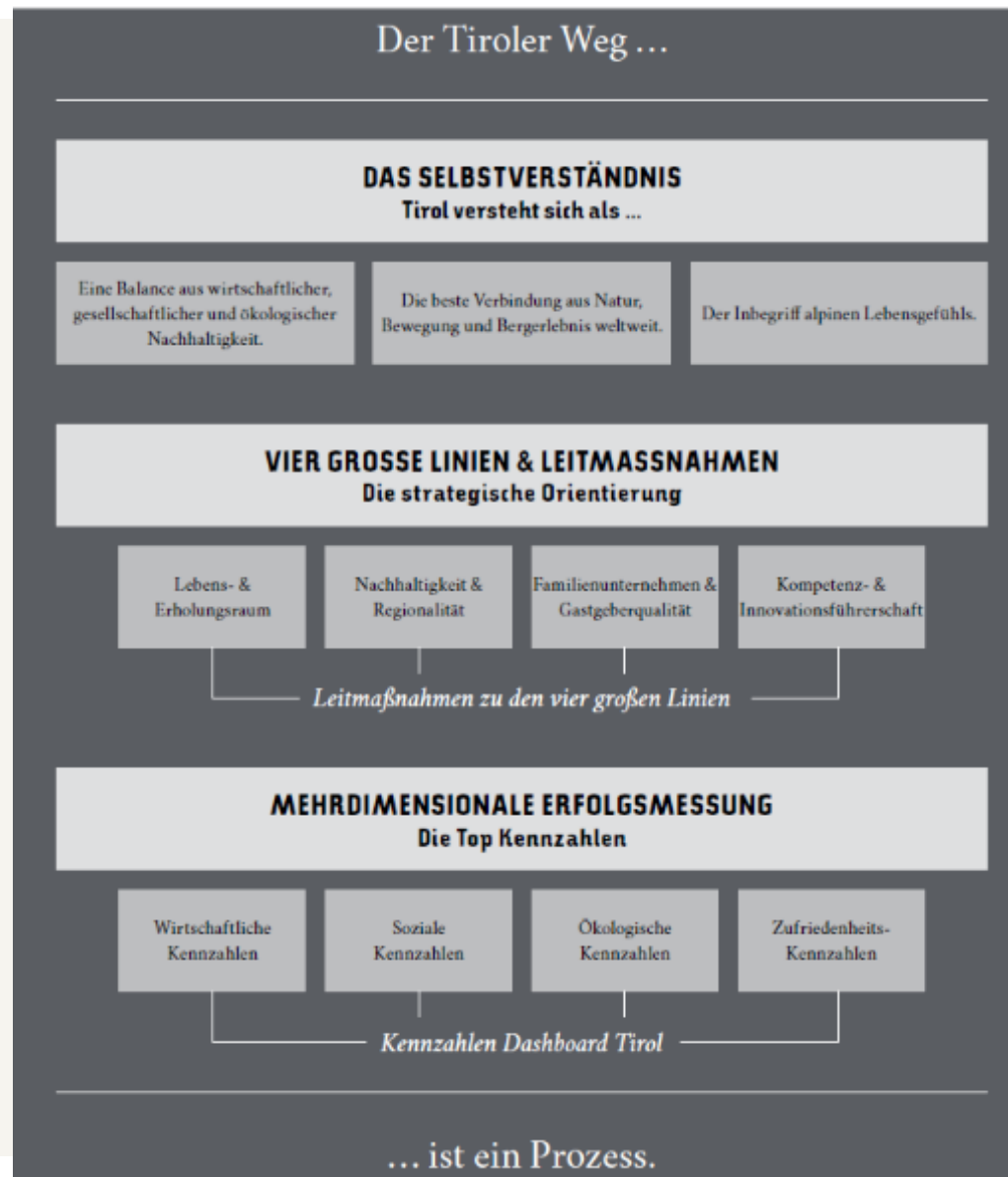
1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Umfeld- & Rahmenbedingungen



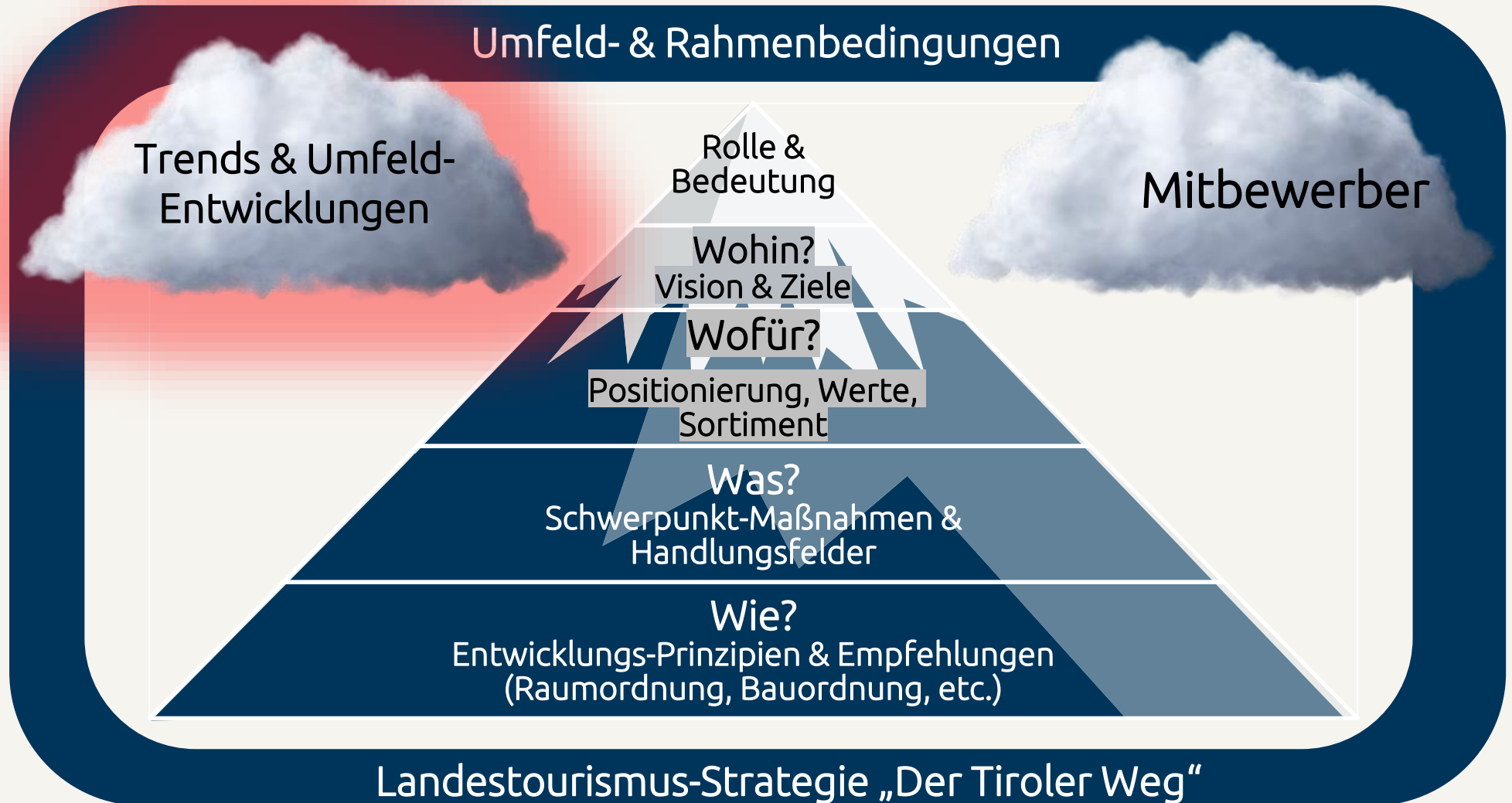
1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.1. Der Tiroler Weg – als strategischer Rahmen



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Umfeld- & Rahmenbedingungen



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.2. Chancen & Herausforderungen

Allgemein Freizeit- & Tourismustrends



Nachhaltigkeit &
Umweltbewusstsein



Authentizität, Genuss &
Regionalität



„Mindful, fit & healthy“



„Rad & Bike“



Digitalisierung &
Technologisierung



„Fachkräfte & Next
Generation“



Regionale Identität /
Tourismus-Gesinnung



???

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.2. Chancen & Herausforderungen

Alpine Destinationen - Allgemein

Allg. Sehnsuchts-
Motiv Berg &
Schnee

Emotion vor
Funktion

Erlebnis-Option
„schiefe Ebene“

Lebens- & Kultur-
Raum-Potenzial

Spezielle Alpine
Sehnsuchts-Motive

Winter

Ski-Markt vs. Winter Markt
(36 % : 60 %)

Ausdünnung der Nachwuchs-Basis
(Demographie & Migration)

Niedriges Markt-Austritts-Alter
(52 Jahre)

Technische vs. Physische Leistungsfähigkeit

Motiv-Kombi-Potenziale
(Ski + ..., Hike + ...)



Sommer

Marktdynamik & Einzugs-potenzial

Breitenwirksame Aktiv-Funktionen (insb.
Wandern, Bike)

Rad & Bike

(Klimatische) Gegenwelt-Qualität

...

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.2. Chancen & Herausforderungen

Bergtouristische Sehnsucht-Motive

Erhabene Welt

Aktivitäten sollten v.a. das Erhabene vermitteln wie z.B.:

- Auf der Hütte in der Sonne liegen
- Schöne Informationen zu Bergen
- Bergführer und Führungen



Neu-Orientierung

Als Aktivität wünscht man sich v.a. meditative Dinge

- Wandern in Spaziermodus
- Hütten-Einkehr mit Ruhe
- Entdeckung von Schönen
- Sonnenaufgang mit Gebeten, Gottesdienst etc.



Kraft-Beweis

Suche nach körperlicher Herausforderung

- Fund & Thrill: Downhill Bikeparks
- Sport: Mountainbiken, Klettern
- Wandern: Bergtouren im Hochgebirge, Rundwege etc.



Heile Welt / Live like a local

Aktivitäten zum Mitmachen und Traditionelles für jedes Lebensalter

- Koch- & Handwerkskurse
- Tänze, Lieder, Bräuche

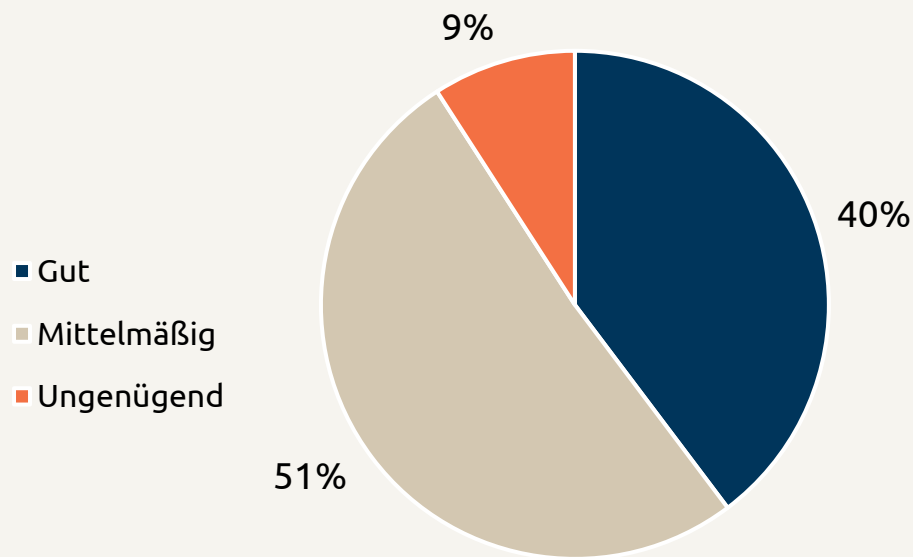


1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

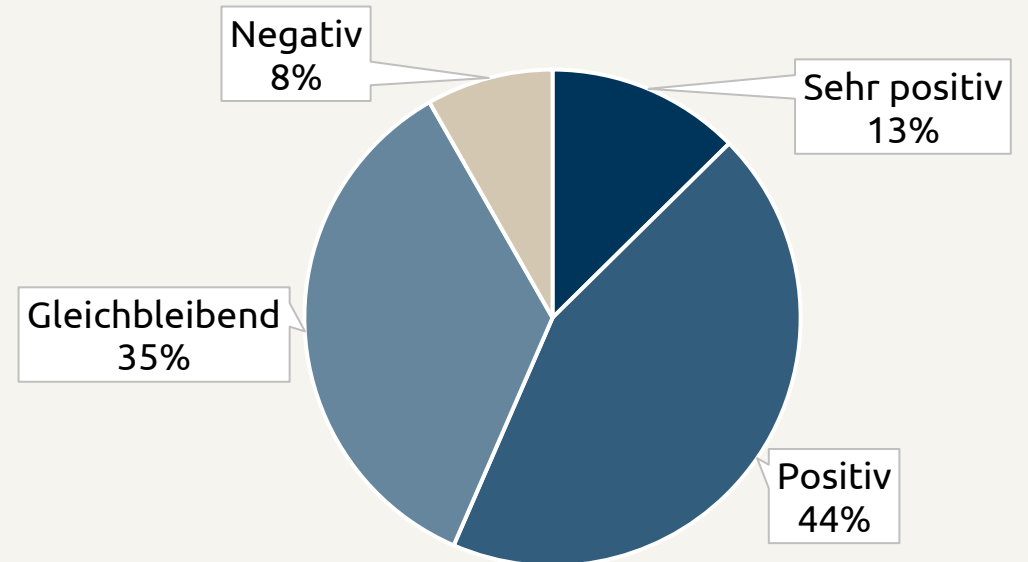
1.2. Chancen & Herausforderungen



Bewertung der aktuellen touristischen Qualität
& Professionalität
im Wettbewerbs-Vergleich



Einschätzung des touristischen Zukunftspotenzial
der nächsten 5-10 Jahre für Wildschönau



- Die aktuelle touristische Qualität wird tendenziell „durchschnittlich“ wahrgenommen
- Das touristische Zukunftspotenzial der Wildschönau wird **mehrheitlich (57 %) positiv** gesehen
- Grundstimmung tendenziell zurückhaltender/ kritischer als in Vergleichsdestinationen

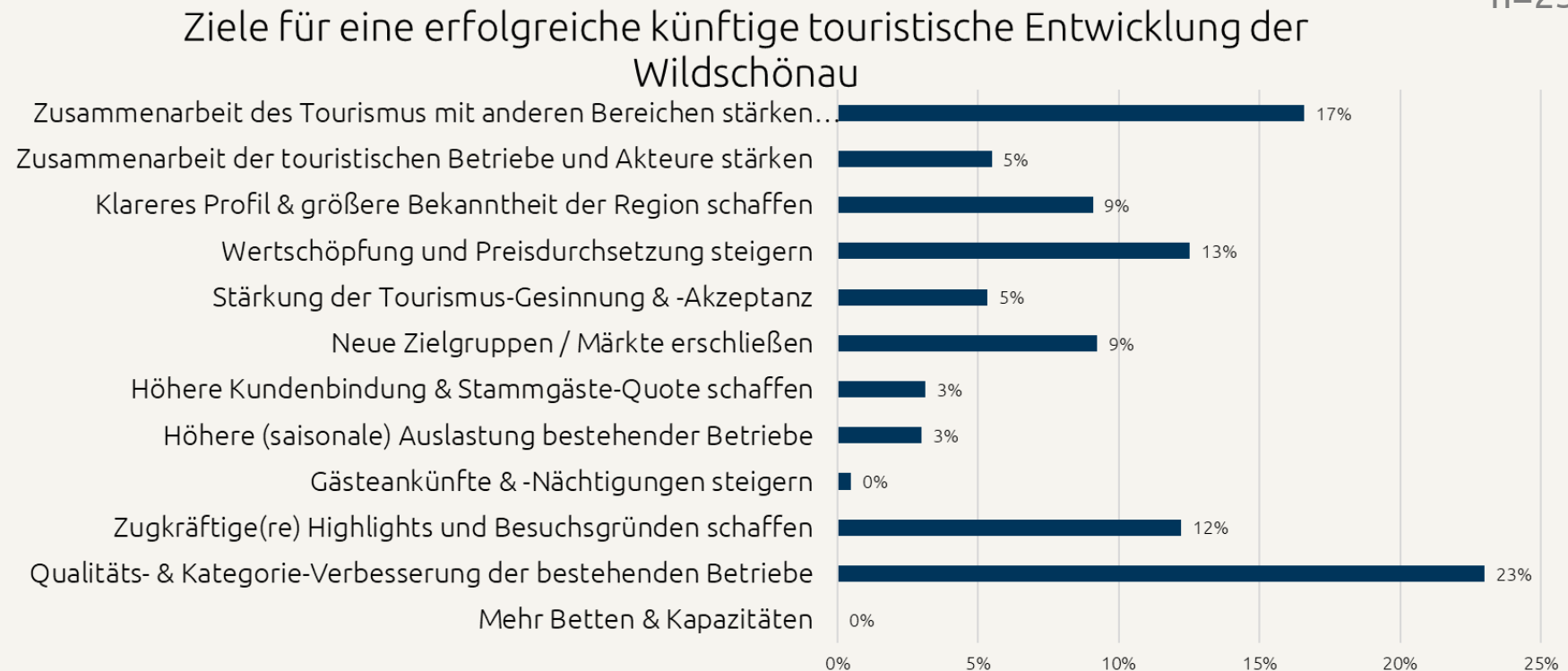
n=230

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.2. Chancen & Herausforderungen



n=230



Die Befragten priorisieren für die zukünftige Entwicklung in Wildschönau drei klare **Ziele**:

- **Steigerung** der Qualität bestehender Betriebe
- **Stärkung** der Zusammenarbeit aller Sektoren
- **Steigerung** Wertschöpfung und Preisdurchsetzung

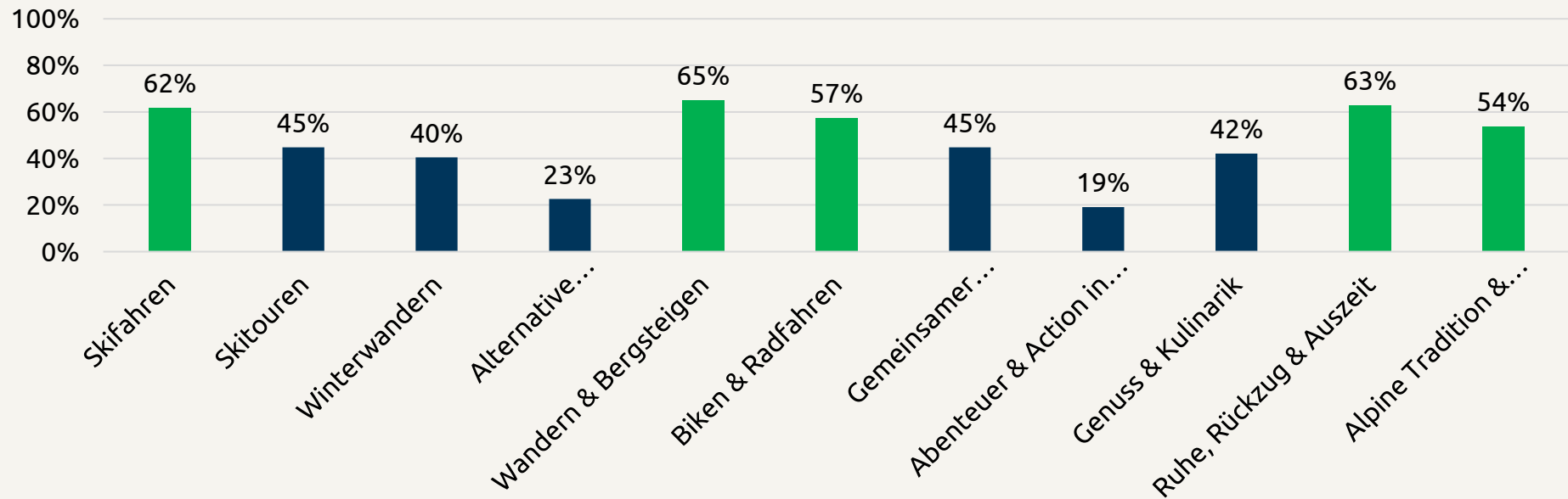
1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.2. Chancen & Herausforderungen



n=230

Nachfrage-Chance der Themen- & Erlebnisfeldern



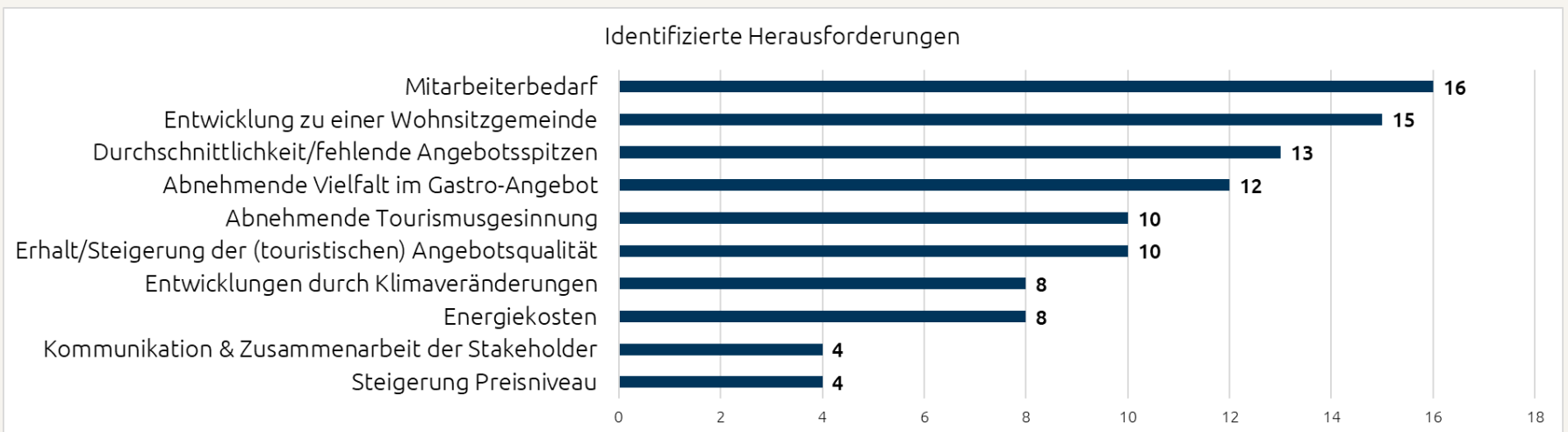
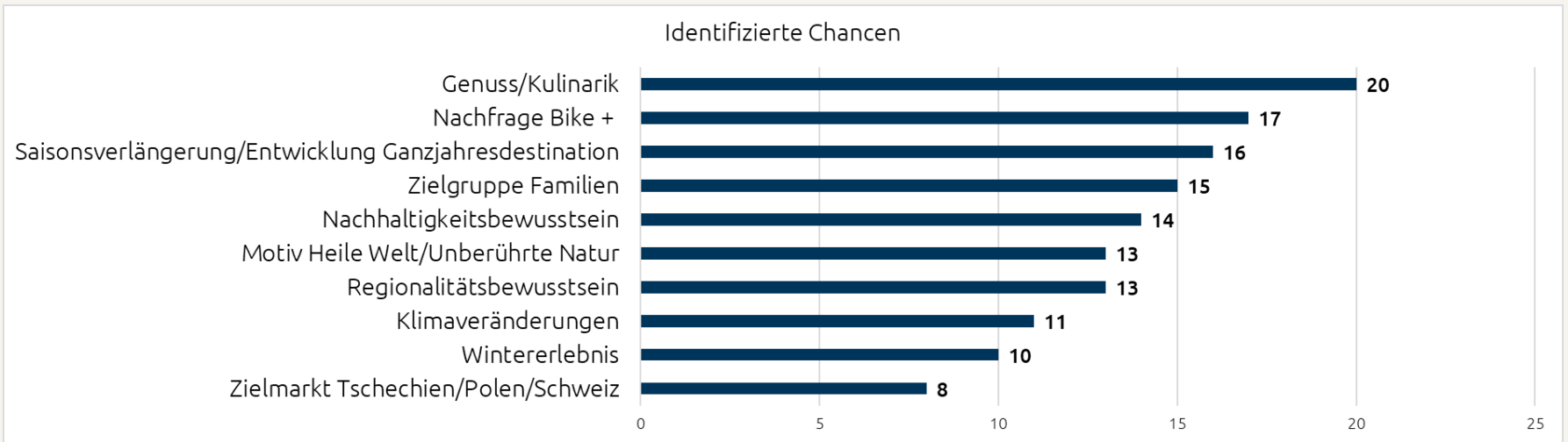
Potenzial sehen die Befragten besonders in den Themen:

- Wandern & Bergsteigen
- Ruhe, Rückzug & Auszeit
- Skifahren
- Alpine Tradition & Lebenskultur

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.3. Chancen & Herausforderungen *Klausurteam*

Chancen & Herausforderungen aus den Umfeld-Entwicklungen



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.4. Chancen & Herausforderungen Kern-Erkenntnisse - Wildschönau

Ausgewählte relevante allgemeine Freizeit- & Tourismustrends für die Wildschönau

- Nachhaltigkeit & Umweltbewusstsein
- Authentizität, Genuss & Regionalität
- „Rad & Bike“
- „Mindful, fit & healthy“



Bergtouristische Sehnsucht-Motive für die Wildschönau

- Neu-Orientierung
- Heile Welt / Live like a local



Einschätzung des Tourismus in der Wildschönau durch Einwohner:innen und Touristiker:innen

- Die aktuelle touristische Qualität wird tendenziell „durchschnittlich“ wahrgenommen
- Das touristische Zukunftspotenzial der Wildschönau wird mehrheitlich (57 %) positiv gesehen
- Grundstimmung tendenziell zurückhaltender/ kritischer als in Vergleichsdestinationen



Priorisierung der Ziele für die zukünftige Entwicklung

- Steigerung der Qualität bestehender Betriebe
- Stärkung der Zusammenarbeit aller Sektoren
- Steigerung Wertschöpfung und Preisdurchsetzung



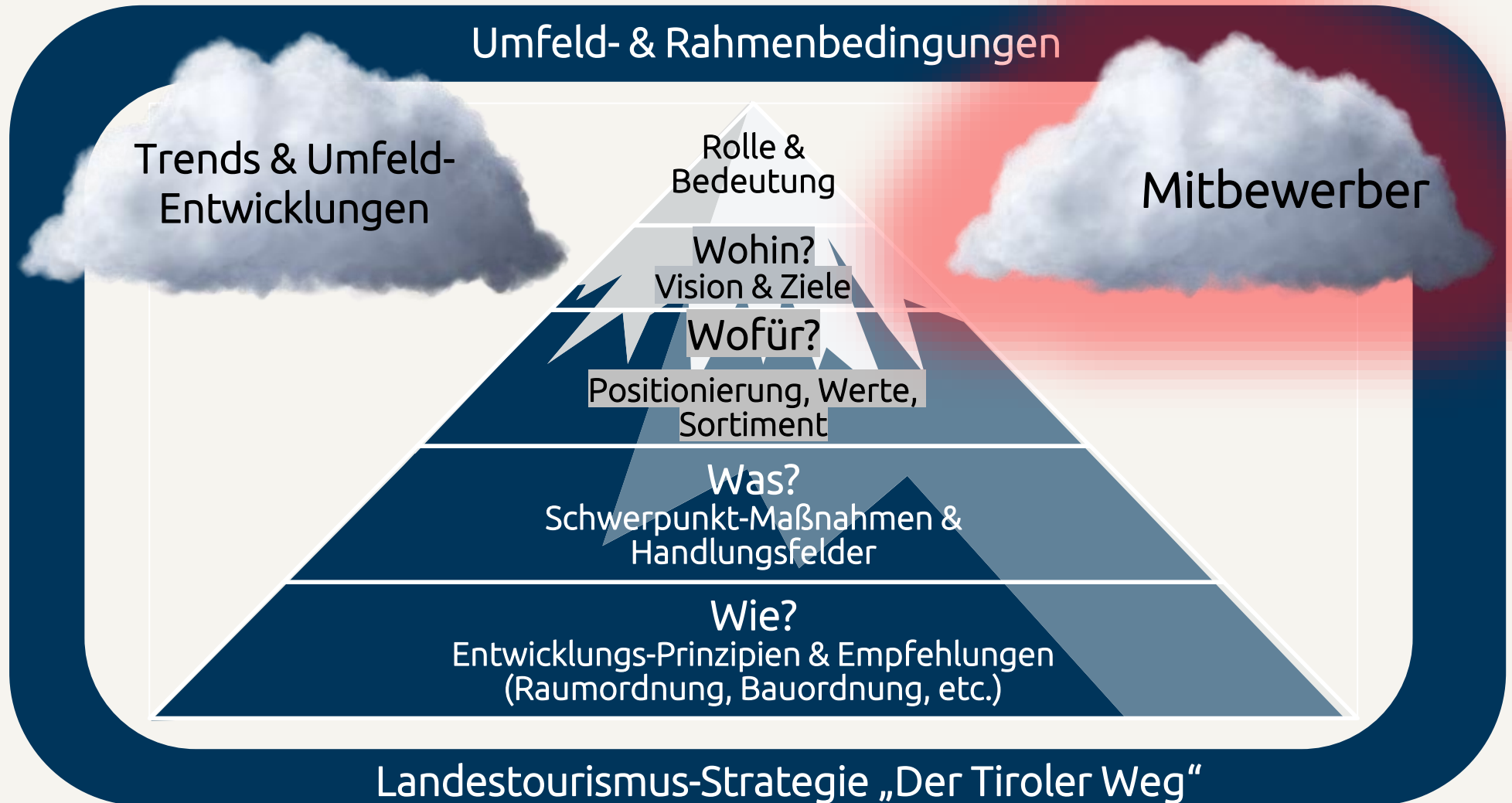
Mögliche Potenzialfelder in der Befragung identifiziert

- Wandern & Bergsteigen
- Ruhe, Rückzug & Auszeit
- Skifahren
- Alpine Tradition & Lebenskultur



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Inhaltlicher Projektaufbau



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.5. Mitbewerber-Situation

Woran denkt der Kunde....

„wenn er mit dem Motiv der Wildschönau in den Urlaub fahren will:



bregenzerwald



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

Inhaltlicher Projektaufbau

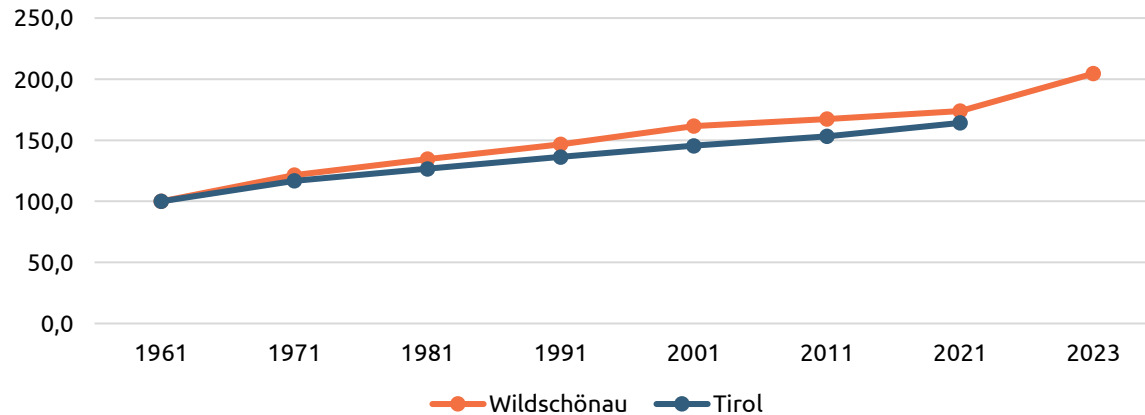


1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

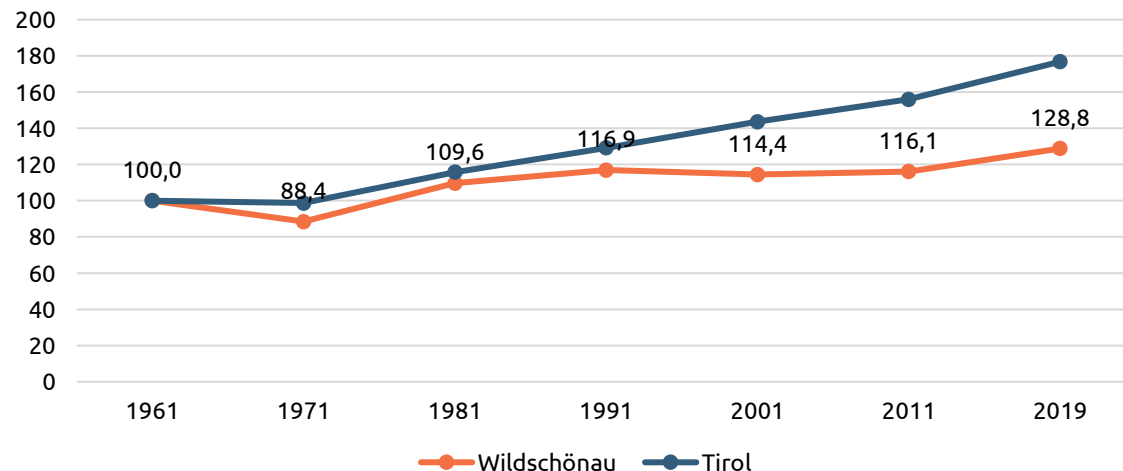
1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.1. Allgemeine Eckpunkte & Entwicklungen

Veränderung Wohnbevölkerung



Erwerbstätige am Arbeitsort

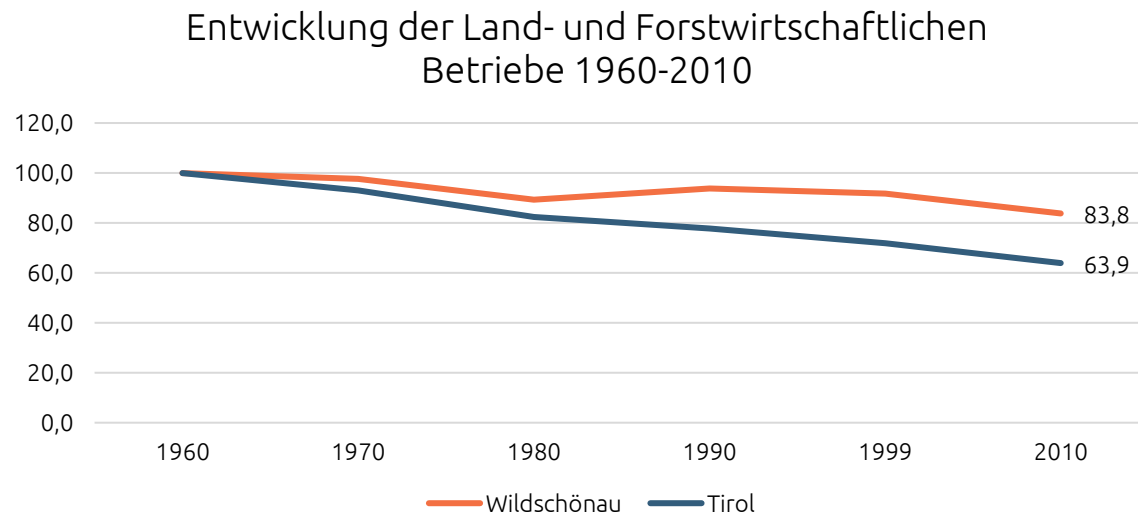


- Die **Bevölkerung** der Wildschönau wuchs in den letzten 60 Jahren konstant auf heute auf 5.073 Einwohner (+105%)
- Parallel dazu stieg die **Zahl der Erwerbstätigen** am Arbeitsort Wildschönau stieg um rund + 29% auf 1.270.
- Im Tirol-Vergleich war die **Bevölkerungsentwicklung überdurchschnittlich** und die Entwicklung als **Erwerbs-Standort unterdurchschnittlich**
- Hinweis dass Wildschönau **attraktiverer Wohn- & Lebensstandort als Wirtschafts-Standort** ist

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.1. Allgemeine Eckpunkte & Entwicklungen



- In **Tirol** ging die Zahl der land- & forstwirtschaftlichen Betriebe in den letzten 50 Jahren um **über 1/3** zurück.
- In der **Wildschönau** viel dieser Rückgang mit knapp 16 % **nur halb so stark** und damit **deutlich gemäßiger** aus.
- Hinweise auf eine (vergleichsweise) **starke landwirtschaftliche Struktur & Tradition**

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.2. Touristisches Angebot

Beherbergung

Anzahl der Betriebe

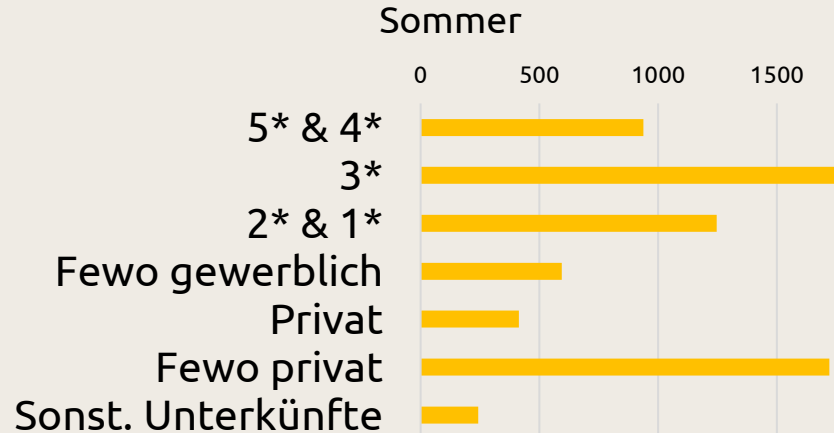
Anzahl der Betten TJ 2022/23

- 6.948 Betten



Tourismus-Intensität

- 1,37 Gästebetten pro Einwohner:in (Stand 2023: 5.073 Einwohner:innen)



Gastronomie

Anzahl der Betriebe: 71 gastronomische Betriebe

Prämierte Restaurants & Bars

- Alpengasthof Schönanger Alm: 90 Punkte (*Falstaff Hüttenguide 2022*)
- Genuss-Hütte Norderbergalm: 85 Punkte (*Falstaff Hüttenguide 2022*)

Tripadvisor listet folgende Restaurants als beste Restaurants in Wildschönau

1. Loya Stub'n Moser (5*, 163 Bewertungen)
2. Glennie's (5*, 189 Bewertungen)
3. Hexenhäusl Niederau (4,5*, 271 Bewertungen)
4. Thalmühle (5*, 58 Bewertungen)
5. Cafe Moorhof Konditorei (5*, 60 Bewertungen)



- Mäßige Tourismus-Intensität
- Solides Tiroler Durchschnittsangebot – unterdurchschnittlicher Betriebs-Anteil im gehobenen Qualitäts-Segment
- Limitiert überregional herausragende Leitbetriebe (Beherbergung, Gastronomie, Handel, etc.) vorhanden

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.2. Touristisches Angebot

Highlights & Attraktionen

Ganzjahres-Highlights

Attraktionen:

- Bergbauermuseum
- Tiroler Holzmuseum

Winter-Highlights

Attraktionen:

- Skijuwel Alpachtal Wildschönau (113 km / 46 Anlagen)
- Rodelbahn Lahnerköpfl & Schatzberg (Bergbahn)
- Schatzberg Zwergenland,
- Winterangebot Drachental
- Loipen (26 km)

Events & Programme

- Bergadvent,
- Auffacher Musikantenadvent
- Kutschenfahrten

Sonstiges

- Wildschönau Winter Card

Sommer-Highlights

Attraktionen:

- Drachenpark
- Wildgehege Foisching,
- Sommerbergbahnen
- Freischwimmbad
- Bike-Angebot (8 offizielle Touren / 14 zertifizierte Betr.)

Events & Programme

- Talfest Wildschönau der Almabtrieb,
- Höhenweg Trophy,
- SAAC E-Bike und Familien-Bike Camp
- Gäste- & Kinderbetreuungsprogramm (Drachen Club)

Sonstiges

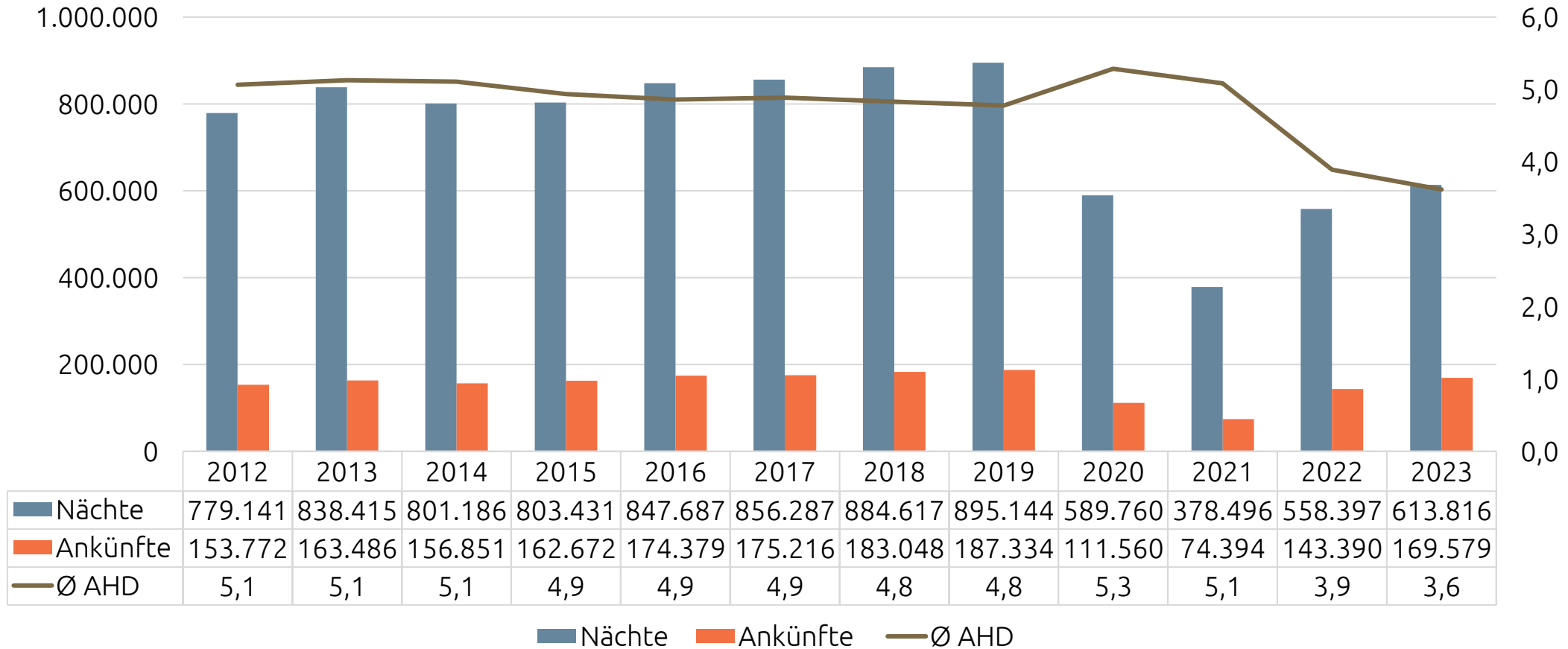
- Wildschönau Card

- Solides Grundangebot
- Einige Attraktions-Schwerpunkte im „Kinder- & Familienbereich“

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage - Destination



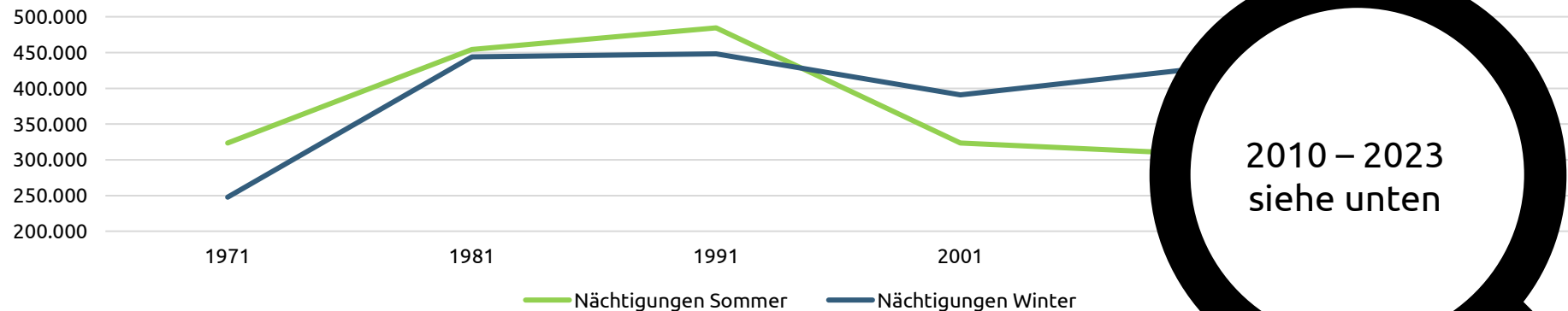
- Bis 2019 sukzessive Steigerung der
 - Nächtigungen auf knapp 0,9 Mio.
 - Ankünfte auf über 180.000
- Vergleichsweise stabile & hohe durchschnittliche Aufenthaltsdauer bis 2021

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

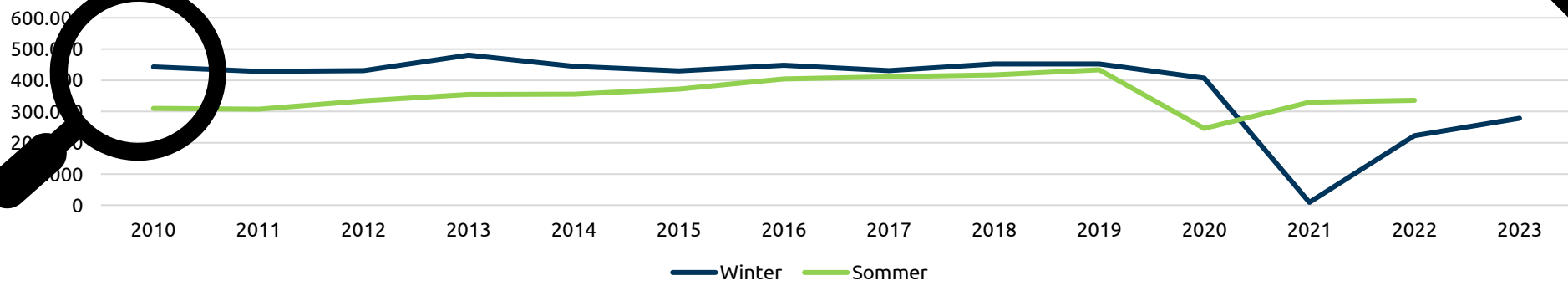
1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage - Destination

Saisonale Nächtigungsentwicklung - seit 1971



Entwicklung der Nächtigungen nach Saisonen 2010-2023



- Bis in die 90'er Jahre primär „Sommerdestination“
- Seither überwiegt die Nachfrage- & Wertschöpfungsbedeutung des Winters
- In den letzten 10 Jahren: Winter stabil/stagniert und Sommerbedeutung deutlich gesteigert

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

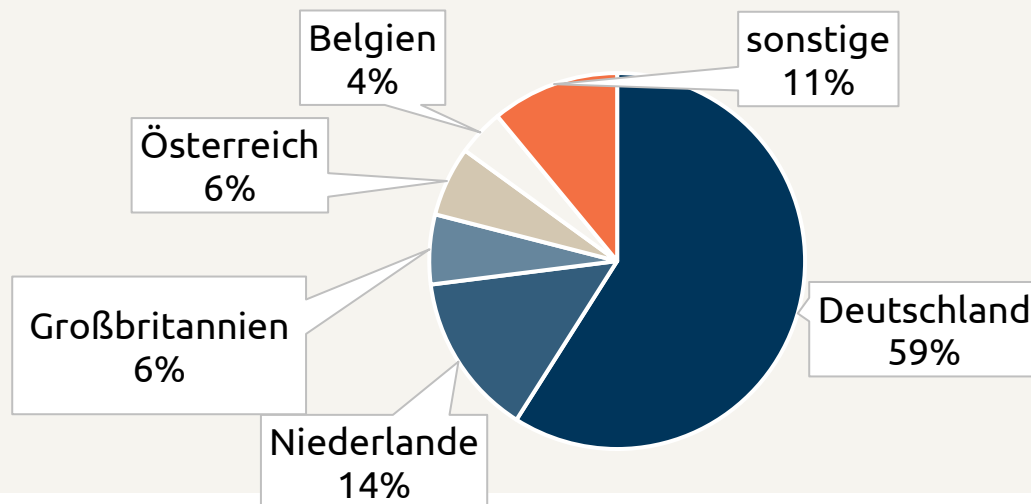
1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage - Destination

01.11.2021-31.10.2022	Anteil Betten	Anteil Nächtigungen
***** / ****	14%	21%
***	22%	34%
** / *	15%	11%
Fewo gewerblich	14%	29%
Privat	7%	3%
Jugend-Schullandheim	3%	2%

- 14% 4*-Betten generieren 21% Nächtigungen
- 36 % 3-4*- Betten generieren 55 % Nächtigungen
- **Ressourcen-effiziente Gewerbe-Betriebe** – mit weniger Kapazität & Fläche höhere Nachfrage & Wertschöpfung!

Nationen-Mix 2022

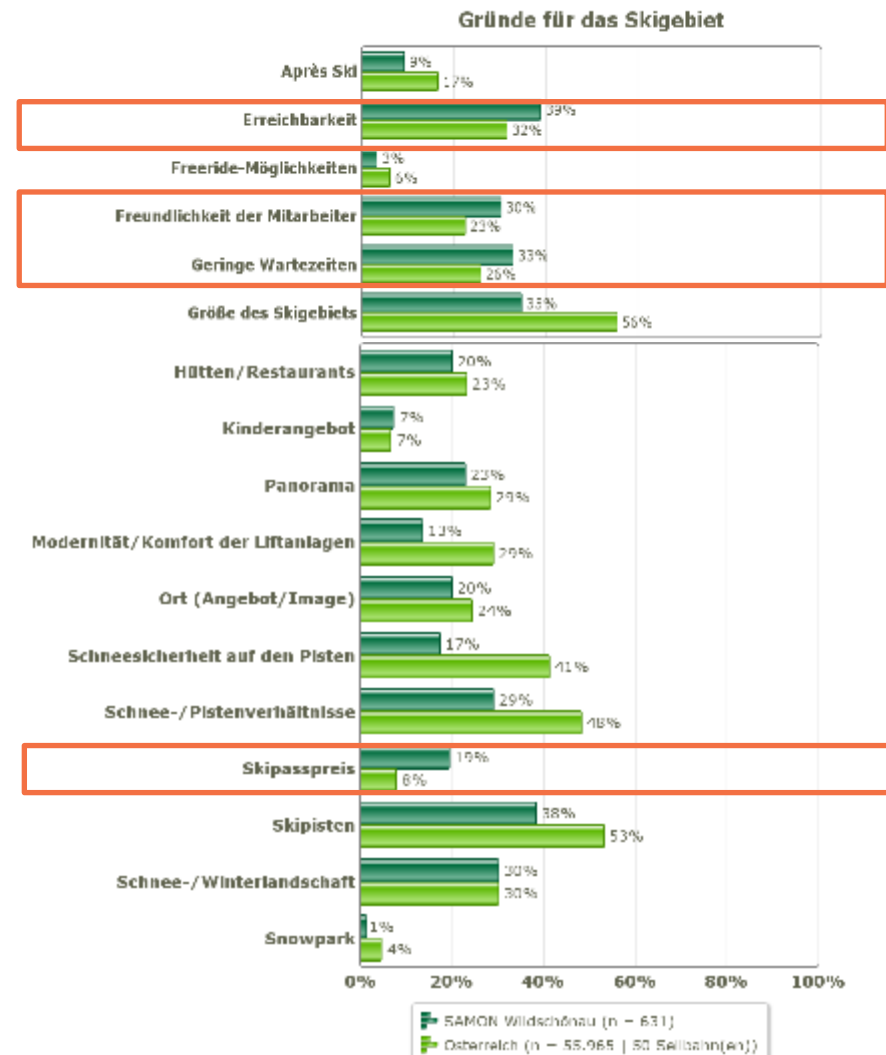
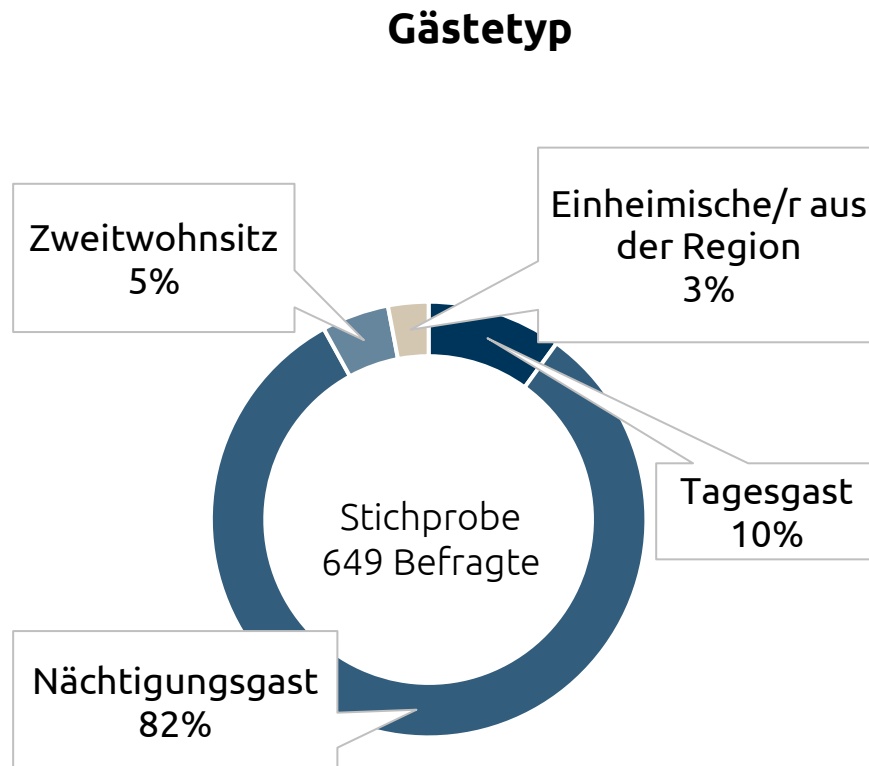


- 65 % deutschsprachiger Markt
- 18 % Benelux

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage - Skigebiet

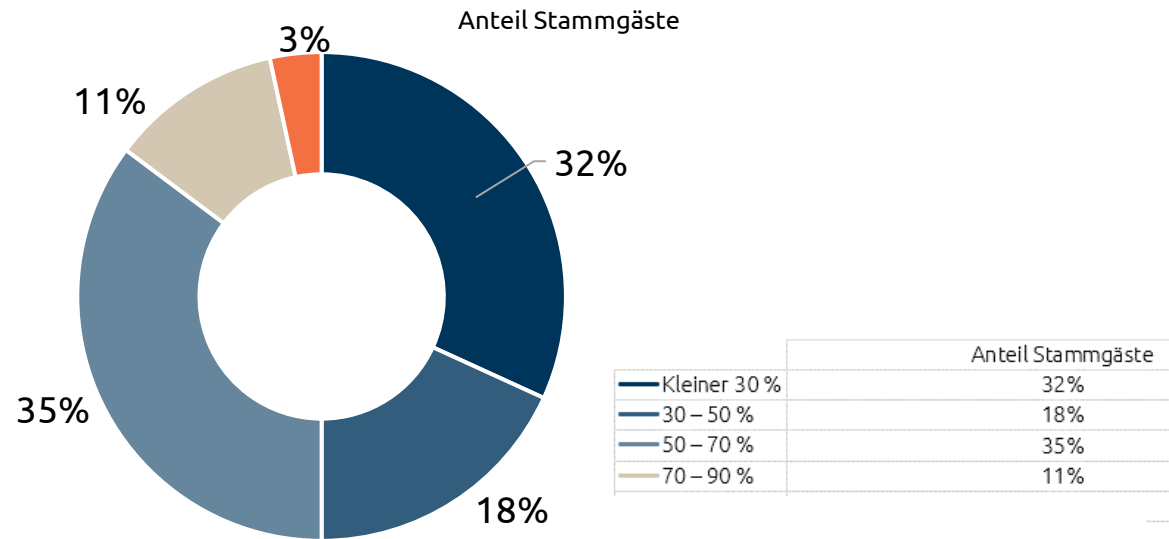


- Ski-Gast ist hauptsächlich Urlaubsgast
- Preis / Leistbarkeit , Freundlichkeit, Wartezeiten & Erreichbarkeit als stärkste (positive) Differenzierungsmerkmale (im Wettbewerbsvergleich)
- „klein, fein, freundlich & familiär“ wird geschätzt

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage – Kundenbindung & -Loyalität



Destination

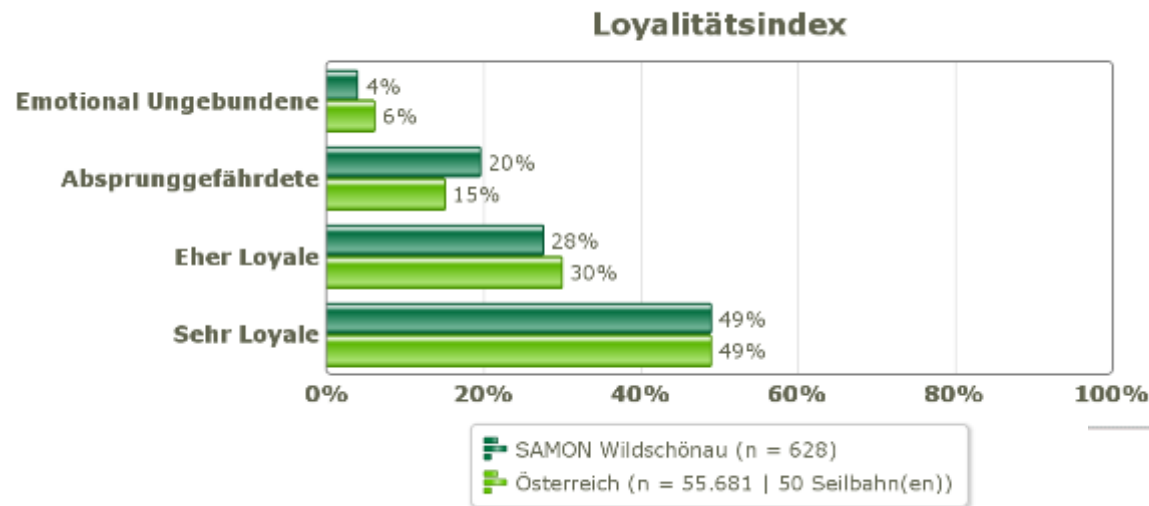
- 1/3 der Betriebe haben weniger als 30 % Stammgäste!!
- 50 % der Betriebe haben weniger als 50 % Stammgäste
- Insgesamt ca. 35 – 45 % Stammgästequote (= unterdurchschnittlich)

Skigebiet (Samon 2018/19)

- Überdurchschnittlicher Anteil an „Absprunggefährdeten“
- Insg. Unterdurchschnittliche Kundenloyalität & Promotoren

Gesamt

- Aktuell vergleichsweise geringe Kundenbindungs- & Begeisterungs-Dimension



	Net Promoter Score eigener Wert	Net Promoter Score Benchmark
Weiterempfehlung	55	66

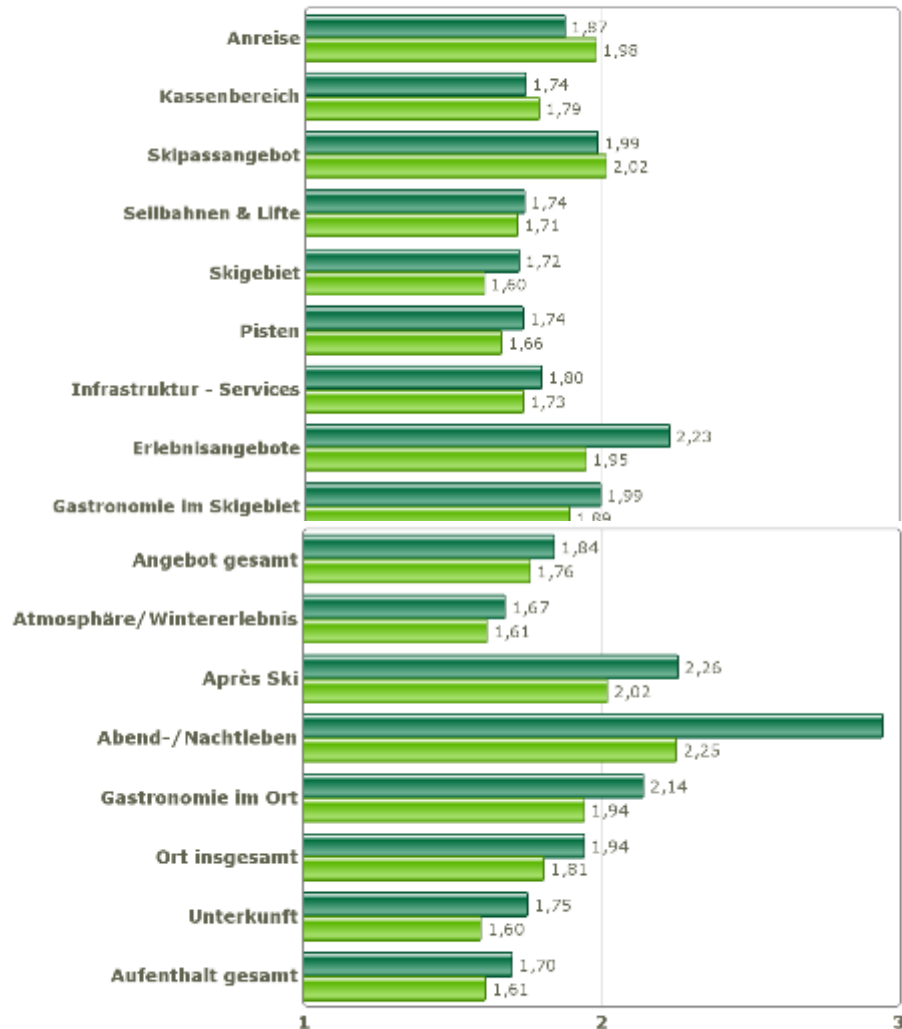
1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.3. Touristische Nachfrage - Skigebiet

Skigebiets-Stärken & Schwächen

Generelle Zufriedenheit mit...

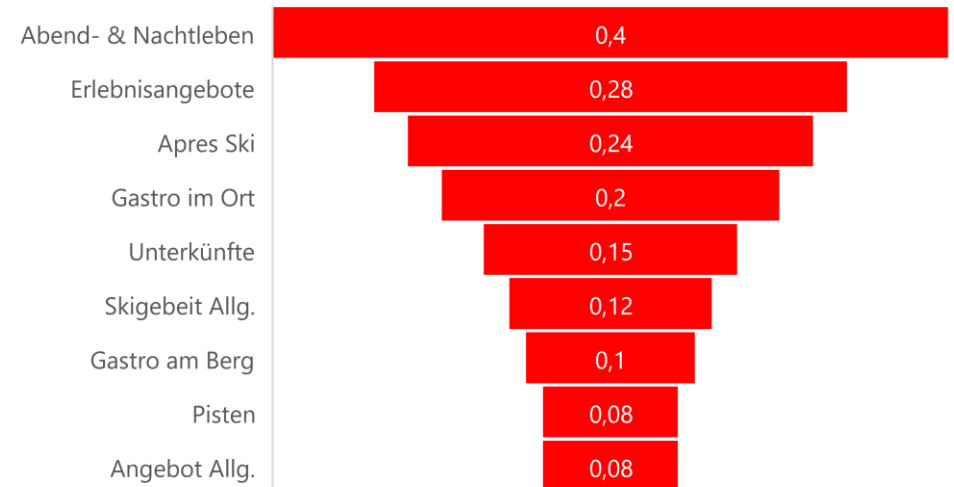


SAMON Wildschönau (n = 314-593)
 Österreich (n = 28.505-52.166 | 50 Seilbahn(en))

Die größten (Winter-)Stärken



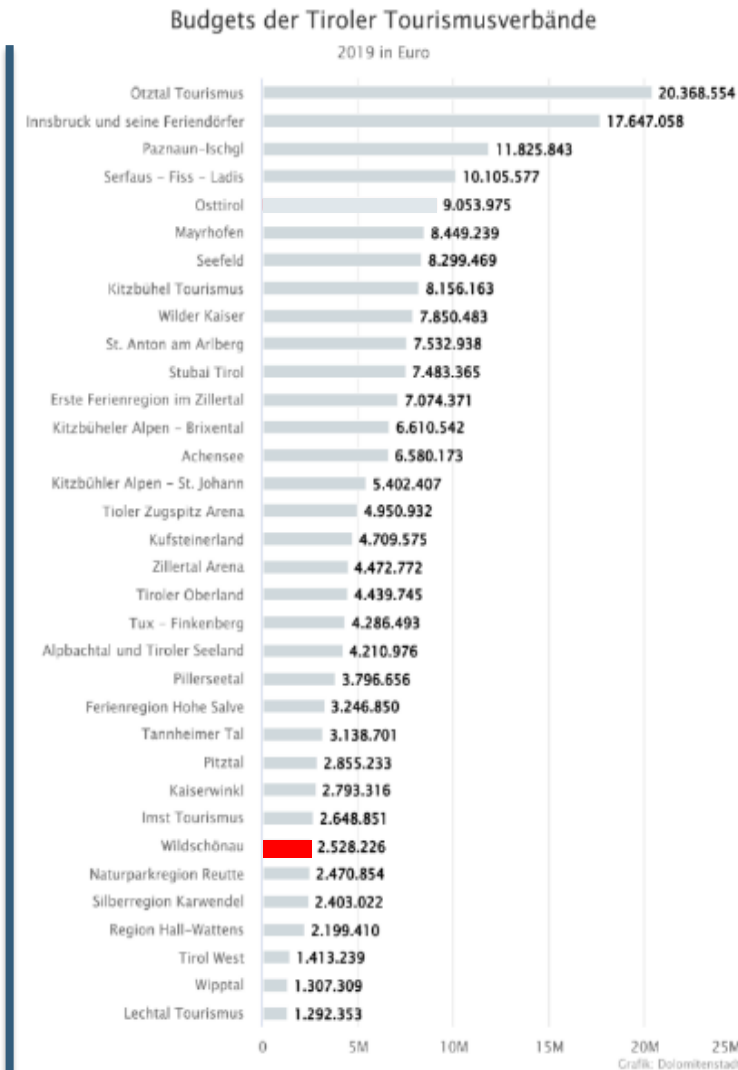
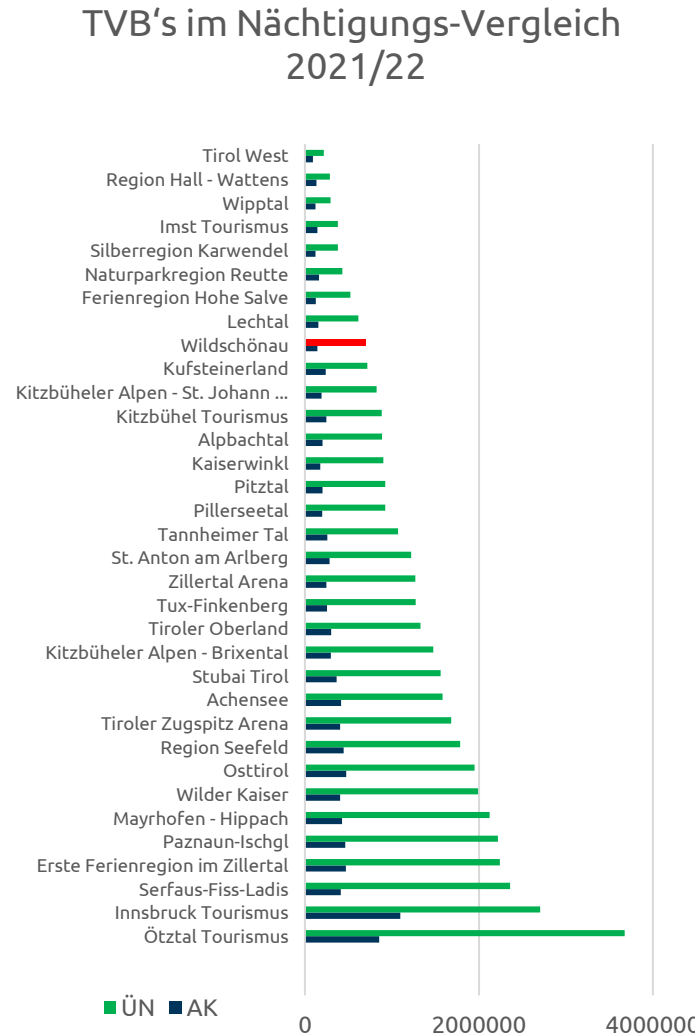
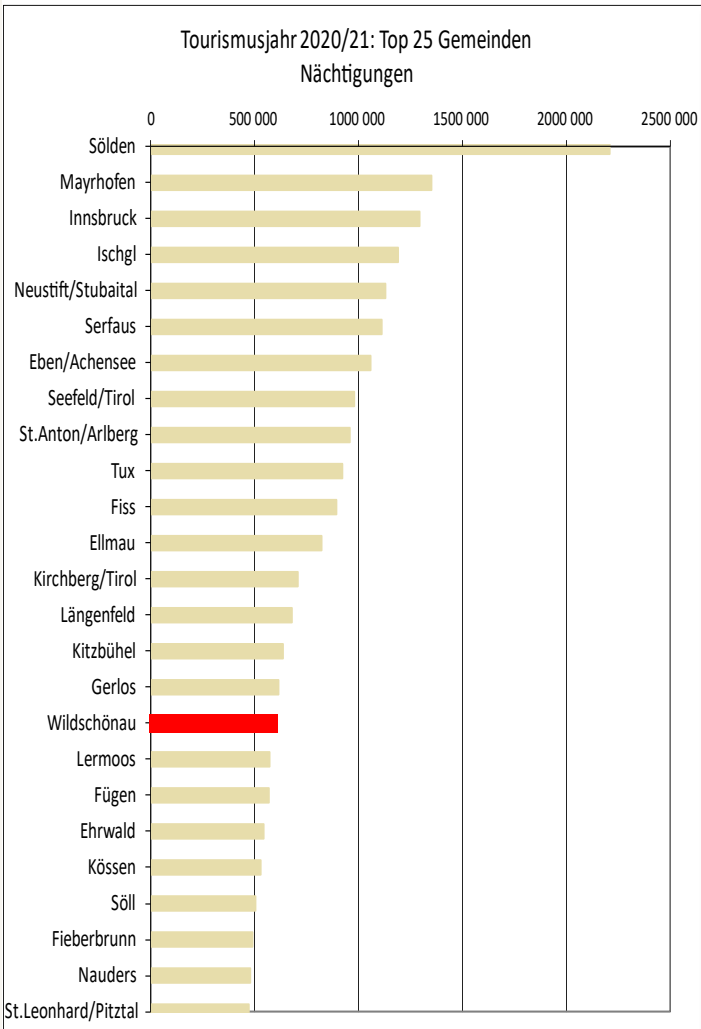
Die größten (Winter-)Schwächen



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.5. Quantitativer Bedeutungs-Vergleich



- Nr. 17 der nächtigungsstärksten Gemeinden Tirols
- Als TVB nachfrageseitig Nr. 26 (von 34)
- Als TVB budgetseitig Nr. 28 (von 34)

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.5. Quantitativer Bedeutungs-Vergleich (Auslastung)

Rang	Tourismusverband	Winter 19/20	Rang	Tourismusverband	Sommer 2020
1	Tux-Finkenberg	49,0	1	Achensee	48,4
2	Serfaus-Fiss-Ladis	48,9	2	Tannheimer Tal	38,7
3	Ötztal Tourismus	44,2	3	Kaiserwinkl	38,3
4	Paznaun-Ischgl	42,8	4	Naturparkregion Reutte	32,8
5	Stubai Tirol	42,3	5	Wilder Kaiser	32,2
6	Zillertal Arena	41,6	6	Osttirol	31,6
7	Tiroler Oberland	41,0	7	Tiroler Zugspitz Arena	30,9
8	Mayrhofen - Hippach	40,5	8	Serfaus-Fiss-Ladis	29,4
9	Wilder Kaiser	39,4	9	Olympiaregion Seefeld	28,4
10	St. Anton am Arlberg	37,4	10	Tux-Finkenberg	28,2
11	Olympiaregion Seefeld	37,1	11	Stubai Tirol	26,1
12	Achensee	36,8	12	Kufsteinerland	25,5
13	Kitzbühel Tourismus	36,3	13	Pillerseetal	25,3
14	Tannheimer Tal	35,9	14	Tirol West	25,3
15	Erste Ferienregion im Zillertal	35,8	15	Silberregion Karwendel	24,9

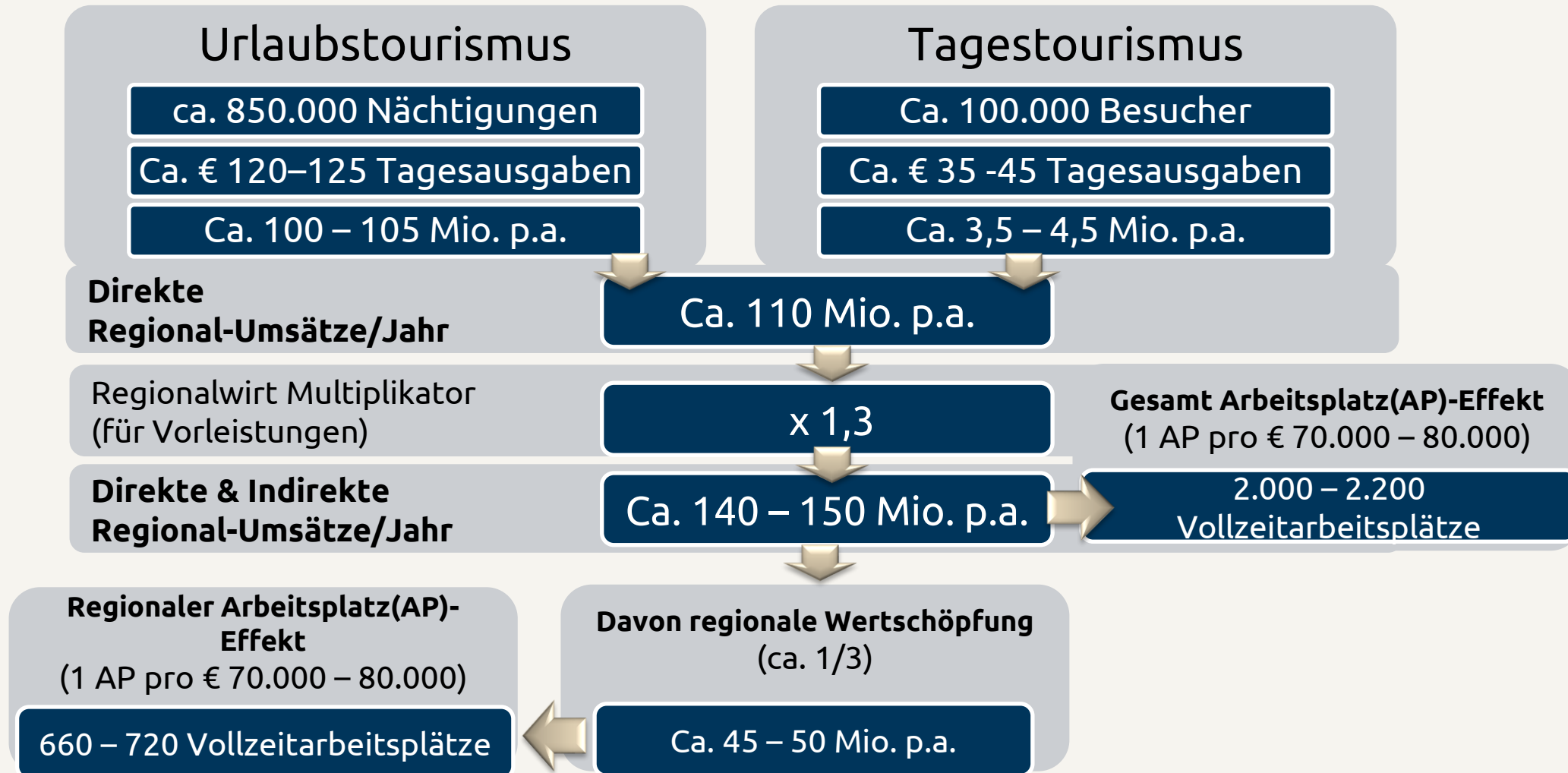
	Aufenthaltsdauer	Auslastung (in Vollbelegtagen)
Österreich	3,4 Tage	124,7 Tage
Tirol	4,1 Tage	136,8 Tage
Wildschönau	4,9 Tage	100, 3 Tage

- Weder im Sommer noch im Winter ist die Wildschönau bei den Auslastungsstärksten Regionen Tirols
- Aktuelle mit ca. 100 Vollbelegtagen sowohl **im Auslastungs-Vergleich deutlich unterdurchschnittlich**

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.6. Ökonomische Bedeutung des Tourismus (Grob-Schätzung)



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

1.6.7. Touristische Positionierung



Positionierung/ Botschaft:

„Da leb' ich auf.“

Sortiment- bzw. Geschäftsfelder:

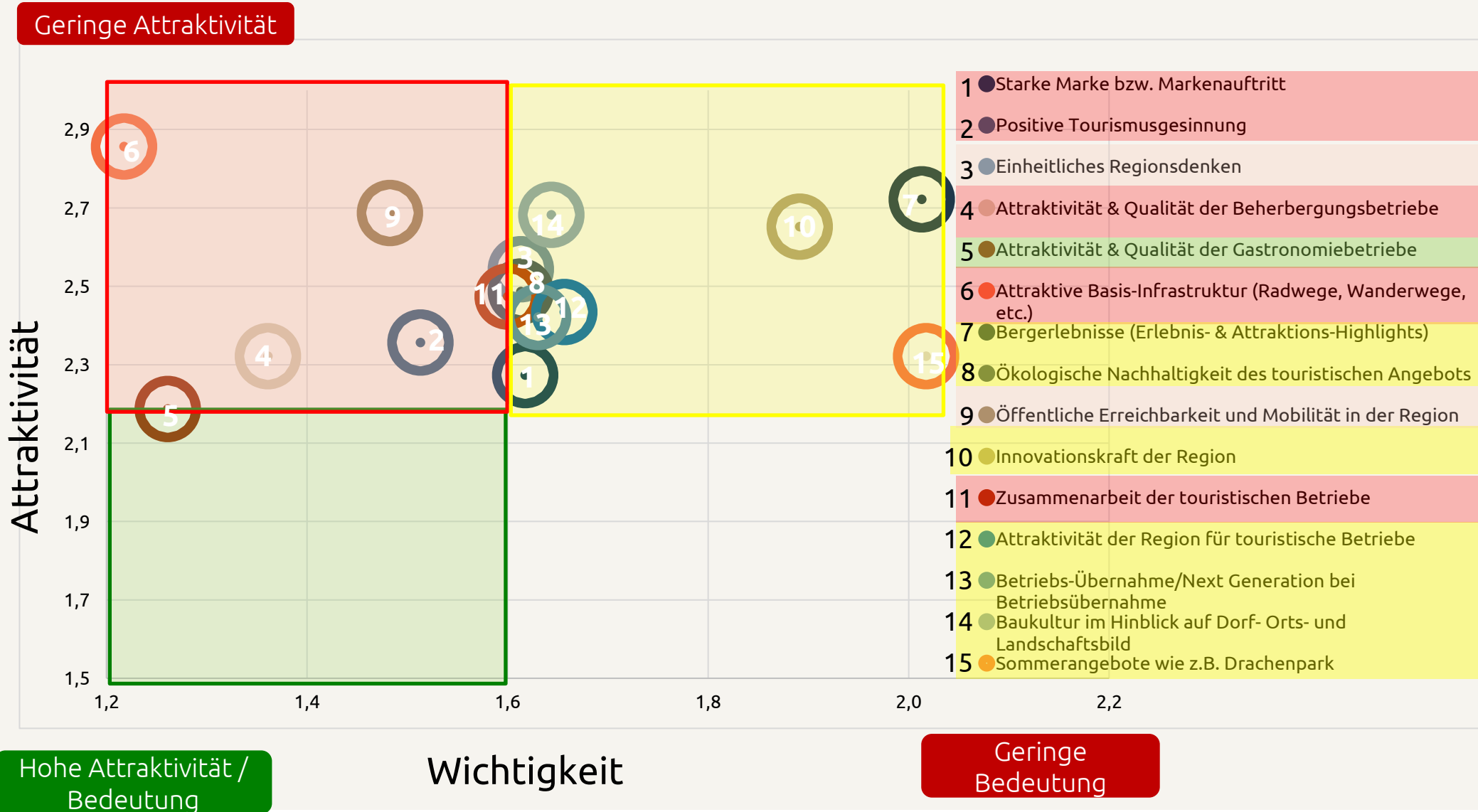
Sommer	Winter
<ul style="list-style-type: none">• Wandern• Kulinarik• Familie• Biken	<ul style="list-style-type: none">• Wintersport• Familie• Winter-Alternativen (Rodeln, Wandern, Touren, Pferde, ..)

- Eindeutige Alleinstellungs- bzw. Differenzierungs-Botschaft (im Wettbewerbsvergleich) nicht erkennbar
- Botschaft versucht „Nutzen/Mehrwert“ zu adressieren („Aufleben“)
- Keine erkennbare symbolische / ikonische Alleinstellung / Wiedererkennung
- Limitierte herausragende Leitprodukte (Drachenpark, ...)

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.6. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau

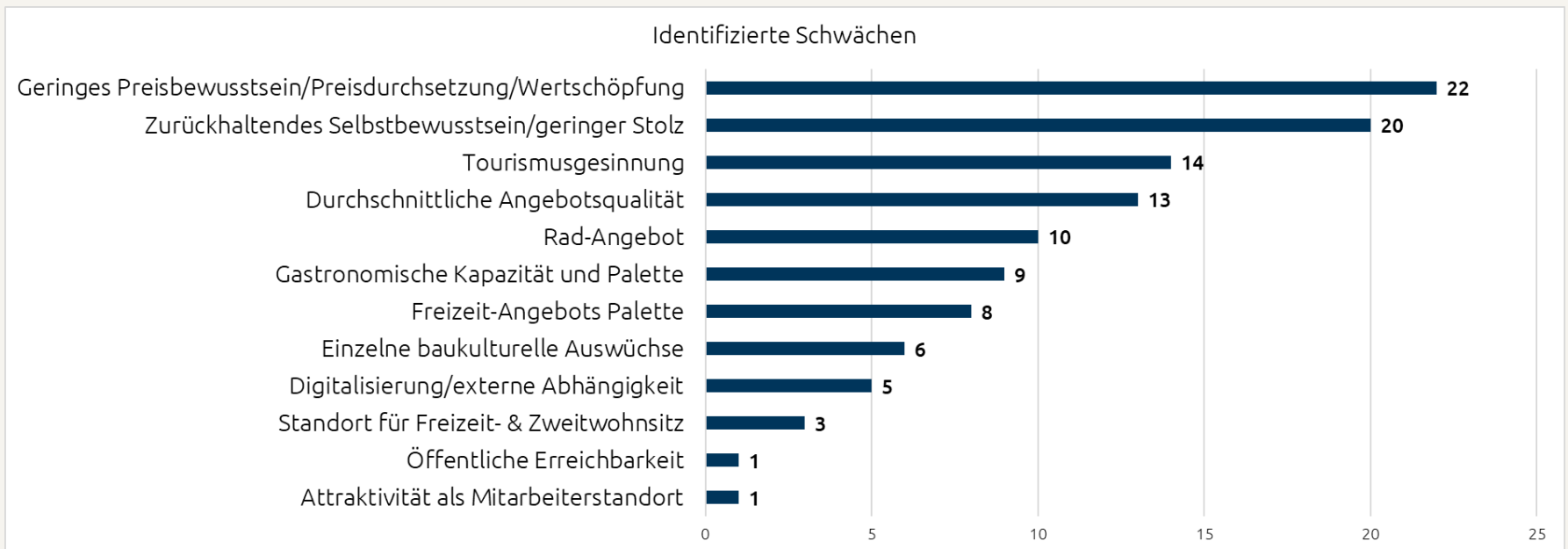
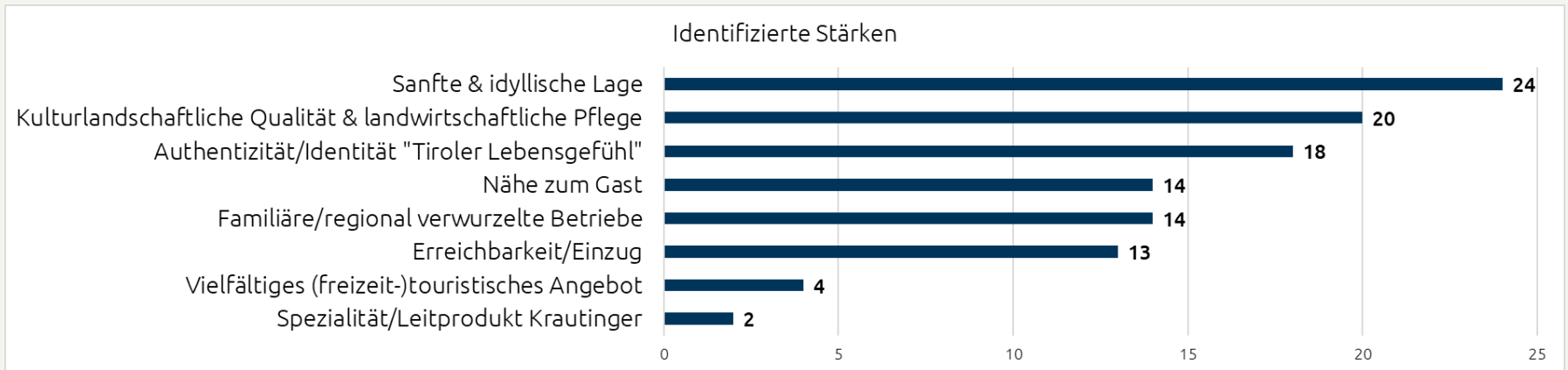
1.6.8. Stärken & Schwächen – Online-Befragung



1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.7. Stärken & Schwächen Gemeinde Wildschönau Klausurteam


INNEN




1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.8. Stärken & Schwächen Kern-Erkenntnisse – Wildschönau (1/2)

Touristisches Angebot

- 
- Die Wildschönau weist aktuell eine **mäßige Tourismus-Intensität** auf (1,62 Gästebetten/Einwohner:in)
 - **Solides Tiroler Durchschnittsangebot** – unterdurchschnittlicher Betriebs-Anteil im gehobenen Qualitäts-Segment
 - Limitiert überregional herausragende Leitbetriebe (Beherbergung, Gastronomie, Handel, etc.) vorhanden


Touristische Nachfrage

- 
- Positive Entwicklung bis 2019 in Nächtigungen und Ankünften
 - Angleichung der Auslastung der Saisonen, die Bedeutung des Sommers glich sich jener des Winters an
 - Rund 36 % der Gesamtbetten (3-4*- Betten) generieren 55 % Nächtigungen und somit einen **signifikanten Teil der Wertschöpfung**


Highlights & Attraktionen

- 
- Aktuell bietet die Wildschönau ein solides Grundangebot an Attraktionen für seine Gäste
 - Die Highlight-Schwerpunkte liegen im „Kinder- & Familienbereich“

Skigebiet

- 
- **Preis / Leistbarkeit, Freundlichkeit, Wartezeiten & Erreichbarkeit** als stärkste (positive) Differenzierungsmerkmale (im Wettbewerbsvergleich)
 - „**klein, fein, freundlich & familiär**“ wird geschätzt

Kundenbindung & -Loyalität

- 
- Aktuell vergleichsweise geringe Kundenbindungs- & Begeisterungs-Dimension in den touristischen Betrieben

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

1.8. Stärken & Schwächen Kern-Erkenntnisse – Wildschönau (2/2)

Quantitative Bedeutung Tourismus

- Wildschönau liegt bei den Gästenächtigungen an 17. Stelle der Tiroler Gemeinden
- TVB Wildschönau ist aber nachfrage- als auch budgetseitig nicht unter den Top-Destination Tirols.
- Jährlich generiert der Tourismus der Wildschönau ca. €140-150 Mio. an direkten & indirekten Umsätzen
- Der regionale Arbeitsplatz-Effekt daraus beträgt 660-720 Vollzeitarbeitsplätze p.a.

Touristische Positionierung

- Eindeutige Alleinstellungs- bzw. Differenzierungs-Botschaft (im Wettbewerbsvergleich) nicht erkennbar
- Botschaft versucht „Nutzen/Mehrwert“ zu adressieren („Aufleben“)
- Keine erkennbare symbolische / ikonische Alleinstellung und limitierte herausragende Leitprodukte (Drachentpark, ...)

Einschätzung Stärken

- Im Rahmen der Einschätzung durch die Befragten zeichnet sich ein ähnliches Bild der aktuellen Wettbewerbsposition.
- Das Fehlen von Alleinstellungsmerkmalen und wiedererkennbaren Speerspitzen resultiert in einer mittelmäßigen Beurteilung des Tourismus
- Als positiv wird die Attraktivität & Qualität der Gastronomiebetriebe beurteilt

Einschätzung Schwächen

- In der Einschätzung für die Zukunft werden der Attraktiven Basis-Infrastruktur sowie der Attraktivität & Qualität der Beherbergungsbetriebe besondere Bedeutung zugewiesen.
- Öffentliche Erreichbarkeit sowie die Tourismusgesinnung sind Schlüsselfelder für die Weiterentwicklung

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

Inhaltlicher Projektaufbau



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.1. Wozu? - Rolle & Bedeutung der Tourismus-Wirtschaft

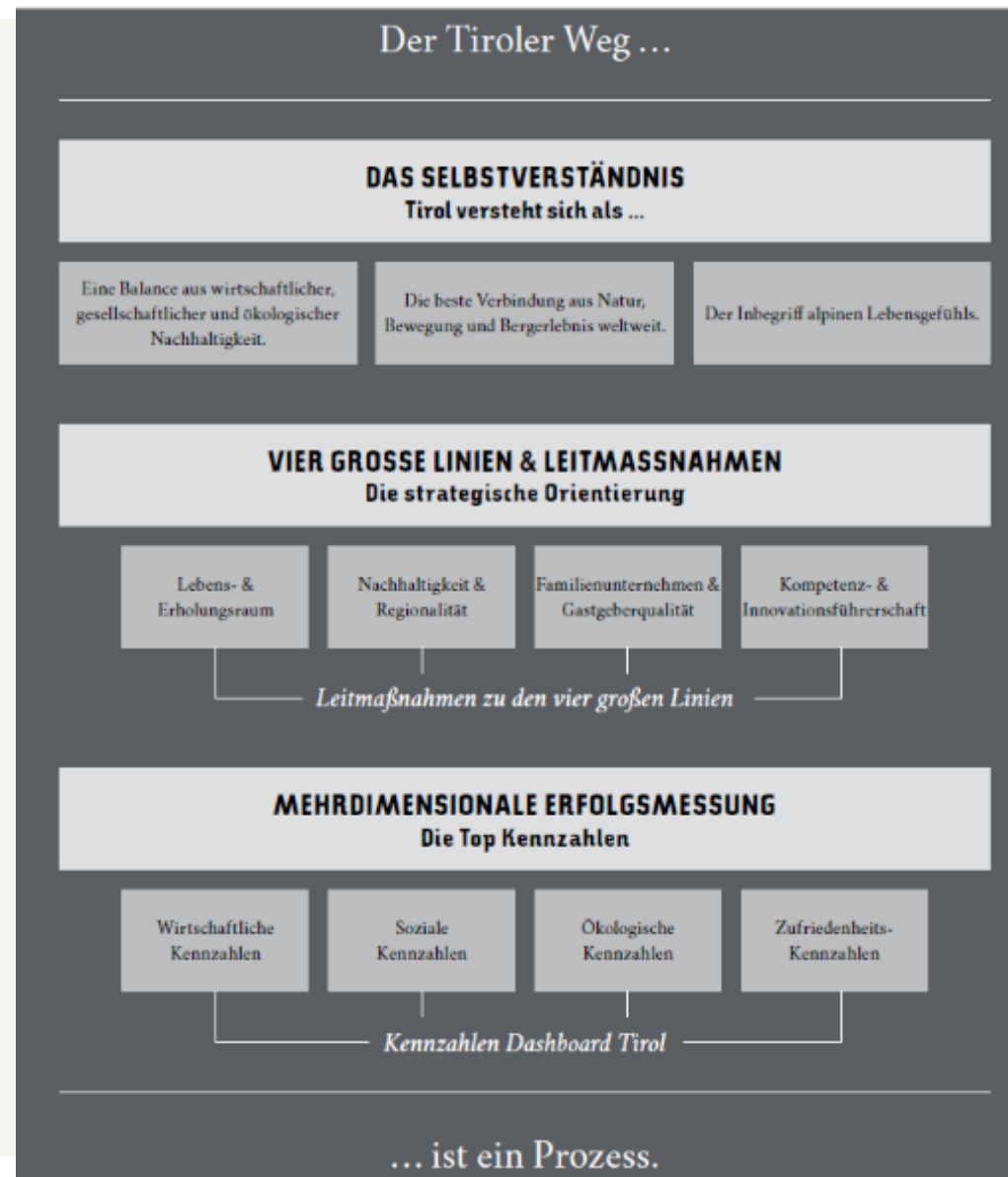
Wozu

brauchen wir eigentlich
Tourismus- & Freizeit-
Wirtschaft in der
Wildschönau ?



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

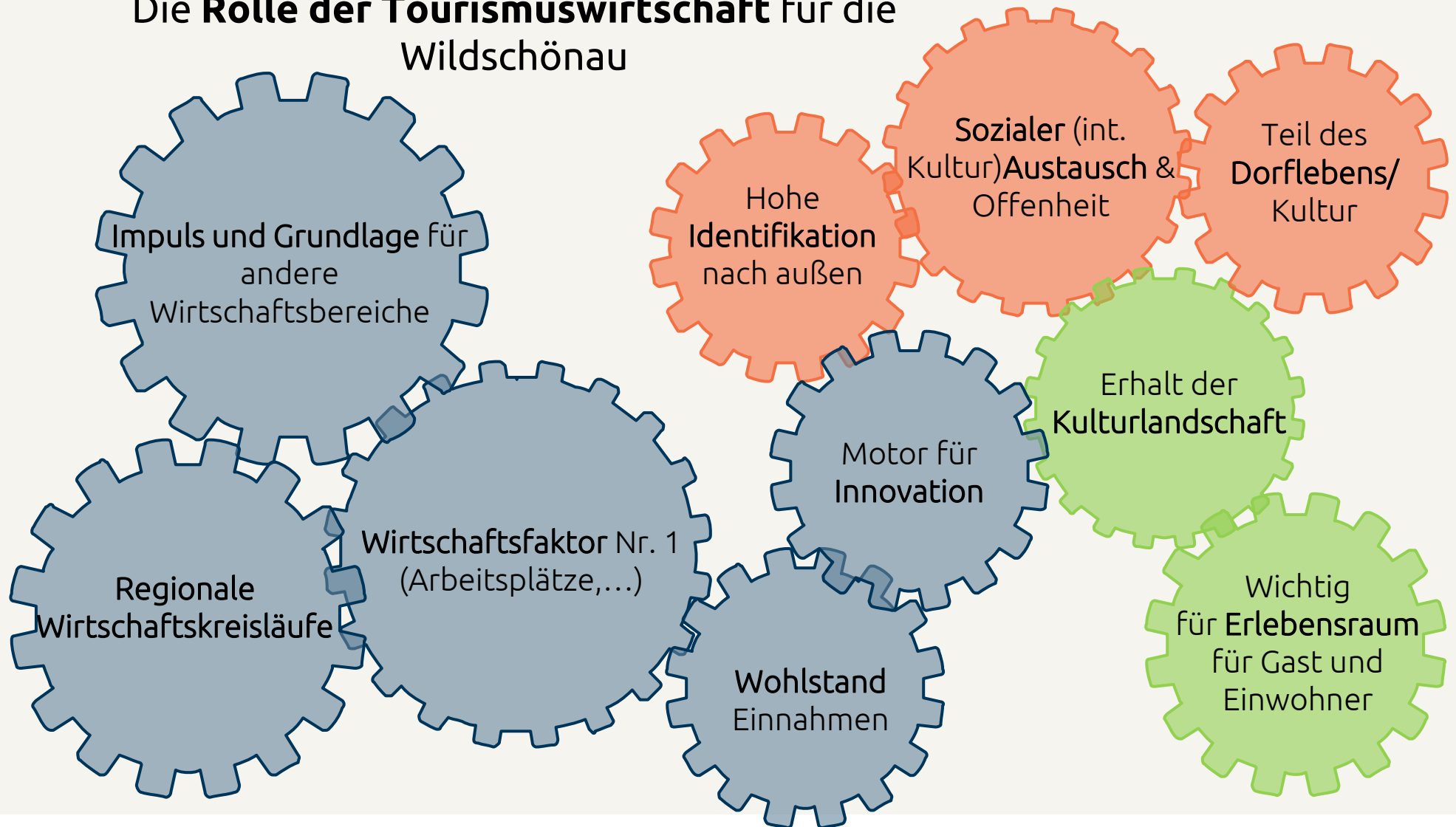
2.1. Wozu? - Rolle & Bedeutung der Tourismus-Wirtschaft



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.2. Rolle & Bedeutung der Tourismus-Wirtschaft

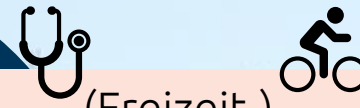
Die **Rolle der Tourismuswirtschaft** für die Wildschönau



Der Erfolg der Wildschönau =
Zusammenwirken & Miteinander



Arbeitsplätze



(Freizeit-)
Infrastruktur

Soziales &
Kultur



Orts- &
Bevölkerungs-
Entwicklung)



Soziales &
Kulturelles Leben



Attraktionen &
Infrastrukturen



touristische
Betriebe



Kulturlandschaft

(Tourismus-)
Wirtschaft



Indirekt profitierende
Branchen



Direkt profitierende
Branchen

Natur & Ökologie

Landwirtschaft



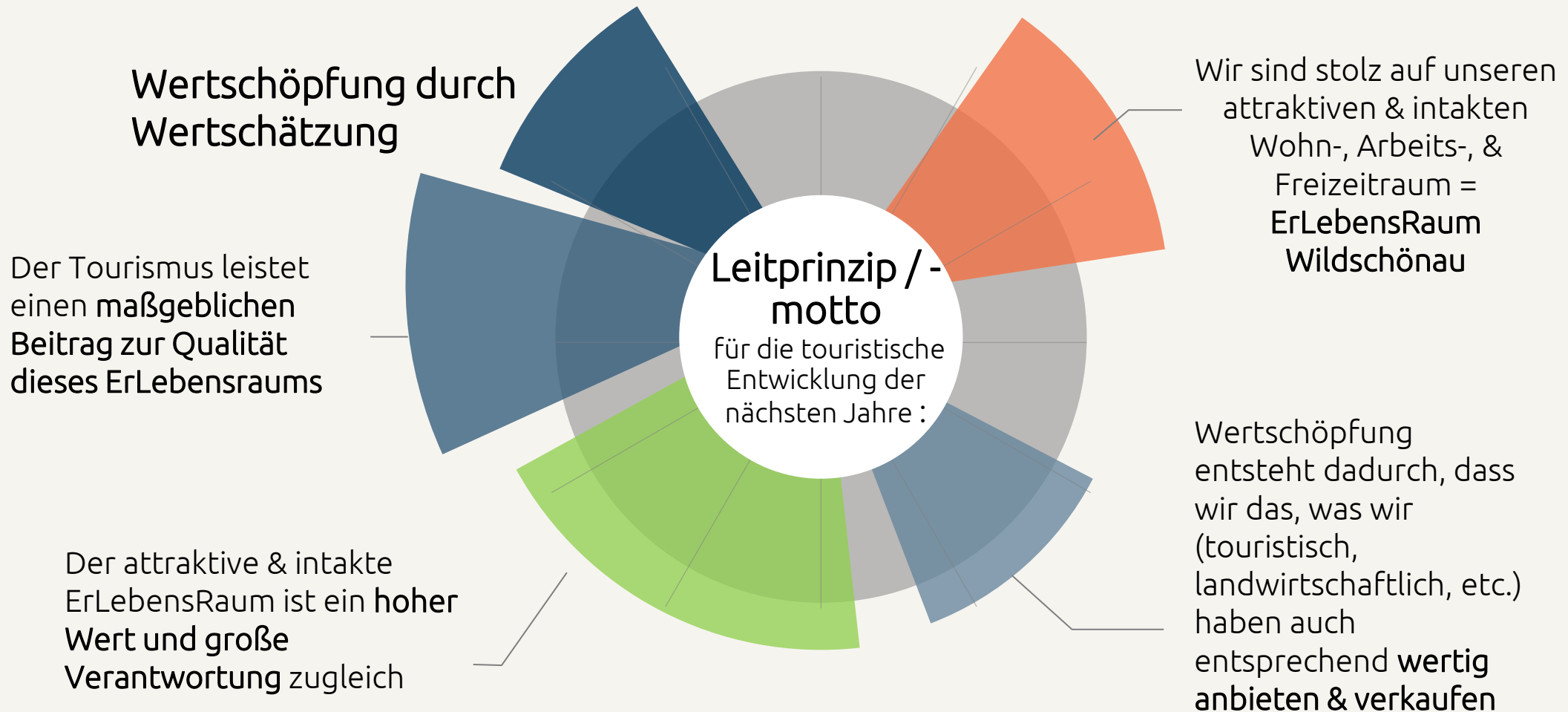
Regionale Produkte

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.2. Rolle & Bedeutung der Tourismus-Wirtschaft – Leitprinzip

ÜBERGEORDNETE ZIELSETZUNG DER TOURISTISCHEN ENTWICKLUNG

Lebensqualität und Wirtschaftskraft* der Wildschönau nachhaltig stärken



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

Inhaltlicher Projektaufbau



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

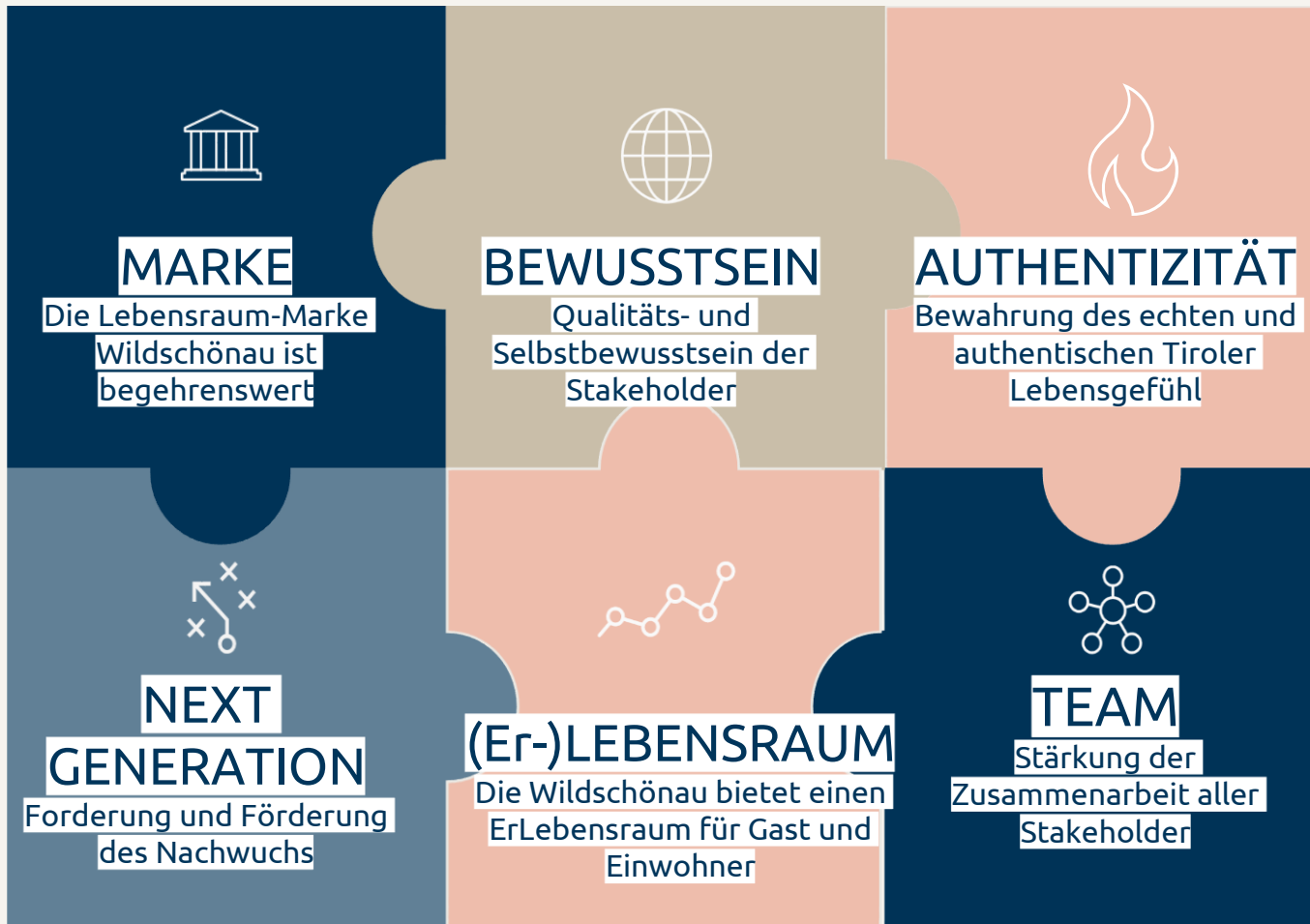
2.3. Vision 2030

Vision - Im Jahr 2030 steht die Wildschönau für ...



2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.4. Auftrag & Mission für 2030



Unser Auftrag/ Mission für die nächsten Jahre ist es,...

- Wildschönau als eine begehrenswerte Marke anziehend ist
- stolzes (Selbst)**Bewusstseins** für die **Qualität** der Wildschönau zu schaffen
- das **authentische Lebensgefühl** zu bewahren und lebendig zu zelebrieren
- den (touristischen) **Nachwuchs** zu fördern, der zu einem nachhaltigen System beiträgt
- Unseren (Er-)Lebensraum für Gäste & Einwohner gleichermaßen zu stärken
- die Zusammenarbeit der **Stakeholder** (Gemeinde, Tourismus, Bergbahn, etc.) zu stärken

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.5. Ziele für 2030



TOP 3 Ziele aus der Online-Umfrage

Qualitäts- & Kategorie-Verbesserung der bestehenden Betriebe

23%

Zusammenarbeit des Tourismus mit anderen Bereichen stärken (Landwirtschaft, Vereine, etc.)

17%

Wertschöpfung und Preisdurchsetzung steigern

13%

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.5. Ziele für 2030



ÜBERGEORDNETE ZIELSETZUNG DER TOURISTISCHEN ENTWICKLUNG
Lebensqualität und Wirtschaftskraft* der Wildschönau nachhaltig stärken

EINZEL-ZIELE & ZIEL-GRÖSSEN

Ziel A:

Bessere Auslastung/Steigerung VBT

Steigerung von aktuell 100 VBT (TJ 2021/22) zu
120 VBT (vgl. 122 VBT TJ 2018/19)

+20VBT

Ziel B:

Preisdurchsetzung/Wertschöpfung

In Kombination Auslastung und stärkere
Preisdurchsetzung eine höhere Wertschöpfung

€145/Nächtigung (ca. 90 – 95 des Tirol-Werts)*

1. Stabilisierung der (Beherbergungs-) Kapazitäten

...durch aktives
Engagement

2. Qualitäts- Verbesserung und Profilierung

...durch
(Beherbergungs-)
Qualitätsinitiative

3. Saison-Belebung

...durch aktive Projekte
& Impulse (Insb. im
Herbst)

4. Wertschöpfende Attraktionen

... schaffen die
Ausgabe-Optionen &
„Wertschöpfungsfallen“
für Gäste sind

NACH INNEN

Stärkung der Wertschätzung und
Tourismusgesinnung

5. Kommunikation- Fokus

NACH AUßEN

Begehrlichkeit und Wertschätzung
beim Gast auslösen

Gemeinde

TVB

6. Stärkere Zusammenarbeit

zwischen Tourismus und anderen Sektoren wird aktiv fokussiert
Tourismus / Landwirtschaft / Grundbesitzer

* = ohne Zusatzausgaben – aktueller Wert ca. € 92 bzw. rund 80 % des Tirol-Werts

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.5. Ziele für 2030 – Fokus Kapazitäten

1. Stabilisierung der (Beherbergungs-) Kapazitäten

- in Summe keine weitere Erhöhung des Bettenangebots
- Stabilisierung der Tourismusintensität auf (maximal) Verhältnis 1 : 2
- laufende Abgang von Beherbergungsbetrieben durch Marktberichtigungen (Privatzimmer, etc.) erfordert jedoch durch gezielte Weiterentwicklung durch
 - Erweiterungen bestehender Betriebe im Sinne wettbewerbsfähiger Strukturvoraussetzungen in tourismusintensiven Zonen ist strategische Priorität
 - (selektive) Neuerrichtungen von gewerbliche Leitbetriebe mit Leuchtturmwirkung (sowohl in bestehenden intensiven Zonen als auch unterdurchschnittlich tourismusintensiven möglich)

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

2.5. Ziele für 2030 - Details



MAßNAHMEN ZUR ZIELERREICHUNG

ZIELE	Ziel A:		Ziel B:	
	Bessere Auslastung/Steigerung VBT		Preisdurchsetzung/Wertschöpfung	
HANDLUNGSFELDER	1. Stabilisierung der (Beherbergungs-) Kapazitäten	2. Qualitäts-Verbesserung und Profilierung	3. Saison-Belebung	4. Wertschöpfende Attraktionen
DETAILS	<ul style="list-style-type: none"> Durch aktives Engagement wird eine Stabilisieren der Bettenmenge zur Erhaltung der Arbeitsplätze und Angebot fokussiert. 	<ul style="list-style-type: none"> Durch (Beherbergungs-) Qualitätsinitiativen wird eine Steigerung der Betriebsqualität in den Kategorien & eine stärkere Profilierung der Qualitätsbetriebe erzielt. 	<ul style="list-style-type: none"> Durch aktive Projekte & Impulse insbesondere im Herbst soll das Potential der Saisonbelebung genutzt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> Durch Ausgabe-Optionen & „Wertschöpfungsfallen“ für Gäste wird eine höhere Wertschöpfung erreicht.
ERGEBNIS	<ul style="list-style-type: none"> Ziel die aktuelle Tourismusintensität zu halten = kleiner 1 : 2 	<ul style="list-style-type: none"> Ziel <ul style="list-style-type: none"> 3* & 4* > 40% der Betten FeWo = max. 42-45% 	<ul style="list-style-type: none"> Ziel <ul style="list-style-type: none"> + 5 – 10 Vollbelegs-Tage in Randsaisonen 	<ul style="list-style-type: none"> Ziel: <ul style="list-style-type: none"> 1-2 Attraktionen mit Wertschöpfungspotential zu diesen Ziel
VERANTWORTUNGS-BEREICH	Gemeinde	TVB & Betriebe	TVB, Bergbahn & Gemeinde	TVB, Bergbahn & Gemeinde

2. Strategische Zukunfts-Ziele & Ausrichtung

Zukunftsziele

- Bessere Auslastung/ Steigerung VBT
- Preisdurchsetzung/ Wertschöpfung

Auftrag bis 2030

- Begehrte Marke
- stolzes (Selbst)Bewusstsein
- Echtes Tiroler Lebensgefühl
- Förderung Nachwuchs
- (Er-)Lebensraum stärken
- Zusammenarbeit



Qualität...

- Wertschöpfung
- Heimat
- Gemeinschaft
- Lebensraum
- Erholung

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

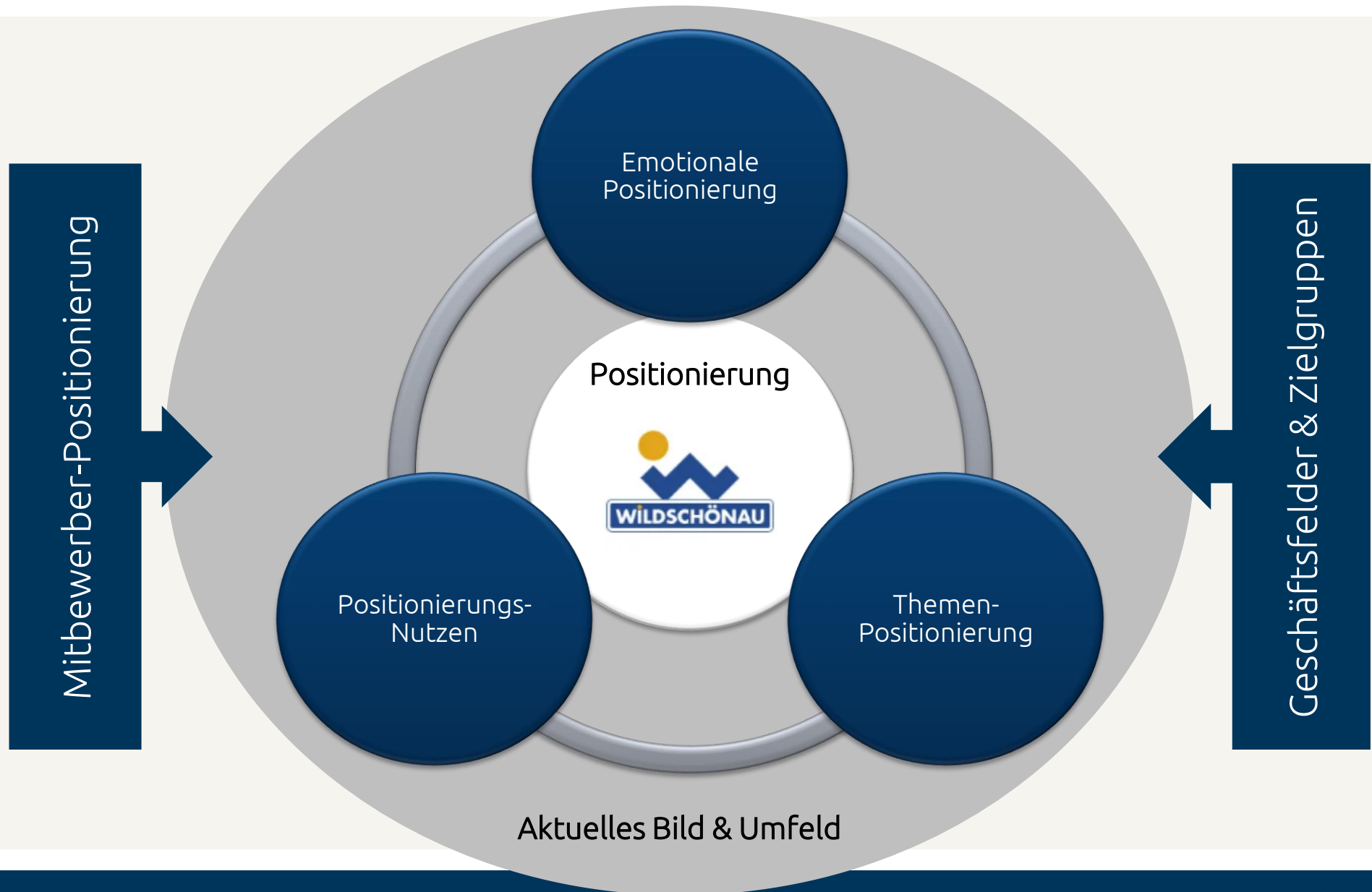
3. Touristische Positionierung

Inhaltlicher Projektaufbau



3. Touristische Positionierung

3.1. Wofür – Positionierung, Werte, Sortiment



3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen

Aktuelle Positionierung/ Botschaft:

„Da leb' ich auf.“



Aktuelle Sortiment- bzw. Geschäftsfelder:

Sommer	Winter
<ul style="list-style-type: none">• Wandern• Kulinarik• Familie• Biken	<ul style="list-style-type: none">• Wintersport• Familie• Winter-Alternativen (Rodeln, Wandern, Touren, Pferde, ..)

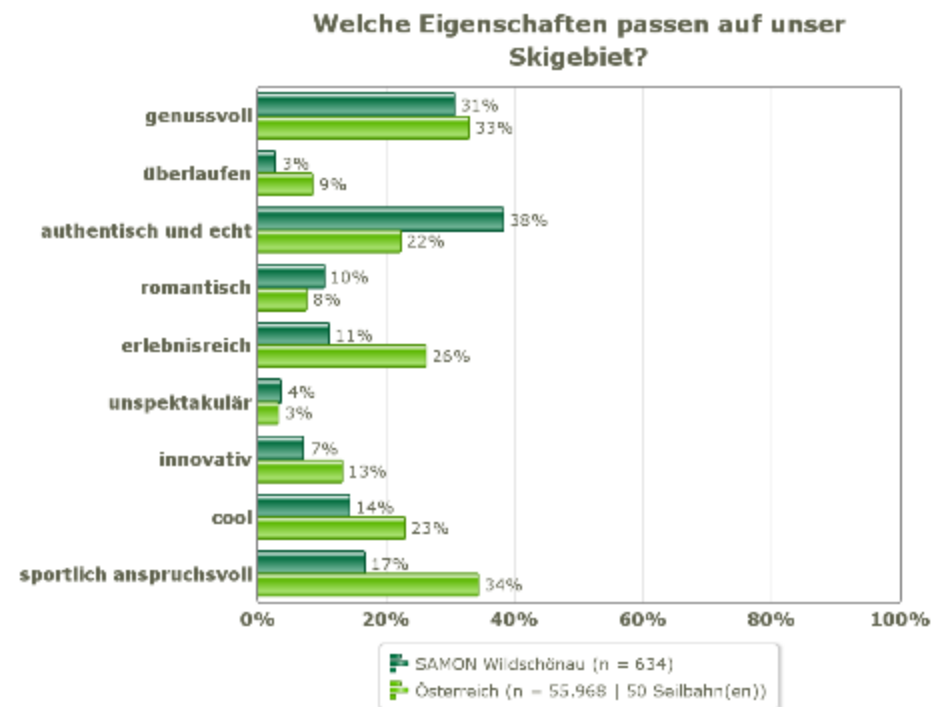
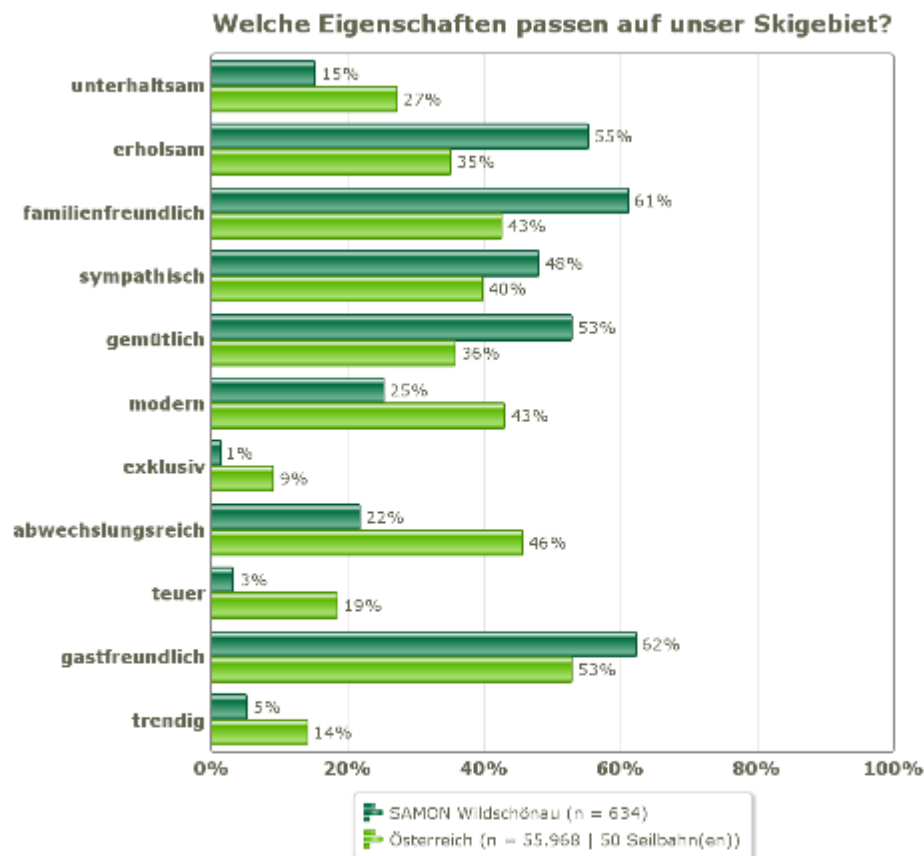
Preis-Positionierung

- Mittlere Preispolitik: Economy, Fair, Smart
- Im mittleren Preissegment müssen sich die Anbieter durch besondere Leistungsmerkmale des Angebots von ihren Wettbewerbern abheben.
- Im Kundenbewusstsein positioniert sich die Destination Wildschönau nicht als Luxusdestination und auch nicht als Budget-Destination

3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen

Skigebiets-Image



Stärkste Differenzierungs-Merkmale

- Erholsam (20 Pkt.)
- Authentisch & echt (16 Pkt.)
- Gemütlich (13 Pkt.)
- Gastfreundlich (9 Pkt.)
- Sympathisch (8 Pkt.)

Zeitraum: 01.10.2018 - 30.04.2019

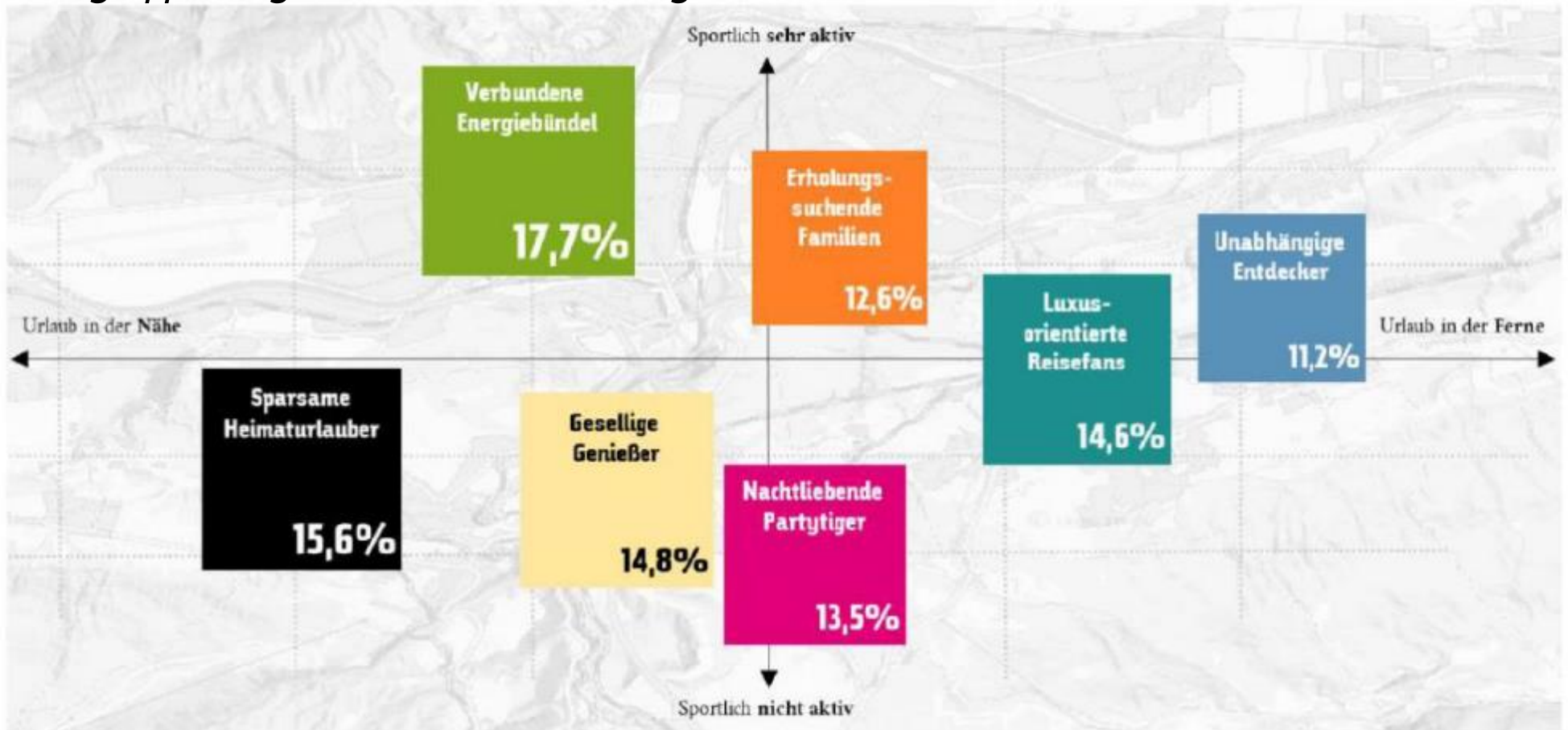
Gewichtung: Gewichtetes Daten

WEBMARK Seilbahnen

3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen

.Zielgruppen-Segmente der Tirol Werbung



Segmentlandkarte

Basis: alpenurlaubsaffine Personen in den betrachteten Ländermärkten

3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen



Rahmenbedingungen ...	Herausforderungen, die sich daraus für uns ergeben...	Chancen, die sich daraus ergeben...
Landschaftliche Qualität des Hochplateaus	<ul style="list-style-type: none"> Erhaltung der landschaftlichen Qualitäten 	<ul style="list-style-type: none"> Hohe Erholungs- und Entspannungsqualität
Transport- Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Begrenzte innerörtliche, öffentliche Mobilitätsinfrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Gute allgemeine Erreichbarkeit durch Bahn und Auto durch das Einzugsgebiet
Tourismus als Teil der Gemeinde	<ul style="list-style-type: none"> Sinkende Tourismusgesinnung Nachfolgefrage / Next Generation 	<ul style="list-style-type: none"> Authentisches und echtes Erleben des Tiroler Lebensgefühl in der Wilschönau Touristische Infrastruktur für Einheimische Erhaltung der Dorf-Charakteristik durch Maßnahmen in der Bauordnung
Bike	<ul style="list-style-type: none"> Aktuelles Bike-Angebot Bike-Verleih Angebot Zusammenarbeit mit Grundbesitzern 	<ul style="list-style-type: none"> Rad als talnahe Mobilitätslösung Sanftes Entdecken des Hochplateaus Genussrunden als zentrales Leitprodukt
Winter Erlebnis	<ul style="list-style-type: none"> Klimatische Veränderungen Mitbewerb setzt verstärkt auf Nicht-Skier Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> Winter in der Wilschönau mit dem Ski + Aktivitäten für Zielgruppen und Nicht-Skier Gäste

3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen



Die zentralen Stärken & Schwächen der
der Wildschönau



Stärken	Schwächen
• (Sanfte) Landschaftliche Alpen-Qualität	• Arbeitsplatz-Entwicklung
• (Allgemeine) Erreichbarkeit (Einzug, Bahn, etc.)	• (Konzeptionelle) Leitbetriebs-Dichte
• Intakte & idyllische Dorf- & Kultur-Landschaft	• Viel (solide) Durchschnittlichkeit & Me-To
• Abgeschlossenes Hochtal / kein Durchzug	• Limitierte (ikonisch-auth.) Leuchtturm-Angebote
• Landwirtschaftliche Qualität & Kultur	• Kundenbindung und -begeisterung
• Attraktivität als (Zweit-)Wohn- & Lebensraum	• (Reise-)Veranstalter- & Gruppenmarkt-Abhängig
• Authentizität, Regionalität & Echtheit	• Preis-Wettbewerb (Destination & Skigebiet)
• Leitprojekt-Ansätze (Drachenpark, etc.)	• Ganzjährige Auslastung & Ertragskraft
• Familienfreundliche Angebote	• Rand- bzw. Schultersaisonen
	• Budgetkraft des TVB
	• Next-Generation & Tourismus-Identität
	• Öffentliche Erreichbarkeit
	• Entwicklung gastronomische Angebot

3. Touristische Positionierung

3.2. Inputs & bestehende Überlegungen



n=230

Identifizierte Nachfrage-Chancen der TOP-4 Themen- & Erlebnisfelder in der Befragung



65%
Erlebnisfeld

**Wandern
& Bergsteigen**



63%
Erlebnisfeld

**Ruhe, Rückzug
& Auszeit**

62%
Erlebnisfeld

Skifahren



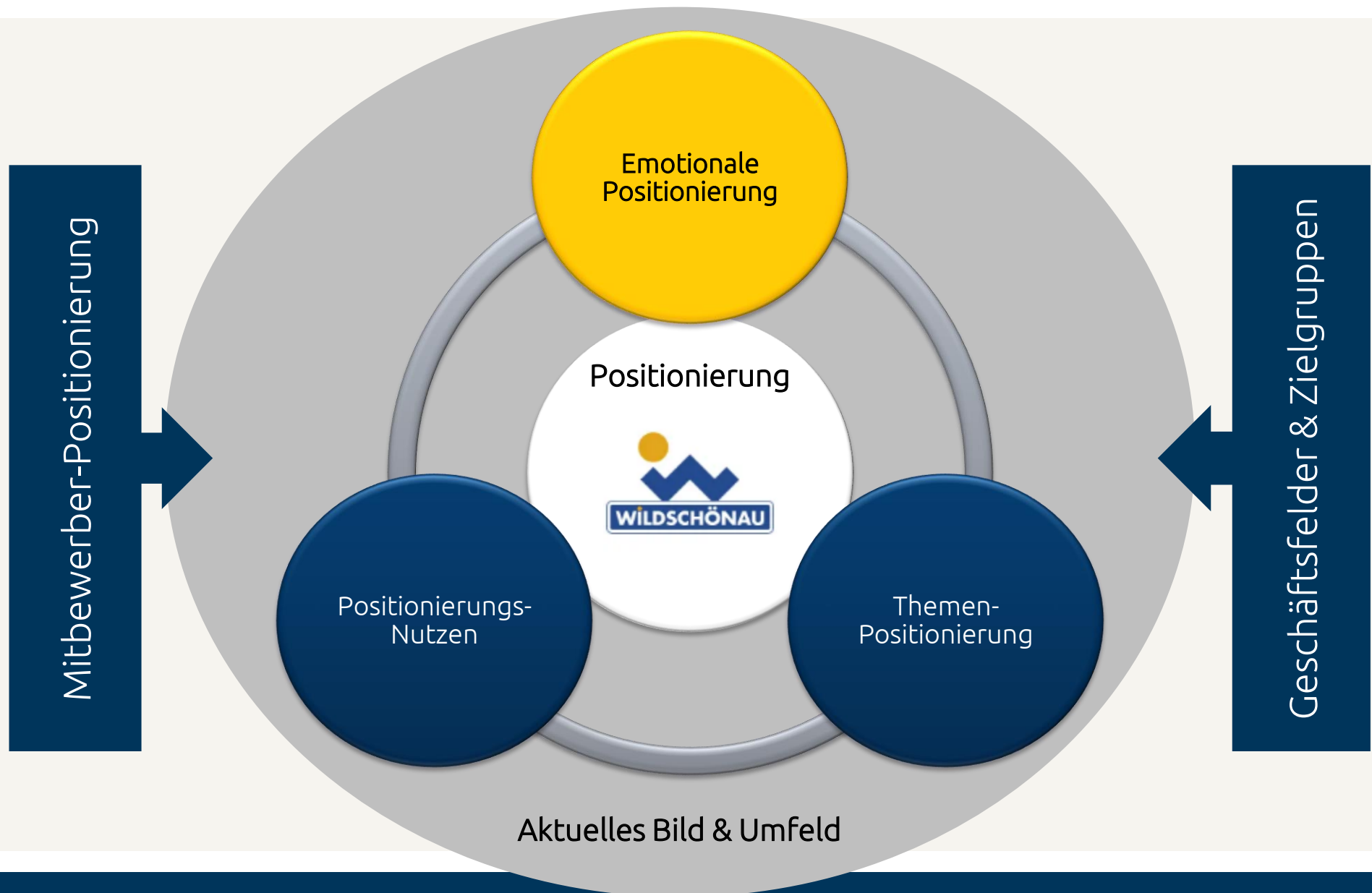
54%
Erlebnisfeld

**Alpine Tradition &
Lebenskultur**



3. Touristische Positionierung

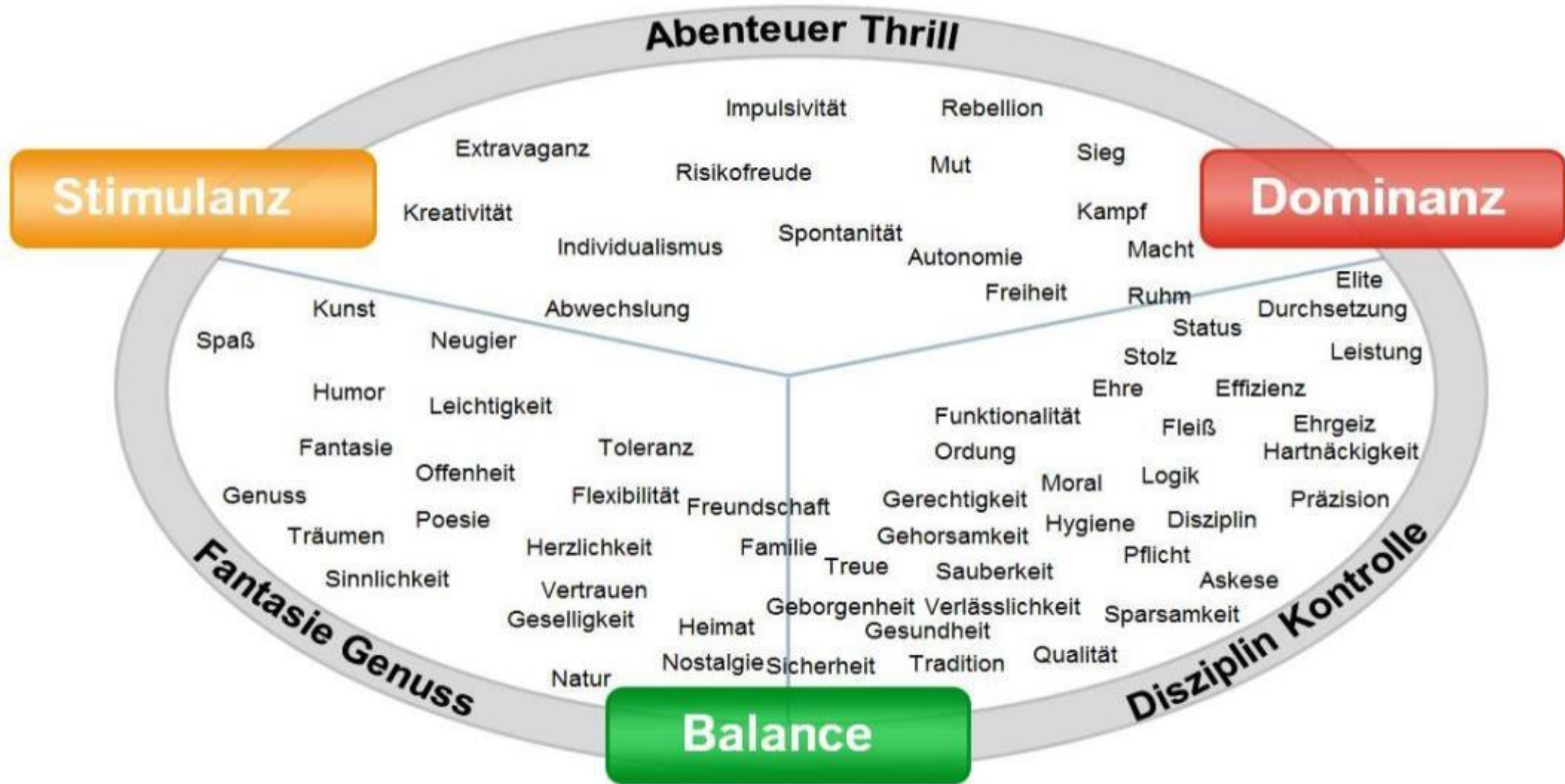
3.3. Positionierungs-Strategie



3. Touristische Positionierung

3.3. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen

3.3.1. Emotionale (Limbische) Positionierung



3. Touristische Positionierung

3.3. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen

3.3.2. Sehnsucht-Motive der Wildschönau

POTENZIELLE TOURISTISCHE HAUPT-MOTIVE FÜR DIE WILDSCHÖNAU

Bergtouristische Sehnsucht-Motive

Erhabenheit

Über den Dingen stehen,
Abstand vom Alltag



ERGÄNZUNG

Neu-Orientierung

Durchatmen, neue
Inspiration & Kraft



FOKUS-MOTIV

Kraft-Beweis

Suche nach körperlicher
Herausforderung.



ERGÄNZUNG

Heile Welt / Live like a local

Intakte Natur &
soziale/familiäre Strukturen

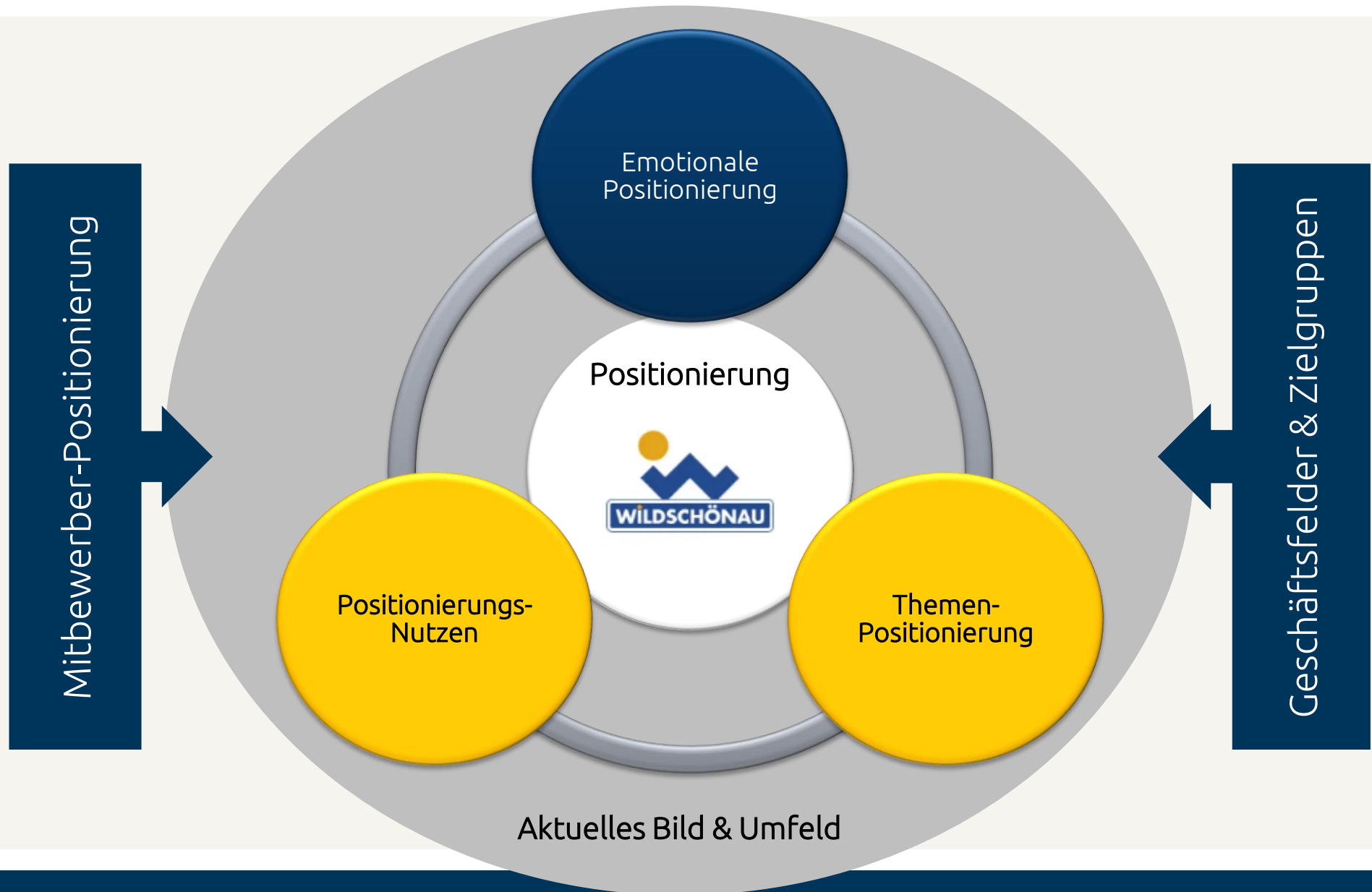


FOKUS-MOTIV

Quelle: Studie: Psychologie eines Sommerurlaubs in den Bergen, WKO

3. Touristische Positionierung

3.4. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen



3. Touristische Positionierung

3.4. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen



..unser Name ist Programm / Nomen est omen!

- ...wild & schön

wild	schön
<ul style="list-style-type: none">• Echt & pur• Ursprünglich• Eigen• ungeschliffen	<ul style="list-style-type: none">• Sanft & geborgen• Intakt• Schatz & Juwel• Leicht & gemütlich

...pures Tiroler Lebensgefühl (von heute) entdecken!



..unser Name ist Programm!



Echtes Tiroler Lebensgefühl (von heute) entdecken!

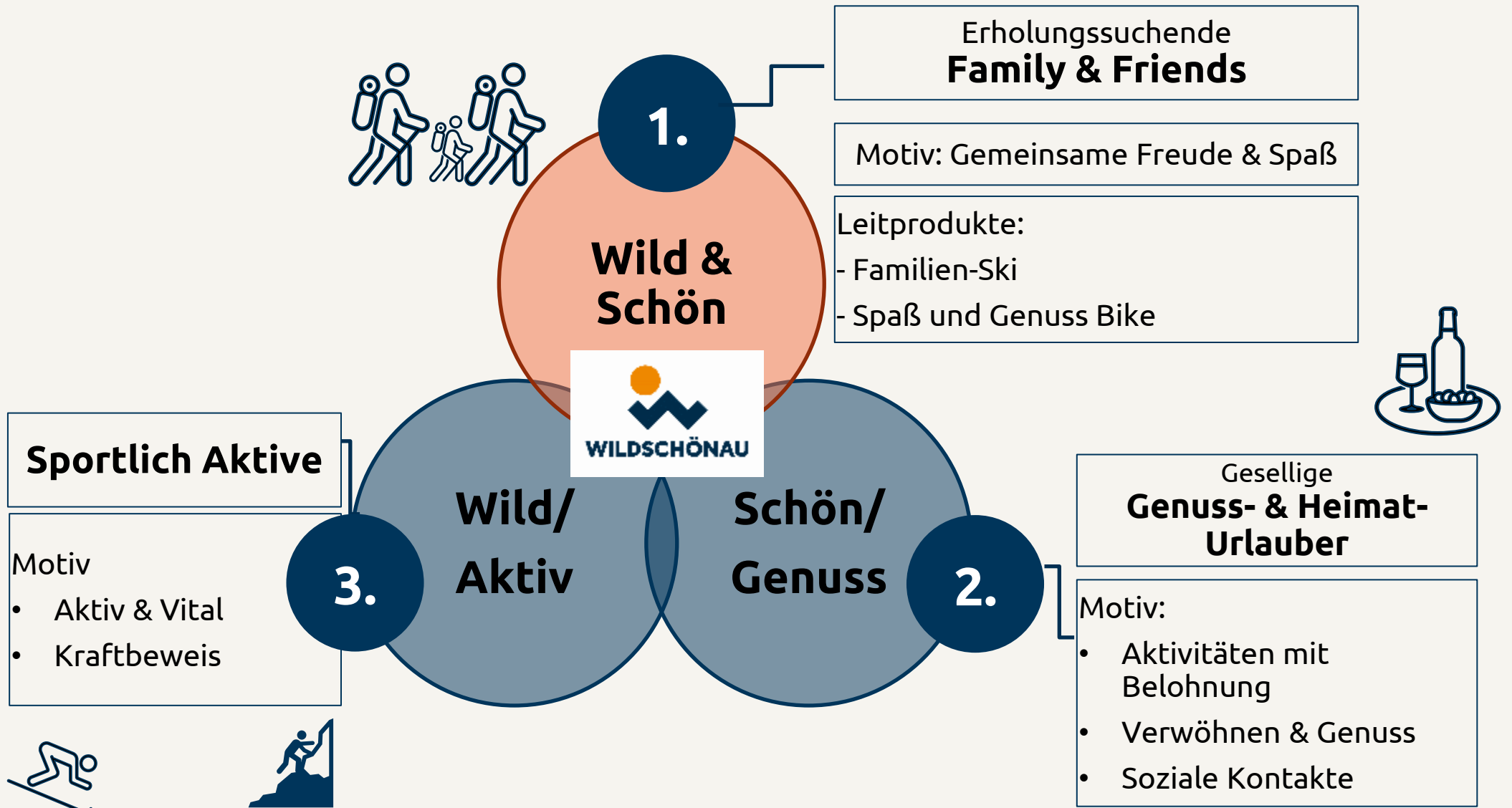
3. Touristische Positionierung

3.4. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen



3. Touristische Positionierung

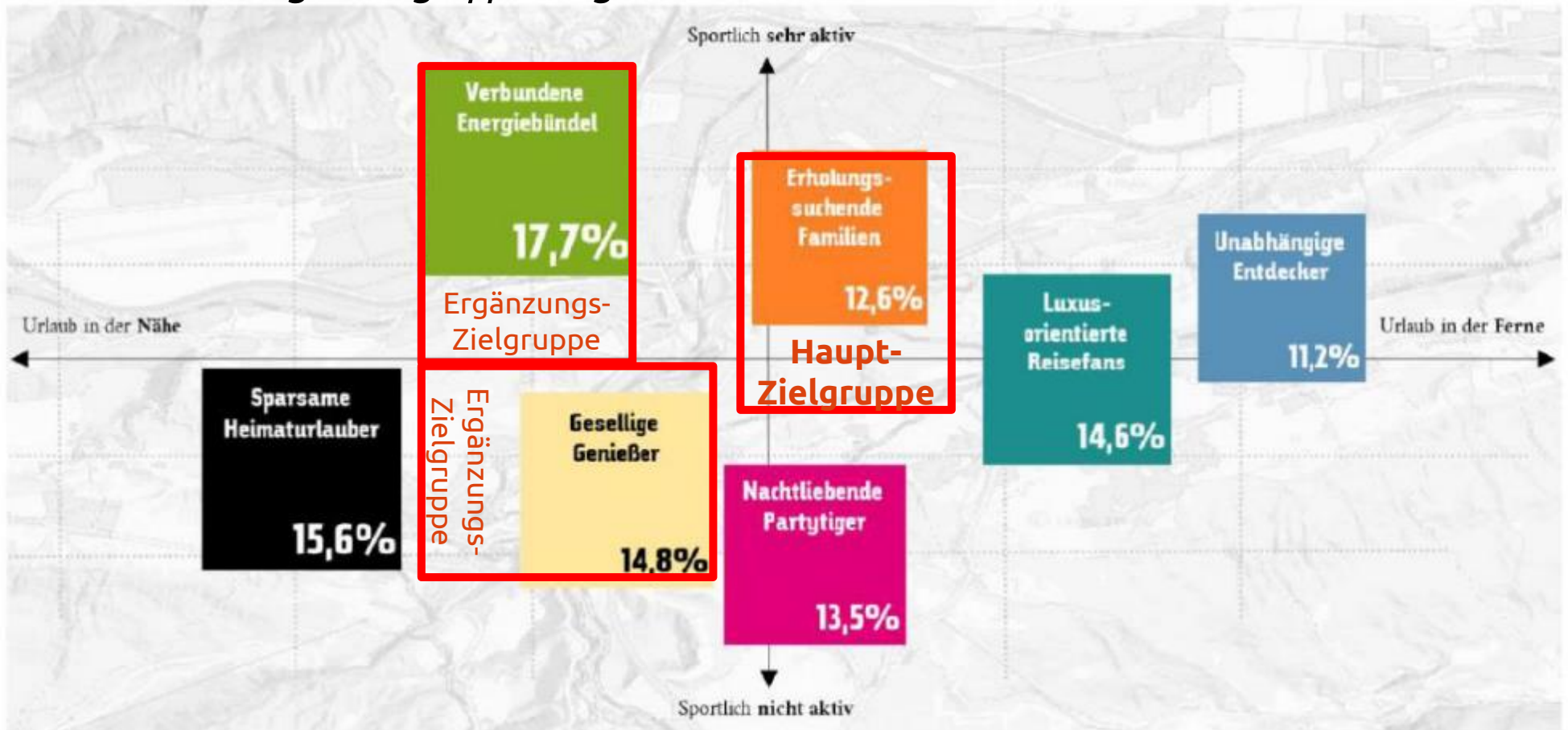
3.5. Zielgruppen & Geschäftsfelder



3. Touristische Positionierung

3.5. Zielgruppen & Geschäftsfelder

3.5.1. Einordnung in Zielgruppen-Segmente

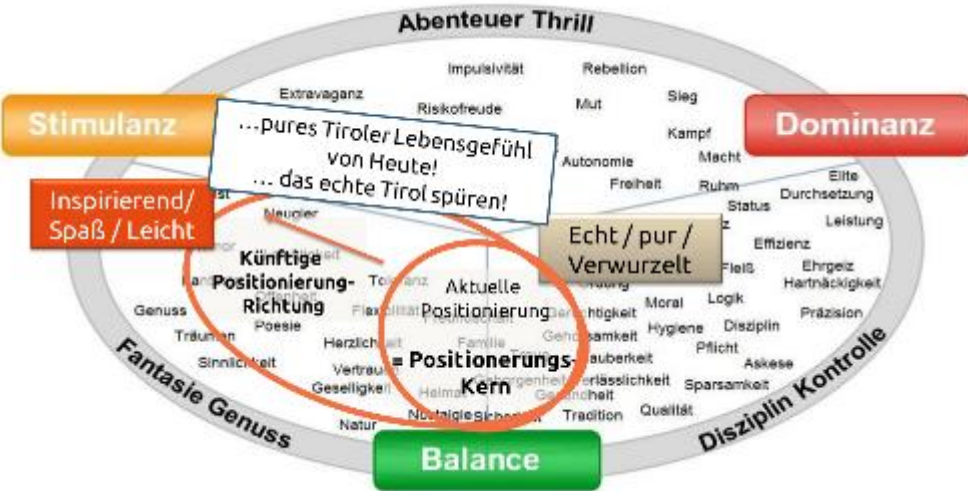


Segmentlandkarte

Basis: alpenurlaubsaffine Personen in den betrachteten Ländermärkten

3. Touristische Positionierung

3.4. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen



Bergtouristische Sehnsucht-Motive

Erhabenheit Über den Dingen stehen, Abstand vom Alltag ERGÄNZUNG	Neu-Orientierung Durchatmen, neue Inspiration & Kraft 	Kraft-Beweis Suche nach körperlicher Herausforderung. ERGÄNZUNG	Heile Welt / Live like a local Intakte Natur & soziale/familiäre Strukturen
---	---	--	---



...unser Name ist Programm / Nomen est omen!

- ...wild & schön

wild	schön
<ul style="list-style-type: none"> • Echt & pur • Ursprünglich • Eigen • ungeschliffen 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanft & geborgen • Intakt • Schatz & Juwel • Leicht & gemütlich

...pures Tiroler Lebensgefühl (von heute) entdecken!

3. Touristische Positionierung

3.4. Themen-Positionierung & Positionierungs-Nutzen

Positionierungs-
Strategie

- Schöne Momente & gemeinsame Augenblicke
- Stimulanz, Erholung & Freude
- Ursprünglich & Sanft aus den Bergen

Alleinstellungs-
Botschaft

- Authentisches Tiroler Lebensgefühl (von heute) entdecken

Leit-Produkt- bzw.
Kompetenz-Format

- Spaß und Genuss Bike

Sortiments-Strategie

- Wild & Schön erleben mit Familie & Freunden
- Genuss in der Wildschönau für gesellige Erholungssuchende
- Der aktive Kraftbeweis in der Wildschönau

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

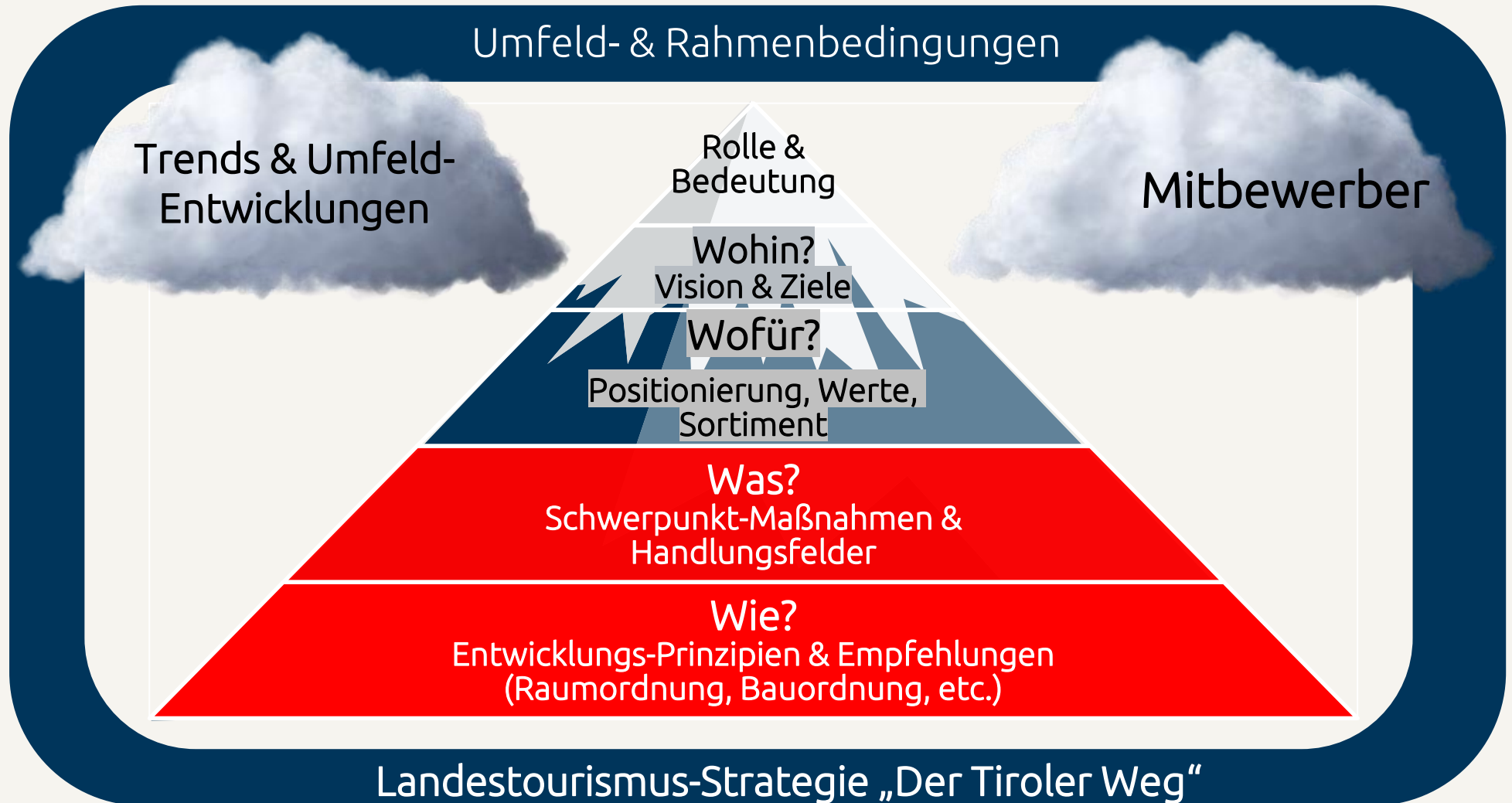
3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder



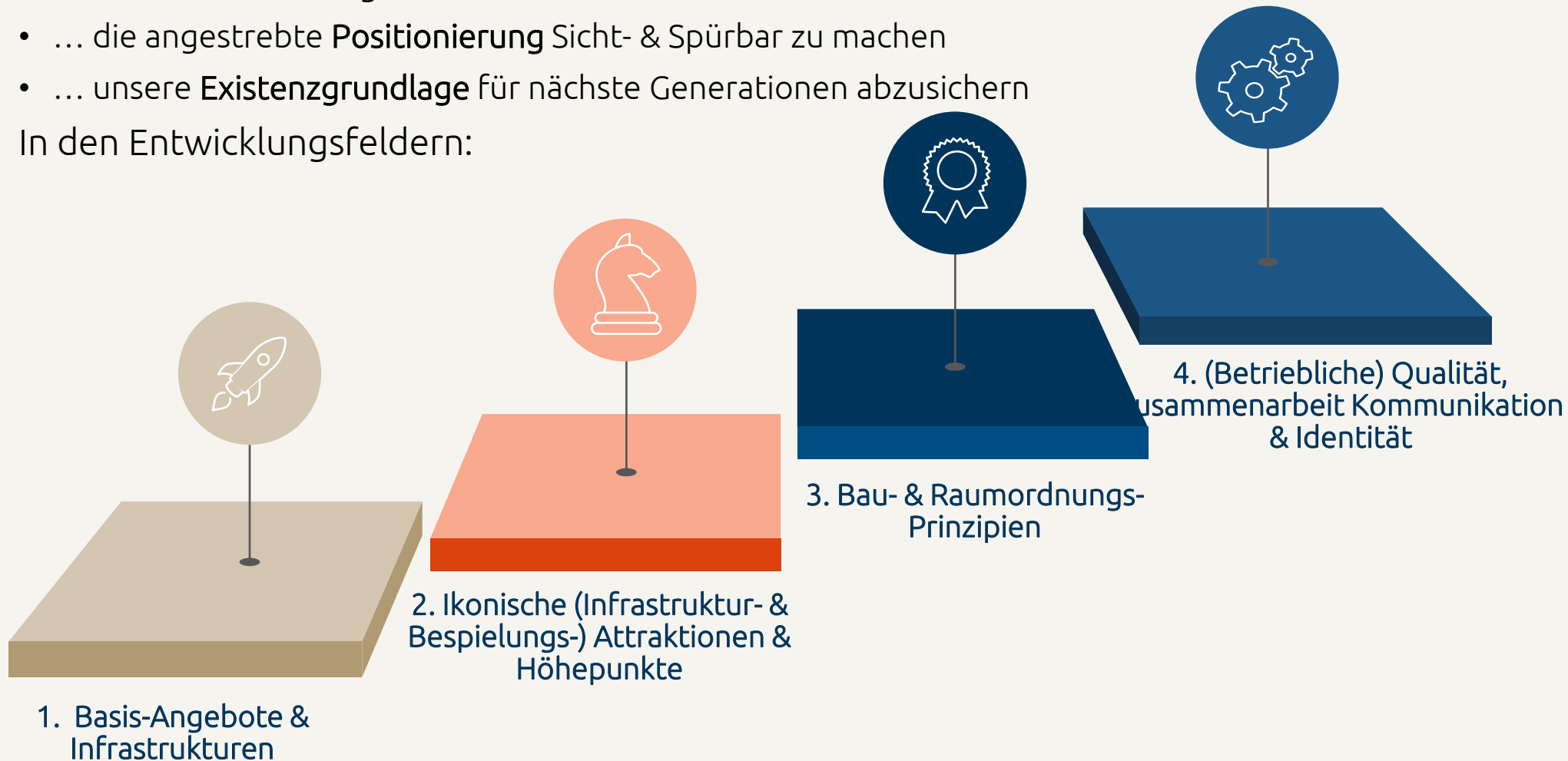
4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.1. Definierte Entwicklungsfelder

Maßnahmen, Projekte und Initiative, um...

- ...unsere **Vision** und gesetzten **Ziele** zu erreichen
- ... die angestrebte **Positionierung** Sicht- & Spürbar zu machen
- ... unsere **Existenzgrundlage** für nächste Generationen abzusichern

In den Entwicklungsfeldern:



4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

Entwicklungsfelder im Überblick



1. Basis-Angebote & Infrastrukturen

Marketing



Mobilität



Gastronomie



Allgemeine Infrastruktur



Wildschönau Card



Betriebe



2. Ikonische (Infrastruktur- & Bespielungs-) Attraktionen & Höhepunkte

Alpine Genuss-Bike Destination



Wildschönau brennt



Wildschönau brennt Days



Entdecker-, Lebensgefühl- & Genuss-Weg



Flow Slopes



Wildschön(sch)auer Hochsitz



Lichter & Bergadvent Wochenenden



Trail Running



4. (Betriebliche) Qualität, Zusammenarbeit Kommunikation & Identität

Strategie-Verankerung



Kommunikation nach Innen & Außen



Betriebliche Qualitäts-Offensive



3. Bau- & Raumordnungs-Prinzipien

Allgemein



Touristische Bauvorhaben



Privater Wohnbau



4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.3. Basis-Angebote & Infrastrukturen



Bike 	Marketing 	Mobilität 
<ul style="list-style-type: none">• Radweg durch die Wildschönau• E-Bike Angebot• Leitsystem• Erschließung neuer Routen• Bike-Service Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none">• Genussrouten für Themenmarketing• (optimierte) Kommunikation Bike-Angebot• (optimierte) Kommunikation Schlechtwetter Angebot	<ul style="list-style-type: none">• Öffentlicher Transport und Infrastruktur (auch mit Bike)• Kurzstrecken innerhalb der Wildschönau (Taxi, Nightliner,...)
Betriebe 	Allgemeine Infrastruktur 	Gastronomie 
<ul style="list-style-type: none">• Exkursionen zur Erkundung des Angebots in der Wildschönau• Inspirations-Exkursionen (inkl. Vortrag zu Betriebsblindheit)• Digitalisierungs-Offensive und Schulung	<ul style="list-style-type: none">• Indoor- und Schlechtwetter Angebot• Pflege des Ortsbild und treffen von Maßnahmen zur Erhaltung• Pflege der Wander- und Naturerlebnisstruktur	<ul style="list-style-type: none">• A la Carte Angebot• Öffnungszeiten/ ganzjähriges Angebot
		Wildschönau Card 
		<ul style="list-style-type: none">• Transformation der Card zur Schaffung der Mittel für weitere Maßnahmen

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.3. Basis-Angebote & Infrastrukturen – Strategie Bike



Themen-Strategie „Rad & Bike“

Grundlage: Allgemeiner Nachfragedruck vor allem von Einheimische & Bevölkerung (Umfeld)

Herausforderung:

- Mögliche Strecken & Routen / Eigentümersituation
- Gefahr der existentielle Schwäche wenn kein Mindestmaß an Bike Infrastruktur
- Risiko „Entwicklung verschlafen“

Chance:

- Bike ist mehr als Mountainbike
- Rad als sanfte /nachaltige (talnahe) Mobilitätslösung in der Destination.
- Bike als Entdecker-Tool & Erlebnis-Verstärker
- Abgrenzung zu MTB

Potenzial:

- Genuss- & Familien-Zielgruppen (nicht Hard-Core-Sportler)
- Geführte & begleitete Programme.
- Differenzierende Wettbewerbs-Position in Tirol (Südsteiermark/Toskana)

Strategischer Ansatz:/ Überlegung

- Tirols **Top-Alpen-Genuss- & Entdecker-Bike Region** (talnahe Entdeckertouren, Genussrunden, etc.)
- Mindestmaß an attraktiven **talnahen Routen zur Besucherlenkung/Verbindung** zwischen den **Orten & Attraktionen**
- **Spezielle Event Format** zur Unterstützung der strategischen Säule Bike in Zukunft unterstützen eine Positionierung im (sanften) Bike Bereich (vgl. Anradln in der Südsteiermark, In Velo Veritas Weinviertel, etc.)

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.4. Ikonische (Infrastruktur- & Bespielungs-) Attraktionen & Höhepunkte



Wildschönau brennt



20

- Saison-Aktion Oktober
- Themen wie „feurige Landschaft“, Schnaps brennen, Fackelwandern, wärmende Gerichte, Grillen, Candle Light, Törggelen, etc.
- Weiterentwicklung der Krautinger Woche mit Kulinarik Fokus
- Diskussionsformate zu „brennenden Themen“
- Thematische Kultur-Programme (z.B. feurige Abende)
- Feuerwehr-(Kinder-)Challenge

Alpine Genuss Bike Destination



16

- Attraktive Struktur schaffen
- Master- und Entwicklungsplan Bike ausarbeiten

Entdecker-, Lebensgefühl-, Genuss-Weg



9

- Fokussierung der Wanderwege-Entwicklung auf 3 thematische Top Routen Geochaching, Schatzsuche (Bsp. Söll/Langenlois)
- Ideal am Berg & Tal 1-2 wetter-unabhängig/ Regenwettertauglich

Lichter & Bergadvent Wochenenden



4

- Stille Nächte/ Hüttenromantik
- Ruhiges/edles Saisonsopening

Wildschönau brennt Days

3

- Winter-Edition der Dorfabende

Flow Slopes



- Genusspisten/-fahrer
- Speed rausnehmen
- Genießen und Sicherheit als zentrales Thema

Wildschönau Hochsitz



- Strandkorb Logik als Almhochsitz/Ausblick
- In Kooperation mit Jäger
- Beobachten der Natur

Trail Running



4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.5. Bau- und Raumordnungs-Prinzipien



Allgemein



- Empfehlungskatalog zu ortsbildprägenden Aspekten
- Beratung- und Aufklärungsdienste für Bauherren
- Sensibilisierung von Planern & Architekten
- Vorschriften/Richtlinien für Ortsbildprägende Bereiche
- Dorfzentrum als gemeinschaftlichen Mittelpunkt gestalten

Touristische Bauvorhaben



- Vorgaben bei touristischen Neugründungen
- Beschränkung Anteil FeWo
- Konzeptvorgaben für Gastronomieangebot, Kategorie und Errichter

Privater Wohnbau



- Bedarfsplanung bei Wohnbau

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.6. (Betriebliche) Qualität, Zusammenarbeit Kommunikation & Identität



9

Strategie



- Vorstellung des erarbeiteten Strategie-Papiers
- Geschlossener Auftritt (Gemeinde & TVB)
- Themen-Stammtisch zur Besprechung spezifischer Punkte
- Branchenübergreifendes Denken zelebrieren
- Weiterentwicklung der Regionalität

Kommunikation



- Professionelle Kommunikation intern und extern
- Angebotskoordination
- Wildschönau.fm als Kanal nutzen
- Vernetzung der Websites und Publikation relevanter Informationen

Betriebliche Qualität



- Angebot Betriebscoaching/ Fortbildung + Digitalisierungs-Offensive
- Exkursionen intern & extern zu einem Thema (Betriebsblindheit) inkl. Impulsvortrag
- Innovationsworkshop
- Impulsvortrag bei Vollversammlung
- Fachexkursion

6

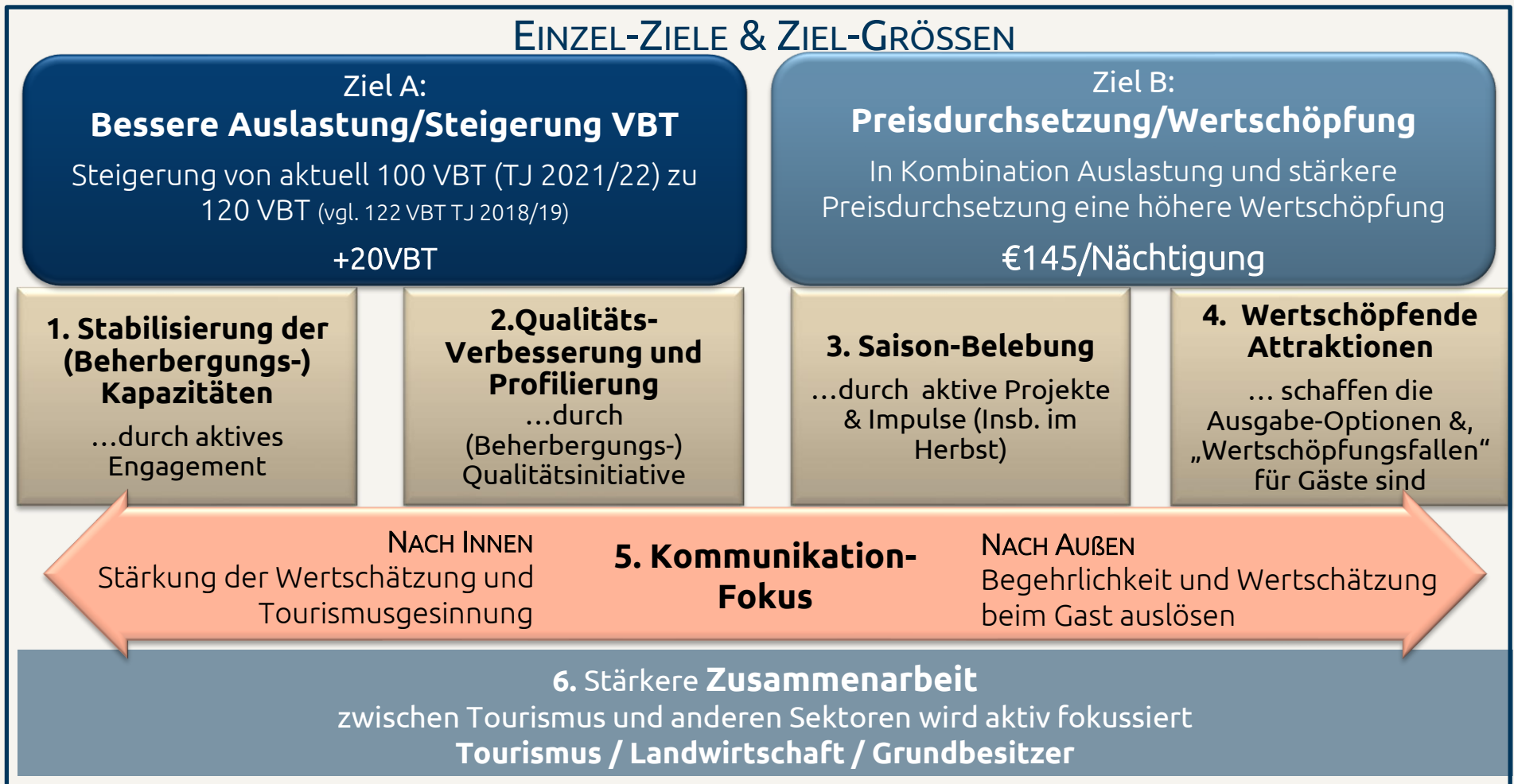
5

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

4.9. Angestrebte strategische Ziele



ÜBERGEORDNETE ZIELSETZUNG DER TOURISTISCHEN ENTWICKLUNG Lebensqualität und Wirtschaftskraft* der Wildschönau nachhaltig stärken



Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

3. Touristische Positionierung

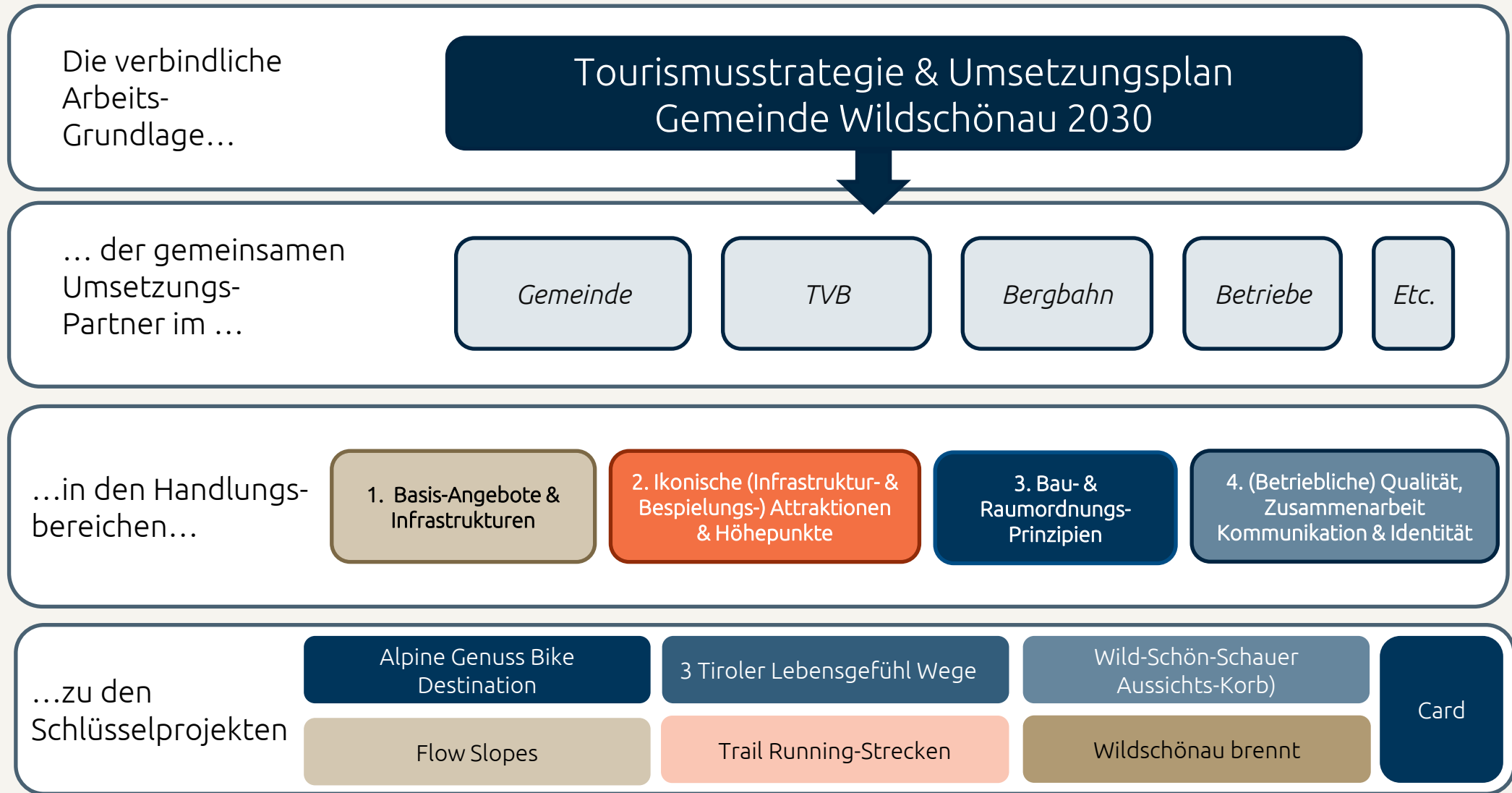
4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

5. Maßnahmenplan

Umsetzungs-Strategie & Bekenntnis



5. Maßnahmenplan

Schlüsselprojekte & -Prioritäten

Maßnahmenplan

Priorisierung und Definition der Maßnahmen zu den Handlungsfelder

Priorität 1



5.1. Alpine
Genuss Bike
Destination



5.2. Tiroler
Lebens-
gefühl Wege



5.3. (Herbst)-
Saison-Aktion
„Wildschönau
brennt“

& Winter-
Erlebnistag/
Dorfabend



5.4 Flow
Slopes



5.5. Wildschön
-(sch)auer
Hochsitz /
Aussichtskorb



5.6. Lichter-
&
Bergadvent
(Saison-
Opening)



5.7. Trail
Running-
Strecken



5.8. Wildschönau Card

5. Maßnahmenplan

Leit- und Schlüsselprojekte

- Aus den **definierten Handlungs- und Entwicklungsfelder** wurden in Folge **Leit- und Schlüsselprojekte** abgeleitet zur konkreten Entwicklung von Maßnahmen.
- Diese Maßnahmen wurden entsprechend vorangegangener **Schwerpunktverteilung** priorisiert.
- Den Leit- und Schlüsselprojekte wurde ein **voraussichtliches Grobbudget** für die Umsetzung der Maßnahmen zugeteilt. Eine **detaillierte Kostenverteilung und –beteiligung** ist im Rahmen der Umsetzungsphase noch zu klären.

5. Maßnahmenplan

5.1. Alpine Genuss-Bike-Destination



5. Maßnahmenplan

5.1. Alpine Genuss-Bike-Destination



Grundlage: Allgemeiner Nachfragedruck vor allem von Einheimische & Bevölkerung (Umfeld)

Herausforderung:

- Mögliche Strecken & Routen / Eigentümersituation
- Gefahr der existentielle Schwäche wenn kein Mindestmaß an Bike Infrastruktur
- Risiko „Entwicklung verschlafen“

Chance:

- Bike ist mehr als Mountainbike
- Rad als sanfte /nachaltige (talnahe) Mobilitätslösung in der Destination.
- Bike als Entdecker-Tool & Erlebnis-Verstärker
- Abgrenzung zu MTB

Potenzial:

- Genuss- & Familien-Zielgruppen (nicht Hard-Core-Sportler)
- Geführte & begleitete Programme.
- Differenzierende Wettbewerbs-Position in Tirol (Südsteiermark/Toskana)

Strategischer Ansatz:/ Überlegung

- Tirols **Top-Alpen-Genuss- & Entdecker-Bike Region** (talnahe Entdeckertouren, Genussrunden, etc.)
- Mindestmaß an attraktiven **talnahen Routen zur Besucherlenkung/Verbindung** zwischen den **Orten & Attraktionen**
- **Spezielle Event Format** zur Unterstützung der strategischen Säule Bike in Zukunft unterstützen eine Positionierung im (sanften) Bike Bereich (vgl. Anradln in der Südsteiermark, In Velo Veritas Weinviertel, etc.)

5. Maßnahmenplan

5.1. Alpine Genuss-Bike-Destination

- 2023: Realisierungs-Entscheidung

- 2023-2024:

Empfehlung: **interdisziplinäres Kernteam (7 – 10 Personen)** aus Gemeinde, Touristikern, Grundeigentümer-Repräsentanten (Landwirte), Organisationen mit potenziellen Nutzungskonflikten (z.B. Jägerschaft)

Fokus: Genuss-Bike-Destination

- Machbarkeits- & Umsetzungs-Konzept (Routen, Infrastrukturerfordernisse, Service-Struktur, etc.) unter Federführung der Gemeinde
- Branding- & Konzept-Linie (vgl. Bike Republic Sölden, etc.)

Parallel dazu: MTB-Basisangebot

- Ziel: Mindest-Umfang an offiziellen Basis-Strecken
- Erarbeiten Vorschläge und Ideen für mögliche MTB-Strecken (die folglich noch verhandelt werden müssen).

- 2024:

- Erstes Umsetzungs-Paket / Initialangebot für 2025 realisieren

- 2025:

- Markteinführung

- 2026+:

- Laufende Kommunikation – idealerweise mit jährlichen News / Highlights (neue Routen, Events, etc.)

5. Maßnahmenplan

5.1. Alpine Genuss-Bike-Destination

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Alpine Genuss-Bike-Destination	1	<ul style="list-style-type: none"> Differenzierendes Bike- & Radkonzept als „Tirols Top-Alpen-Genuss- & Entdecker-Bike Region“ (talnahe Entdeckertouren, Genussrunden, etc.) Mindestmaß an attraktiven talnahen Routen zur Besucherlenkung/Verbindung zwischen den Orten & Attraktionen Spezielle Event Format zur Unterstützung der strategischen Säule Bike in Zukunft unterstützen eine Positionierung im (sanften) Bike Bereich (vgl. Anradln in der Südsteiermark, In Velo Veritas Weinviertel, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung eines alleinstellungsfähigen Master- & Entwicklungsplans/ Machbarkeits-Konzept <ul style="list-style-type: none"> Potenziellen Stecken- & Wege-Optionen 2-3 Leit-Routen bzw. -Runden (Empfehlungen) Infrastrukturelle bzw. inszenatorische Gestaltung Qualitäts-Partner-Netzwerk Programm- & Event-Highlight-Konzept Branding-Linie für das Konzept Definition & Initiierung des ersten Umsetzungs-Pakets 	<u>Gemeinde</u> & TVB (interdisziplinäres Kernteam)	Master- & Entwicklungs-Plan € 30.000- 50.000 Branding-Linie € 10.000 – 20.000 In weiterer Folge <ul style="list-style-type: none"> Routen- & Streckenbau Routen-Inszenierung Highlight- bzw. Initialevent Markteinführung
		<ul style="list-style-type: none"> Sicherstellung eines Basisangebots an Mountainbike-Basis-Strecken 	<ul style="list-style-type: none"> Ausarbeitung von ersten Konzept-, Ideen- & Routen-Vorschlägen (die dann mit den betroffenen Grundeigentümern verhandelt und vereinbart werden müssen). 		Interdisziplinäres Kernteam (Tourismus, Jagd, Landwirte,, etc.)

5. Maßnahmenplan


5.2. Tiroler Lebensgefühl-Wege

3 Themenwege zu Marken-Themen der Wildschönau



5. Maßnahmenplan

5.2. Tiroler Lebensgefühl-Wege

- 
- 2023-2024: Konzeption und Entwicklung aller drei Wege
 - Kosten Konzeption und Inszenierung je Weg inklusive Branding, Beschilderung, etc.→ €130.000 – 200.000/Weg
 - Realisierung von jeweils 1 Weg pro Jahr in den nächsten 3-5 Jahren
 - 2024: Markteinführung Weg 1
 - Verstärkendes Marketing aus dem laufenden Budget
 - 2025: KEINE Markteinführung
 - Wenn Genuss-Bike-Destination in diesem Jahr eingeführt wird ist keine kommunikative Konkurrenzierung sinnvoll!
 - 2026: Markteinführung Weg 2
 - Verstärkendes Marketing aus dem laufenden Budget
 - 2027: Markteinführung Weg 3

5. Maßnahmenplan

5.2. Tiroler Lebensgefühl-Wege

	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Tiroler Lebensgefühl Wege	1	<ul style="list-style-type: none"> Fokussierung der Wanderwege-Entwicklung auf 3 thematische Top Routen zu markenprägenden Themen mit naturnahen, unterhaltsamen Inszenierungen (z.B. Entdecker-Pfade, etc.) Potenzielle Themenideen 	<ul style="list-style-type: none"> Definition & inhaltliche Konzeption der potenziellen Routen, wobei idealerweise berücksichtigt wird <ul style="list-style-type: none"> Mind. 1 Weg davon sollte am Berg / Bergbahn sein 1-2 Wege davon auch Wintertauglich 1 Weg als Allwetter-Option („Regen- & Gatsch-Weg“) 	TVB, & Bergbahn	Gesamt ca. € 400.000 – 500.000
		<ul style="list-style-type: none"> Tiroler Genuss – essbare Landschaft Wildschönau: Die Produkte und Genüsse Tirols (von Speck bis Krautinger & von Käse bis Saft) 	<ul style="list-style-type: none"> Realisierung 2024 im Bereich des neuen Höhenweg (Stärkung Höhenweg) 	<u>Bergbahn</u> & TVB	Konzept- & Inszenierung-Budget pro Weg €130.000-200.000
		<ul style="list-style-type: none"> Tiroler Abenteurer – spannende Natur-Burschen & -Erlebnisse: Familienorientierte Natur-Entdeckungstour zu Themen wie Wald- & Forst, Jagd, Alm- & Landwirtschaft, Bergbau, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Mögliche Realisierung 2026 Verstärkung des bestehenden Weges Markbachjoch-Halsgatterl mit Ratestationen 	<u>TVB</u>	Konzept- & Inszenierung-Budget pro Weg €130.000-200.000
		<ul style="list-style-type: none"> Tiroler Liebe – Umarmungen können Wunder vollbringen! Geschichte vom „Drachen & Halsgatterl“ – als Weg zu Romantik, Liebe und Zuversicht 	<ul style="list-style-type: none"> Mögliche Realisierung 2027 Verstärkung der talnahen Runde des Auffacher Rundwanderweg 	<u>TVB</u>	Konzept- & Inszenierung-Budget pro Weg €130.000-200.000

5. Maßnahmenplan

5.3. Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“

Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“



5. Maßnahmenplan

5.3. Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“

- 2023-2024: Konzeption und mögliche Kooperationsvereinbarung
 - Einmalige Kosten Produktbranding und Entwicklung → €15.000-20.000
- 2024: Initialjahr
 - Programm- & Vor-Ort-Branding-Maßnahmen
 - Initial Marketing & Kommunikation → €50.000-100.000
- Ab 2027+: laufende Bespielung
 - Laufende Kosten für Programm und Kommunikation → €15.000-20.000
- Gesamtkosten → € 80.000-140.000

5. Maßnahmenplan

5.3. Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
(Herbst)Saison-Aktion „Wildschönau brennt“	1	<ul style="list-style-type: none"> • Zur Saisonsverlängerung /Weiterentwicklung der Ganzjährigkeit • Saison-Aktion Oktober mit (herbstlichen) Themen wie „feurige Landschaft“, • Genusskomponente in Verbindung mit „brennen“ Schnaps brennen,, wärmende Gerichte, Grillen, Candle Light, Törggelen, etc. • Weiterentwicklung der Krautinger Woche mit Kulinarik Fokus • Diskussionsformate zu „brennenden Themen“ (Einheimischen-Format) Thematische Kultur-Programme (z.B.feurige Abende) • Feuerwehr-(Kinder-)Challenge 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltliches Detail- bzw. Branding-Konzept erstellen • Partner- & Betriebsgewinnung für Programm/ Inhalte • Organisation von Programm-Modulen & Veranstaltungen • Marktlaunch 	TVB & Gemeinde	Gesamt-Budget € 80.000-140.000

5. Maßnahmenplan

5.3. Winter-Days „Wildschönau Brennt“

Winter-Erlebnistag/ Dorfabend „Wildschönau brennt...“



5. Maßnahmenplan

5.3. Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“

- 2023: Konzeption in Zusammenarbeit mit Agenturpartner
 - Einmalige Kosten Programmerstellung und –entwicklung → <€1.000
- 2023/24: Start Winter 2023/24
 - Programm- & Vor-Ort-Branding-Maßnahmen
 - Initial Marketing & **Kommunikation**
 - 10 programmierte Abende → €30.000-50.000
- Ab 2024+: regelmäßiges Winter-Programm
 - Laufende Kosten für Programm und Kommunikation → €30.000-50.000/Winter
- Gesamtkosten → € 80.000-140.000

5. Maßnahmenplan

5.3. Winter-Days „Wildschönau Brennt“

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Winter-Erlebnistag/ Dorfabend „Wildschönau brennt...“	2	<ul style="list-style-type: none">• Winter-Gästeunterhaltungsprogramm (a la Dorfabend)• „brennende“ Gästeunterhaltung am Abend in der Winterzeit mit Fackelwanderung, Candle Light, Nacht-Rodern, etc. anstelle der SkiShow etc• Geplant sind rund 10 Abende	<ul style="list-style-type: none">• Aktueller Konzipierungsprozess in Zusammenarbeit mit Agenturpartner• Programmkonzeption für das Initialja hr (Winter 2023/24)• Programmrealisierung	TVB & (Gemeinde)	Konzeption und Bespielung €30.000-50.000 p.a. aus laufendem Budget

5. Maßnahmenplan


5.4. Flow Slopes

Flow Slopes



5. Maßnahmenplan

5.4. Flow Slopes

- 
- 2023/24: Konzeption durch die Bergbahn
 - Inszenierung und Vermarktung → <€50.000-70.000
 - 2024/25: Start Winter 2024/25
 - Rast- & Ruheelemente (siehe 5.5.)
 - Laufendes Marketing-Budget
 - Gesamtkosten €50.000-70.000

5. Maßnahmenplan

5.4. Flow Slopes

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Flow Slopes	1-2	<ul style="list-style-type: none">• Konzeption und Ausgestaltung einer Genuss-Piste speziell für die Ansprüche von Genuss-Skifahrern• Bewusste Animation /Installationen & Gestaltungselemente für's Langsame und entspannte Skifahren• Evtl. abrundende Genusselemente (Panorampoints, „Wild-Schön-Schauer“, Fotopoints, Yoga-Plätze, etc.)• Vgl. https://www.engadin.ch/de/aktivitaeten/paradiso-piste/	<ul style="list-style-type: none">• Bergbahn und TVB ermitteln mögliche Pisten-Strecken• Konzipierung der Strecke und möglicher Genuss-Points• Vermarktung und Präsentation an die Gäste	Bergbahn & TVB	Inszenierung und Vermarktung €50.000-70.000 (Rast- & Ruheelemente siehe 5.5.)

5. Maßnahmenplan


5.5. Wildschön(sch)auer

Wildschön(sch)auer (Tiroler Aussichts-Korb)



5. Maßnahmenplan

5.3. Herbst-Aktion „Wildschönau Brennt“

- 
- 2023/24: Konzeption
 - Konzipierung → <€10.000-15.000
 - 2024+: Errichtung
 - Beauftragung und Errichtung → €5.000-15.000/Stück
 - Vermarktung und Inszenierung → €50.000-150.000
 - 10 Ruheelemente
 - Gesamtkosten → €80.000-150.000

5. Maßnahmenplan

5.5. Wildschön(sch)auer

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Wildschön- (sch)auer (Tiroler Aussichts- Korb)	2	<ul style="list-style-type: none"> In Anlehnung an „Strandkörbe“ (Nordsee) Entwicklung „ikonischer & einheitlich wiedererkennbarer“, wettergeschützter, ganzjährig im Gebiet einsetzbarer Genuss- & Panoramastationen Evtl. Entwicklung /Konzeption in Kooperation mit Jagd (Hochsitze), Forst- bzw. Almwirtschaft (damit sie für diese ggf. auch praktischen Nutzen haben – vgl. Hochsitze „Riesner-Alm/Steiermark“) 	<ul style="list-style-type: none"> Suche des Gesprächs mit der Jagdgemeinschaft inwiefern sie Potenzial und Realisierungsmöglichkeiten sehen Eruierung von möglichen Standorten mit Jagdgemeinschaft Vorbereitung eines Wettbewerbs zum Design der Aussichtskörbe 	TVB & Bergbahn	Konzeption € 10.000 – 15.000 Errichtung pro Stück € 5.000-15.000 Gesamt(10 Körbe) € 80.000 -150.000

5. Maßnahmenplan


5.6. *Lichter- & Bergadvent*

Lichter- & Bergadvent



5. Maßnahmenplan

5.6. *Lichter- & Bergadvent*

- 
- 2023/24: Konzeption durch die Bergbahn
 - Konzipierung
 - Programmierung → <€20.000-35.000

 - 2024+: Programm durch Bergbahn und Gemeinde
 - Jährliches Budget Programm der Bergbahn → €20.000-35.000/jährlich

 - Gesamtkosten → €50.000-35.000/jährlich

5. Maßnahmenplan

5.6. Lichter- & Bergadvent

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Winter-Saison-Beginn Aktion „Lichter- & Bergadvent Wildschönau“	3	<ul style="list-style-type: none"> • Stille Nächte/ Hüttenromantik und Adventstimmung in Vorbereitung auf die Weihnachtszeit • Inszenierung des Tiroler Weihnachtsgefühl • Ruhiges/edles/genussvolles Saisonsopening • Kern des vorweihnachtlichen Angebots sind Angebote durch die Bergbahn initiiert und bereits bestehende Angebote in der Gemeinde • Inspiration für Bergadvent Angebot <ul style="list-style-type: none"> • Bergadvent am Hartkaiser, Ellmau https://www.wilderkaiser.info/de/ellmau/events/bergadvent-am-hartkaiser.html • Katschberger Adventweg https://www.katschberg.at/de/adventweg.html 	<ul style="list-style-type: none"> • Definition möglicher Programm- & Angebotskomponenten (Betriebe, Vereine, etc.) • Initiierung Winter-Openings mit der Bergbahn • TVB unterstützt mögliche Events in der Vermarktung 	Bergbahn & Advent	Jährliche €20.000-35.000

5. Maßnahmenplan

5.7. Trail Running

Trail Running



5. Maßnahmenplan

5.7. Trail Running

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Kurzbeschreibung	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
Trail Running-Strecken	3	<ul style="list-style-type: none">• Aufbereitung und Gestaltung verschiedener Trail Running Routen• Kraft- und Ausdauerbeweis in der Wildschönau• Suche der Gäste nach körperlicher Herausforderung.	<ul style="list-style-type: none">• Definierung möglicher Routen• Aufbereitung der geografischen Daten• Aufbereitung für den Gast	TVB	Konzeption der Routen und Beschilderung sowie Vermarktung € 25.000-35.000

5. Maßnahmenplan

5.8. Zusammenschau der Schlüsselprojekte

Leit- bzw Schlüsselprojekt	Priorität	Nächste Schritte	Wer	(Grob-) Budget
5.1. Alpine Genuss-Bike-Destination	1	<ul style="list-style-type: none"> Erstellung/Entwicklung eines Master- & Entwicklungsplans/ Machbarkeits-Konzept zu Definition & Initiierung eines ersten konkreten Umsetzungs-Pakets 	<u>Gemeinde</u> & TVB	Master- & Entwicklungs-Plan € 30.000- 50.000 Branding-Linie € 10.000 – 20.000
5.2. Tiroler Lebensgefühl Wege	1	<ul style="list-style-type: none"> Definition & inhaltliche Konzeption der potenziellen Routen Realisierung von jeweils 1 Weg pro Jahr in den nächsten 3-5 Jahren 	<u>TVB</u> & Bergbahn	Konzept- & Inszenierung-Budget pro Weg €130.000-200.000
5.3. Herbst Aktion „Wildschönau brennt“	1	<ul style="list-style-type: none"> Inhaltliches Detail- & Branding-Konzept Partner- & Betriebsgewinnung für Programm/ Inhalte Marktlaunch 	<u>TVB</u> & Gemeinde	€ 80.000 – 140.000
Winter-Erlebnistag „Wildschönau brennt“	2	<ul style="list-style-type: none"> Programmkonzeption (Winter 24??) Programmrealisierung 	<u>TVB</u> (Gemeinde)	€15.000-25.000 p.a. aus laufendem Budget
5.4. Flow Slope	1-2	<ul style="list-style-type: none"> Konzeption, Inszenierung und Vermarktung 	<u>Bergbahn</u> & TVB	€ 50.000 – 70.000
5.5. Wildschön(sch)auer Hochsitz	2	<ul style="list-style-type: none"> Konzeption Standort-Definition und Umsetzung 	TVB	€ 80.000 – 150.000
5.6. Lichter- & Bergadvent	3	<ul style="list-style-type: none"> Programmkonzeption Programmrealisierung Markteinführung 	<u>TVB</u> & Bergbahn	Jährliche €20.000-35.000
5.7. Trail Running	3	<ul style="list-style-type: none"> Routen- & Streckenauswahl Touristische Basisaufbereitung 	TVB	€ 25.000 – 35.000
5.8. Wildschönau Card		<ul style="list-style-type: none"> Transformation des aktuellen Modell 	TVB & Bergbahn	

5. Maßnahmenplan

5.9. Wildschönau Card



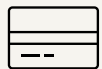
Das **Budget** des TVB betrug zuletzt rd. **€2,6 Mio.** (2022), wovon **24% (€888.200)** für die Wildschönau Card aufgewendet wurden.



Die **Finanzierung** erfolgt durch die Nächtigungsabgabe der **Sommer- und Wintergäste** gleichermaßen, Nutznießer der Wildschönau Card sind jedoch nur die **Sommergäste**.



Die aktuelle Budget-Belastung durch die Card lässt keinen Finanzierungs-Spielraum für die definierten **Schlüssel- bzw. Leuchtturmprojekte** zu



Um die strategischen Zukunftsprojekte umsetzen zu können, sind Überlegungen zur **Transformation der Card-Strukturen** nötig.

5. Maßnahmenplan

5.9. Wildschönau Card

Potenzielle Entwicklungsoptionen:

Aktuell ->

Potenziell:

Finanzierung aus TVB
Budget durch
Ortstaxe

Alle Gäste (auch
Winter) finanzieren
damit Card

1. Mobilitäts- & Basis-Infrastruktur-Card

alle Betriebe können das den Gästen anbieten
/ Top Leistung (Bergbahnen, etc.) vom Kunden direkt zu bezahlen

2. (Freiwillige) Umlage-Card

für Betriebe die Gästen Mehrwert und inkludiertes Service- &
Freizeitangebot bieten wollen (ca. € 1,5 – 2,5 / NA)
Mitbewerber-Destinationen - € 5,5 – 7,5 / NÄ

3. VIP Combi- bzw. Rabatt-Card

freiwillig für Betriebe die Gästen Mehrwert bieten
wollen - Geringer Umlagebeitrag (als bei 2.) – dafür
erhält Gast die Top-Leistungen um z.B. – 50 %

4. Kaufkarte/ Prepaid Card

Kein Angebot des Betriebes; Gast kauft sich selbst ein
Mehrtages- bzw. Urlaubsprodukt mit inkludierten
Leistungen



Hinweis – Nicht empfohlen wird -

1. Alternativloses auslaufen lassen
2. Mischversion / Mix mehrerer Optionen

5. Maßnahmenplan

5.9. Wildschönau Card

Modell	Beschreibung	Beispiel
Gäste- bzw. Mobilitätskarte	Über die Ortstaxe inkludierte Basisleistungen vor allem des öffentlichen Verkehrs (+ weitere Rabattleistungen)	Pillerseetal Gästekarte Inkludierte Leistungen: Bus und Nahverkehrszüge Familien- & Kinderprogramm und Jugendprogramm Ermäßigungen
Umlagekarte	Zusätzlich (freiwilligen) eingehobener Nächtigungsbeitrag pro Gast (Teilw. extra ausgewiesen wie in Serfaus & Zell am See) Umlagebeiträge aktuell bei Top Cards ca. € 5 – 7 netto (Schladming, Serfaus, Zell am See)	SUPER. SOMMER. CARD. Serfaus-Fiss-Ladis Inkludierte Leistungen: Kostenlose Nutzung Bergbahn Wanderbus Teilnahme am Programm Ermäßigungen
Rabatt- & Umlage-Card	Kombination aus Gästecard & Umlagecard – aufgrund des Umlagebeitrags können aber attraktive Discounts (z.B. ½ Preis) gewährt werden	Premium Card Davos Klosters Inkludierte Leistungen: Kostenloser Nahverkehr Rabattierte Angebote um 50 % / Halbp reis
Kaufkarte	Gäste (und Einheimische) können für einen Fixbetrag (meist 2 – 7 Tages-Optionen) Karte mit inkludierten Leistungen erwerben und nutzen Aktuelle 6 Tages-Preise ca. € 100 – 120,-- (Zillertal, Zugspitze, Pillerseetal)	Zillertal Aktiv Card Erwerbbar 3, 6, 9 oder 12 aufeinanderfolgenden Tagen inkludiert Berg- und Talfahrt bei zehn Bergbahnen Eintritt in sechs Freischwimmbäder, Benutzung öffentlichen Verkehrsmittel, 10 % Ermäßigung bei vielen Vorteilspartnern, etc.

5. Maßnahmenplan

5.9. Wildschönau Card

Potenzieller erster Berechnungs-Ansatz für Wildschönau-Umlage-Card

Maximum-Version	Minimum-Version
<ul style="list-style-type: none">• € 900.000 an Ausschüttungs-Beitrag für Partner• Ca. 330.000 taxenpflichtige Sommer-Nächtig.	<ul style="list-style-type: none">• € 900.000 Ausschüttungsbeitrag• Ca. 200.000 Nutzungen bei Partnern• Ca. 330.000 taxenpflichtige Sommer-NÄ• Ca. 0,6 Nutzungen pro (pflichtiger) Nächtigung
• € 0,9 Mio : 330.000 Sommer-Nächt.	• € 0,9 Mio : 0,3 Mio So-Nächt * 0,6 Nutzungen
€ 2,7	€ 1,7
Potenzieller Umlagebeitrag (netto)	

Ziel der Umlage: Durch (freiwillige) Umlage des Gastes in den Partnerbetrieben für die Wildschönau Card

Agenda

Auftrag & Ausgangslage

1. Strategische Potenziale & Einschätzungen

2. Strategische Zukunfts-Ziele & -Ausrichtung

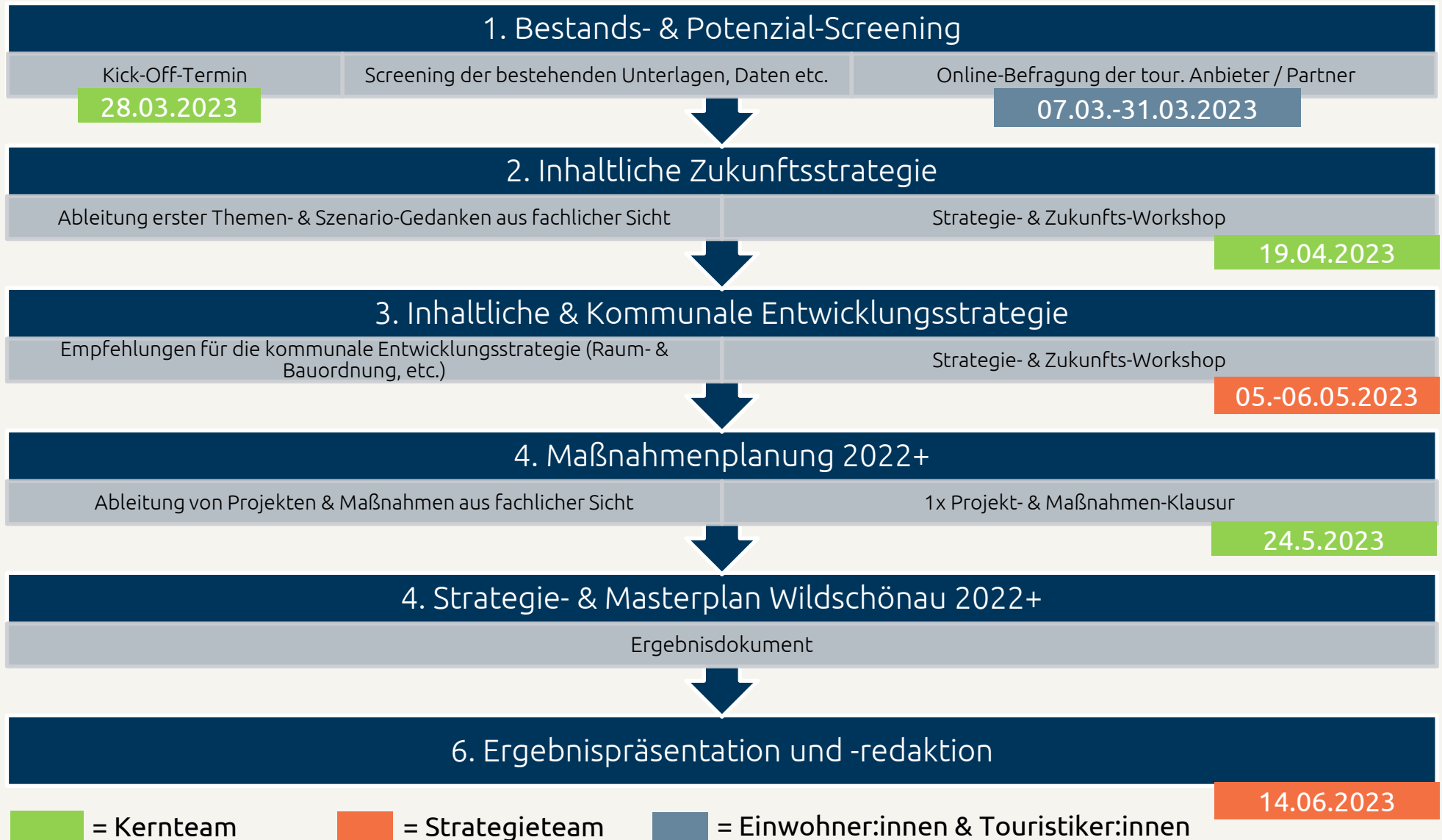
3. Touristische Positionierung

4. Handlungs- & Entwicklungsfelder

5. Maßnahmenplan

Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

Weitere Vorgangsweise



Weitere Vorgehensweise & nächsten Schritte

Next Steps

Weitere Schritte	Wer?
<ul style="list-style-type: none">Beschlussfassung des Strategie- und Masterplan Wildschönau 2030 in den jeweiligen Gremien (Vorstand TVB und Gemeinderat)	Jeweiliges Gremium
<ul style="list-style-type: none">Finale Fixierung und Priorisierung der Schwerpunkt-Maßnahmen in der ersten Umsetzungsphase im Projektteam	Kern-Projektteam
<ul style="list-style-type: none">Teilarbeitung und Präzisierung der Vorschläge für die künftige Bau- und Raumordnung für einen allfälligen Beschluss des Gemeinderates als Planungsrichtlinie für die zukünftige Ortsgestaltung	Kern-Projektteam Beschluss durch jeweiliges Entscheidungsgremium

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung:

conos gmbh

Hietzinger Hauptstraße 45 / 2
1130 Wien

www.conos.at

wien@conos.at

Tel.: 01 / 306 06 06 Fax: DW 10