

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“



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...)

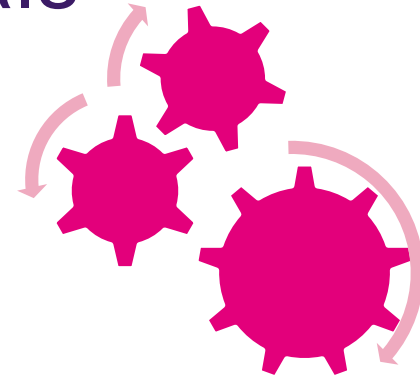
Produktentwicklung

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

