

Protokoll der Workshop-Diskussion vom 5.7.21

Sozioökonomie

Kulturelle Nachhaltigkeit

Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten

Die Destination fördert und unterstützt Karrieremöglichkeiten und Ausbildung im Tourismus. Die Tourismusunternehmen der Destination verpflichten sich, Chancengleichheit lokale Beschäftigte, Ausbildung und beruflichen Aufstieg, ein sicheres und geschütztes Arbeitsumfeld und einen existenzsichernden Lohn für alle zu gewährleisten.

6 Stimmen

Kommentar (1)
anzeigen/hinzufügen



Mögliche Maßnahmen:

- Bereitstellung einschlägiger Ausbildungsprogramme/-kurse für die lokale Bevölkerung für Qualifikationen, die vor Ort gebraucht werden.
- Verpflichtungserklärungen von Tourismusunternehmen zur Bereitstellung von angemessenen Arbeits- und Karrieremöglichkeiten.
- Qualifizierte Beschäftigungsmöglichkeiten
- Überprüfung der Arbeitsbedingungen

„In unserer Region wird dies aufgrund der Größe und den aktuellen Aufgabenfeldern sehr schwierig werden auch noch anzudenken; da sind viele andere Organisationen auch damit beschäftigt“

Wie geht Ihre Destination damit um (alle Stakeholder, nicht nur die DMO)?

- Müssen die Ausbildungen mit einem Zeugnis/Zertifikat abschließen oder kann das auch informell sein? -> wenn Angebote und TN Listen sichtbar sind, sollte das gelten -> Informelle Weiter-/Fortbildungen gibt es
- Vermieter Akademie Tirol -> verschiedene Themen können gebucht werden: <https://evermieterakademie.tirol/>
- Fortbildungen über App mit Lernkontrolle/Selbstprüfung
[YapAcademy](https://www.yapacademy.com/) • [Region St. Johann in Tirol \(kitzbueheler-alpen.com\)](https://www.kitzbueheler-alpen.com/)
- Mostviertel – Fortbildung über Landesorganisation – ähnlich Tirol
<https://www.mostviertel.at/elearning>

Wie geht Ihre Destination damit um (alle Stakeholder, nicht nur die DMO)?

- Dachstein Akademie für Vermieter <https://dachstein-akademie.at/>
- Vermieter-BetreuerInnen vor Ort in den Betrieben
- Vienna Experts Club (auch für Incoming Reisebüros)
<https://experts.wien.info/wien/de#>
- Salzkammergut Tourismus Akademie in Kooperation mit WIFI
https://www.wifi-ooe.at/fileadmin/content/WR/Broschu_re_SalzAk-2020_21.pdf
- LEADER Regionen machen gesonderte Schulungen (auch KLAR, KEM)

P6

Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Die DMO ist zusammen mit Verbänden, Gemeinden und anderen Institutionen in Initiativen zur Unterstützung von Beschäftigungsqualität und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben involviert.



5 Stimmen

**Kommentar
hinzufügen**

Zu diesem Kriterium gab es eine negative Bewertung ohne Kommentar – wie sehen Sie es?

Zukunftsfähiger Tourismus braucht Arbeitskräfte und gute Arbeitsbedingungen

Wichtig sind Lösungen auf politischer Ebene!
Krankenpflege wird öfter als Ausbildung gewählt, weil es mehr Wertschätzung erfährt.

Wie kann man Tourismusbetriebe unterstützen, damit sie familienfreundlicher werden können – es gibt rechtliche Einschränkungen

P2

Schutz von Kulturgütern

Es gibt ein Verzeichnis der Kulturgüter der Destination in dem deren Schutzgrad angeführt ist.

Die Destination leistet einen Beitrag zum Schutz, zur Erhaltung und Verbesserung von lokalen Objekten, Stätten und Traditionen von historischer, archäologischer, kultureller und spiritueller Bedeutung.



7 Stimmen

Kommentar (1)
anzeigen/hinzufügen



Aus der Diskussion: „Kann der Tourismus aus seinen Mitteln einen finanziellen Beitrag leisten?“

Direkte Beiträge:

Tourismusabgaben – ein Teil zweckgebunden für Infrastruktur

Auch Mitwirkung, weil DMOs finanzielle Mittel vom Land abrufen können

Auch direkte Spenden von der DMO

Sanierungen auch monetär unterstützen (Eigentümer hat aber Hauptverantwortung)

Indirekte Beiträge:

z.B. Regelung der Nutzung der Kulturgüter oder Sichtbarmachung

Unterstützung durch Touren oder Kommunikation der Kulturgüter oder Programme dort (wenn sie nicht so bekannt sind)

Mit gezielten Produkten darauf aufmerksam machen und Frequenz schaffen

Zentrale Aufgabe des Tourismus, Kulturgüter zu fördern

Kooperationen z.B. auch mit Pfarre – Kapellenwanderungen in Mondsee/Irrsee

Sanierungen organisieren

Sonstiges:

Ins Kriterium - Zweckgebundene Tourismusabgaben nur allgemein für Nachhaltigkeit, nicht extra für jeden Themenbereich

Finanzierung von personellen Ressourcen, die das Thema unterstützen/daran arbeiten sind auch ein Beitrag

Nachweis evtl. über Nachhaltigkeitsreporting – zeigt auch, welche Finanzierungen wohin geflossen sind

Aus der Diskussion: „Es fehlt ein Kriterium zur Vermeidung von pseudo-alpinem Heimatkitsch (eigene Veranstaltungen, Förderungen, aber auch Wording und Bildsprache im Marketing)“

- z.B. keine Veranstaltungen, die dieses Bild thematisieren/aufgreifen
- Ist sehr subjektiv
- Formulierung „respektvoller, ästhetischer...Umgang“ reicht
- Am „Profit machen“ festmachen – Profit sollte nicht das erste Ziel sein;
- Wenn man etwas nur mehr für Touristen macht und es nicht mehr aus der Bevölkerung kommt – „Veranstaltungen für Einheimische – Gäste willkommen“
- Aber authentisch und Profit machen schließt sich auch nicht immer aus (z.B. Kirtage)
- Tourismus darf auch etwas nur für Gäste machen!
- Was ist authentisch, was ist künstlich erzeugt??

Beispiele?

- Almauf/-abtrieb nur für touristische Zwecke (Profit draus machen)
- Kommerzielle Tanzveranstaltungen
- „aufgesetzte“ Kirtage

Sonstiges:

Nicht als eigenes Kriterium aufnehmen. Ist schwer zu beurteilen, zu subjektiv
Bewertbar ist evtl. die Zusammenarbeit mit Vereinen

Indikatoren

- Anzahl der touristischen Nächtigungen pro Monat (absolut und pro 1.000 Einwohnern (Tourismusintensität))
- Besucherausgaben/Tag → nur über Umfragen; Tourismus-Satelliten Konto – nicht auf Destinationsebene; T-Mona (Bundesländer)
- Durchschnittspreis pro Zimmer oder Kategorien von-bis – Zimmer Doppelbelegung/Person/Nacht, Ferienwohnung/Einheit, Campingstellplatz/Person/Nacht (Preise ändern sich nach Nachfrage tw. täglich)
- Beschäftigung (z.B. Anteil (%) direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen) – auch aufgeschlüsselt nach Saisonen – schwierig; geht nur über Sozialversicherung
- Durchschnittliche Bettenauslastung pro Monat und Jahr – nicht sinnvoll
- Durchschnittliche Zimmerauslastung pro Monat und Jahr
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (in Tagen) – Nächte/Ankünfte
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Tagesgäste (Stunden) -> nicht machbar; nur für einzelne Attraktionen
- Gesamter Einkommensbetrag (€) des Tourismus in der Region -> was ist genau damit gemeint? Nur touristische Betriebe, oder alle die davon abhängig sind? Das kann sehr unterschiedlich sein, je nach Destination - in manchen Destinationen ist alles abhängig, sogar die medizinische Versorgung und Schulen - Wahrscheinlich nicht schaffbar
- Touristische Ausgaben (€) pro Besucher pro Tag

Indikatoren

ETIS:

- Tourismusfluss (Volumen & Wert) am Zielort
- Anzahl der touristischen Nächte pro Monat
- Relativer Beitrag des Tourismus zur Wirtschaft des Reiseziels (% BIP)
- Anzahl der Besucher am selben Tag in der Hoch- und Nebensaison
- Tägliche Ausgaben pro Besucher am selben Tag
- Tägliche Ausgaben pro Tourist (Unterkunft, Essen und Trinken, sonstige Dienstleistungen)

Indikatoren

Gesamtaufkommen der Tourismusbeiträge in einer Region – Umsätze der Unternehmen

-> Bitte um Rechenbeispiel!!? (kommt von Herrn Ebner aus Mondsee)

-> Hoher Primärtourismusanteil weist auf eine große Abhängigkeit auch anderer Bereiche vom Tourismus hin – Gästebetten/Einwohner

Wie aussagekräftig sind die Ergebnisse?

Was machen wir mit den Daten?

Datenproblem im Tourismus – vieles lässt sich schwer erheben oder verifizieren, andere sind aus Datenschutzgründen nicht erwünscht

Barrierefreiheit

Von Elisabeth Steinlechner, CLAR Kaunergrat :

Wir haben eine eigene Online-Plattform in der Region mit einer eigenen Koordinatorin für diese Themen

<https://www.terraraetica.eu/de/humana-raetica/barrierefrei.html>

In der CLAR Kaunergrat gibt es Initiativen, die ursprünglich aus der Region direkt (Hotelier, Privatpersonen) entstanden und nun aktiv vom TVB seit ein paar Jahren mit gezielten Projekten vorangetrieben werden.