

Vorderes Ötztal

Zukunftsstrategie Tourismus 2030

Strategieempfehlung und weiteres Vorgehen

Clemens Westreicher

12. August 2021

WESTREICHER CONSULTING

Telefon: +43 680 142 66 93 | kontakt@westreicher-consulting.at

www.westreicher-consulting.at

Zukunftsstrategie und Maßnahmen



Das Vordere Ötztal ist eine touristische Ganzjahresdestination. In seiner Entwicklung verfolgen die Akteure und die Bewohner wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Ziele in ausgewogener Weise.

Dies erreichen wir, indem wir

1. zielgruppengerechte Erlebnisse schaffen,
2. kooperieren und
3. die Bevölkerung, die Mitarbeitenden sowie die Umwelt miteinbeziehen.

1. Der Tourismus ist der zentrale Wirtschaftsfaktor (Leitbranche) im Vorderen Ötztal und soll es auch zukünftig bleiben.
Wirtschaftliches Ziel
2. Das Vordere Ötztal ist Wohn-, Lebens- und Arbeitsraum. Der Tourismus bietet (direkt und indirekt) Arbeitsplätze, Wohn- und Freizeitqualität und schafft Wohlstand.
Gesellschaftliches Ziel
3. Der Tourismus lebt von einer intakten Landschaft, die für Einheimische und Gäste gleichermaßen zugänglich und erlebbar ist und von einem verträglichen Klima.
Ökologisches Ziel

Leitsätze

Wirtschaftliche Ziele

1. Wir sind eine Ganzjahresdestination.
2. Wir fokussieren auf einige wenige Zielgruppen.
3. Qualität vor Menge: höhere Wertschöpfung
4. Wir kooperieren.
5. Regionale Mitarbeitende begeistern unser Gäste.
6. Wir haben betriebswirtschaftlich gesunde und professionelle familiengeführte Betriebe.
7. Wir haben eine attraktive, ausreichende und finanzierbare Freizeit-Infrastruktur für Gäste und Einheimische.

1. Einheimische nutzen das Angebot gleichermaßen wie die Gäste und bezahlen einen angemessenen und leistbaren Preis.
2. Wir schaffen ein Bewusstsein für den Tourismus.
3. Wir sind (Vorderes) Ötztal.
4. Wir ermöglichen sozial benachteiligten Bewohnern die ermäßigte Nutzung der touristischen Infrastrukturen.
5. Wir fördern den sicheren Fortbestand der einheimischen Familienbetriebe.

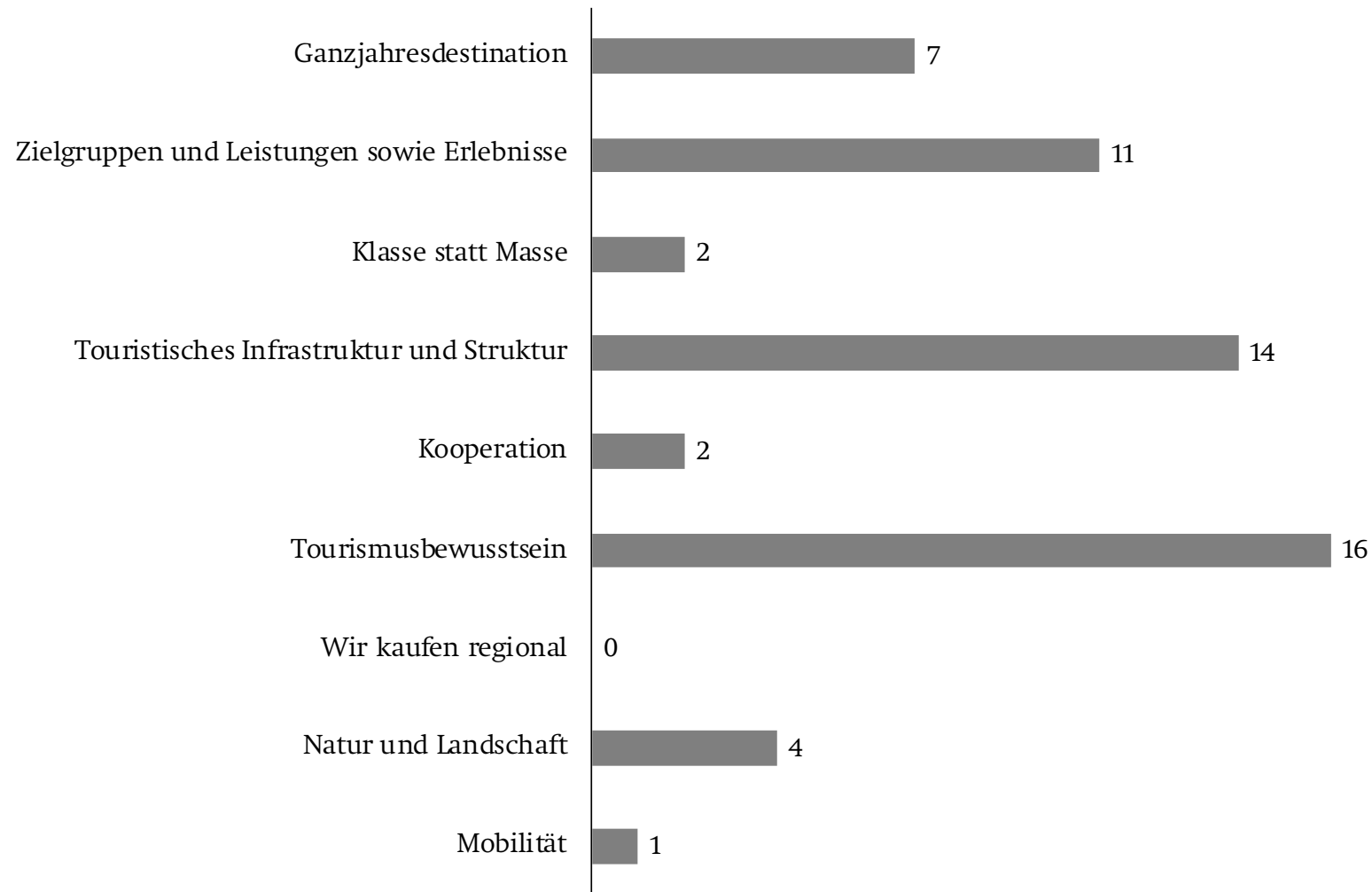
Leitsätze

Ökologische Ziele

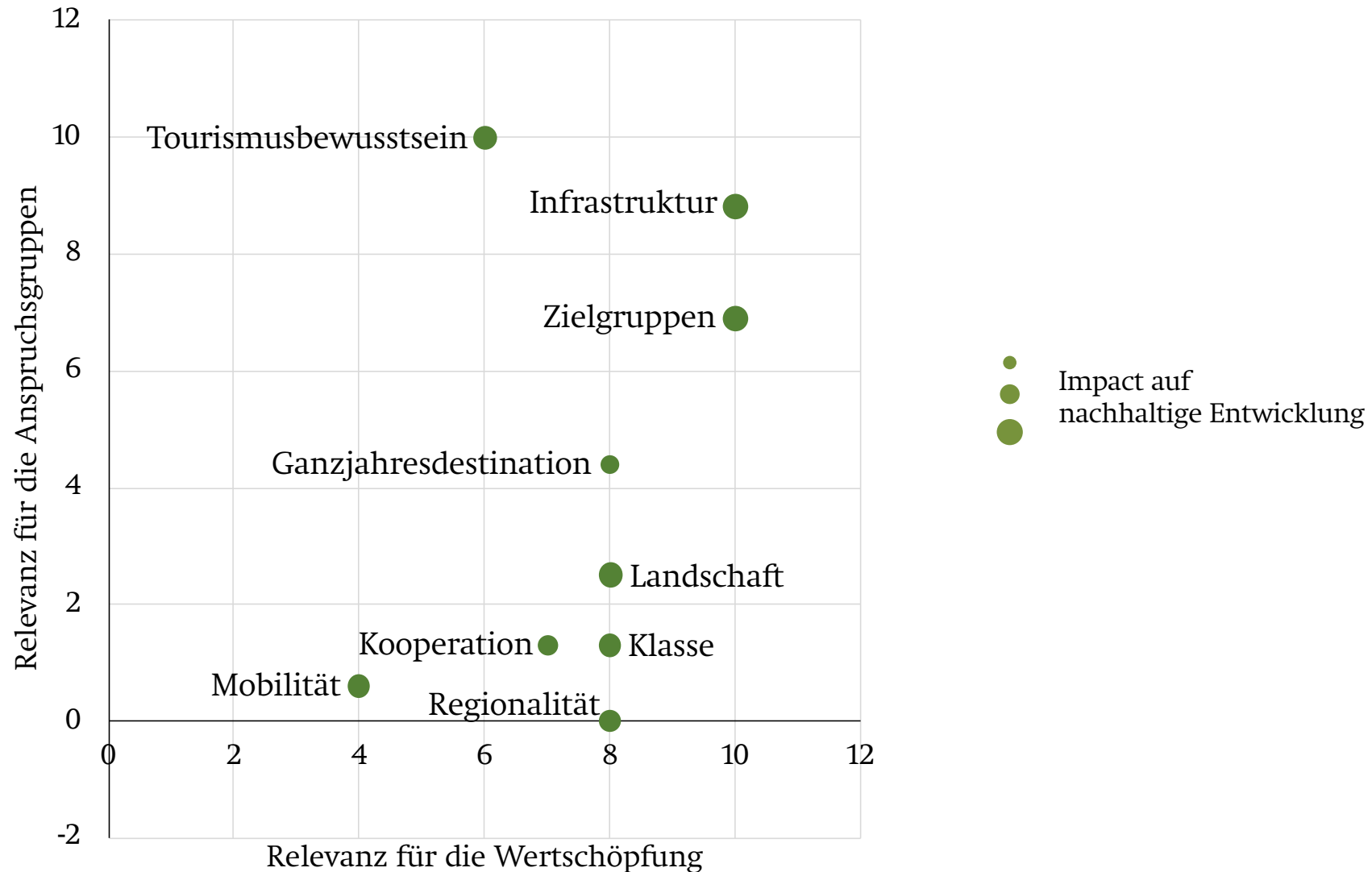
1. Wir kaufen regional.
2. Wir leben von einer intakten Natur und Landschaft.
3. Unsere Gäste und wir sind nachhaltig mobil: Von der ersten bis zur letzten Meile – zu Fuß, mit dem (E-)Bike, dem öffentlichen Verkehr und mit (mietbaren) alternativen Antriebsformen.
4. Wir verkleinern jährlich unseren CO₂-Fußabdruck und sind ehrlich CO₂-neutral bis 2040.

1. Ganzjahresdestination
2. Zielgruppen und Leistungen sowie Erlebnisse
3. Klasse statt Masse
4. Touristisches Infrastruktur und deren Struktur
5. Kooperation
6. Tourismusbewusstsein
7. Wir kaufen regional
8. Natur und Landschaft
9. Mobilität

Gewichtung Teilnehmende Workshop 10. Juni 2021



Relevanz für Teilnehmende und Wertschöpfung (Skala 1 – 10) sowie Impact auf die nachhaltige Entwicklung



So soll es werden!

Infrastrukturangebot auch für die Vor- und Nachsaison

Wie kommen wir dort hin?

- Hochoetz als "Erlebnisberg": alternativer Wintersport; Sommer: Erlebnis für alle Altersgruppen
- Hotels / Gastronomie Öffnungszeiten
- E-Bike Attraktionen ausbauen
- Besondere kulinarische Angebote Highlights

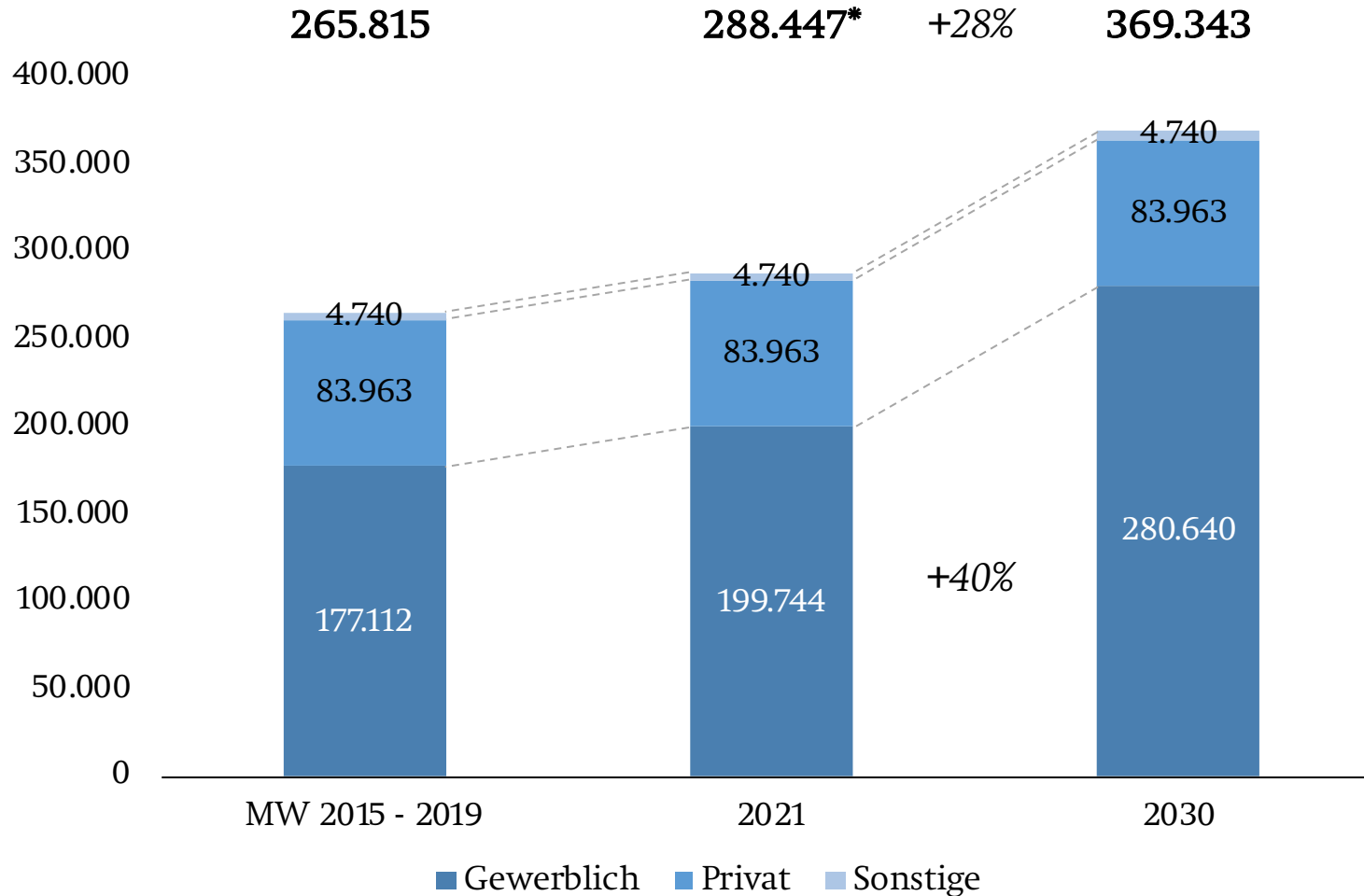
Touristisches Angebot bzw. touristische Infrastruktur und deren Struktur

- Bestehende Infrastruktur zeitgemäß erhalten und nachhaltig weiterentwickeln
- Investitionen in Attraktionen und Erlebnisse mit ganzjähriger Nutzungsmöglichkeit und Zielgruppenwirkung
- Verfolgen von Arealsynergien: Gemeinsame Infrastruktur bzw. Anbindung an öffentliche (Ganzjahres-)Infrastruktur
- Anbindung bestehender Attraktionspunkte im Umfeld des VOE, anstatt selbst anbieten
- Familiengeführte Betriebe in betriebswirtschaftlich optimierter Größe

Touristisches Angebot bzw. touristische Infrastruktur und deren Struktur

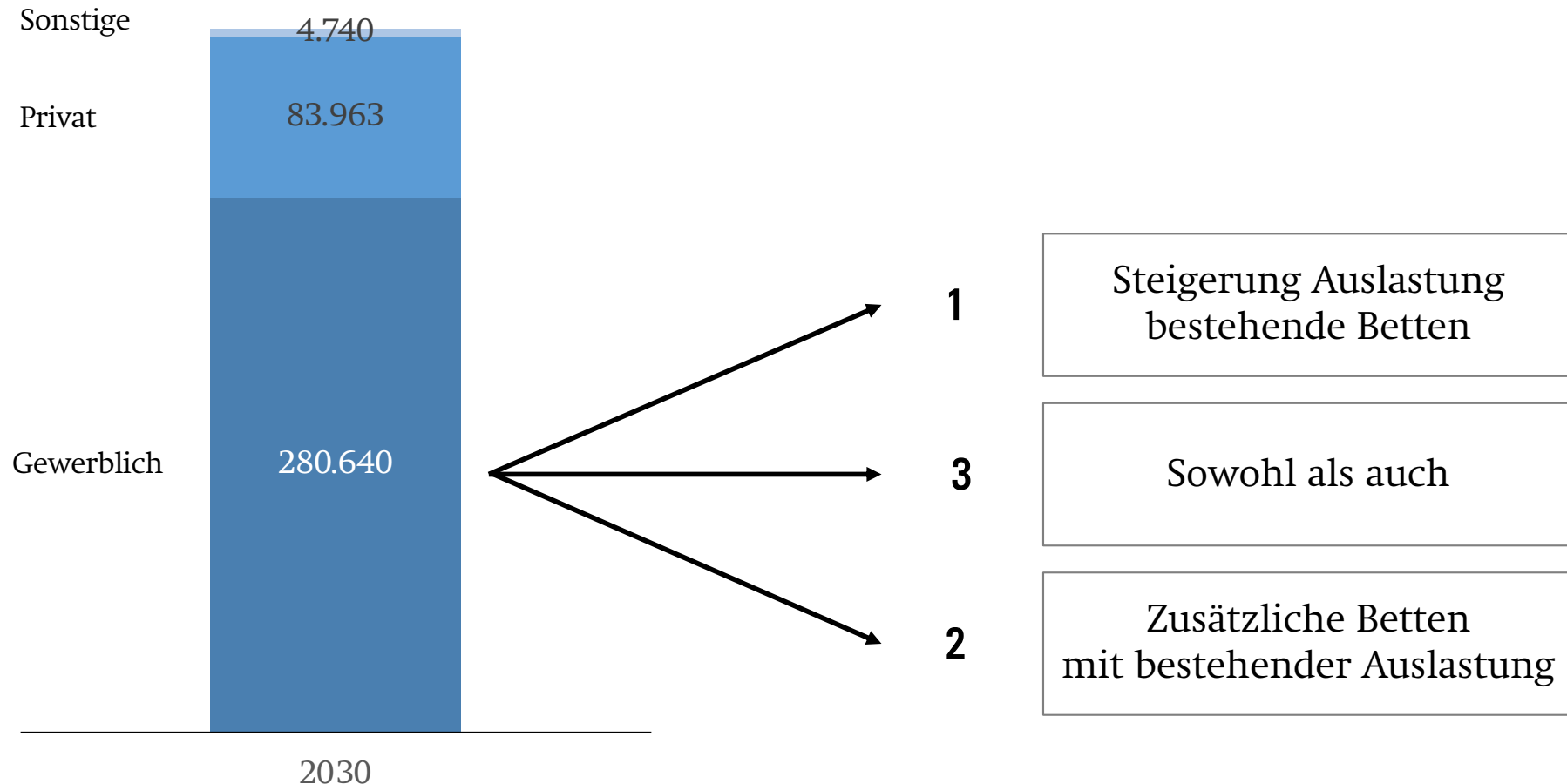
- **Bettenkapazität** im Vorderen Ötztal orientiert sich an der heutigen verträglichen **Beförderungskapazität der Seilbahn Hochoetz** (Ersteintritte Winter)
 - Anzahl private Betten halten
 - Zu-, Um- und Ausbau bestehende gewerbliche Familienbetriebe und Next Generation
 - Fokus auf familiengeführte Unternehmen und qualitativ hochwertige Vollhotels
 - Keine Beherbergungsgroßbetriebe (>150 Betten) durch externe Investoren und Betreiber
 - Ausschließlich lokale Investorenmodelle mit ausschließlich lokalen Betreibern
 - Bettenobergrenze orientiert sich an Kapazität tägliche Ersteintritte Hochoetz, d.h. Anzahl neue gewerbliche Betten maximal 700

Entwicklung Beherbergung an bestehenden Kapazitäten der Seilbahn Hochoetz orientieren Winterübernachtungen

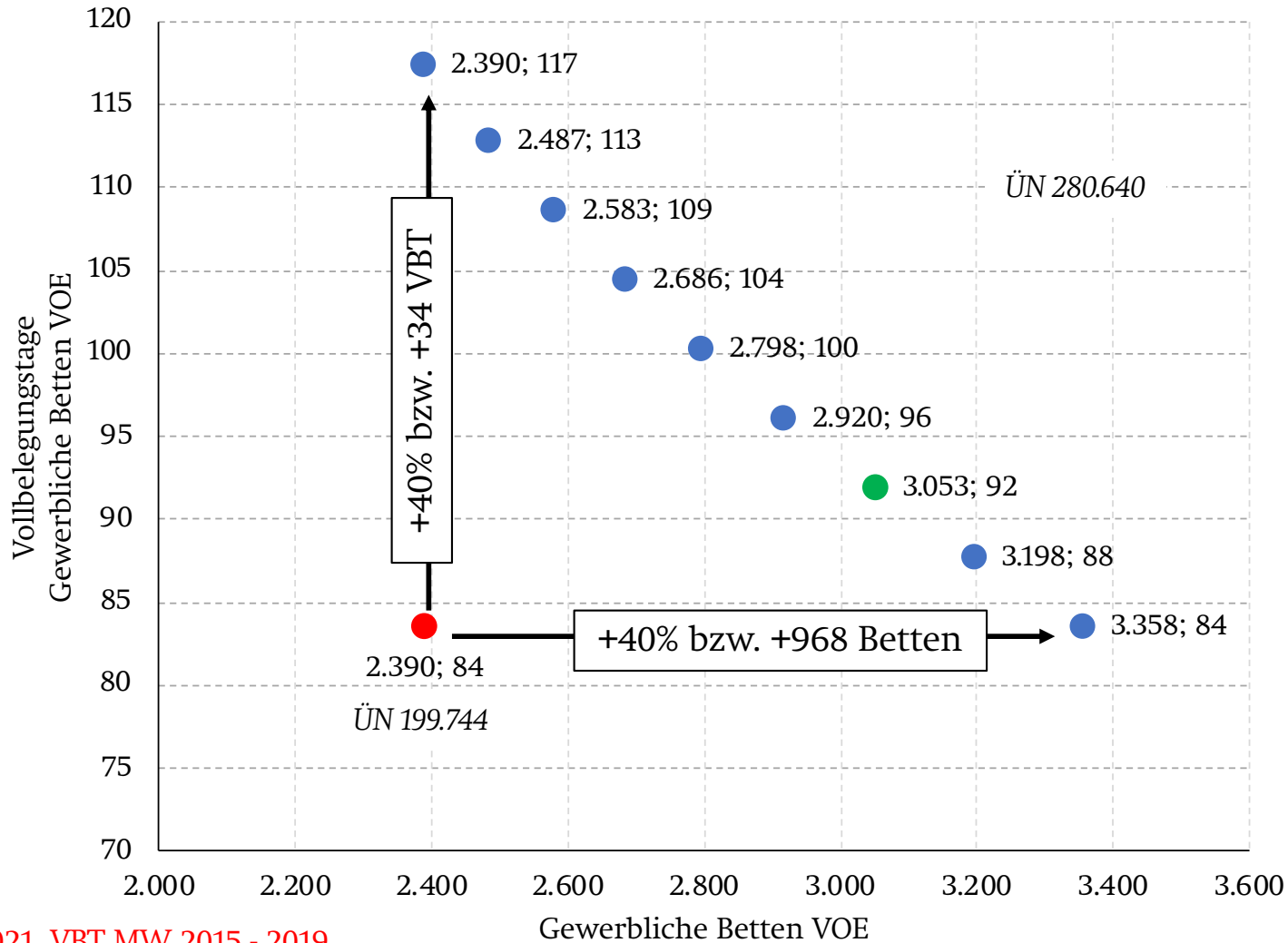


* Betten 2021 mit Auslastung gemäß Mittelwert (MW) 2015 - 2019

Varianten, um Entwicklung der Übernachtungen zu erzielen



Gewerbliche Betten und Vollbelegungstage Vorderes Ötztal Winterhalbjahr 2021* und 2030



So soll es werden!

Bessere Kommunikation unserer regionalen Stärken (Outdoor - Wandern - Biken - Schifahren)

Wie kommen wir dort hin?

- Jahreszeiten unterschiedlich positionieren
- Kooperationen der heimischen Anbieter
- Multisport-Destination = USP
- Zielgruppen neu definieren und einzeln ansprechen
- Vermieter über regionale Stärken überzeugen / informieren

- **Vorher Erlebnisentwicklung**

Erlebnis (Bedürfnis) – Zielgruppe – Zeitraum* bzw. Zielgruppe und Leistungen sowie Erlebnisse

* Saison, Woche, Wochentag

- Basiselemente sind **Natur- und Outdoor-Erlebnisse** im Winter, Frühjahr, Sommer und Herbst
- Maßgeschneiderte Outdoor-Erlebnisse für **einige wenige Zielgruppen**, d.h.
 - Familien mit Kindern und Jugendlichen, Paare, Silver Ager, Cliques
 - mit sportlich- und gesundheitsorientierten sowie
 - nachhaltigkeitsorientierten Lifestyle und
 - Gemeinschaftssinn
- **Saisonale Spezialisierung**
 - Outdoor + Familien
 - Outdoor + Paare
 - Outdoor + Silver Ager
 - Outdoor + Cliques
- Winter: Ski Alpin und alternative Wintersportarten, d.h. Winterwandern, Rodeln, Natureislauf und Langlauf
- Sommer: Wandern, Bike und E-Bike, Adventure in Natur (Rafting, Canyoning, Klettern / Bouldern, Paragliden / Tandem), See & Bach, Golf
- **Erlebnis-Berg Hochoetz** im Winter und Sommer: Entwicklungsmotor der Region

Deutschland Schulferien 2022

Quelle: <https://www.schulferien.org/deutschland/feriendichte/>

Januar 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
52						1	2
01	3	4	5	6	7	8	9
02	10	11	12	13	14	15	16
03	17	18	19	20	21	22	23
04	24	25	26	27	28	29	30
05	31						

Februar 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
05		1	2	3	4	5	6
06	7	8	9	10	11	12	13
07	14	15	16	17	18	19	20
08	21	22	23	24	25	26	27
09	28						

März 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
09		1	2	3	4	5	6
10	7	8	9	10	11	12	13
11	14	15	16	17	18	19	20
12	21	22	23	24	25	26	27
13	28	29	30	31			

April 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
13					1	2	3
14	4	5	6	7	8	9	10
15	11	12	13	14	15	16	17
16	18	19	20	21	22	23	24
17	25	26	27	28	29	30	

Mai 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
17							1
18	2	3	4	5	6	7	8
19	9	10	11	12	13	14	15
20	16	17	18	19	20	21	22
21	23	24	25	26	27	28	29
22	30	31					

Juni 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
22			1	2	3	4	5
23	6	7	8	9	10	11	12
24	13	14	15	16	17	18	19
25	20	21	22	23	24	25	26
26	27	28	29	30			

Juli 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
26					1	2	3
27	4	5	6	7	8	9	10
28	11	12	13	14	15	16	17
29	18	19	20	21	22	23	24
30	25	26	27	28	29	30	31

August 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
31	1	2	3	4	5	6	7
32	8	9	10	11	12	13	14
33	15	16	17	18	19	20	21
34	22	23	24	25	26	27	28
35	29	30	31				

September 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
35				1	2	3	4
36	5	6	7	8	9	10	11
37	12	13	14	15	16	17	18
38	19	20	21	22	23	24	25
39	26	27	28	29	30		

Oktober 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
39						1	2
40	3	4	5	6	7	8	9
41	10	11	12	13	14	15	16
42	17	18	19	20	21	22	23
43	24	25	26	27	28	29	30
44	31						

November 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
44		1	2	3	4	5	6
45	7	8	9	10	11	12	13
46	14	15	16	17	18	19	20
47	21	22	23	24	25	26	27
48	28	29	30				

Dezember 2022

	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
48				1	2	3	4
49	5	6	7	8	9	10	11
50	12	13	14	15	16	17	18
51	19	20	21	22	23	24	25
52	26	27	28	29	30	31	

- X Bei 0% der Bevölkerung sind Schulferien.
- X Bei 1% bis 20% der Bevölkerung sind Schulferien.
- X Bei 20% bis 40% der Bevölkerung sind Schulferien.
- X Bei 40% bis 60% der Bevölkerung sind Schulferien.
- X Bei 60% bis 90% der Bevölkerung sind Schulferien.
- X Bei 90% bis 100% der Bevölkerung sind Schulferien.

Erlebnis (Bedürfnis) – Zielgruppe – Zeitraum* bzw. Zielgruppe und Leistungen sowie Erlebnisse

* Saison, Woche, Wochentag

- Ortskundige Mitarbeitende mit sehr hoher Leistungs- und Sozialkompetenz
- Wiederholungsgäste (Stammgäste) und Neugäste in europäischen Nahmärkten (DE, NL, CH, BE, AT) mit Fokus auf Übernachtungsgäste
- Kooperation der lokalen Leistungsanbieter über die gesamte Wertschöpfungskette
- Ortskerne: Atmosphäre, Shopping & Flanieren, Kulinarik; örtlicher und regionaler Flair
- Steuerung und Limitierung der **Tagesgäste** durch z.B. Parkraumbewirtschaftung

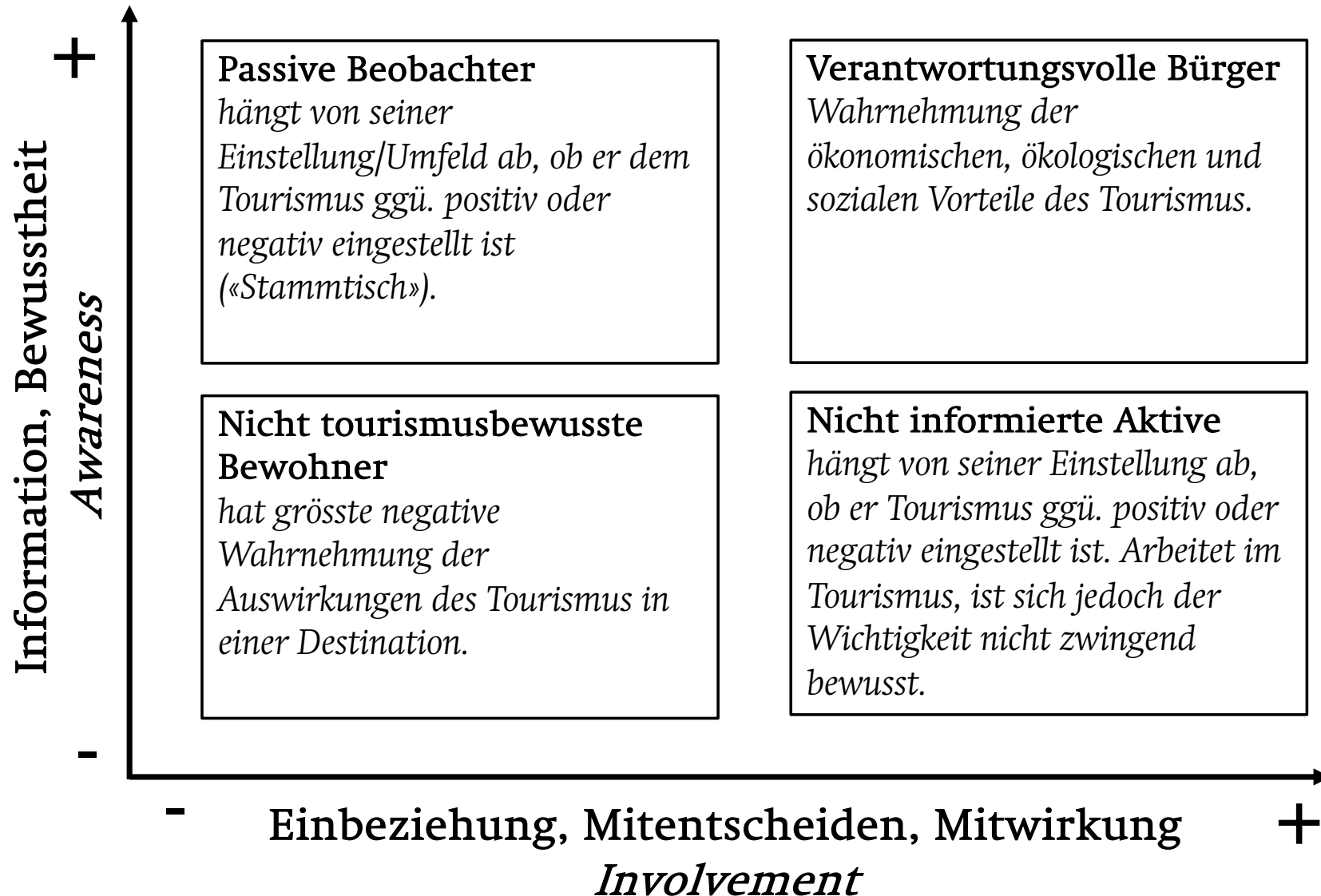
So soll es werden!

Chancen und positive Aspekte des Tourismus für Jugend erkennbar machen

Wie kommen wir dort hin?

- Örtliche Schulen miteinbeziehen, z.B. Schnuppertage
- Kommunikation laufend über die Vorteile touristischer Infrastruktur
- Lobbyismus des Tourismus als attraktiven Arbeitgeber
- Bewusstseinsbildung Wohlstand durch Tourismus

Tourismusgesinnung durch Tourismusbewusstheit



Tourismusbewusstheit schafft Tourismusgesinnung

- Maßnahmen, die Bewohnerinnen und Bewohnern des Vorderen Ötztal zugutekommen, z.B. Ötztal-er Card
- Kooperation Tourismus und Landwirtschaft und Handwerk und Dienstleister und ...: Wir kaufen regional!
- Mobilitätsdrehscheibe Ötztal Bahnhof
- Offener Zugang zu Informationen, Partizipation und transparente Entscheidungsprozesse
- Aufklärungsarbeit, z.B. Wohlstand vs „romantisierte Gute Alte Zeit“, regionalwirtschaftliches Wirkungsmodell

- Marketing in eigener Sache bei Bewohnern und in Schulen, Vereinen sowie öffentlichen Institutionen
- Netzwerk von Tourismusbotschaftern und Aus- und Weiterbildungspartnerschaften

Tourismus Vorderes Ötztal 2030 im Kurzform

- Ganzjährige Outdoor-, Multisport- und Abenteuer-Region
- für alle Altersgruppen
- mit sportlich- und gesundheitsorientiertem sowie nachhaltigkeitsorientierten Lifestyle und
- Gemeinschaftssinn
- sowie außerordentlichen Service durch lokale Mitarbeitende

Fokusgruppen (FG)

Maßnahmen und Projekte mit

Beteiligung der Bewohnerinnen und der Bewohner

- FG 1: Outdoor-Erlebnisse für Zielgruppen und Zeitraum
- FG 2: Erlebnisberg Hochoetz – Winter, Frühjahr, Sommer und Herbst
- FG 3: Tagesgäste
- FG 4: Kooperation – gemeinsam erreichen wir mehr
- FG 5: Wir kaufen regional – Landwirtschaft, Tourismus, Handwerk, Dienstleister
- FG 6: Mitarbeitende – fachkundig, sozialkompetent und ganzjährig
- FG 7: Familiengeführte Betriebe – Pflege und Professionalisierung des Bestands sowie NextGen
- FG 8: Arealsynergien – zB öffentliche Schwimmbäder
- FG 9: CO₂-Fußabdruck – gemeinsam mit Gemeinden – Minimierung des Ressourcenverbrauchs
- FG 10: Tourismusgesinnung

- Diskussion und Bereinigung Strategieempfehlung und Priorisierung Fokusgruppen
- Präsentation Öffentlichkeit im Sep 2021
- Gewinnung Leiter Fokusgruppen und Mitarbeitende in den jeweiligen Fokusgruppen
- Arbeit in Fokusgruppen
- Präsentation Ergebnisse Fokusgruppen Herbst 2021 inkl. Indikatoren
- Umsetzung und laufender Bericht in Ortsausschüssen und einmal jährlich an die Öffentlichkeit anhand der Indikatoren