

**INTERREG Bayern - Österreich 2007 - 2013**

*LP-RK* Regierung von Oberbayern, Wirtschaftsförderung  
*Priorität* P.1 Wissensbasierte und wettbewerbsfähige Gesellschaft durch Innovation und Kooperation  
*Aktivitätsfeld* AF.1.2 Tourismus  
*Projekttitel* **SalzAlpenSteig Chiemsee Königssee Hallstatt**  
*Projektcode* J00229  
*Monitoring-Nummer* JABAFA\_00229  
*Status* Vorlage BA  
*Datum des BA*  
*Themennummer*

**Lead-Partner:**

*Name* Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee  
*Anschrift* Königsseer Straße 2, 83471 Berchtesgaden, DE  
*Telefon* 08652 967 101  
*E-Mail* m.griesser@berchtesgaden.de  
*Rechtsform* Körperschaft des öffentlichen Rechts  
*Ansprechpartner* Michael Grießer  
*Zuständige RK* RK Oberbayern

**Projektpartner:**

- 1
- Name* Gästeservice Tennengau  
*Anschrift* Mauttorpromenade 8, 5400 Hallein, at  
*Telefon* +43 (0)6245 700 50  
*E-Mail* f.poelzleitner@salzburgerland.com  
*Rechtsform* Verein  
*Ansprechpartner* Franz Pölzleitner  
*Zuständige RK* RK Salzburg
- 2
- Name* Tourismusverband Inneres-Salzkammergut Ferienregion Dachstein-Salzkammergut  
*Anschrift* Kirchengasse 4, 4822 Bad Goisern, AT  
*Telefon* +43-6135-8329  
*E-Mail* binder@dachstein-salzkammergut.at  
*Rechtsform* Körperschaft öffentl Rechts  
*Ansprechpartner* Pamela Binder  
*Zuständige RK* RK Oberösterreich
- 3
- Name* Chiemgau Tourismus e.V.  
*Anschrift* Leonrodstraße 7, 83278 Traunstein, DE  
*Telefon* +49 (0) 861 909590-0  
*E-Mail* luecke@chiemgau-tourismus.de  
*Rechtsform* Verein  
*Ansprechpartner* Michael Lücke  
*Zuständige RK* RK Oberbayern

4	<i>Name</i>	Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH und Co. KG
	<i>Anschrift</i>	Felden 10, 83233 Bernau am Chiemsee, DE
	<i>Telefon</i>	+49-8051-96555-0
	<i>E-Mail</i>	pfaffinger@chiemsee-alpenland.de
	<i>Rechtsform</i>	GmbH und Co. KG
	<i>Ansprechpartner</i>	Christine Pfaffinger
	<i>Zuständige RK</i>	RK Oberbayern

**Zusammenfassende Projektbeschreibung:**Ausgangslage

Grundlage für das Projekt „SalzAlpenSteig“ stellt das INTERREG IV A-Kleinprojekt „Machbarkeitsstudie für einen Almen-Schluchten-Wanderweg im Premiumformat“ dar. Im Jahr 2009 wurde die räumliche, inhaltliche und technische Machbarkeit eines Premiumwanderweges vom Chiemsee zum Hallstätter See geprüft. Ergebnis war ein grenzüberschreitender Verlaufskorridor (230 km Leitweg und ca. 200 km Rundwege), innerhalb dessen die Umsetzung möglich ist. Ein Großteil des derzeitigen Streckennetzes besteht bereits, muss aber teilweise rekonstruiert und ausgebaut werden. Auch die allgemeinen Trends im Urlaub- und Freizeitmarkt Wandern bestätigen die Chancen und Möglichkeiten, die durch einen grenzüberschreitenden Premiumwanderweg entstehen: Wandern ist eines der größten Segmente im deutschsprachigen Tourismusmarkt (23% der Urlauber in Ö waren im Jahr 2010 Wander- und Bergsteigurlauber. In Deutschland hat sich die Quote der Wanderer durchschnittlich zwischen 55-60% der Bevölkerung eingependelt). Für den geplanten Premiumwanderweg in dieser Region sprechen weiters folgende Trends: Der moderne Wandergast ist in erster Linie ein Genusswanderer, der ein gutes Angebot sucht. Mittlere Almhöhen werden anstrengenden Gipfelhöhen vorgezogen. Zudem steigt das Interesse an Wanderangeboten mit Gesundheits-, Naturerlebnis- und Authentizitätsmotiven. Zukunftsfähig sind vor allem Konzepte in Form funktionsfähiger Wegenetze, auf deren Basis die Hauptwege durch Schleifen und Zugangswege mit den Regionen stärker verknüpft werden. Dem qualitativen Ausbau kommt in Zukunft noch mehr Bedeutung zu. Denn wie in vielen touristischen Bereichen lässt sich auch beim Wandern der Trend hin zu einer stärkeren Betonung der Produktqualität feststellen. Ausdruck und Mittel der Kommunikation dieses Qualitätsanspruchs ist z.B. das Deutsche Wandersiegel – das Gütesiegel für Premiumwege, das mit 34 Kriterien arbeitet.

Projektziele

1. Nachhaltig attraktives Angebot eines „Premiumwanderweges“ (230 km Leitweg und 330 km Rundwege mit 33 Rundwegen à 10 km) mit einem zuverlässigen und nutzerfreundlichen Wanderleitsystem und höchster Qualität in der Wegeführung, der Beschilderung und der Möblierung 2. Erlebnioptimierte Wanderangebote mit hoher regionaler touristischer Strahlkraft unter dem grenzüberschreitend verbindenden Kernthema „Alpen-Salz“, das von Hallstatt bis Rosenheim beleuchtet wird, mit Seenbezug (Chiemsee - Königssee - Hallstättersee) und mit Vernetzung von touristischen Sehenswürdigkeiten bzw. regionaler Kulturgeschichte 3. Der erste grenzüberschreitende Premiumstreckenwanderweg in den Alpen: Ziel des Projektes ist es, das Erfolgsmodell „Premiumwanderweg“ auf die Alpen zu übertragen und durch den erlebnisoptimierten modernen Mittelgebirgswanderweg, kombiniert mit den grandiosen Landschaftsszenarien der Alpen, ein Aushängeschild für die gemeinsame Wanderregion zu werden. Der Weg soll den QualitätsRiLi des Deutschen Wandersiegels entsprechen. Durch die Wandermarke „SalzAlpenSteig“ soll eine exklusive Positionierung, ein Produkt von höchster Erlebnisqualität und bestem Ruf, entstehen. 4. Grenzübergreifende Verbindung und Vernetzung durch den ersten grenzüberschreitenden Premiumstreckenwanderweg in den Alpen: Einheitliche Beschilderung, gemeinsame Qualitätsmarke, Vernetzung von touristischen Highlights und Themen („Salz“) und grenzüberschreitende Zusammenarbeit auf administrativer, touristischer und kultureller Ebene 5. Aktive Teilnahme am boomenden Wandertourismusmarkt: - Schaffung zusätzlicher Auslastung vor, während und nach der Saison sowie eine Verlängerung der Saison - Stärkung der örtlichen Strukturen durch ein regionspezifisches Aushängeschild

Projekthalt

1. Projektmanagement: Schaffung einer Vollzeitstelle bei LP mit den Aufgaben - Aufbau der Organisations- und Arbeitsstrukturen sowie einer nachhaltigen Kooperationsform - Ausschreibung, Koordination und Begleitung der Beratungs- und Dienstleistungen - Koordination der Arbeitspakete 2. Planung, Ausweisung, Einrichtung und Beschilderung des Weges - Erkundung und Festlegung einer konkreten und detaillierten Streckenführung: Feinplanung der Strecke, Verhandlungen und bei Änderungsbedarf Suche nach alternativen Wegführungen - Ausweisung und Einrichtung des Weges (Wegebau, Beschilderung und Möblierung) - Aufbau eines zuverlässigen und nutzerfreundlichen Wanderleitsystems 3. Marketing, Presse und PR - Entwicklung einer grenzüberschreitenden Marketingstrategie bzw. -konzeptes - Etablierung der Marke „SalzAlpenSteig(-Touren)“ - Umsetzung der PR- und

Marketingprodukte bzw. -aktivitäten: Homepage, Wanderkarte, Wanderführer, Werbemittel, Messebeteiligung, Kooperation mit Reiseveranstalter, Pressereise, Werbung in Rundfunk und TV - Veranstaltungen zur Einbindung von Gemeinden, Organisationen und Betrieben und Events (Start- und Abschlussveranstaltung sowie Wanderevent) - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 4. Zusammenarbeit mit anderen touristischen Angeboten - Aufbau von Kooperationen / Netzwerken 5. Prädikatisierung und nachhaltige Organisationsstruktur - Prädikatisierung des Premiumwanderweges - Projektabschluss mit Übergabe an eine geschaffene Organisationsstruktur - Aufbau der nachhaltigen organisatorischen Struktur für zukünftige Erhaltung, Wartung, Marketing..

Räumlicher

Traunviertel (20%)

Wirkungsbereich  
des Projekts

Salzburg und Umgebung

Berchtesgadener Land

Rosenheim (Landkreis)

Traunstein

Projektphasen

von 01. Dez. 2011 bis 31. Mrz. 2012 : - Installierung des Projektmanagements: Aufbau der Organisations- und Arbeitsstruktur, Vorbereitung der Ausschreibungen von Beratungs- und Dienstleistungen, Aufbau eines Netzwerkes mit Gemeinden und Partnerbetrieben, Definition der Zusammenarbeit mit diversen Partnern (u.a. betriebliche Partner) - Marketing und Öffentlichkeitsarbeit: Auftaktveranstaltung, Vorphase des Marketingkonzeptes zur Entwicklung der Marketingstrategie, Sicherung der Marke „SalzAlpenSteig“ und „SalzAlpenTour“

von 01. Apr. 2012 bis 31. Dez. 2012 : - Konkretisierung der Streckenführung des Weges: Feinplanung, Verhandlungen, evtl. Alternativensuche - Start der techn. Umsetzung des Weges (Begehung, Vermessung) - Marketing und PR (1. Jahr): Detailliertes Marketingkonzept mit Aufbau der Marketing-strategie, Etablierung der Marke „SalzAlpenSteig/ - Tour“, erste Phase der Umsetzung der Marketingprodukte und -aktivitäten, gezielte PR - Info-Gespräche mit Gemeinden, Aufbau von Kooperationen

von 01. Jan. 2013 bis 31. Dez. 2013 : - Technische Umsetzung des Weges: Feinplanung der noch offenen Strecken, Umsetzung von infrastrukturellen Maßnahmen (Wegebau, Beschilderung) zur Erstellung des Weitwanderweges nach Premium Niveau - Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (2. Jahr): Umsetzung des Marketingkonzeptes

von 01. Jan. 2014 bis 31. Jul. 2014 : - Letzte Maßnahmen zur Umsetzung des Weges: Beschilderung, Möblierung - Prädikatisierung als Premium-Wanderweg, Qualitätsprüfung, Schaffung einer entsprechenden grenzüberschreitenden Organisationsstruktur als Basis für eine dauerhafte Erhaltung des Premium-Niveaus - Marketing und PR (3. Jahr): Umsetzung des Marketingkonzeptes - Offizieller Projektabschluss mit Eröffnungsfeier, Übergabe an geschaffene Organisationsstruktur, Präsentation der Ergebnisse (inkl. Dokumentation und Abrechnung)

**Durchführungszeitraum:**

01. Dez. 2011 bis 31. Jul. 2014

**Kosten:**

	Personal- kosten	Sachkosten	Investitions- kosten	Unbare Leistungen	EFRE- förderfähige Projekt- Gesamtkosten	davon in 20%- Gebieten	FLC-zuständige Stelle
LP	77.500	247.400	0	0	324.900	0	DE1003-RK Oberbayern
PP1	0	30.000	159.200	0	189.200	0	AT5102-RK Salzburg
PP2	0	117.500	0	0	117.500	0	AT4105-RK Oberösterreich
PP3	0	117.100	112.000	0	229.100	0	DE1003-RK Oberbayern
PP4	0	35.000	85.000	0	120.000	0	DE1003-RK Oberbayern
Gesamt	77.500	547.000	356.200	0	980.700	0	

**Finanzierung der EFRE-kofinanzierungsfähigen Kosten:**

	Eigenmittel	projekt- bezogene Einnahmen	Nationale öffentliche Mittel	Nationale private Mittel	EFRE- Mittel	EFRE- Quote	Projektfinan- zierungsmittel
LP	82.560	0	47.400	0	194.940	60,00%	324.900
PP1	75.680	0	0	0	113.520	60,00%	189.200
PP2	47.000	0	0	0	70.500	60,00%	117.500
PP3	91.640	0	0	0	137.460	60,00%	229.100
PP4	48.000	0	0	0	72.000	60,00%	120.000
Gesamt	344.880	0	47.400	0	588.420	60,00%	980.700

**Nationale Kofinanzierung - Details:**

Projektteilnehmer	Kofinanzierende Stelle	Öffentliche Kofinanzierung	Private Kofinanzierung
LP	Finanzielle Eigenmittel	82.560	
LP	Kur GmbH	47.400	
PP1	Finanzielle Eigenmittel		75.680
PP2	Finanzielle Eigenmittel	47.000	
PP3	Finanzielle Eigenmittel		91.640
PP4	Finanzielle Eigenmittel		48.000
Gesamt		176.960	215.320

**EFRE-Mittel pro Regionale Koordinierungsstelle (dient zur Information):**

Regionale Koordinierungsstelle	EFRE- Mittel*	Förderfähige Projektgesamtkosten
RK Oberösterreich	70.500	117.500
RK Salzburg	113.520	189.200
RK Tirol	0	0
RK Vorarlberg	0	0
RK Niederbayern	0	0
RK Oberbayern	404.400	674.000
RK Schwaben	0	0
	588.420	980.700

\*Rundungsdifferenzen aufgrund Verwendung ganzer EUR - Beträge möglich.

**Qualität der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit:**

Gemeinsame Entwicklung / Ausarbeitung: erfüllt  
 Gemeinsame Durchführung: erfüllt  
 Gemeinsames Personal: erfüllt  
 Gemeinsame Finanzierung: erfüllt

Anzahl der erfüllten Kriterien: 4

Grundvoraussetzung für die Förderung aus INTERREG erfüllt: JA

**Indikatoren:**Allgemeine Indikatoren

Y001	Sind an dem Projekt KMU beteiligt?	X
Y002	Trägt das Projekt zu einem sozialen oder kulturellen Austausch bei?	X
Y003	Ist das Projekt auf ökologische Nachhaltigkeit (Schutz der Umwelt, Energieeffizienz, Umweltmanagement) ausgerichtet?	X
Y004	Trägt das Projekt zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft der Region bei?	X
Y005	Leistet das Projekt einen Beitrag zur Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Standards oder hat es den gegenseitigen Informationsaustausch zum Ziel?	X

Indikatoren gemäß Priorität / Aktivitätsfeld

Y006	Trägt das Projekt zur Förderung von Stärkefeldern, Clustern und sonstigen Netzwerken bei?	X
Y007	Leistet das Projekt einen Beitrag zur Vernetzung und Kooperation von Betrieben (KMU) und / oder F&E Einrichtungen?	X
Y008	Verfolgt das Projekt die Strategie der Innovation und Markterschließung sowie der integrierten Angebotsentwicklung?	X
Y009	Leistet das Projekt einen Beitrag zur gemeinsamen Nutzung der Ressourcen und der Vermarktung der Region?	X
Y010	Trägt das Projekt zur Stärkung des grenzüberschreitenden Arbeitsmarktes bei?	X
Y013	Ist das Projekt auf den Bereich Tourismus ausgerichtet?	X

**Ausgabenkategorien:**

57 Verbesserung der touristischen Dienstleistungen

**Indikatoren für die Projektauswahl:**Nachhaltigkeit

Beurteilung des Projektes hinsichtlich Nachhaltigkeit	groß
Welchen Nutzen hat das Projekt in Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung?	
Das Projekt hat dauerhafte positive Auswirkungen auf die Umwelt.	X
Das Projekt hat dauerhafte positive wirtschaftliche Auswirkungen.	X
Das Projekt hat dauerhafte positive soziale und gesellschaftliche Auswirkungen.	X

Gleichstellung und Nichtdiskriminierung

Beurteilung des Projektes hinsichtlich Gleichstellung und Nichtdiskriminierung	neutral
Welchen Nutzen hat das Projekt im Bereich Gleichstellung und Nichtdiskriminierung?	
Das Projekt hat positive Auswirkungen auf die Geschlechtergleichstellung.	nein/no
Das Projekt hat positive Auswirkungen auf weitere Aspekte der Nichtdiskriminierung.	nein/no

Grenzüberschreitende Integration

Beurteilung des Projektes bzgl. seiner Wirkung auf die grenzüberschreitende Integration	signifikante positive Wirkung
---	-------------------------------

Verbesserung der grenzüberschreitenden Struktur

Beurteilung des Projektes hinsichtlich seines Beitrags zur Verbesserung der grenzüberschreitenden Strukturen	signifikanter Beitrag
--	-----------------------

Umwelt

Flora, Fauna, Biodiversität Lebensräume	positiv
Luft	positiv
Klima	positiv
Mobilität	positiv
Energieeffizienz	neutral
Ressourceneffizienz	neutral

Gesamtbewertung: O

Förderfähigkeit ist gegeben: JA



**Ergebnis der Projektprüfung:**

Prüfung auf Vollständigkeit und Kohärenz mit dem Programm durchgeführt: ja

Stellungnahmen der beteiligten RKs vorhanden: nein/no

Zusammenfassendes Prüfergebnis:

Empfehlungen der LP-RK: nein/no

Auflagen der LP-RK: