

Der Verband Wilder Kaiser schärft seine Positionierung für einen nachhaltigen Tourismus

Ampeln am Koasa stehen auf „grün“

Der Tourismusverband Wilder Kaiser hat sich intensiv mit seinem Zukunftsprogramm und der Lebensqualität in der Region befasst. Das Ergebnis: Ein ausformulierter Rahmen, der langfristig die Richtung allen touristischen Arbeitens aufzeigt sowie ein „Update“ der Strategie 2024. Am 27. Mai wurden bei der internen Abschlussveranstaltung des Prozesses „Wandel als Chance“ die Ergebnisse präsentiert.

Going, Ellmau | Die Coronapandemie stellt ohnehin die Weichen in Richtung mehr Nachhaltigkeit im Tourismus. Der TVB Wilder Kaiser ist hier aber schon längst mehr als nur einen Schritt voraus: Denn bereits im Jahr 2017 beschäftigte man sich intensiv mit der Zukunft der Branche und startete wie berichtet das Projekt „Lebensqualität“. Daraus ist ein handfestes Programm für den Tourismusverband mit dem Titel „Strategie 2024“ entstanden, an dessen Umsetzung seit 2019 gearbeitet wird.

„Wir bekennen uns zu nachhaltigem Tourismus auf allen Ebenen“

Diese Strategie hat der TVB Wilder Kaiser in den vergangenen Monaten im Rahmen der internen Workshop-Reihe „Wandel als Chance“ unter professioneller Begleitung noch einmal auf den Prüfstand gestellt, an manchen Stellen geschärft und wo nötig, erweitert. Daraus ist das festgeschriebene Selbstverständnis einer „Lebensqualität durch nachhaltigen Tourismus“ entstanden, das nun langfristig das Fundament allen touristischen Arbeitens bildet. „Diese Vision verwirklichen wir, indem wir zuhören



Unter der zentralen Botschaft #wirzusammen trägt der TVB Wilder Kaiser die sechs Handlungsfelder bzw. die Werte nach außen. Von links: Verbands-GF Lukas Krösslhuber, Obmann Johannes Adelsberger und Josef Margreiter. Foto: TVB

und den Dialog fördern, Verantwortung für Natur und Gesellschaft übernehmen und dadurch die Lebensqualität und Wertschöpfung verbessern“, so GF Lukas Krösslhuber.

Die vergangenen Monate brachten natürlich einschneidende Veränderungen für die gesamte Branche mit sich. Daher erfolgte vergangene Woche im abschließenden Prozess nochmals eine „Nachschärfung“ der Strategie 2024.

Update für die Strategie

So entstand im Rahmen der Gespräche ein sechstes Handlungsfeld, das den Reigen komplettiert.

Im Mittelpunkt der Strategie steht somit einerseits ein verantwortungs- und maßvoller Umgang mit der Natur sowie das Bekenntnis zu regionalen Kreisläufen.

Etwas komplexer ist da schon der Kernpunkt „Lebensqualität“, der z.B. Maßnahmen für gleichmäßige Auslastung übers Jahr, keine Steigerung der Nächtigungszahlen in der Hauptsaison, usw. enthält. Der Dialog, der mit dem gesamten Prozess ins Rollen gekommen ist, soll

natürlich noch weiter gehen: Unter dem Motto „Wir übernehmen soziale Verantwortung“ verschreibt sich der TVB dem Dialog mit der einheimischen Bevölkerung – seien das Vereine, Anwohner, Grundeigentümer oder auch sonstige Partner.

Der Koasa ist nicht nur Tourismusraum

Den Wilden Kaiser als Ort für alle verstehen – das klingt eigentlich ziemlich selbstverständlich, führt jedoch vom ursprünglichen Konzept eines „Fremdenverkehrsvereins“ relativ weit weg. Trotzdem: „Wir erleben die Region gemeinsam“, sagt der TVB und umfasst unter diesem Punkt Werte wie z.B. attraktive Begegnungszonen im Ortskern, Freizeitinfrastruktur für alle, Interessen aller bei Veranstaltungen berücksichtigen, etc.. Diese Maßnahmen führen direkt über in die nächste zentrale Botschaft, nämlich „Wir arbeiten im Tourismus“. So will der Verband ein besseres Image der Branche erarbeiten und gleichzeitig die Fachkräfte-Frage für seine Mitglieder aktiv angehen. Warum man die „Strategie 2024“ vor Ablauf

überhaupt noch einmal angegriffen hat, erklärt Lukas Krösslhuber, Geschäftsführer des TVB Wilder Kaiser so: „Eine Aktualisierung war eigentlich erst für das Jahr 2024 geplant. Bei unserer Workshop-Reihe ‚Wandel als Chance‘ war unter den Teilnehmenden aber so ein Engagement und so ein Tatendrang zu bemerken, dass wir die Chance genutzt haben, schon jetzt den nächsten Schritt zu setzen. Und das heißt: Noch mehr Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen.“

Wie das umgesetzt wird? „Einerseits durch ein ganz klares Bekenntnis zu nachhaltigem Tourismus auf allen Ebenen. Andererseits durch konkrete Projekte – sowohl durch bestehende, denen wir uns noch intensiver widmen wollen – von der kostenlosen Vor-Ort-Mobilität, über Green Events und Gemeinwohlbilanz bis hin zum Verzicht auf Feuerwerke. Aber auch neue Projektideen, die direkt aus dem Prozess hervorgegangen sind, verdeutlichen den eingeschlagenen Weg“, so Krösslhuber. Und die zentrale Botschaft lautet: #wirzusammen. gale/KA