

Zukünftige touristische Organisation Mittelburgenland

KURZFASSUNG

Mag. Gernot Memmer

März 2016

Inhalte der Kurzfassung

1. Ausgangslage

2. Nutzen-Erwartungen und TVB-Varianten

3. Strategische Eckpfeiler und gemeinsame Projekte

4. TVB-Vorstand und Budget



Der Weg zur optimalen touristischen Organisation im Mittelburgenland

Wir bauen auf...

- 27 Einzelgespräche mit wichtigen Vertretern des Tourismus im Mittelburgenland durch Kohl & Partner (Nov. 2015 – Jän. 2016)
- Experteneinschätzung von Kohl & Partner

Daraus resultiert...

- Fach-Konzept zur optimalen touristischen Organisation für das Mittelburgenland
- Präsentation am 31. März 2016

Danach folgt...

- Beschlussfassungen in den bestehenden örtlichen und regionalem TVB
- Bis 30. Juni 2016 Antrag für neuen TVB beim Land einreichen
- Umsetzung, Gründung mit 1.1. 2017



Notwendige Veränderung bei touristischen Organisationen

Beispiel Tirol:

1995: 250 TVBs

2016: 34 TVBs

Beispiel Burgenland:

2013: 130 TVBs

2016: 14 TVBs neu

... es gibt im Alpenraum viele
vergleichbare Beispiele der
Konzentration der Kräfte



Novelle zum Tourismusgesetz Burgenland wurde mit 10.12.2015 im Landtag beschlossen

- **Mind. 50.000 Übernachtungen im Durchschnitt der letzten drei Jahre** notwendig, um einen TVB gemäß Tourismusgesetz Burgenland zu gründen
- **Vorstand 7 Personen**, davon
 - **2 Gemeindevertreter fix aus der Gemeinde** mit den meisten abgabepflichtigen Übernachtungen im Durchschnitt der letzten drei Jahre
 - **5 Unternehmervertreter**
- Die **Personalkosten** dürfen **max. 40 % des Budgets** des neuen TVBs ausmachen.
- **Je 20 Gewerbetreibende** in der Gemeinde darf die Gemeinde **1 Delegierten** in die Vollversammlung entsenden.



Keine TVB-Lösung im Mittelburgenland ohne Lutzmannsburg möglich

Mind. 50.000 Übernachtungen im Durchschnitt der letzten drei Jahre notwendig, um einen TVB gemäß Tourismusgesetz Burgenland zu gründen

| Gemeinden | 2013 | 2014 | 2015 | Veränderung zum Vorjahr | Durchschnitt |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------------------|----------------|
| Deutschkreuz | 8 861 | 8 529 | 7 439 | -12,8% | 8 276 |
| Draßmarkt | 60 | 3 005 | 3 041 | 1,2% | 2 035 |
| Frankenau-Unterpullendorf | 4 619 | 4 568 | 2 786 | -39,0% | 3 991 |
| Horitschon | 2 051 | 2 135 | 1 937 | -9,3% | 2 041 |
| Kobersdorf | 418 | 366 | 287 | -21,6% | 357 |
| Lockenhaus | 8 652 | 8 330 | 9 134 | 9,7% | 8 705 |
| Lutzmannsburg | 224 603 | 230 166 | 225 257 | -2,1% | 226 675 |
| Markt St. Martin | 1 932 | 2 690 | 1 966 | -26,9% | 2 196 |
| Neckenmarkt | 3 102 | 2 409 | 3 714 | 54,2% | 3 075 |
| Oberpullendorf | 9 393 | 11 199 | 12 617 | 12,7% | 11 070 |
| Gesamt | 263 691 | 273 397 | 268 178 | -1,9% | 268 422 |
| Summe Gemeinden ohne Lutzmannsburg | 39 088 | 43 231 | 42 921 | -0,7% | 41 747 |



Inhalte der Kurzfassung

1. Ausgangslage

2. Nutzen-Erwartungen und TVB-Varianten

3. Strategische Eckpfeiler und gemeinsame Projekte

4. TVB-Vorstand und Budget



Hohe Nutzen-Erwartungen an neuen TVB

Ergebnisse der 27 Einzelgespräche im Mittelburgenland

1. **Gezielte Vernetzung** und **gebündelte Kräfte** – weg von der Zersplittung und Kleinteiligkeit
2. Mehr **Budget-Mittel für den Tourismus im Mittelburgenland**
3. **Mehr Kraft** bei der **Projekt- und Produktentwicklung**
4. **Stärkeres Miteinander** (statt Nebeneinander) → wir profitieren gegenseitig
5. **Saisonverlängerung** durch mehrere Standbeine in der Region (Bereicherung durch mehrere Themen, mehrere Zielgruppen)
6. **Regionale Impulswirkung** (gemeinsames Bemühen (neue) Gäste in die Region zu bringen, die länger bleiben → Aufenthaltszeit steigt → Wertschöpfung und Arbeitsplätze steigen)
7. **Stärkeres Auftreten** gegenüber Burgenland Tourismus



Das Mittelburgenland gewinnt an Bedeutung im Tourismus im Burgenland!



Welche TVB-Varianten sind möglich?

Variante 1:

TVB Mittelburgenland

- es können gemeinsam mit Lutzmannsburg 28 Gemeinden Mitglied sein
- **Rd. € 200 Tsd.** Einnahmen aus gesetzlichen Abgaben (Ortstaxe und Tourismusförderungsbeitrag)

Variante 2:

TVB Lutzmannsburg

- **Rd. € 100 Tsd.** Einnahmen aus gesetzlichen Abgaben (Ortstaxe und Tourismusförderungsbeitrag)

WORST CASE

- Mittel auf Ortsebene fließen durch an Burgenland Tourismus
- Weniger Budget im Tourismus und Bedeutungslosigkeit im Mittelburgenland
- Bestehende Förderungen für Projekte müssen bei fehlendem Rechtsnachfolger zurückbezahlt werden



TVB Mittelburgenland ist die beste Lösung

**1. Höchste Budget-Mittel für den
Tourismus im Mittelburgenland**

**2. Produkt- und Angebotsentwicklung
kann am besten gebündelt werden →
beste Vermarktungschancen**

**3. Mehr Bedeutung des
Mittelburgenlands im Tourismus im
Burgenland und darüber hinaus**

TVB Mittelburgenland ist die beste Lösung Gemeinsam an einem Strang ziehen



Inhalte der Kurzfassung

1. Ausgangslage

2. Nutzen-Erwartungen und TVB-Varianten

3. Strategische Eckpfeiler und gemeinsame Projekte

4. TVB-Vorstand und Budget



Befruchtender Mix an Stärken im TVB Mittelburgenland

+ Wein-Kompetenz (Blaifränkischland)

+ Therme Lutzmannsburg

**+ Kulturangebote (zB Schloss Kobersdorf, Liszt Festival,
Burg Lockenhaus, Schloss Deutschkreutz)**

+ Familienfreundliche Angebote (zB Therme, Draisine)

+ Bewegung in unverbrauchter Naturlandschaft/Naturparks



Vision: „Die genussreiche Familienregion im Burgenland“

**Gemeinsames Motiv der Gäste:
Gemeinschaftserlebnis**



Vernetzung von fünf Starter-Projekten mit dem Thema Familie & Therme

Ergebnisse aus 27 Interviews im Mittelburgenland
und Empfehlung Kohl & Partner

Sunny Card NEU

Mobilität mit E-Bike, Taxi,
Einbinden von
Vinotheken, Therme,
Draisine, Schloss, Burg...

4

Produktentwicklung

E-BIKE-Rad-Region

Radwegenetz, Verleih,
Stationen, Bike-freundliche
Betriebe/Verträge, Highlights
einbinden...

Mittelburgenland-Taxi

Bsp. Weintaxi Gamlitz

Produktentwicklung Wein

Winzertouren, Weinherbst (z.B.
bei Weinlese mitmachen, mit
Weintaxi, Gäste-Betreuung,
Picknick...)

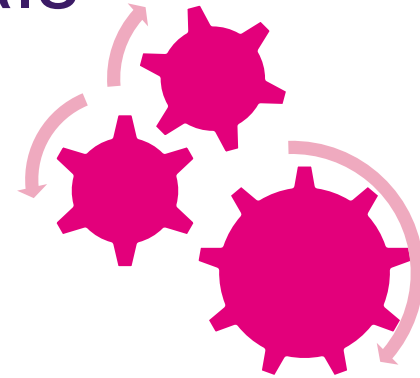
Produktentwicklung

Kultur & Natur

Gemeinsames Kulturprogramm,
VA-Kalender...



Neuer TVB Mittelburgenland als Motor für Starter-Projekte



Empfehlung - Lösungsansatz

- Koordination von Projekt-Arbeitsgruppen übernehmen
- Treiber sein für Produkt- und Angebotsentwicklung
- Kooperationen in Bezug auf die Projektumsetzung entwickeln (zB Betriebe gewinnen, Finanzierungen sichern etc.)
- Schnittstelle zu Burgenland Tourismus sein in Hinblick auf Produktentwicklung und Vermarktung



Inhalte der Kurzfassung

1. Ausgangslage

2. Nutzen-Erwartungen und TVB-Varianten

3. Strategische Eckpfeiler und gemeinsame Projekte

4. TVB-Vorstand und Budget



Zusammensetzung des TVB-Vorstands auf Basis der thematischen Ausrichtung des Mittelburgenlandes

Empfehlung – Lösungsansatz

7 Vorstands-Mitglieder im TVB

2 Gemeinde-Vertreter

Lt. Gesetz bestimmt aus der Gemeinde mit den meisten abgabepflichtigen Nchtigungen

2 aus Lutzmannsburg

5 Unternehmer-Vertreter

2 aus Therme / Familie - Lutzmannsburg

3 aus Wein / Kultur / Natur



Ziel-Budget von € 450 Tsd. für den TVB Mittelburgenland

| Mittelherkunft | Mittelverwendung |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• 200 Tsd. aus gesetzlichen Erlösen• Ziel: 130 Tsd. aus freiwilligen Mitgliedsbeiträgen der Gemeinden zur Basis-Finanzierung von Projekten (€ 4 pro Einwohner)• 120 Tsd. aus Kooperationsprojekten | <ul style="list-style-type: none">• 2/3 für Produkt- und Angebotsentwicklung und Marketing• 1/3 für Mitarbeiter- und Organisationsaufwand |

