

# Projekt „Modellregionen im Tourismus“

Eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend

## Abschlussbericht der „Naturparkregion Tiroler Lech“



Mag. Mag.(FH) Günter Salchner

Mag. (FH) Jochl Grießer

Reutte, im Dezember 2009

## Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	4
1.1	<b>Projektpartner</b>	4
1.2	<b>Projektauftrag</b>	4
2	AUSGANGSLAGE	4
2.1	<b>Entwicklung des Tourismus im Projektgebiet</b>	4
2.2	<b>Natura-2000-Schutzzone und Naturpark Tiroler Lech</b>	6
3	ZIELSETZUNGEN DES PROJEKTS	7
3.1	<b>Generelle Zielsetzung</b>	7
3.2	<b>Strategische Zielsetzungen</b>	7
3.3	<b>Operative Zielsetzungen</b>	8
4	PROJEKTENTWICKLUNGSPROZESS	8
4.1	<b>Projektbeteiligte</b>	8
4.2	<b>Projektorganisation</b>	9
4.3	<b>Projektentwicklung</b>	10
5	TEILPROJEKTE	10
5.1	<b>Teilprojekte in Umsetzung</b>	10
5.2	<b>Teilprojekte in Planung</b>	15
6	LERNERFAHRUNGEN AUS DEM MODELLREGIONEN-PROJEKT	15
6.1	<b>Schwierige Startvoraussetzungen</b>	15
6.2	<b>Sensibilisierung und Vertrauensbildung</b>	16
6.3	<b>Große Dynamik in der Projektendphase</b>	16
7	ZUSAMMENFASSUNG UND FAZIT	16
7.1	<b>Nutzen des Modellregionen-Projekts</b>	16

<b>7.2</b>	<b>Merkmale der Modellhaftigkeit</b>	<b>17</b>
<b>7.3</b>	<b>Schlüsselerkenntnisse und zentrale Ergebnisse</b>	<b>17</b>
<b>Dank</b>		<b>19</b>

# 1 Einleitung

## 1.1 Projektpartner

Aufgrund einer Ausschreibung des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend haben sich die drei Partner Tourismusverband Naturparkregion Reutte, Tourismusverband Lechtal und Naturparkverein Tiroler Lech, koordiniert durch die Regionalentwicklung Außerfern - REA, gemeinsam um die Teilnahme am Projekt „Modellregionen im Tourismus“ beworben und im Juni 2008 den Zuschlag erhalten. Als Moderator wurde Jochl Grießer von der Firma Kufgem Kommunal Consulting per Werkvertrag des Bundesministeriums bestellt.

## 1.2 Projektauftrag

Der Auftrag des Projektes lautet, für die Naturparkregion Tiroler Lech modellhaft eine Entwicklung einzuleiten und in eine Pilotphase zu führen, mit der eine nachhaltige touristische Inwertsetzung des Naturparks ausgelöst werden soll. Das Projekt ist in der Weise abzuwickeln und zu dokumentieren, dass es für ähnliche Aufgabenstellungen anderer Regionen als Modellfall herangezogen werden kann.

# 2 Ausgangslage

## 2.1 Entwicklung des Tourismus im Projektgebiet

### 2.1.1 Verbandsfusionen

Das Projektgebiet wird aus touristischer Sicht von den beiden Tourismusverbänden „Lechtal“ und „Naturparkregion Reutte“ verwaltet und vermarktet. Der Bildung dieser beiden Tourismusverbände sind Fusionen in mehreren Teilschritten vorausgegangen, zuletzt:

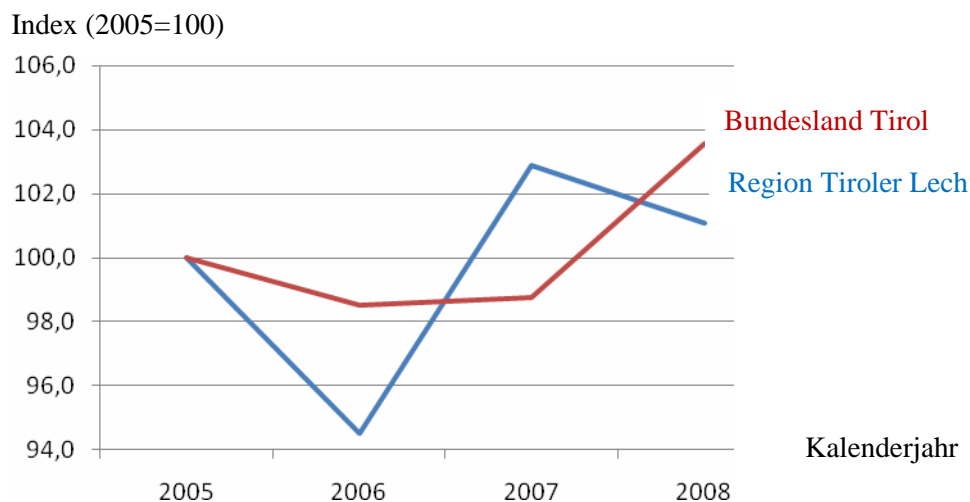
- per 1. Jänner 2005: Der Tourismusverband Lechtal bildet sich aus dem Tourismusverband Ferienregion Tiroler Lechtal und dem Tourismusverband Ober Lechtal Tourismus.
- per 1. Jänner 1999: Der Tourismusverband Urlaubsregion Reutte (seit 2009 Naturparkregion Reutte) bildet sich aus dem Tourismusverband Reutte und Umgebung sowie den Verbänden Weißenbach, Höfen, Lechaschau und Wängle. 2004 wurde Vils eingegliedert.

### 2.1.2 Nächtigungsentwicklung

Seit der jüngsten Fusion der Lechtaler Tourismusverbände zum 1. Jänner 2005 ergab sich im Projektgebiet folgende Nächtigungsentwicklung:

Kalenderjahr	Nächtigungen			
	TVB Lechtal	TVB Reutte	Gesamt region	Tirol
2005	494.377	404.963	<b>899.340</b>	42.397.494
2006	446.984	403.030	<b>850.014</b>	41.766.867
2007	516.983	408.379	<b>925.362</b>	41.878.912
2008	555.730	353.404	<b>909.134</b>	43.907.461

Tabelle: Nächtigungsentwicklung 2005-2008<sup>1</sup>



Grafik: Entwicklung der Nächtigungen in der Modellregion gegenüber dem Bundesland Tirol

Die in der Modellregion gegenüber dem Bundesland Tirol sehr stark schwankende Entwicklung ist zum Teil durch zwei Ereignisse erklärbar: Das schwere Hochwasserereignis vom August 2005 am Tiroler Lech schlug erst im Jahr 2006 voll durch, da viele Lechtaler Betriebe wegen der enormen Schäden geschlossen halten mussten und auch die allgemeine Infrastruktur nur eingeschränkt betriebsfähig war. 2008 wurde in der Region Reutte ein nächtigungsstarkes Hotel zwecks Neubaus abgetragen, was sich in der Statistik stark bemerkbar machte.

Ohne diese Einzelereignisse hätte sich die Nächtigungsentwicklung der Modellregion innerhalb der letzten vier Jahre in etwa nach dem Trend des Bundeslandes Tirol gerichtet.

### 2.1.3 Beherbergungsstruktur

Anzahl der Betten in der Wintersaison und prozentuelle Verteilung:

Betten	*****/****	***	**/*	FEWO gewerbl.	Privat ohne Bauernhof	Privat Bauernhof	FEWO privat	Sonst.	Gesamt
TVB Lechtal	294	1.349	695	302	1.336	516	1.708	845	<b>7.045</b>
TVB Reutte	337	887	461	81	294	41	600	242	<b>2.943</b>
<b>Gesamt</b>	<b>631</b>	<b>2.236</b>	<b>1.156</b>	<b>383</b>	<b>1.630</b>	<b>557</b>	<b>2.308</b>	<b>1.087</b>	<b>9.988</b>
Anteil	6,3%	22,4%	11,6%	3,8%	16,3%	5,6%	23,1%	10,9%	<b>100,0%</b>

Tabelle: Beherbergungsstruktur in der Naturparkregion<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Quelle: Amt der Tiroler Landesregierung, Abt. Raumordnung und Statistik

<sup>2</sup> Quelle: Amt der Tiroler Landesregierung, Abt. Raumordnung und Statistik

Wie aus der obigen Bettenstatistik ersichtlich, ist ein deutliches Übergewicht von privaten Beherbergungsangeboten vorhanden (Summe: 45,0%). Die 4- und 5-Sterne Kategorie ist mit 6,3% weit unterrepräsentiert.

#### 2.1.4 Marketing

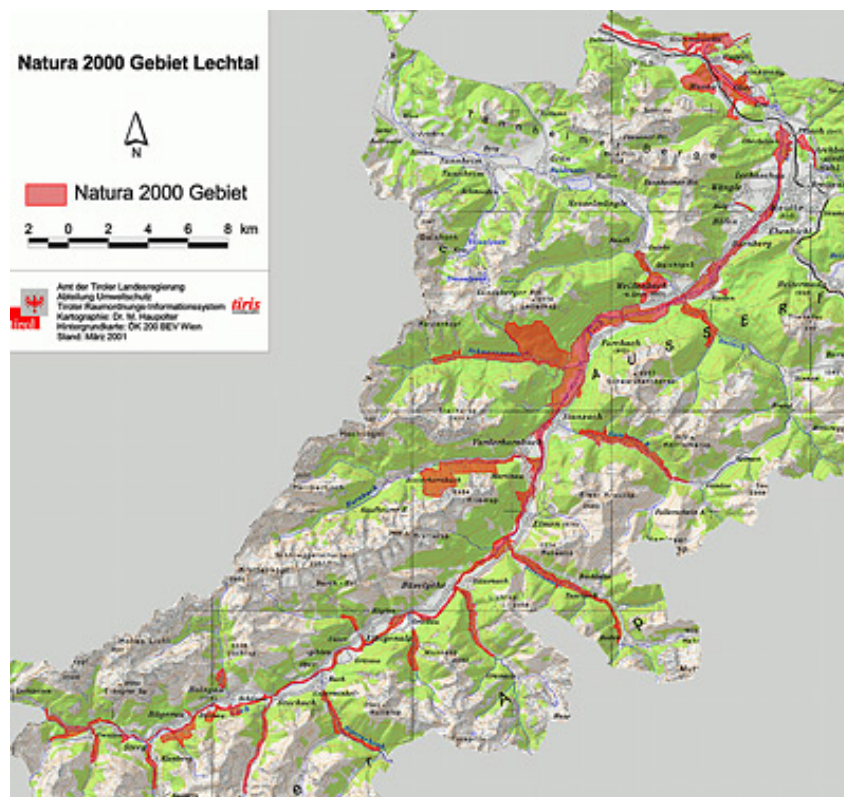
Derzeit wird das touristische Angebot der nunmehrigen Modellregion von den beiden Tourismusverbänden weitgehend getrennt bearbeitet. In den Werbeauftritten findet fallweise eine lose, anlassbezogene Kooperation statt. Der Naturparkverein bietet einige Pakete an, die von den Tourismusverbänden vereinzelt wahrgenommen werden, um Packages anzubieten.

## 2.2 *Natura-2000-Schutzzone und Naturpark Tiroler Lech*

### 2.2.1 Verordnungen

Im Jahr 2000 wurde die Wildflusslandschaft des Lechtals als Natura-2000-Gebiet gewidmet, um die Artenvielfalt der wildlebenden Tiere und Pflanzen in einem geschützten Lebensraum zu erhalten.

Der Naturpark Tiroler Lech erstreckt sich auf einer Fläche von 41,38 km<sup>2</sup> und umfasst im Wesentlichen den Wildfluss Lech mit seinen angrenzenden Überflutungszonen und Auwäldern, die wichtigsten Seitenzubringer sowie Teile von Bergmischwäldern. Der Naturpark Tiroler Lech ist somit das größte zusammenhängende Schutzgebiet im Talbereich Tirols, dessen Naturraum hauptsächlich durch den Wildfluss Lech geprägt wird. Er erstreckt sich in einer Höhe von 800m bis auf 1.380m Seehöhe. Von der Vorarlberger Grenze fließt der Lech 62 km durch Tirol und verlässt das Land bei Vils/Pinswang Richtung Deutschland.



Grafik: Natura-2000-Gebiet Lechtal<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Quelle: Webauftritt des Naturparkvereins Tiroler Lech <http://www.naturpark-tiroler-lech.at>

2004 wurde dann durch die Abteilung Umweltschutz des Amtes der Tiroler Landesregierung ein Naturschutzgebiet mit dem Prädikat „Naturpark“ verordnet. Der Naturpark ist deckungsgleich mit dem Natura-2000-Gebiet.

### 2.2.2 Naturparkverein und Naturparkmanagement

Im Jahr 2006 wurde der Naturparkverein Tiroler Lech gegründet, dem unter anderem das Land Tirol und 24 Gemeinden der Region angehören. Dieser Verein bezweckt die Entwicklung, die Förderung und Betreuung des „Naturpark Tiroler Lech“ in ideeller und materieller Hinsicht.<sup>4</sup>

2007 wurde vom Verein mit Unterstützung des Landes Tirol ein Naturparkmanagement installiert, dessen Aufgabe es unter anderem ist, das Bewusstsein der Bevölkerung für die Werte des Naturparks zu stärken. Durch Veranstaltungen und verschiedene Informationsmedien wurden auch erste Schritte gesetzt, den Naturpark im touristischen Angebot zu platzieren.

## 3 Zielsetzungen des Projekts

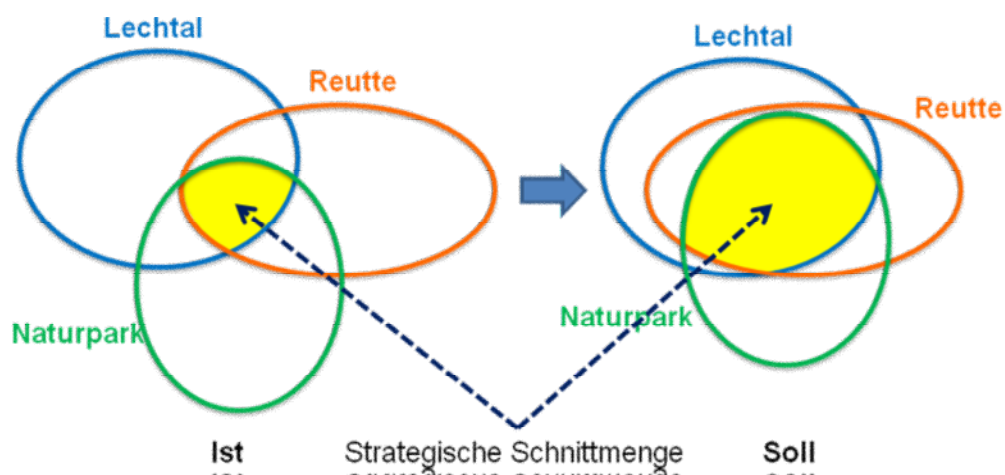
### 3.1 *Generelle Zielsetzung*

Das Primärziel des Projektes der Modellregion Tiroler Lech ist es, den Naturpark Tiroler Lech touristisch nachhaltig in Wert zu setzen und damit die Basis für eine naturnahe Ausrichtung des Angebots der zwei involvierten Tourismusverbandsgebiete in enger Zusammenarbeit mit dem Naturparkverein zu legen.

### 3.2 *Strategische Zielsetzungen*

#### 3.2.1 Angebotsfokussierung im Tourismus

Im Projektgebiet der Modellregion soll ab 2010 mit dem Naturpark als gemeinsame Klammer eine Dachmarke installiert werden, deren Kern von einem naturnahen Tourismusangebot gebildet wird. Die Schnittmenge der Angebotsstrategien aller drei Partner soll damit deutlich vergrößert werden.



Grafik: Vergrößerung der strategischen Schnittmenge der Angebotspartner

<sup>4</sup> Auszug aus § 2 der Vereinsstatuten

### 3.2.2 Regionalwirtschaftliche Ziele

Als Ganzes gesehen verfügt die Modellregion einen ausgewogenen Mix an Tourismus-, Industrie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben. Ziel des gegenständlichen Projekts ist es, die Rolle des Tourismus als tragende Säule des Wirtschaftslebens der Region zu stärken und damit einen breit verteilten Wohlstand zu sichern.

### 3.2.3 Betriebswirtschaftliche Ziele

Mit der Umsetzung der Ergebnisse aus dem Projekt „Modellregionen“ sollen die Betriebe in klar definierten Marktsegmenten unterstützt und damit durch deutliche Verbesserung der Parameter Preis und Auslastung in die Lage versetzt werden, die notwendigen Investitionen zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit aus eigener Kraft tätigen zu können.

## 3.3 *Operative Zielsetzungen*

### 3.3.1 Kooperationsstruktur

Nachdem sich die lokalen Tourismusverbände erst vor wenigen Jahren unter sehr schwierigen Bedingungen zu zwei Verbänden zusammengeschlossen haben, ist eine weitere Fusion zu einem einzigen Verband vorerst nicht realistisch. Daher ist es das Ziel, für die künftige Kooperation eine Struktur in Form einer Plattform zu schaffen, auf der unter weitgehender Beibehaltung der Selbständigkeit aller drei Partner die Kooperationspotenziale abgerufen werden können.

### 3.3.2 Marktstellungsziele

In einem interaktiven Markenbildungsprozess wurden einvernehmlich Marktstellungsziele definiert, die in Punkt 5.1.1 näher beschrieben werden.

## 4 Projektentwicklungsprozess

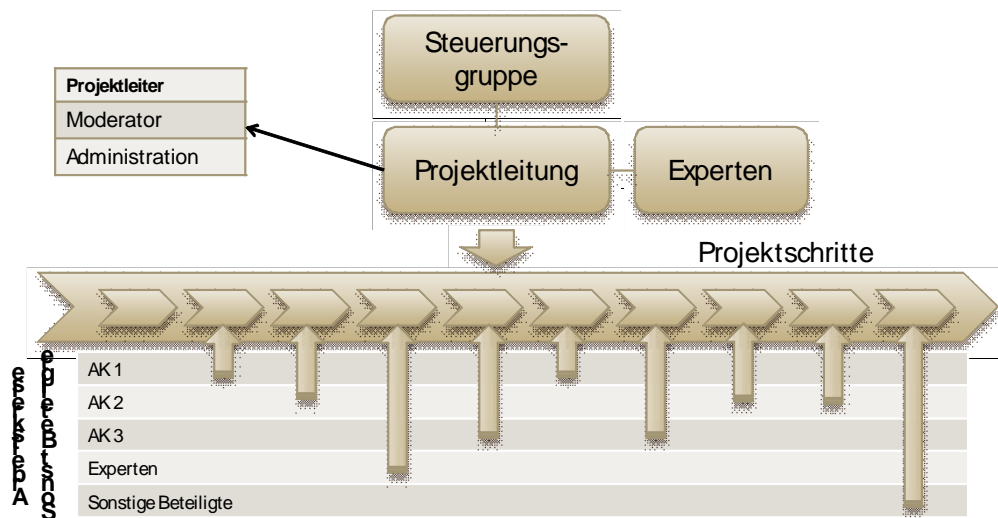
### 4.1 *Projektbeteiligte*

Als Projektpartner im engeren Sinne fungieren folgende Institutionen:

- Tourismusverband Naturparkregion Reutte, vertreten durch den Geschäftsführer Franz Kammerlander
- Tourismusverband Lechtal, vertreten durch den Geschäftsführer Michael Kohler
- Naturparkverein Tiroler Lech, vertreten durch die Geschäftsführer Bgm. Vinzenz Knapp und Mag. Birgit Koch
- Regionalentwicklung Außerfern, vertreten durch den Geschäftsführer Mag. Mag. (FH) Günter Salchner
- Kufgem Kommunal Consulting, vertreten durch Mag. (FH) Jochl Grießer

Darüberhinaus wurden in den Projektentwicklungsprozess noch eine Reihe von Stakeholdern wie z.B. das Land Tirol, die Bezirkshauptmannschaft Reutte, Gemeinden, Planungsverbände, diverse Verkehrsunternehmen, die Bergbahnunternehmen, Interessensvertretungen, Tourismusunternehmen, Kultureinrichtungen und -initiativen (nicht vollständige Aufzählung) eingebunden.

## 4.2 Projektorganisation

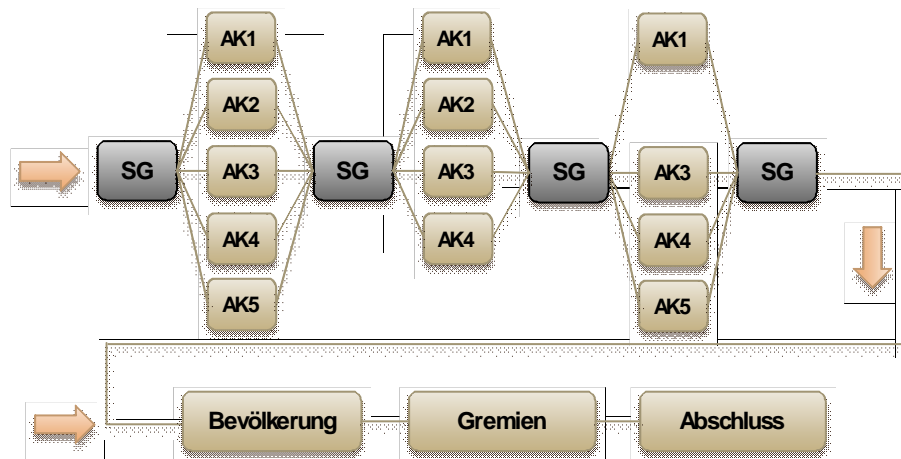


Grafik: Projektorganisation

Die Projektorganisation setzt sich aus folgenden Organen zusammen:

- Steuerungsgruppe  
Vertreter der wichtigsten Projektbeteiligten und Stakeholder
- Projektleitung  
Die Projektleitung ist in der Regionalentwicklungsstelle Außerfern eingerichtet. Projektleiter ist Günter Salchner, Projektmoderator ist Jochl Grießer, und die Administration wird vom Büro der Regionalentwicklung wahrgenommen.
- Arbeitskreise  
Mehrere, thematisch geordnete Arbeitskreise (zB. Themen- und Panoramaweg, Lech-Radweg, Marketing, Kulinarik, Naturparkhaus, ÖPNV) bearbeiten gemeinsam mit der Projektleitung die spezifischen Aufgabenstellungen. Die einzelnen Arbeitskreise werden von Salchner bzw. Grießer geleitet.
- Experten und sonstige Beteiligte  
Um eine möglichst breite und fachlich abgesicherte Ergebnisbasis sicherzustellen, wurden zu den Arbeitskreisen einschlägige Experten und sonstige Beteiligte wie Interessenten oder Grundbesitzer beigezogen.

## 4.3 Projektabwicklung



Grafik: Projektabwicklung (ursprüngliches Projektdesign)

Nach dem ursprünglichen Prozessplan war gemäß obiger Grafik vorgesehen, dass die thematisch zusammengestellten Arbeitskreise (AK) von der Steuerungsgruppe (SG) Aufträge erhalten, diese abarbeiten und wieder in die Steuerungsgruppe einberichten. Am Ende des Prozesses sollten die Ergebnisse der Bevölkerung, den Tourismusverbandmitgliedern und den zuständigen Gremien zur Beschlussfassung vorgestellt werden. In der Praxis hat sich gezeigt, dass diese formelle Vorgehensweise nicht immer einzuhalten war, weshalb die Projektleitung mehrfach für die Steuerungsgruppe improvisierend einspringen musste. Es wurde allerdings dabei darauf geachtet, dass der Informationsfluss auf informellem Wege aufrecht blieb und sich die wichtigen Beteiligten bzw. Stakeholder bis zum Schluss mit dem Projekt identifizierten.

Die geplante Informationskampagne bei der Bevölkerung und bei den Tourismusverbandsmitgliedern wird aus Zeitgründen im Jänner 2010 erfolgen.

## 5 Teilprojekte

### 5.1 Teilprojekte in Umsetzung

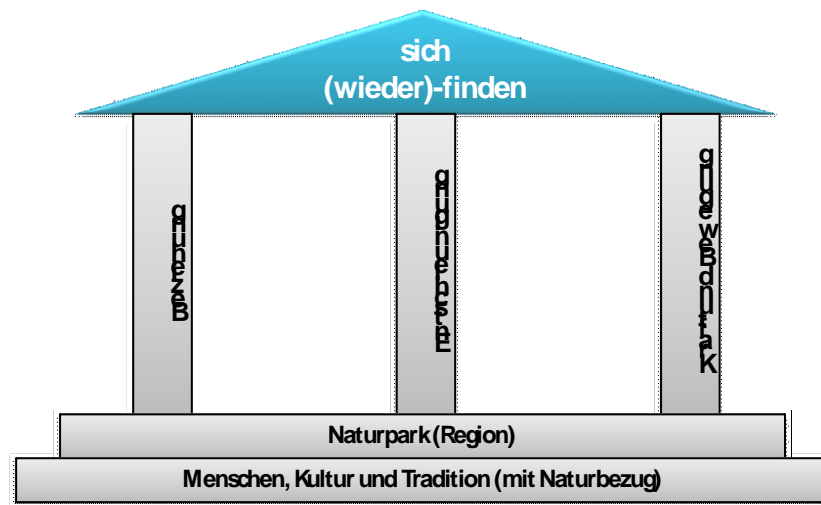
#### 5.1.1 Markenbildungsprozess

Für den Markenbildungsprozess wurde die Hilfe eines Markenspezialisten (Dr. Robert Trasser, Innsbruck) in Anspruch genommen. In drei ganztägigen Workshops mit je ca. zehn Verantwortungsträgern aus Tourismus und Regionalentwicklung wurden folgende Aufgabenstellungen abgearbeitet:

- Ausarbeitung der Marke in Kern, Werten und Stil
- Definition des Auftritts nach innen und außen
- Entwicklung eines Rasters zur Beurteilung von Aktionen hinsichtlich ihres markenstärkenden bzw. –schwächenden Potenzials
- Schaffung von Kundenbindungspotenzial durch klare Positionierung
- Schaffung von Identifikationspotenzial unternehmensintern, für Einheimische und Gäste gleichermaßen
- Erarbeitung eines Briefings für Grafik- und Kommunikationsagenturen

Die wichtigsten Ergebnisse werden im Folgenden in komprimierter Form dargestellt:

Ergebnis der Positionierung



Grafik: Positionierung, Zusammenhang Produkt/Marke<sup>5</sup>

Einvernehmlich festgelegte Marketingziele bis 2013:

Erfolgsfaktor	Messparameter	Aktueller Wert	Zielwert bis 2013
Bekanntheitsgrad der Region	Regionale Zugriffe auf www.natur.at	Nr. 2 unter allen Tiroler Naturparks	Nr. 1 unter allen Tiroler Naturparks
Regionale Wertschöpfung	„Grundzahlen“ lt. Tiroler Tourismusgesetz (=touristisch relevante Umsätze)	2008: 121 Mio. €	127 Mio. € (= +5,0%)
Aufenthalte mit Übernachtung	Jahresnchtigungen	2008: 909.000	1.000.000 (= +9,9%)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	2008: 4,1 Tage	5,0 Tage (= +12,2%)

Zielgruppen nach Sinus-Metamilieus

Bürgerliche Mitte und Postmaterielle

Priorisierung der zu bearbeitenden Märkte

1. D (BY, BW, Rhld.-Pf., Hess.)
2. Ostschweiz (Zürich/St. Gallen) – dt.sprachig
3. Benelux
4. Elsass
5. Quellmärkte mit Fluganbindung zum Airport Memmingen

Vertriebskanäle

- Onlinemarketing
- Reisebüros und Reiseveranstalter
- Messeauftritte

<sup>5</sup> Quelle: Dr. Robert Trasser Markenberatung

### Urlaubsauslösende touristische Themen (prioritär)

- Sommer: Genuss-Wandern, Genuss-Radfahren/Mountainbike, Natur/Kultur
- Winter: Langlauf, Ski alpin, Winterwandern
- Ganzjährig: Outdoor, Seminar, Incentive

#### 5.1.2 ARGE Marketingplattform

Die beiden Tourismusverbände und der Naturparkverein haben sich im Rahmen des Modellregionen-Projekts bereits vertraglich zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammengeschlossen. Über diese Gesellschaft bürgerlichen Rechts werden künftig alle touristischen Marketingaktivitäten der Naturparkregion abgewickelt.

#### 5.1.3 Standortfindung für das Naturparkhaus mit Ausstellung

In den ersten Workshops wurde bald erkannt, dass dem Naturparkthema ein „Leuchtturm“ fehlt. Deshalb wurde ein ursprünglich geplantes Projekt, für dessen Realisierung es schlussendlich aber unter den Naturparkgemeinden keine Einigung gab, reaktiviert. Dabei handelt es sich nach dem bewährten Vorbild anderer Naturparke um die Errichtung und den Betrieb eines Naturparkhauses mit Outdoorbasis, Seminar- und Forschungszentrum, Verwaltungsbereich sowie einer Naturparkausstellung.

In einem aufwändigen Verfahren wurde auf Initiative des Modellregionenprojekts eine Standortauswahl mit klaren Bewertungskriterien vorgenommen. Die Bewertungskommission hat in ihrer Sitzung vom 10. Dezember 2009 eine Reihung vorgenommen, bei der unter dem Vorsitz des Modellregion-Beraters J. Grießer die Standorte Forchach (Naturparkhaus) und Elbigenalp (Ausstellung) als bestgeeignet vorgeschlagen wurden. Am 15. Dezember 2009 hat sich die Generalversammlung des Naturparkvereins auf die Standorte (Forchach für das Naturparkhaus und Elbigenalp für die Naturparkausstellung) entschieden.

#### 5.1.4 Themen- und Panoramaweg

Ein nachhaltiger und wertschöpfender Naturparktourismus lebt von authentischen Angeboten des Naturerlebens, welche nicht nur den Gast und die einheimische Bevölkerung gleichermaßen ansprechen, sondern auch bei regionalen Entscheidungsträgern und Multiplikatoren identitätsstiftend wirken.

Diese Ansprüche gelten in besonderem Maße für den Themen- und Panoramaweg (Arbeitstitel), welcher über rund 60km alle Naturparkgemeinden miteinander verbindet. Bereits im Jahr 2003 wurde hierfür ein Konzept erstellt, das einen leicht zu begehenden Weg in einer mittleren Seehöhe von 1.000 bis 1.500m vorsieht, welcher immer wieder Panoramablicke auf die einzigartige Wildflusslandschaft bietet und lokale Themen in die Inszenierung einbezieht. Dieses Konzept bildete die Grundlage für die bauliche Realisierung, welche in den letzten Jahren Gemeinde für Gemeinde im Rahmen lokaler Umsetzungsprojekte zügig voranschritt.

Die Produktentwicklung und Vermarktung dieses Weges erforderte jedoch eine neue Qualität der Zusammenarbeit der beiden Tourismusverbände und des Naturparks sowie eine gemeinsame touristische Entwicklungsstrategie. Der Strategieprozess im Rahmen des Projekts Modellregion bildete hierfür die wesentliche Grundlage. In zwei Workshops wurde mit rund 20 Akteuren der Region (Vertreter der Hotellerie und der Tourismusverbände, des Naturparkvereins, der Natur- und Kulturführer, u.a.) ein Vorkonzept erstellt, welches die wesentlichen strategischen Vorgaben für die Produktentwicklung und Vermarktung beinhaltet. Dieses Vorkonzept bildete in weiterer Folge die Grundlage für die Ausschreibung der externen Dienstleistung zur Produktentwicklung und der Konzeption der Vermarktung. Im Sommer 2009 stellten sich vier Anbieter einem Hearing, aus dem die FA Kohl&Partner als Bestbieter hervorging. Die eigentliche Produktentwicklung begann über ein unmittelbares Folgeprojekt mit einem Gesamtvolumen von €45.000. Davon entfallen 50% auf Eigenmittel der beiden Tourismusver-

bände Lechtal und Naturparkregion Reutte. Die zweiten 50% werden über die Achse LEADER kofinanziert.

Im Zuge der ersten Umsetzungsschritte gelang es, Füssen Tourismus sowie die Tourismusverbände Lech/Zürs und Warth/Schröcken als weitere touristische Partner mit ins Boot zu bekommen. Der Weg beginnt nun tatsächlich bei den Quellen des Lech auf Vorarlberger Seite und führt bis zum Lech-Fall in Füssen. Am 15.12.2009 kommt es in Füssen zur Präsentation der ersten Zwischenergebnisse. Die Markteinführung dieses neuen Wanderangebots im Naturpark ist für den Sommer 2011 geplant.

#### 5.1.5 Lech-Radweg

Das zweite Kernangebot des Naturerlebens stellt der Lech-Radweg dar. Viele der bekanntesten und beliebtesten Radwege verlaufen entlang von Flüssen. Radwege wie der Donauradweg, der Drauradweg, der Salzachradweg oder der Innradweg haben sich längst als international bekannte touristische Highlights etabliert. Demgegenüber ist der Lech-Radweg noch vergleichsweise wenig bekannt. Die Landschaft verleiht diesem Radweg allerdings ein großes Alleinstellungspotenzial. Auch in diesem Fall erfordert die touristische Inwertsetzung dieses Radweges ein konzertiertes Vorgehen aller drei Partner. Im Rahmen des Projekts Modellregion entwickelten die Partner ein gemeinsames Folgeprojekt „Marketing-Offensive Radtourismus“ mit einem Gesamtvolumen von €70.000. 50% dieser Projektsumme werden über die Achse LEADER kofinanziert. Auch hier gelang es, weitere Partner zu integrieren. Das Projekt bündelt die regionalen Kernkompetenzen auf dem Gebiet des Radtourismus und schafft dadurch Marketingsynergien. So bringen sich die benachbarte Tourismusregion Tannheimer Tal über das Thema Rennrad und die ebenfalls angrenzende Tiroler Zugspitz Arena über deren Kernkompetenz Mountain Bike in das Projekt ein. Der Schwerpunkt in der Naturparkregion liegt beim Genuss- und Familienradeln entlang des Lech-Radwegs.

Mit dem Genuss-Radwandertag im Naturpark Tiroler Lech am 03.10.2009 feierten die drei Partner Naturparkverein und Tourismusverbände Lechtal und Naturparkregion Reutte einen ersten gemeinsamen Erfolg auf dem Gebiet des Eventmarketings. Als weitere Kooperationspartner konnten hierfür auch die Postbus GmbH, der Außerferner Bauernladen und die heimischen Käsereien gewonnen werden. Beim ersten Genuss-Radwandertag konnten über 600 Teilnehmer gezählt werden.

#### 5.1.6 Regionale Naturprodukte in der Gastronomie

Die enge Kooperation von Landwirtschaft und Gastronomie ist besonders in Naturparkregionen von sehr positiven Wirkungsketten begleitet. Die direkte Nachfrage nach landwirtschaftlichen Naturprodukten durch Gastronomie und Hotellerie stimuliert bei den Bauern den Absatz zu fairen Preisen. Dies wiederum führt dazu, dass die kleinstrukturierte Landwirtschaft der Region Zukunftsperspektiven erkennt und weiterhin für die Pflege der Kulturlandschaft, die ein enorm wichtiger Faktor für den alpinen Tourismus ist, sorgt. Naturnahe Tourismusangebote gewinnen stark an Glaubwürdigkeit, wenn Speisen und Getränke aus regionaler landwirtschaftlicher Produktion kommen. Die Nachfrage nach solchen Produkten stellt hohe Qualitätsanforderungen, wodurch nicht über den Preis verkauft werden muss.

In zwei sehr gut besuchten Workshops mit Gastwirten, Bauern, Landwirtschafts- und Tourismusfunktionären konnte im Rahmen des Modellregion-Projekts erreicht werden, dass sich eine Initiative gebildet hat, die für die notwendigen Kooperations- und Logistikstrukturen sorgen wird. Eine bereits erfolgte Angebots- und Nachfrageerhebung ist eine sehr wichtige Grundlage für die nächsten Schritte. Voraussichtlich wird sich Anfang des Jahres 2010 ein Verein bilden, der das Projekt weiterführen wird.

### 5.1.7 Öffentlicher Personen-Nahverkehr

Der Schwerpunkt Nachhaltigkeit stand auch bei begleitenden Angeboten rund um das Naturerleben im Mittelpunkt. Gäste, bei denen das Prädikat Naturpark auch als Buchungsargument gilt, haben eine sehr gut entwickelte Vorstellung von nachhaltigem Tourismus. Der Markterfolg hängt somit sehr stark von der Glaubwürdigkeit und der Stimmigkeit des Gesamtangebots ab. Eine Naturparkregion ist somit gefordert, die autofreie Mobilität zu forcieren.

Im Kontext des Projekts Modellregion wurde ein Prozess zur Attraktivierung des Bahnhofs Reutte gestartet. In Zusammenarbeit mit der Postbus GmbH, dem Verkehrsverbund Tirol, der DB Oberbayern und der ÖBB wird derzeit an einem Service-Konzept für Mobilitätsleistungen in der Region erarbeitet. Zurzeit wird ein Antrag im Rahmen des Programms klima:aktiv mobil zur Errichtung einer Mobilitätszentrale vorbereitet.

Einen weiteren Schwerpunkt bildete die abgestimmte Nutzung des ÖPNV innerhalb der Naturparkregion mit den bestehenden Gästekarten der beiden Tourismusverbände. Die entsprechenden Verhandlungen mit dem Verkehrsverbund Tirol konnten noch nicht abgeschlossen werden.

### 5.1.8 Binnenwerbung

Von Beginn an wurde sehr viel Wert auf das Innenmarketing gelegt. Ein Naturparktourismus ist nur dann erfolgversprechend, wenn wesentliche touristische Leistungsträger sich mit diesem Konzept identifizieren und auch die Bevölkerung dem Naturpark gegenüber positiv eingestellt ist.

Die Projektleitung beim Verein Regionalentwicklung Außerfern gab in enger Zusammenarbeit mit dem Naturpark und den beiden Tourismusverbänden Lechtal und Reutte Ende Juni 2009 ein Naturparkmagazin heraus, das sich zu einem Gutteil dem Projekt Modellregion widmete. Diese Initiative wird vom künftig vom Naturparkverein mit zwei Ausgaben pro Jahr fortgesetzt.

Die Projektfortschritte wurden zudem über regelmäßige Pressearbeit begleitet. So fand beispielsweise am 21.07.2009 im Anschluss an eine Sitzung des Steuerungsgremiums ein Pressegespräch mit regionalen Medienvertretern statt.

### 5.1.9 Wissenschaftliche Begleitung

Ein Student der FH Kempten – Tourismusmanagement setzte sich im Rahmen seiner Diplomarbeit zudem mit den Erwartungen und Einstellungen der regionalen Hotellerie an einen Naturparktourismus auseinander. Hierzu führte dieser Student Interviews mit allen Drei- und Viersternbetrieben. Diese Diplomarbeit förderte nicht nur wertvolle Erkenntnisse zutage, sondern trug auch wesentlich dazu bei, das Projekt Modellregion bei der Hotellerie bekannt zu machen

### 5.1.10 Qualifizierungsmaßnahmen

Ein wesentlicher Schritt zu einem nachhaltigen und wertschöpfenden Naturparktourismus besteht auch in der Entwicklung eines Qualitätsverständnisses und der entsprechenden Service-Orientierung bei allen touristischen Leistungsträgern. Im Zuge des Projekts Modellregion entstand ein eigenes Folgeprojekt „Qualifizierungsoffensive Tourismus“, welches sich primäre der Fortbildung von Mitarbeitern der Tourismusverbände sowie von Vertretern von tourismusnahen Vereinen wie insbesondere dem Naturparkverein widmet. Auch hier gelang es, die beiden benachbarten Tourismusregionen Tannheimer Tal und Tiroler Zugspitz Arena zu integrieren. Auf diese Weise gelingt es auch bei so genannten Randthemen, kritische Massen an Teilnehmern zusammenzubekommen (z. B. Suchmaschinenoptimierung). Gleichzeitig fördert dieses bezirksweite Bildungsprojekt den Know-how-Transfer zwischen den beiden größeren Verbänden Tannheimer Tal und Tiroler Zugspitz Arena mit der Naturparkregion.

Dieses Projekt hat ein Gesamtvolumen von €45.000. Hiervon entfallen 50% auf eine Kofinanzierung aus der Achse LEADER.

## 5.2 *Teilprojekte in Planung*

### 5.2.1 Konzept „Perlenkette“

In enger Abstimmung mit dem Modellregion-Projekt wurde seitens der Tourismusverbände ein Konzept ausgearbeitet, welches alle aktuellen und künftigen Tourismusattraktionen der Modellregion (zB. Themen- und Panoramaweg, Lech-Radweg, Burgensemble Ehrenberg, Geierwally-Freileichtbühne Elbigenalp, Schnitzschule Elbigenalp, Walderlebniszentrum Ziegelwies in Pinswang/Füssen) vernetzen und gemeinsam vermarkten wird. Die Umsetzungsschritte werden 2010 erfolgen.

### 5.2.2 Naturparkhaus mit Ausstellung (Umsetzung)

Nach erfolgter Standortfixierung wird dieses Projekt voraussichtlich 2010 bis zur Umsetzungsreife weiterentwickelt (Architektenwettbewerb, Genehmigungsverfahren, Finanzierung, Ausschreibung, Vergabe). Förderungsmittel in Höhe von 3,25 Mio. € wurden bereits zugesichert.

### 5.2.3 Schritte zum Markteintritt

Auf Basis der bereits erfolgten Prozesses zur Positionierung und der Markenbildung wird 2010 der Markteintritt erfolgen. Zur Finanzierung der damit verbundenen Aktivitäten (Werbemittel, Drucksorten, Webauftritt, Medienarbeit, Messeauftritte etc.) wurde aus der TOP-Tourismusförderungsaktion bereits ein Beitrag in Aussicht gestellt. Im Jänner 2010 wird hinsichtlich des Markteintritts ein Umsetzungsworkshop stattfinden, damit die Ergebnisse des Markenbildungsprozesses von der zuständigen Werbeagentur sachgerecht übernommen werden können.

### 5.2.4 Online-Reservierungssystem für Naturparkpackages

Der Vertrieb von Naturparkpackages wird über die bestehenden Strukturen der beiden Tourismusverbände abgewickelt werden. Es ist jedoch auf weitere Sicht angedacht, alle naturparkrelevanten Packages online buchbar zu machen, wozu noch entsprechende Einrichtungen geschaffen werden müssen.

### Drehscheibe Landwirtschaft/Gastronomie

Auf Basis der im Rahmen des Modellregionen-Projekts durchgeführten Workshops wird Anfang des Jahres 2010 eine Logistikdrehscheibe in Form eines Vereins installiert.

### 5.2.5 Projekthandbuch

Damit den zuständigen Institutionen für die ersten Umsetzungsschritte eine klare Handlungsanweisung zur Verfügung steht, wird noch im Zuge des gegenständlichen Projekts ein Projekthandbuch ausgearbeitet.

## 6 *Lernerfahrungen aus dem Modellregionen-Projekt*

### 6.1 *Schwierige Startvoraussetzungen*

In der sehr heterogen strukturierten Modellregion Tiroler Lech (Tourismus, Industrie, Gewerbe, Landwirtschaft) war es zunächst sehr schwierig, mit einem breit angelegten touristischen Thema Fuß zu fassen und das nötige Interesse zu wecken. Außerdem war der Glaube an positive touristische Effekte durch den Naturpark nur sehr schwach entwickelt, und das vorläufige Scheitern des Naturpark-

haus-Projekts war nebst erheblicher Infrastrukturprobleme ebenfalls kein guter Boden für den Start des Modellregion-Projekts.

## 6.2 *Sensibilisierung und Vertrauensbildung*

Aufgrund der genannten Voraussetzungen war ein direkter Einstieg laut ursprünglich geplantem Projektplan nicht möglich. Es musste zunächst ein Weg gesucht werden, um Betroffene zu Beteiligten zu machen. Dazu bedurfte es vieler Einzelgespräche mit Meinungsbildnern, um eine entsprechende Sensibilisierung für das Thema zu bewirken. Auch wurde bald erkannt, dass der übliche Weg (Positionierung > Handlungsfelder > Maßnahmen) mangels ursprünglicher Dynamik nicht zum Ziel führen würde.

Daher wurde zunächst versucht, über kleine Erfolgsschritte in konkreten, greifbaren Projekten Vertrauen für das Modellregion-Projekt zu schaffen. Diese Stoßrichtung war letztlich erfolgreich. Die konkrete Arbeit am Themen- und Panoramaweg und das strukturierte Vorgehen zur Reaktivierung des Naturparkhaus-Projektes haben zu einer enormen Sensibilisierung für das Modellregion-Projekt geführt.

So ist es dazu gekommen, dass die Arbeiten zur Positionierung und Markenbildung für das neue Produkt „Naturparkregion Tiroler Lech“ parallel zu bereits im Gang befindlichen Umsetzungsmaßnahmen stattfinden musste. Nachdem diese Maßnahmen jedoch ganz eindeutig in das neue Regionsprofil passten, waren mit der untypischen Ablauffolge keine besonderen Schwierigkeiten verbunden.

## 6.3 *Große Dynamik in der Projektendphase*

Mit fortschreitender Projektdauer kam starke Dynamik in den Prozess. Ursprünglich skeptisch eingestellte Schlüsselpersonen erkannten zunehmend die wohl einzigartige Chance, mit der Klammer Naturpark am Markt Fuß zu fassen. Auch an der Basis der Tourismusverbände erwachte das Interesse am Modellregionprojekt, wodurch ein zusätzlicher positiver Erfolgsdruck erzeugt wurde.

Wäre es gelungen, diese Trendwende zwei Monate früher herbeizuführen, hätte man noch deutlich tiefer in die Umsetzungsphase vordringen können. Die Dynamik scheint allerdings jetzt stark genug zu sein, dass sie das Modellregion-Projekt auch nach seinem formellen Ende weitertragen wird.

Die Lehre aus dieser Entwicklung ist, dass in solch heterogenen Gebilden wie der gegenständlichen Modellregion besonders in der Anfangsphase sehr viel Zeit, Aufwand und Geduld zur Sensibilisierung der Beteiligten investiert werden muss.

# 7 Zusammenfassung und Fazit

## 7.1 *Nutzen des Modellregionen-Projekts*

Rückblickend ist festzustellen, dass das gegenständliche Projekt des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend ganz eindeutig jenen An Schub bewirkt hat, der notwendig war, dass sich die Region mit dem Thema „touristische Inwertsetzung des Naturparks Tiroler Lech“ ernsthaft auseinandergesetzt hat. Auch der Umstand, dass sich ein Bundesministerium um die Belange einer entlegenen Tiroler Region (der Name „Außerfern“ spricht Bände) kümmert, hat sehr viel zum schließlich doch erfolgten Umdenken beigetragen.

Ein neuer Anlauf zur Errichtung des Naturparkhauses mit Ausstellung wäre wohl kaum zustande gekommen, wenn nicht das Modellregion-Projekt klar zutage gebracht hätte, dass dieser „Leuchtturm“ im Regionsangebot von zentraler Bedeutung sein würde.

Schließlich war der Erfahrungsaustausch mit den Vertretern der drei Partnerregionen enorm wertvoll. Als kleines Beispiel sei erwähnt, dass über Vermittlung der Montafoner Vertreter der Obmann der Initiative „Bewusst Montafon“ im Lechtal einen sehr überzeugenden Impulsvortrag zum Thema „Kooperation Landwirtschaft-Gastronomie“ gehalten hat, der zur Bildung einer Kooperationsplattform in der Naturparkregion geführt hat.

## 7.2 *Merkmale der Modellhaftigkeit*

Das Modellhafte am praktizierten Vorgehen lässt sich an folgenden Beispielen festmachen:

- Die Entwicklung erfolgt in einer wirtschaftlich sehr inhomogenen Region in Kooperation dreier unterschiedlicher Partner (zwei Tourismusverbände, Naturparkverein)
- Systemischer Ansatz unter Einbindung aller wichtigen Interessengruppen und Netzwerkpartner
- Schaffung von verbindenden Elementen (zB. überregionale Rad- und Wanderwege, Naturparkhaus, Kooperationsplattform Landwirtschaft-Gastronomie, Marketingplattform)
- Absolute Offenheit und Transparenz bei der Projektabwicklung
- Teilweises Parallelführen von Strategie und Umsetzung

## 7.3 *Schlüsselerkenntnisse und zentrale Ergebnisse*

### 7.3.1 Projekte

Mit einer Reihe von konkreten Projekten, die im Rahmen des Modellregion-Projektes initiiert, reaktiviert oder unterstützt werden konnten, wurden unauslöschliche Spuren gelegt. Die wichtigsten dieser Projekte, an denen die Modellregion federführend oder beteiligt war, werden nachfolgend nochmals angeführt:

- Positionierung und Markenentwicklung für die Naturparkregion
- Gründung der ARGE Marketingplattform
- Reaktivierung des Naturparkhaus-Projekts mit Ausstellung
- Themen- und Panoramawanderweg
- Lech-Radweg
- Kooperationsplattform Landwirtschaft-Tourismus
- Öffentlicher Personen-Nahverkehr für den Tourismus
- Qualifizierungsinitiative

### 7.3.2 Projektprozesse

Die einzelnen Projektprozesse waren sehr stark von den handelnden Personen geprägt und daher von unterschiedlicher Qualität und zeitökonomischer Effizienz. Es ist zu beachten, dass an den Workshops und Sitzungen fast ausschließlich Freiwillige teilgenommen haben, die auch anderweitig viele Verpflichtungen hatten. Dies erforderte eine sehr flexible und an die jeweilige Situation angepasste Prozesssteuerung. Straffes Projektmanagement, wie es in stabilen Organisationen oder in der Privatwirtschaft üblich ist, würde bei den Rahmenbedingungen des gegenständlichen Projekts kaum zum Ziel führen. Sozialkompetenz, Leadership und Improvisationstalent waren in hohem Maße gefordert.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor war weiters, dass die Partner (die Tourismusverbände und der Naturparkverein) von Anfang an bedingungslos hinter dem Projekt standen und den Ausführenden stets den Rücken gestärkt haben.

Als äußerst zweckmäßig hat sich erwiesen, dass seitens der Regionalentwicklung Außerfern die Projektadministration übernommen wurde. Die Mitarbeiter/innen dieser Organisation verfügen über sehr viel regionales Know How, kennen die Schlüsselpersonen und waren in der Lage, den nicht unerheblichen administrativen Aufwand professionell zu erledigen.

## *Dank*

Die Partner der Modellregion Tiroler Lech, die Regionalentwicklung Außerfern und der Projektmoderator bedanken sich abschließend sehr herzlich bei folgenden Personen und Institutionen:

- Dem Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend für die erfolgreiche Projektinitiative und die bereitgestellten Mittel
- Herrn Mag. Walter Papst und Herrn Mag. Anton Zimmermann für die sehr ergebnisorientierte und angenehme Steuerung des Gesamtprozesses
- Herrn Mag. Werner Taurer von Kohl&Partner für die effiziente Moderation und Dokumentation
- Den Vertretern der anderen Modellregionen für die kollegiale und freundschaftliche Partnerschaft
- Allen Damen und Herren, die sich in der Steuerungsgruppe oder in den Arbeitskreisen eingebracht haben
- Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Regionalentwicklung Außerfern für die engagierte Administration des Projekts
- Allen weiteren Partnern und Experten, die das Projekt durch persönliches Engagement unterstützt haben

Reutte, am 15. Dezember 2009