



Ein 30-köpfiges Team überarbeitete die Kernthemen für die künftige Tourismusstrategie der Region.

Foto: TVB Wilder Kaiser

Krise als Chance für Veränderung

Arbeitstreffen fokussierte neue Tourismusstrategie für die Region Wilder Kaiser.

Ellmau – Was bedeutet Lebensqualität und wohin soll sich der Tourismus entwickeln? An dieser Frage arbeitet man in der Region Wilder Kaiser seit drei Jahren. Touristiker, Gemeindevertreter und Bürger legten gemeinsam eine „Strategie 2024“ für den Tourismusverband Wilder Kaiser fest. Kürzlich rauchten 30 Köpfe wieder einmal bei einem Arbeitstreffen. Anschauen wollte man sich auch, ob die Corona-Krise Prioritäten und Werte verändert hat.

„Wir haben damit gerechnet, dass die Themen Umsatz und Gästezahl stärker in den Vordergrund treten werden“, schildert TVB-Geschäftsführer Lukas Krösslhuber. Doch es habe sich gezeigt, dass

Ökologisierung und soziale Verträglichkeit des Tourismus nach wie vor dominieren.

Man will nachhaltiger werden, das beginne bei der Mobilität – Stichwort Staus und Parkplätze bei Badeseen (die *TT* berichtete mehrmals über die Probleme rund um den Hintersteinersee). Öffentliche Verkehrsmittel sollen die Straßen entlasten – und damit Nerven und Gesundheit von Einheimischen wie Gästen schonen. Mit Gemeinden und dem Verkehrsverbund Tirol führe man bereits Gespräche für ein „weitgreifendes Mobilitätskonzept“, wie Krösslhuber erklärt. Das gehe „weit über den KaiserJet (ein kostenloses Busangebot für Ausflügler, Anm. d. Red.) hin-

aus“. Es gehe auch um Schüler und Pendler.

Die Nachfrage nach regionalen Produkten habe sich in der Krise verstärkt. Auch bei Hotelbuffets soll künftig sichtbar sein, woher die Produkte stammen und wo man Mitbringsel aus der Nachbarschaft erstehen kann.

„Gerade in solch dynamischen Phasen, wie wir sie gerade durchleben, ist es einfacher, Dinge zu verändern“, sieht Krösslhuber positive Seiten der Krise. „Die Pause hat uns allen gutgetan. Es war gut für die Rückbesinnung und Rekalibrierung der eigenen Werte und Ziele.“

Dass viele Unternehmer schlaflose Nächte geplagt von Existenzängsten hinter

sich haben, sei ihm bewusst. Obwohl sich derzeit alles auf „Qualität statt Quantität“ fokussiere, dürfe man daher „nicht alles verdammen, was die wirtschaftliche Komponente unterstützt“. Publikumsmagneten wie der Musikherbst oder das Bergdoktorhaus brächten neue Gästeschichten in die Region – vor allem in der Nebensaison. Das bringe Entlastung zu touristischen Spitzenzeiten.

Viele Teilnehmer des Arbeitskreises hätten Corona als „Warnsignal“ gesehen, „dass sich wirklich was ändern muss“, resümiert Krösslhuber. Man dürfe in einer so „existenziellen Krisensituation“ nicht in alte Muster verfallen. (jazz)