

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

KÄRNTEN
Hohe Tauern-
die Nationalpark-Region



Am Beispiel der Nationalpark-Region
Hohe Tauern in Kärnten



Referent: Günter Mussnig



1984 – 1990:

Studium der Diplomgeographie Universität Klagenfurt

1990 – 2011:

Nationalparkverwaltung Hohe Tauern
Kärnten

1990 - 2001:

- Wissenschaftskoordination
- Nationalparkplan (IUCN Anerkennung)

2002 – 2006

- Öffentlichkeitsarbeit
- Projektmanagement (z.B. INTERREG)

2006 – 2011:

- Leiter Abteilung Tourismus (zeitl. befr. Übernahme des regionalen Tourismusmanagements)

2012 - 2015

Geschäftsführer der „Hohe Tauern – die Nationalpark-Region in Kärnten Tourismus GmbH“
Leiter Alpe Adria Trail Buchungszentrum



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Einleitung



WARNUNG:

Dieser Vortrag erhebt keinerlei
Anspruch auf inhaltliche
Vollständigkeit!

Wesentliche Herausforderungen
für eine nachhaltige
Regionalentwicklung werden darin
nur gestreift oder gar nicht
behandelt!

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Die Region

Hohe Tauern - die Nationalpark-Regi... x +

es/RegionDetail?tag=NationalparkRegion Hohe Tauern Kärnten

Anmelden Google (2) Google Web Slice-Katalog

HOME URLAUBSTHEMEN REGIONEN/StÄDTE/ORTE UNTERKÜNFTE ANGEBOTE SEHENSWERTES SERVICES ▾

ihre ZEIT IN KÄRNTEN FRÜHLING SOMMER **HERBST** WINTER



Karte Satellit

KÄRNTEN
Hohe Tauern-
die Nationalpark-Region

KÄRNTEN ENTDECKEN

Kärnten durchsuchen



HOHE TAUERN - DIE NATIONALPARK-REGION

Der Nationalpark Hohe Tauern - das größte Schutzgebiet der Alpen und eine der schönsten Landschaften der Erde wartet darauf entdeckt zu werden!



UNTERKUNFT FINDEN

aus der Region NationalparkRegion Hohe

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Die regionalen Markenerkerne



Grossglockner



Nationalpark Hohe Tauern



Europa Schutzgebiet Obere Drau



Kärntens höchste Schigebiete

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Der Ausblick

Bevölkerungsveränderung von 2009 - 2050 nach Prognoseregionen



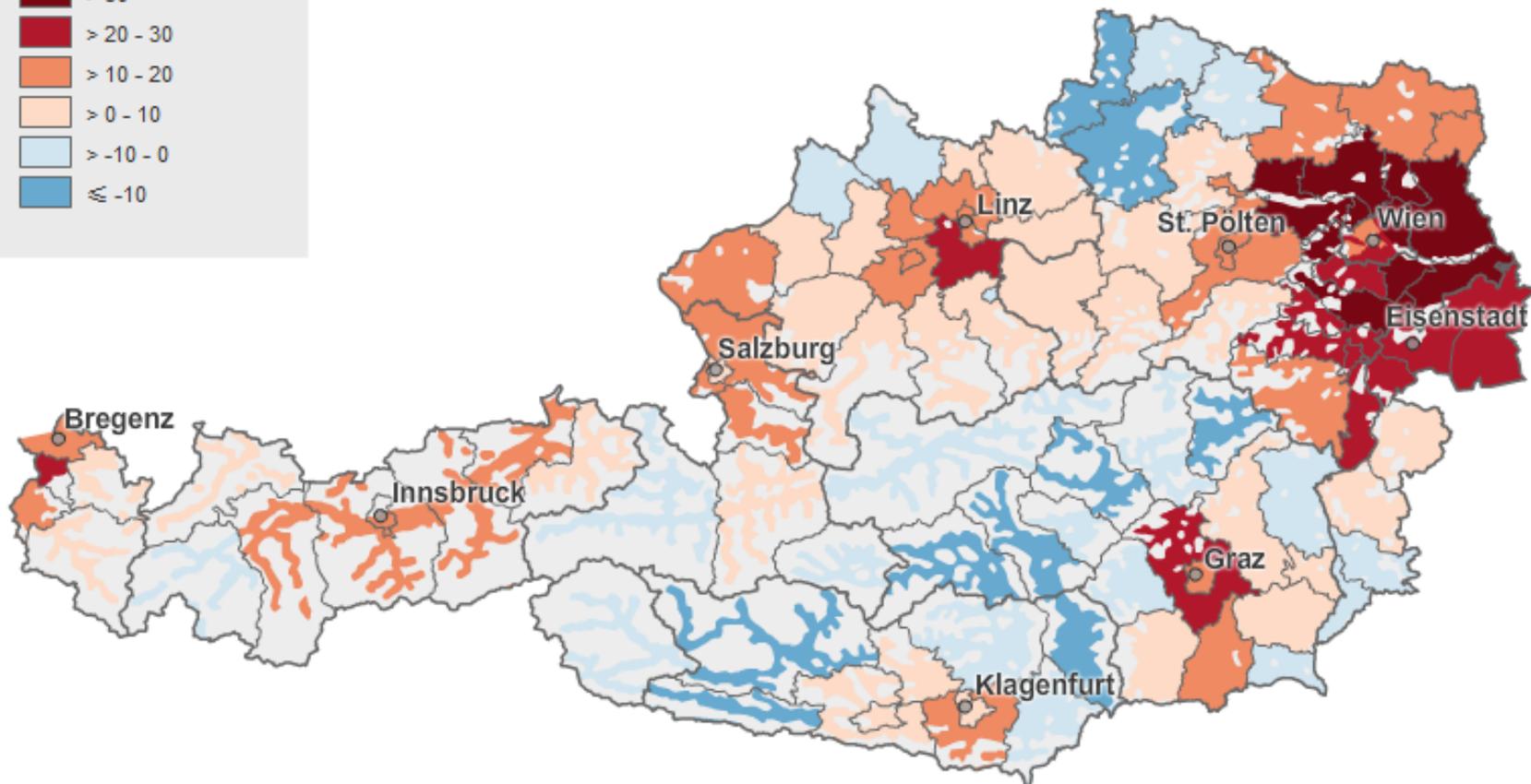
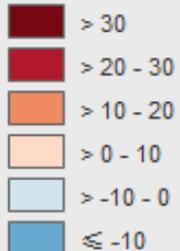
2009

2030

2050

Jahr: 2050

Veränderung seit 2009
in %



0 25 50 km

1. Nachdenken: Lösungen jenseits des
Tourismus suchen!

2. Umdenken: die Werkzeuge der
Vergangenheit sind heute das System
der verpassten Chancen

3. Weiter denken:

Die Arbeit fortsetzen, wo andere aufhören

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Nachdenken



Die (Ohn-)Macht der Innovation!

*„Wer auf frischen Wind wartet, darf nicht
verschnupft sein, wenn er kommt.“*

Helmut Qualtinger



*„Pioniere sind Leute in einer Truppe, die ganz weit
vorn laufen, die zuerst mit dem Gesicht nach
unten im Matsch landen und als Erste den Pfeil im
Rücken haben.“*

Thomas Krens, (Direktor des Guggenheim Museums)

www.shutterstock.com · 73760251

KÄRNTEN
Hohe Tauern -
die Nationalpark-Region

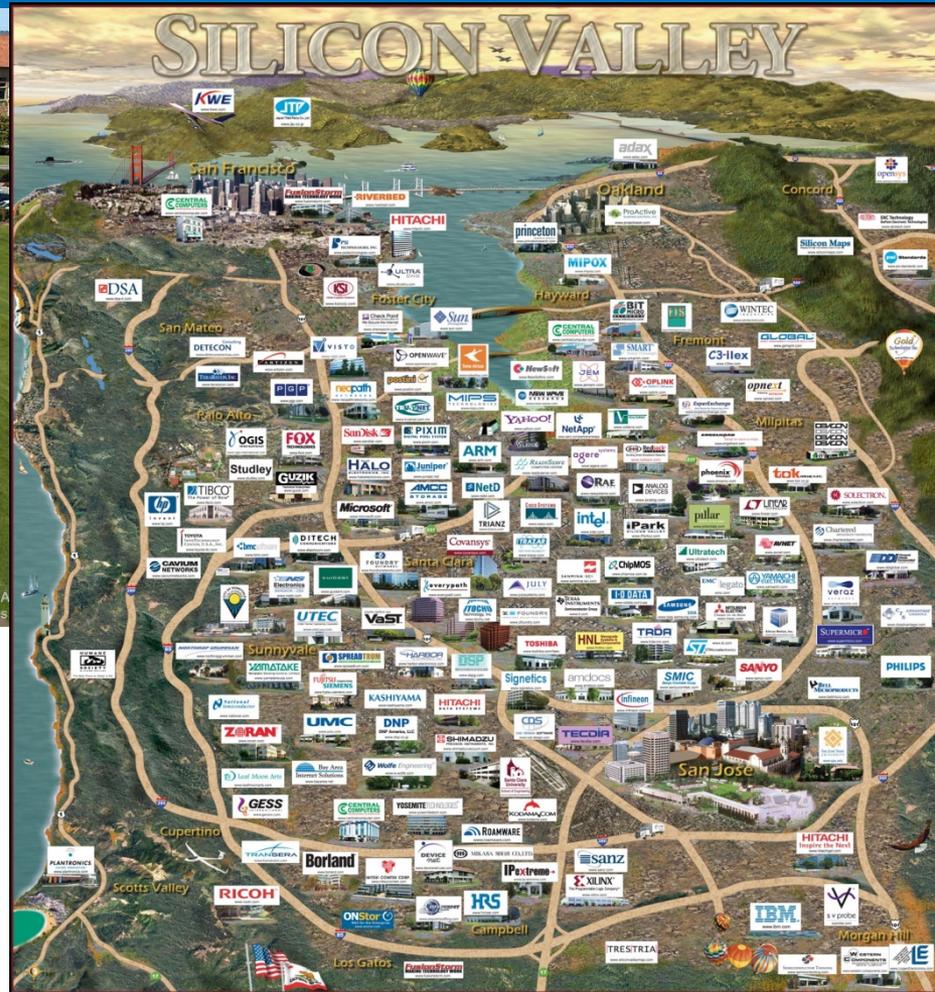


Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Nachdenken



Credit: Linda A
Stanford University News



Frederick Terman, Dekan der Stanford University

„Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Sache durchgesetzt hat!“

Mark Twain

KÄRNTEN
Hohe Tauern -
die Nationalpark-Region

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Nachdenken

HTL für Mechatronik (Lienz):

„Dezentrale Bildungsangebote als Schlüssel-investition für Innovation und nachhaltige Entwicklung“

The screenshot shows the website for HTL Lienz, specifically the Mechatronics department. The browser address bar shows 'enz.tsn.at/htl/'. The page features a navigation menu with links for HOME, SUPPLIERUNGEN, INFOPORTAL:HTL, PROJEKTE, BILDUNGSBERATUNG, UNTERRICHT INTERAKTIV, JOBS, and DOWNLOADS. A large banner image shows a modern building with the word 'MECHATRONIK' overlaid in large, stylized letters. Below the banner, there is a search bar and a timestamp '27 Sep 2015 Sun 11:57:26'. A sidebar on the right lists 'Hauptsponsoren::Technikerball' with a logo for 'WITO Konstruktionen'. Below that is a 'Kalender' section listing dates and events: 26. October, 2015 (Nationalfeiertag), 8. December, 2015 (Mariä Empfängnis), 11. December, 2015 (Tag der offenen Tür), 24. December, 2015 (Heiliger Abend), and 25. December, 2015. The main content area has a section for 'Letzte News' with a headline 'AKTUELL::Öffnungszeiten Sekretariat Sommer 2015' and a sub-headline 'Freigegeben durch LamCh am Jul - 9 - 2015 - Comments Off'. The Windows taskbar at the bottom shows icons for Internet Explorer, Google, Firefox, Word, and PowerPoint.

KÄRNTEN
Hohe Tauern -
die Nationalpark-Region



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Nachdenken

Micado Smart Engineering: (Oberlienz):

*„Den im ländlichen
Raum
ausgebildeten
Fachkräften eine
Perspektive in ihrer
Heimat bieten!“*



MICADO SMART
ENGINEERING
amazing solutions...

HOME
WERKZEUGE & VORRICHTUNGEN
LIGHTWEIGHT TOOLS
AUTOMATION
MESSDIENSTLEISTUNG
LEISTUNGEN
EXPERIENCE
UNTERNEHMEN
SUPPORT
NEWSLETTER

TOOLS & EQUIPMENT
for composites



Offizielle Eröffnungsfeier in Oberlienz

Am 20. November 2014 lud MICADO zur feierlichen Eröffnung des neuen Engineering Centers in Oberlienz ein. Am darauf folgenden Tag wurde...

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Nachdenken

**Revital Integrative
Natur-
raumplanung:**
(Nußdorf/ Debant):

*„Die jungen, gut
ausgebildeten
Fachkräfte in ihre
Heimat
zurückholen!“*



KÄRNTEN
Hohe Tauern -
die Nationalpark-Region



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Nachdenken

http://www.revital-ib.at/de/ansprechpartner  revital teamfoto - Google-Suche  Ansprechpartner - Revital In...  übersetzer - Google-Suche

Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?



DI Klaus Michor
Geschäftsführer >



Mag. Maria Mietschnig MSC
Geschäftsführerin >



DI Christian Ragger
Geschäftsfeldleiter >



DI Stephan Senfter
Geschäftsfeldleiter >



DI Gernot Guggenberger
Geschäftsfeldleiter >



Mag. Dr. Oliver Stöhr >



DI (FH) Andreas Nemmert
Geschäftsfeldleiter >



Corinna Anderle >



Mag. Christian Anfang >



Julia Auer MA >



DI Teresa Barbas >



Christina Blassing >



Mag. Evelyn Brunner >



Mag. Matthias Gattermayr MSC >



Mag. Susanne Gewolf >



DI (FH) Alexander Grauvogl >



DI Marion Hills >



DI Verena Hohenwarter >



1. Nachdenken: Lösungen jenseits des
Tourismus suchen!

2. Umdenken: die Werkzeuge der
Vergangenheit sind heute das System
der verpassten Chancen

3. Weiter denken:

Die Arbeit fortsetzen, wo andere aufhören

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

UMDENKEN

Tourismusprodukte auf Basis der natürlichen & kulturellen Ressourcen

Ökologie

Ökonomie

Wertschöpfung =
Produkt vor Preis!!
Nachhaltige
Bewirtschaftung
sicherstellen

Soziales

1. Selbstbestimmtes Handeln im Tourismus
2. Rahmenbedingungen für einen nachhaltigen Tourismus aus Sicht der ArbeitnehmerInnen:
 - Kinderbetreuung
 - Günstiger Wohnraum
 - Qualifizierung
 - Perspektiven

ÜBERLEGUNGEN ZU EINEM NACHHALTIGEN TOURISMUS



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Umdenken

Langfristig statt kurzfristig denken!

Innovation und nachhaltige Entwicklung erfordert Zeit: wenn das kurzfristige, taktisch getriebene Denken nicht langfristigem, strategischem Denken weichen wird, werden solche Prozesse immer wieder scheitern!

4 – 5 Jahre:

maximaler zeitlicher Handlungshorizont in der **Politik**

6 – 12 Monate:

maximaler zeitlicher Handlungshorizont
im **touristischen
Destinationsmanagement**



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Umdenken

In Produkten und weniger in Infrastrukturen denken!

Nichts ist einfacher für
Verantwortungsträger, als mit
dem Bau von Infrastrukturen
Tatkraft zu symbolisieren:

Die Fehler in diesem „**System
der verpassten Chancen**“ sind
meist die selben:
repräsentativ und damit oft
überdimensioniert, teuer und
ebenso wenig nachhaltig wie
wertschöpfend. In der Folge
mit hohen Erhaltungs- und
Betriebskosten verbunden.



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Umdenken

In Erlebnisräumen statt in Kirchtürmen denken!

Das „Kirchturmdenken“ verschlimmert das „System der verpassten Chancen“ noch zusätzlich: jeder will das haben, was auch der Nachbar hat und dabei wird der eigene Kirchturm immer der höchste sein!

Positivbeispiel: Kinderbetreuungszentrum
Malta



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Umdenken



In neuen Kooperationen statt in alten Strukturen denken!

Auf betrieblicher Ebene neue Wege zwischen dem Konzerntourismus und zu kleinen, in der heutigen Zeit wenig wettbewerbsfähigen betrieblichen Strukturen („eierlegende Wollmichsäue“) finden: Betriebskooperationen mit gemeinsamen Werteunterbau, strategischer Ausrichtung und unterschiedlicher operativer Intensität.



1. Nachdenken: Lösungen jenseits des
Tourismus suchen!

2. Umdenken: die Werkzeuge der
Vergangenheit sind heute das System
der verpassten Chancen

3. Weiter denken:

Die Arbeit fortsetzen, wo andere aufhören

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Weiter denken

Projekte zu Produkten weiterentwickeln!

Selbst die beste und kompetenteste Planung und Umsetzung eines Projektes ist immer nur der halbe Weg!

Die Herausforderung besteht darin:

1. touristische Projekte zu Produkten weiterentwickeln,
2. Produkte nachhaltig nutzen und bewirtschaften
3. Einen Beitrag zur nachhaltigen regionalen Entwicklung leisten



Hotel Paradiso, Nationalpark Stilfserjoch



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

Nachhaltige regionale Entwicklung am Beispiel des Alpe Adria Trails



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Weiter denken



ALPE ADRIA TRAIL®

Gefällt mir 2,8 Tsd.

Startseite

Routenführer

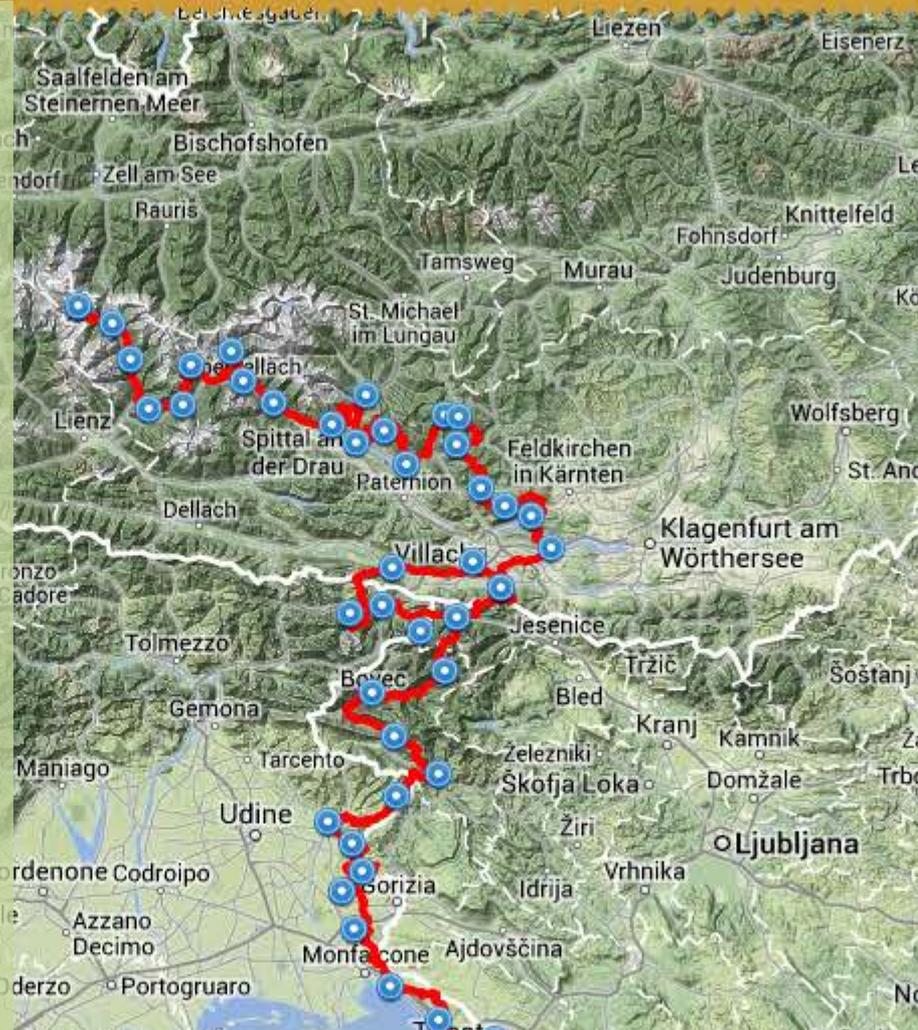
Angebote

A

Alpe Adria Trail:

Bekanntnis zu einem gemeinsamen, länderübergreifenden Leitprodukt zum Thema „Wandern“ mit dem Leistungsversprechen: *„vom Gletscher zum Meer wandern“*

- **Basisinfrastruktur** mit INTERREG-Mitteln kofinanziert
- **Marketingbudget** gebündelt und am Markt gemeinsam – als EIN – Produkt präsent
- **Qualitätssicherung** mittels Lizenzierung gesichert
- Herausforderung der gemeinsamen **Produktbewirtschaftung** erkannt



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken



Zeitachse des Projektes:

2010: erste Projektidee

2011: Planung gestartet

10/2012:

*Basisinfrastruktur
fertiggestellt*

*10/2012: Alpe Adria
Trail Buchungcenter
gegründet*

*2013: erste
Wandersaison am Alpe
Adria Trail*

*2014: Top Ten Rating
durch National
Geographic Traveller*

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Weiter denken

Die Bewirtschaftung des
Alpe Adria Trails:

Einrichtung eines
**Alpe Adria Trail
Buchungscenters**,
welches Wanderern ein
flexibles Modell der
Einbuchung für ein
Wander-Gesamtpaket zur
Verfügung stellt:

- Beherbergung
- Mobilitätsservice
- Guiding
- Kulinarik
- Weitere in
Vorbereitung



KÄRNTEN
Hohe Tauern -
die Nationalpark-Region



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

QUALIFIZIERT

ZERTIFIZIERT

PROFESSIONELL

SPEZIALISIERT

AUTHENTISCH

ENGAGIERT

NACHHALTIG

GELABELT

TEAM-PLAYER

STRATEGISCH AUSGERICHTET

**BESTE SERVICE-QUALITÄT IN
DER JEWEILIGEN KATEGORIE**

Alpe Adria Trail Partnerbetriebe:
vielleicht das längste Hotel der
Welt!



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung

Weiter denken

BAHN-ANREISE
(Z.B. DB: RIT-TICKET)

IC-EC BAHNHOF-SHUTTLE

Gepäcktransport entlang des Trails („Wandern ohne Gepäck“)



Shuttle Services zwischen
den Etappen und Rück-
transport zum Ausgangs-



Mallnitz



Sektion Mallnitz

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

**KÄRNTEN
NATUR-AKTIV GUIDES**

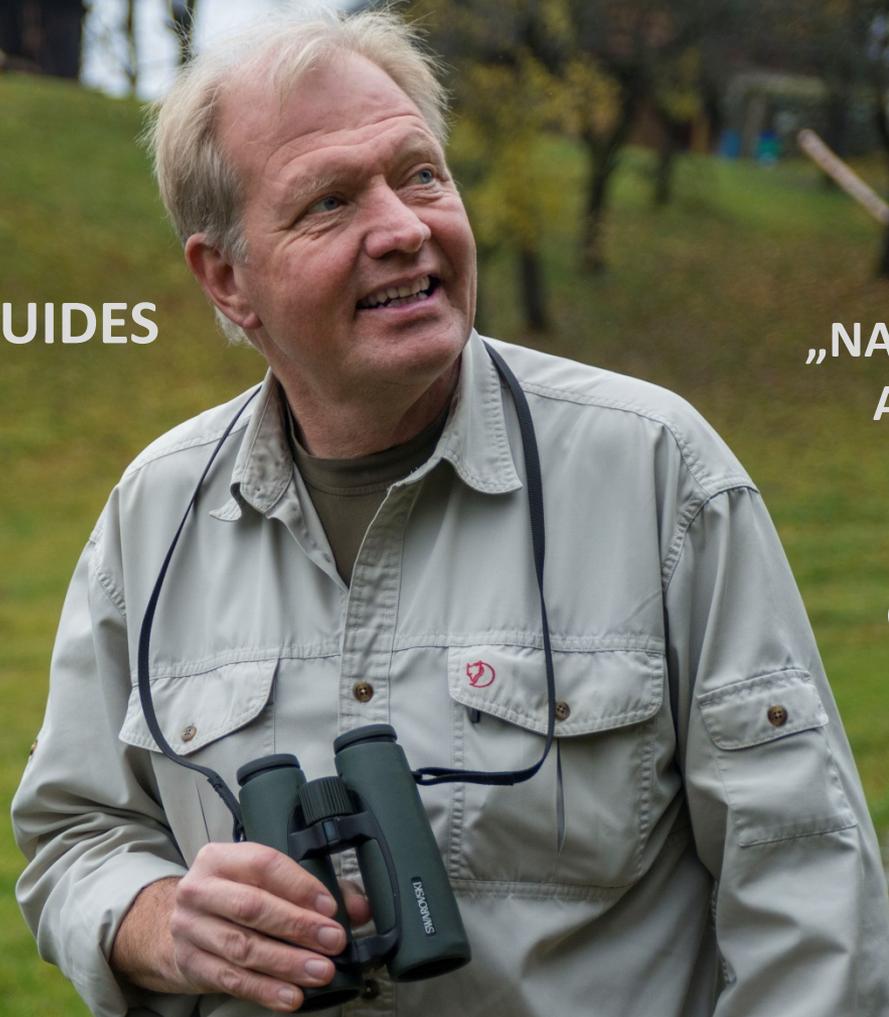
MEHRSPRACHIG

**NATIONALPARK-
RANGER**

**GEPR.
BERGWANDERFÜHRER**

**„NATURREISEN“-
AKADEMIE**

**GUIDE-POOL
FÜR ALPE ADRIA
TRAIL**



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

ALPE ADRIA TRAIL
TAFELN

NULL-KILOMETER-
GERICHTE

INNOVATION

ZERTIFIZIERT

ALPE-ADRIA-KULINARIK

Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

ALPE ADRIA TRAIL
BUCHUNGSCENTER

KOMPETENTE
BERATUNG

KOMMUNIKATION & VERNETZUNG
NACH AUSSEN (KUNDEN; REISEBÜROS)
& INNEN (REGIONALE LEISTUNGSTRÄGER)

INTEGRATION IN
BUCHUNGSSYSTEM

INTEGRIERTES ANFRAGE- &
BUCHUNGSMANAGEMENT



BILANZ ALPE ADRIA TRAIL 2015:

- Beherberger
- Gastronomie, Hütten
- Mobilitätsdienstleister
- Guides
- Einzelhandel
- Tourismusverbände/Gemeinden

Generierter Umsatz in Kärnten: € 3.500.000,--



Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen, touristischen Destinationsentwicklung Weiter denken

„Wenn keiner weiß, was geschehen soll, sagen alle, es muss etwas geschehen.“
Helmut Qualtinger

Gemeinsam mit Strategie an nachhaltigen,
wertschöpfenden Projekten arbeiten!

KOOPERATION

NACHHALTIG

WERTE

STRATEGIE

PROJEKTE

