

Rückmeldungen INTERREG BY-AT 2021-2027 - Tourismusstrategie

	Organisation/ Institution	Name	Region	Stellungnahme
1	Regionale Koordinierungsstelle OÖ/Amt der Oö. Landesregierung Abt. Raumordnung	Maria Pühringer	OÖ	<ul style="list-style-type: none"> - vorwiegend technische Anmerkungen - wichtig: die Ableitung der „guiding principles“ über die „strategischen Ansatzpunkte“ zu den „Förderkriterien“ schlüssiger darstellen
2	Oberösterreich Tourismus GmbH	Schilcher Christian	OÖ	<ul style="list-style-type: none"> - Absprache mit TVB Donau OÖ, Entdeckerviertel, s'Innviertel, Ferienregion Böhmerwald & Linz, Salzkammergut Tourismus-Marketing GmbH, Mühlviertel Marken GmbH - zu hoher Stellenwert d. "Corona Pandemie" - langfristige Perspektive geht dadurch verloren - zu hoher Stellenwert v. "Overtourism" - spezifische Anmerkungen zu Punkten & Abbildungen (Ergänzungen Tourismusthemen, Abbildung SWOT -Integrierte Raumentwicklung,...)
3	Amt der Oö. Landesregierung, Abteilung Wirtschaft und Forschung	Seeger Andreas	OÖ	<ul style="list-style-type: none"> - positiv Bewertet wird, dass Coronavirus-Pandemie ein zu großer Stellenwert eingeräumt wird - „Overtourismus“ wird im Strategiepapier ein zu großer Stellenwert eingeräumt, da dieses Phänomen im Programmraum nur sehr vereinzelt und lokal begrenzt auftritt - Entwicklung neuer Kooperationsformen zwischen Wirtschaft und Tourismus wären wünschenswert - Verbesserung/Ergänzungen zu einzelnen Abbildungen nötig - es könnte zu einer ungewollten Einschränkung möglicher sinnvoller Projekte kommen - Tagestourismus spielt für OÖ eine wichtige Rolle - Personal- (inkl. Reisekosten), Verwaltungs-, als auch Marketingkosten sollten zu den förderbaren Kosten zählen um bedarfsorientierte Tourismusprojekte realisieren zu können
4	Fachhochschule Salzburg	Mario Joos	SBG	<ul style="list-style-type: none"> - es fehlen die Themenbereiche Fachkräftemangel, Digitalisierung und Kulinarik - Herausforderung der Digitalisierung als Risiko und Chance sehen: Digitalisierung ist in Zeiten von COVID positiv für Tourismusbetriebe z.B. Hygienemaßnahmen zu kontrollieren - Thema Fachkräfte und Kulinarik gehört noch stärker behandelt
5	TSG Tourismus Salzburg GmbH	Kollenz Klemens	SBG	<ul style="list-style-type: none"> - Besucherströme und funktionale Verflechtungen: dzt. außer Acht gelassen wird die Bedeutung des faktischen Grenzübertritts D/A (nicht nur zu COVID Zeiten erschwert) - Förderung von Infrastrukturinvestitionen z.B. Geh- und Radwegbrücken über Grenzflüsse für Zukunft wichtig - Attraktivierung von öffentlichen Massenverkehrsmitteln - Alleinstellungsmerkmale einer Region sowie regionstypische Charakteristika herausarbeiten

6	ITG Salzburg	Bernhard Lehofer	SBG	<ul style="list-style-type: none"> - hoher Bedarf an Unterstützungsmaßnahmen (wirtschaftlich & inhaltlich) für die touristischen Regionen sowie für die touristischen Betriebe - Thema Gesundheit wird in Zukunft einen noch höheren Stellenwert haben (Anbieter- und Nachfrageseite) wo auch die Schlagworte: Regionalität, Authentizität, Achtsamkeit, Natur als Sehnsuchtsort - Digitalisierung und New-Work-Trends für Zukunft wichtig - Nutzung von Synergien zu bestehenden Projekten und Initiativen im Salzburger Land - Unterstützung der Regionen und Betriebe bei der Umsetzung und kreativen Gestaltung von Corona-Maßnahmen
7	Biosphärenregion Berchtesgadener Land	Peter Loreth	SBG	<ul style="list-style-type: none"> - große Zufriedenheit mit der gü Zusammenarbeit - Besucherlenkung (regional und saisonal) wünschenswert - Zukunftsweisende ÖPNV-Projekte wünschenswert - Verknüpfung unterschiedlicher Handlungsbereich z.B. Tourismus Land- und Forstwirtschaft-Naturschutz - Stärkerer Bezug zu Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)
8	Euregio Salzburg Berchtesgadener-Land-Traunstein	Sarah Reiter	SBG	<ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeit, Gesundheit (Wald, Wasser, Salz), Regionalität - Verknüpfung mit anderen Sektoren - gü Vernetzung bereits bestehender Initiativen, Ausbildungsmöglichkeiten und Bildungsträger mit Einbeziehung der Kleinzimmervermieter - Digitalisierung & Innovation - Nachhaltigkeit (Qualitätstourismus, Mobilitätskonzepte, Gesundheit) - stärkere Bewusstseinsbildung der regionalen Natur- und Kulturlandschaft - Förderung von Tourismus- und mobilitätsrelevante Infrastruktur - Urlaub am Bauernhof (Green Care) und Pilgern die angesichts der Corona-Krise wieder wichtig sind, sollten/können in die Tourismusstrategie aufgenommen werden
9	Tourismusverband Kufsteinerland	Stefan Pühringer	Tirol	<ul style="list-style-type: none"> - unterschiedliche Struktur der Tourismusorganisationen erschwert die gü Zusammenarbeit zwischen Tirol und Bayern - In Erlebniszonen zu denken wäre ein Ansatz - wenig Wissen über euregionalen Besucherströme > wie soll das in der Praxis umgesetzt werden - Vorfinanzierung der Projekte ist oftmals eine große Hürde für Projektträger - Integrative Produktentwicklungsprozesse unter Einbeziehung von Einheimischen werden immer wichtiger- Authentizität, Marken wachsen von Innen nach Außen - Ganzjahrestourismus im Lichte der Klimaentwicklung gewinnt an enormer Bedeutung - grenzüberschreitende Mobilität sollte viel mehr unterstützt und vereinfacht werden z.B. Kooperationskampagnen zur besseren Vernetzung
10	Amt der Vorarlberger Landesregierung	Hubert Hämmerle	Vorarlberg	sehr gut ausgearbeitete Tourismusstrategie

11	Arberland REGio GmbH	Wagner Susanne	Niederbayern	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogenität des Fördergebietes sollte noch mehr Berücksichtigung finden, sowohl bei den natürlichen als auch infrastrukturellen Ressourcen - Berücksichtigung interkulturelle Eigenschaften der einzelnen Länder und Regionen bzw. deren Bewohner*innen - Förderung von Einzelunternehmen nicht klar formuliert - es entsteht der Eindruck, dass diese gefördert werden - Implementierung von Wirkungsnachweisen und oder -messungen nur schwer durchsetzbar - Bereitstellung eines Besucherlenkungskonzeptes („zu Vermeidung von Hotspots und Schutz von sensiblen Naturräumen“) als Förderkriterium
12	Tourismusverband Ostbayern e.V.	Wolfgang Scheinert	Niederbayern	<ul style="list-style-type: none"> - Abbildung 5 ist extrem vereinfacht und unvollständig dargestellt und kann lediglich als eine beispielhafte Ausrichtung gesehen werden - zu viel Fokus auf COVID und Overtourism und zu wenig auf die Themen Digitalisierung, Naturtourismus, Kulinarik, Städtetourismus, Mobilität - Einheimische sollten bei einer Betrachtung des Overtourisms nicht vernachlässigt werden - Nachhaltigkeit auch im Sinne von Revitalisierungsmaßnahmen andeuten z.B. von bereits bestehenden Projekten
13	Allgäu GmbH - Gesellschaft für Standort und Tourismus	Marina Kuhn	Schwaben	<ul style="list-style-type: none"> - Prüfung Kompatibilität / Konformität mit vorhandenen, regionalen Tourismusstrategien damit Projekt nicht von den regionalen Tourismusstrategien abweichen - nachhaltiger Tourismus vs. qualitativ hochwertiger Tourismus - Urlaub sollte auch leistbar sein
14	BMLRT - Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus	Renate Penitz	Österreich	<ul style="list-style-type: none"> - sehr gut ausgearbeitetes Papier, das die Handlungsfelder und Herausforderungen im Programmraum adäquat zusammenfasst - aktuelle Version berücksichtigt zwar das Thema COVID, ohne jedoch auf die konkreten Auswirkungen auf die Branche einzugehen - theoretisch-wissenschaftliche Abhandlung ist nur schwer verständlich und eignet sich nur bedingt für ein Strategiepapier - Straffung der wissenschaftlichen Ausführungen in Form einer kurzen Beschreibung