

ZUKUNFTSBILD

PRAGSERTAL

POSITIONIERUNG & ERLEBNIS

24. Mai 2024

SI ELMO'S
TOURISM



AGENDA

- Begrüßung
- Aktuelle Maßnahmen Sommer 2024
- Vorstellung Prozessgestaltung & Marktsituation im Tourismus
- Vorstellung Positionierung & Schlüsselprojekte
- Nächste Schritte
- Podiumsgespräche
- Fragen Publikum
- Statement Landesrat
- Schlussworte

A scenic landscape of a turquoise lake in a mountain valley. The lake is surrounded by a dense forest of green trees. In the background, there are large, rocky mountains with patches of snow. People are visible on the sandy shore of the lake. The text "MASSNAHMEN SOMMER 2024" is overlaid on the bottom left of the image.


MASSNAHMEN

SOMMER 2024

MASSNAHMEN

VERKEHRSREGELUNG 2024

Das Prager Tal ist vom **10.07. bis 10.09.2024 von 09:30 bis 16.00 Uhr** nur mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß, mit dem Fahrrad oder gegen Vorweis einer Online - Reservierung bzw. einer gültigen Durchfahrtsgenehmigung erreichbar.



ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL

Im Sommer werden wieder folgende Buslinien im Pragser Tal verkehren:

- Linie 442 (Toblach – Pragser Wildsee)
- Linie 439 (Welsberg – Pragser Wildsee)
- Linie 443 (Toblach / Welsberg – Plätzwiese)

Linien 442 & Linien 439: Online – Reservierung und eine Online – Zahlung von 10/07 – 10/09 erforderlich.

NEWS! Gäste, die in Prags nächtigen müssen keine Reservierung mehr durchführen, der Beherbergungsbetrieb kann für die Gäste Tickets generieren.

ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL

Für die Linie 443 (Richtung Plätzwiese) braucht es keine Online-Reservierung.

NEWS! Die Linie 443 wird verlängert: 09.06.-03.11.

Für Südtirolpass-Besitzer ist eine Fahrt auf allen Linien ohne vorherige Online-Reservierung und OnlineZahlung möglich.

ANREISE MIT PRIVATFAHRZEUG

Im Pragser Tal gibt es 5 buchbare Parkplätze:

- P1 (Säge) – 5,5, km vom Pragser Wildsee entfernt / 12km von Plätzwiese entfernt
- P2 – 800m vom See entfernt
- P3 – 500m vom See entfernt
- P4 – 200m vom See entfernt
- P5 (Brückekele) – 6km von Plätzwiese entfernt

Infopoint am Taleingang wird wie letztes Jahr eingerichtet!

NEWS! Campertickets am Parkplatz P1 (ohne Übernachtung)



Kombiticket – öffentliche Parkplätze (P1, P2, P5)



P1 – PKW &
Camper

40,00€ - 45,00€



P2

40,00€



P5

40,00€



20,00€

Im
Buchungsprozess
ausgewählt



20,00€

Im
Buchungsprozess
ausgewählt



20,00€

Im
Buchungsprozess
ausgewählt

LEITLINIEN

Was beinhaltet ein „Kombiticket“ genau?

In einem Kombiticket sind für den Gast folgende Leistungen enthalten:


A) Bei frühzeitiger Buchung (bis zu einem Tag vorher)

1. Garantierter Parkplatz
2. Durchfahrtsgenehmigung
3. Shuttle / Bus (wenn notwendig)
4. 20,00€ Voucher in einem der teilnehmenden Betriebe

B) Bei einer Buchung für den heutigen Tag

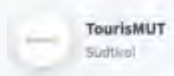
1. Garantierter Parkplatz
2. Durchfahrtsgenehmigung
3. Shuttle / Bus (wenn notwendig)

NEWS 2024

- Die bereits hinterlegten Kennzeichen der Prager Bürger und Unternehmen werden automatisch übernommen und müssen nicht mehr neu hinterlegt werden.
 - Camperticket am Parkplatz P1
 - Gäste, die in Prags nächtigen können Busse ohne Online-Zahlung nutzen, der Gastgeber kann Tickets für seine Gäste ausstellen (TV bezahlt diese)
 - Sensibilisierungskampagne bei Einheimischen (Pustertal)
 - Gästebefragung wird durchgeführt
- 



PROZESSGESTALTUNG



28.03.2014

Hotspot-Management: Die Prager Erfolgsgeschichte

ZURÜCK

Besucherlenkung und Hotspot-Management für mehr Nachhaltigkeit: Prags hat als erste Südtiroler Gemeinde ein erfolgreiches System eingeführt. Nun soll das Hotspot-Management dem Prager Beispiel folgend auch für Karersee, Villnöss, Seiser Alm und Ritten implementiert werden – mit einer einheitlichen Online-Lösung.

Mit der steigenden Bekanntheit des Prager Wildsees wurden die Besucherströme für die Natur im Prager Tal ebenso wie für die Einheimischen, nicht zuletzt aber auch für die Gäste untragbar. Das Gebiet musste die Reißleine ziehen. Stichwort: Besucherlenkung, also Maßnahmen zur Beeinflussung von Besucherinnen und Besuchern in ihrer Verteilung, Verhaltensweise und Einstellung gegenüber dem Schutzobjekt. Das Ziel: negative Auswirkungen für das Gebiet minimieren. **Ab 2018 wurden in Prags erste Maßnahmen in diese Richtung ergriffen – mit einer zeitlichen Verkehrsbeschränkung, einem Auffangparkplatz und einer Potenzierung der Bus- und Shuttledienste.** Man begann mit der Definition und Umsetzung eines Kommunikation- und Marketingkonzeptes. 2019 wurde erstmals eine Straßensperre im Zeitraum von Mitte Juli bis Mitte September eingeführt, von 10 bis 15 Uhr, in den Folgejahren von 9.30 bis 16 Uhr.

„Die Umsetzung eines so großen Plans braucht auch etwas Mut.“

Silke Stabinger
Direktorin des Tourismusevents Prags

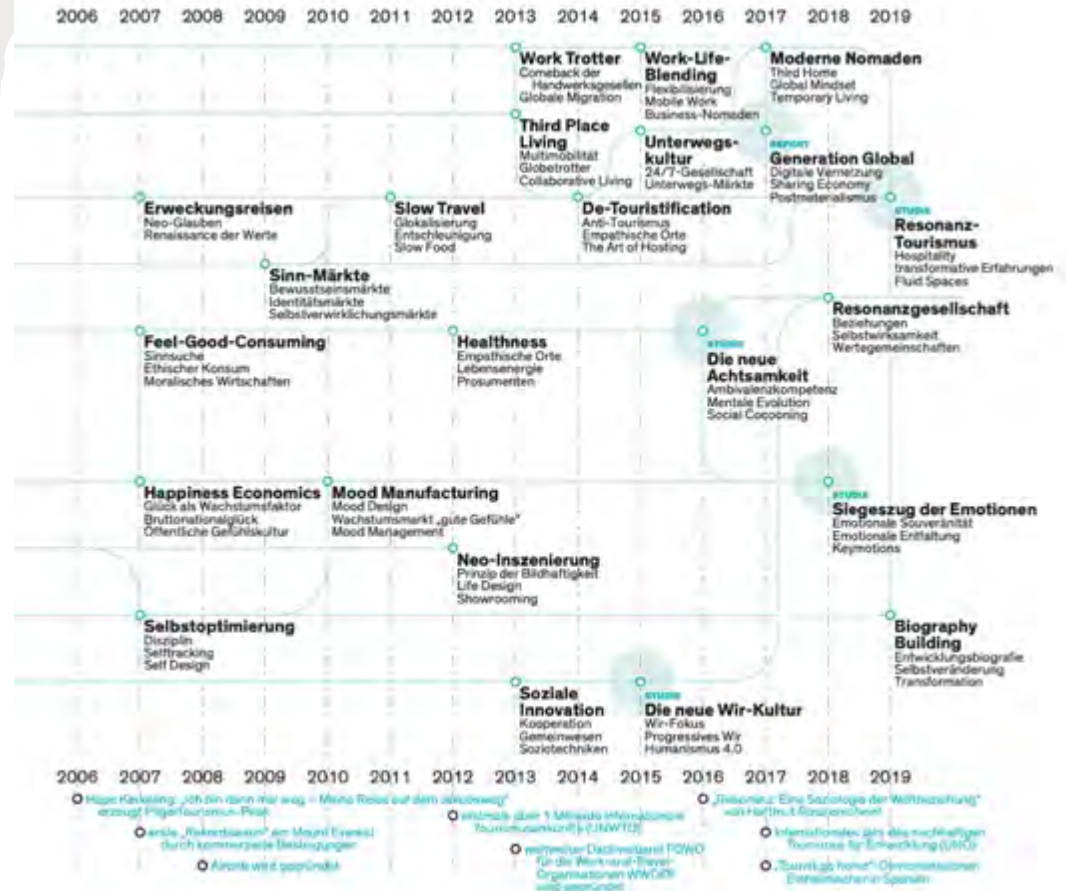
WE HATE TOURISM TOURS







Tourismus als Spiegel der Gesellschaften



SWR2 Wissen

Volkskrankheit Stress – Von der Belastung zur produktiven Kraft

ÄrzteZeitung

Springer Medizin Anmelden Suche Menu

Nachrichten Medizin Politik Praxis & Wirtschaft Panorama Specials Kooperationen Podcasts Jobbörse

Startseite Panorama Gesellschaft

Zwischen Burn-out und Bore-out

Studie: Erwerbstätige leiden zunehmend an Überlastung

61 Prozent aller Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland sehen sich gefährdet an Burn-out zu erkranken. Besonders betroffen ist die Generation Z: Hier fühlten sich in den vergangenen zwölf Monaten 18 Prozent überfordert.

Veröffentlicht: 14.02.2024, 10:00 Uhr





*....Stress ist die globale
Gesundheitsepidemie
des 21. Jahrhunderts....*



52.8
%

Erschöpft



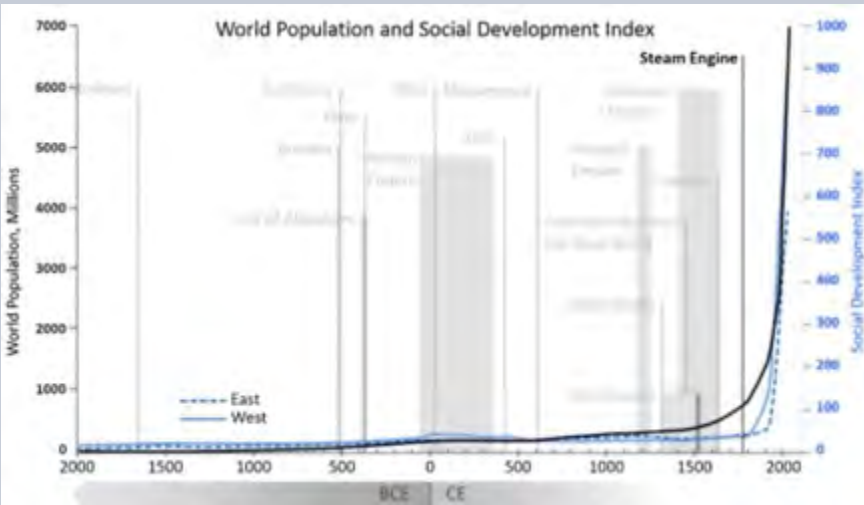
35,6
%

Nicht erschöpft



11,6 %

Teils/Teils



The world is catching up with backlogs





Viele Menschen sind erschöpft.

Teile der Natur sind erschöpft.

Viele Organisationen sind erschöpft.

Welches ist das stärkere und nachhaltigere System?

Diese natürliche Blumenwiese...

...oder dieser gepflegte Garten?



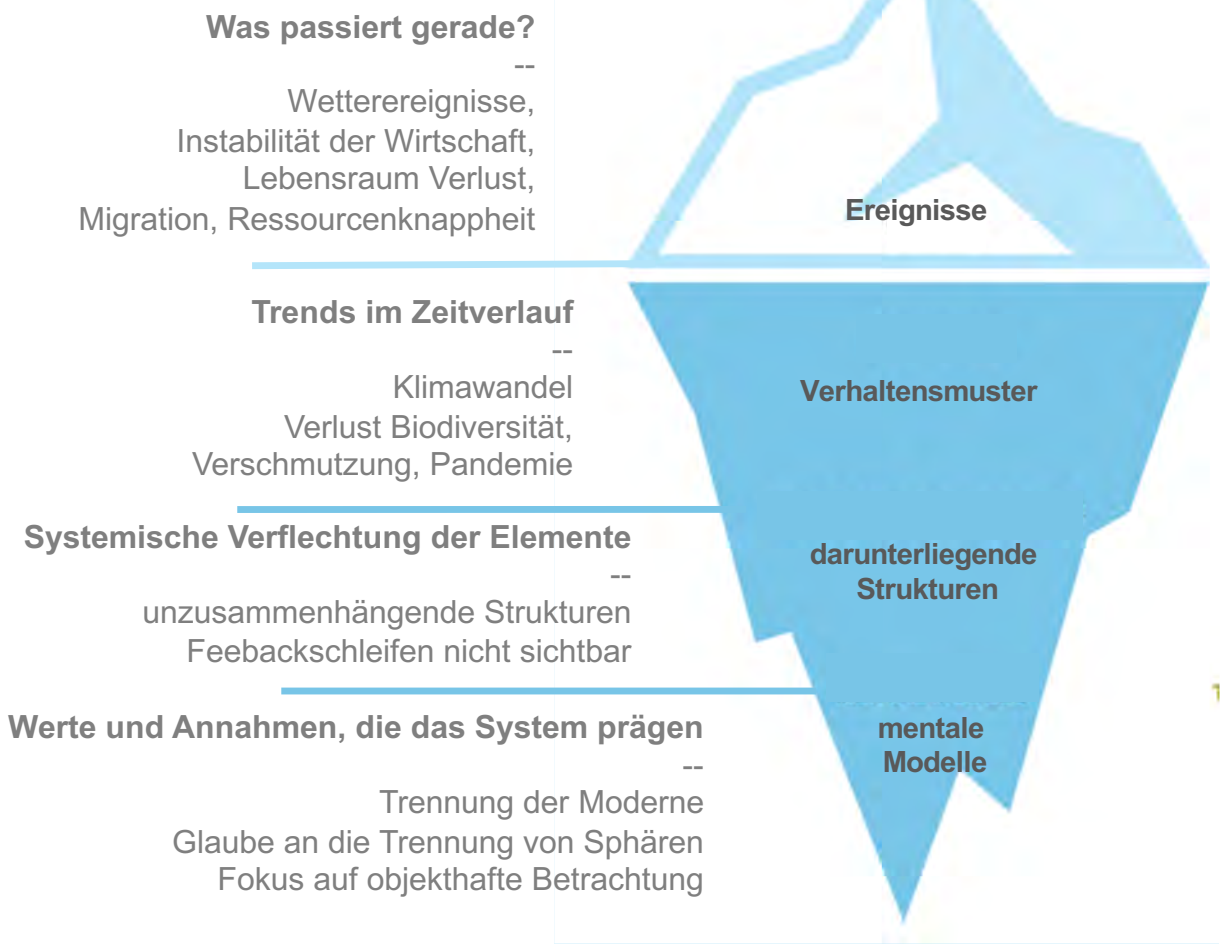
Egal woher die Menschen kommen, sie antworten nahezu immer:
Die natürliche Blumenwiese.

Nächste Frage:

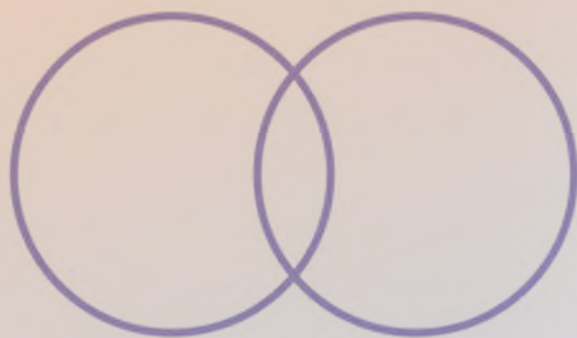
Wie organisieren wir hauptsächlich unsere Organisationen und unsere Verwaltungen?

Die Menschen wissen intuitiv: Selbstorganisation (Blumenwiese) funktioniert am Besten
Die Menschen erkennen immer öfter: über-kontrollieren schafft ein schwächeres System

Im Zeitalter des Wandels oder im Wandel des Zeitalters?



Interdependence = Complex



Independence = Simple



**bis vor 10 000 Jahren
Verbundenheit**



**bis vor 500 Jahren
steigende Separation**



**heute
überwiegende Separation**



**Die Ära der Regeneration
erneute Verbindungen**

in neue Formen
überzugehen

sich ständig zu
erneuern

Regeneration **schafft Bedingungen**

wieder fit zu werden

unter ständig veränderten
Lebensbedingungen zu gedeihen

INSTITUT FÜR ÖKOMEDIZIN

-Doz. Dr. Arnulf Hartl

Das Institut für Ökomedizin erforscht die Wirkung von natürlichen Heilressourcen, gebauten Umwelten sowie Virtual Reality auf die Immunologie, Physiologie und Lebensqualität des Menschen.

Die Hauptaufgaben des Instituts ist die unabhängige Durchführung von klinischen Studien und Grundlagenforschung zur Wirkung natürlicher Gesundheitsressourcen zur Prävention und Behandlung chronischer Erkrankungen und deren Komplikationen; dabei insbesondere Bewegung in der alpinen Natur (Green Exercise), Klimatherapie, Aromatherapie und Aerosoltherapie. Das Institut für Ökomedizin adressiert dabei die besondere regional- und wirtschaftliche Positionierung Salzburgs innerhalb der Alpenregion. Das Institut verfügt über eine breite wissenschaftliche Expertise, um wissenschaftlich abgesicherte Aussagen über Wirkungsweisen von regionalen Gesundheitsressourcen und damit medizinische Evidenz zu schaffen.



Virtual Dimensions of the Forest/Lux Medical University Salzburg

LEHRSTUHL FÜR ÖKOMEDIZIN

LEHRSTUHL FÜR ÖKOMEDIZIN

LEHRSTUHL FÜR ÖKOMEDIZIN

Interreg
Bayern-Österreich



Kofinanziert von der
Europäischen Union



WiWa2 – Wirkfaktoren der natürlichen Heilressourcen Wald und Wasser zur Steigerung von Gesundheit und Lebensqualität als touristischer Beitrag einer nachhaltigen Lebensraumentwicklung (BA0100027)

Tourismus zieht sich durch zahlreiche Lebens-, Gesellschafts- & Wirtschaftsbereiche, vor allem in ländlichen Regionen, und ist somit einer der bedeutendsten grenzüberschreitenden Entwicklungsmotoren für Österreich. Kurorte und Heilbäder sind dabei ein zentrales Element des Tourismus und seit Jahrzehnten ein Kristallisationskeim regionalwirtschaftlicher, sozialer und touristischer Entwicklung. Rund um natürliche Ressourcen haben sich besonders nachhaltige Wertschöpfungsketten etabliert, die bis heute die Kulturlandschaft prägen. Aufbauend auf dieser Tradition und Wirtschaftskraft untersucht das Projekt die Wirkung der Heilressourcen Wald und Wasser, neue evidenzbasierte Ansätze zur Wirksamkeit von Naturräumern auf Gesundheit und Lebensqualität der Bevölkerung und bestimmter Patient*innenpopulationen.

Laufzeit: 01.01.2023 – 31.12.2025



NETZWERK GESUNDHEITSTOURISMUS WALD – AB291

Etablierung eines Kooperationsnetzwerkes zur Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für die gesundheitstouristische Nutzung von Wäldern in Österreich und Bayern.

Mit diesem grenzüberschreitenden Pilotprojekt will sich das Projektkonsortium - bestehend aus den Projektpartnern „Technische Hochschule Deggendorf“, „Fachhochschule Oberösterreich“, „Bundesforschungszentrum für Wald“ und „Paracelsus Medizinische Privatuniversität“ zusammen mit den weiteren Projektteilnehmern „Bayerische Landesanstalt für Wald & Forstwirtschaft“, „Amt für Ernährung, Landwirtschaft & Forsten“, „Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Tourismus“, „Oberösterreich Tourismus“ und „Tourismusverband Ostbayern“ sowie den fünf ausgewählten Pilotregionen „Bad Birnbach“, „Braunau-Simbach“, „Traunsee-Almtal“, „Tennengau“ und „Neureichenau“ - dem aktuellen, gesellschaftlich wichtigen Themenkomplex „Wald-Tourismus-Gesundheit“ nähern, um gemeinsam die Grundlagen einer nachhaltigen, gesundheitstouristischen Nutzung lokaler Wälder und der damit verbundenen

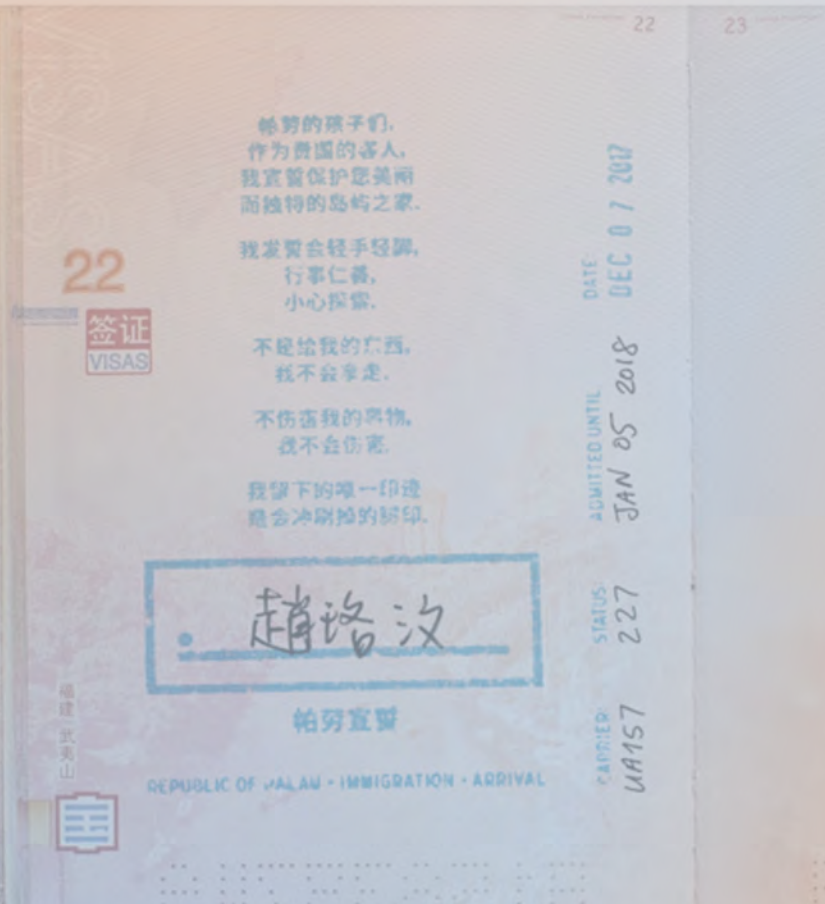
THE ICELANDIC PLEDGE

BE A RESPONSIBLE TOURIST AND TAKE THE ICELANDIC
PLEDGE. ENCOURAGE YOUR FRIENDS TO DO THE SAME.



在海关作出意义非凡的声明

帕劳是地球上第一个出于环境保护的原因更改移民法律的国家。在入境时，您必须在护照上签署誓词，为了帕劳的孩子们和未来世代代的帕劳人，承诺您在岛上的所作所为要对生态负责、对文化负责。





PALAU PLEDGE

Learn why the children of Palau have written a pledge that every visitor to their home has to take



SCROLL DOWN





Konsumtionsraum

Regenerationsraum

A scenic view of a lake in a mountain valley. In the foreground, several wooden boats are docked at a pier. The lake is calm, reflecting the surrounding landscape. The background features steep, rocky mountains with patches of snow and dense evergreen forests. The sky is clear with a few light clouds.

POSITIONIERUNG & SCHLÜSSELPROJEKTE

**Gestresste Gäste treffen
auf gestresste Lebensräume?**

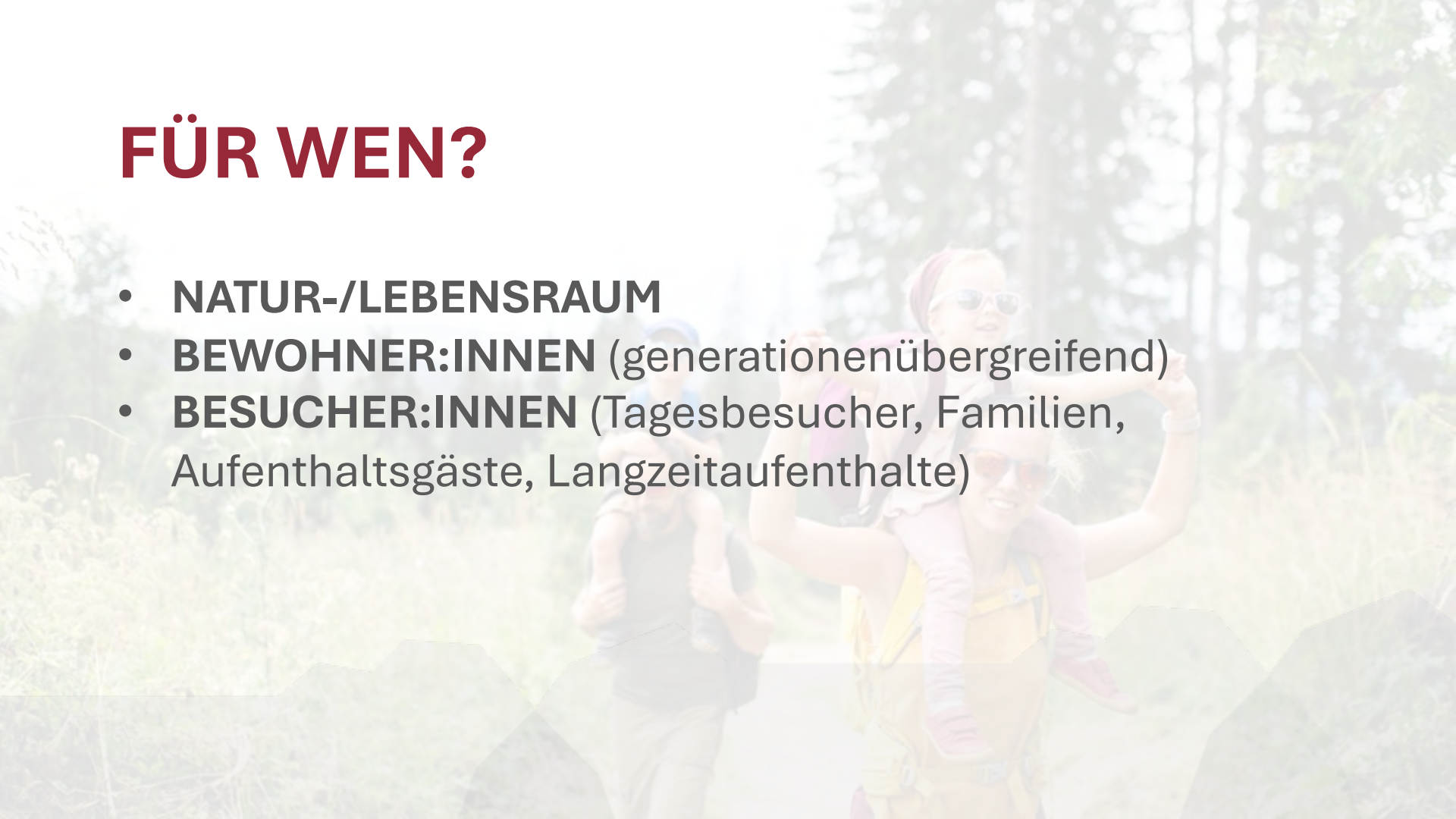


365 TAGE
REGENERATION
FÜR EINWOHNER & GÄSTE
INDIVIDUELL & KOLLEKTIV

A stylized, light gray silhouette of a mountain range is positioned at the bottom of the page, extending across the width of the text.

FÜR WEN?

- **NATUR-/LEBENSRAUM**
- **BEWOHNER:INNEN** (generationenübergreifend)
- **BESUCHER:INNEN** (Tagesbesucher, Familien, Aufenthaltsgäste, Langzeitaufenthalte)



NATURJUWEL



Die Besonderheit des gesamten Naturraums Pragsertal (Wildsee, Plätzwiese) im Kontext mit:

- Naturraum 3 Zinnen
- Naturpark Fanes/Sennes/Prags
- UNESCO Welterbe
- Nachhaltigkeitszertifizierung GSTC

A scenic landscape of a mountain valley. In the foreground, a calm river reflects the surrounding scenery. Several wooden boats are docked along the riverbank. In the middle ground, a small white church with a steeple is visible on the right side. The background features steep, forested mountains and a prominent, snow-capped peak under a clear sky. The overall atmosphere is peaceful and natural.

GENIUS LOCI

GEIST & IDENTITÄT DES ORTES

- **Die Beziehung zur Natur & zu Menschen**
- **Verständnis für den Jahreskreislauf der Natur**

GENIUS LOCI

GEIST & IDENTITÄT DES ORTES

- **Topografie des Ortes/Tales**
- **Bäuerlich geprägt**
- **Vereinskultur** (Jägerschaft, Musik, ...)
- **Erzählungen/Sagenwelt** (Dolasilla, ...)
- **Alpinismusgeschichte**
- **Familienskigebiet**
- **Thema Wasser** (Wappen, Bäderkultur, Quellen, ...)



ZUKUNFTSBILD

Sofortmaßnahmen & Schlüsselprojekte



SOFORTMASSNAHMEN

1_KOMMUNIKATION IM RAUM



1_KOMMUNIKATION IM RAUM

GANZHEITLICHE BETRACHTUNG: **analog & digital**

WIRKUNG:

leiten – informieren – inspirieren

Geschichten mit Tiefgang erzählen

GUIDELINES:

Leitfaden – Gestaltung & Leitdesign entwickeln

Handbuch



2_REGENERATION GESTALTEN



2_REGENERATION GESTALTEN

Produkt & Angebotsgestaltung, Erlebnisse

BASIS:

Erlebnis – 365 Tage Regeneration in der Region

SUBKATEGORIEN:

- **KÖRPERLICH:** Körperliche Fitness (spazieren bis klettern)
- **GEISTIG:** klaren Geist reflektieren
- **UNBEWUSST:** Bedeutung der Gemeinsamkeit, Anblick der Natur, Sinn für das Schöne/Ästhetik/Qualität

2_REGENERATION GESTALTEN

Produkt & Angebotsgestaltung, Erlebnisse

BEINHALTET:

Erlebniswege, Kraftplätze, Blickpunkte, Fotopoints,
Verweilplätze, Dolomitenhöhenwege, Radwege, Gastro, Parken
als Erlebnis, Ganzheitliche Vermittler/Botschafter, Rituale
+ Qualitätssicherung & Instandhaltung der Basisinfrastruktur

ZIEL:

**Steigerung der Lebensqualität & Erhöhung der
Aufenthaltsdauer**

Weg von der Masse hin zur Qualität



3_ MANAGEMENTAUFGABEN



3_MANAGEMENTAUFGABEN

Verantwortungen definieren:

- **Hotspotmanagement** hin zu "Resortentwicklung"
Zukunftsbild – langfristig
- **Mobilität**
zukunftsfähig
- **Weiterentwicklung Lebensraum**
brain drain

HERAUSFORDERUNG ABWANDERUNG DER JUNGEN

Anbindung an Zentren & öffentliche Mobilität "24/7"

Touristen & Einheimische profitieren

- **Arbeitsplätze**
- **Wohnraum**
- **Mobilität**
- **Methodische Aufarbeitung** (Zusammenarbeit mit anderen Orten z.B. Zukunftsorte, Untersuchung kommunale Entwicklung & Wachstumspotentiale)



ZUKUNFTSBILD

SCHLÜSSELINFRASTRUKTURPROJEKTE

1_ANKOMMEN & MOBILITÄT ALS ERLEBNIS



1_ANKOMMEN & MOBILITÄT ALS ERLEBNIS

Eintreten & Austreten in/aus der Region

Die Gäste auf Positionierung hinführen – Behavior Design

- 1) **Gestaltung:** Die Positionierung "365 Tage Regeneration" in die atmosphärische Gestaltung des Freiraums übersetzen; öffentliche & individuelle Anreise gestalten
- 2) **Nutzen:** Welcome, Vermittlung von Ruhe & Regeneration
- 3) **Organisation:** Investor: Gemeinde/Land; Betreiber: Gemeinde



2_P2



2_P2

Eintreten in die kollektive Regeneration, Wildsee

Die Gäste auf Positionierung hinführen – Behavior Design

- 1) **Gestaltung:** Die Positionierung "365 Tage Regeneration" in die atmosphärische Gestaltung übersetzen; multifunktionaler, regenerativer Bau; Verhalten im Natur- & Lebensraum; Information auf andere Plätze außer Pragser Wildsee
- 2) **Nutzen:** Parken & mehr; Wertschöpfung
- 3) **Organisation:** Investor: Gemeinde/Land; Betreiber: Gemeinde



A photograph of a circular opening in a wooden ceiling, looking out at a cloudy sky. The wood has a distinct grain pattern. The sky is filled with soft, white clouds against a pale blue background. The text is centered over the sky.

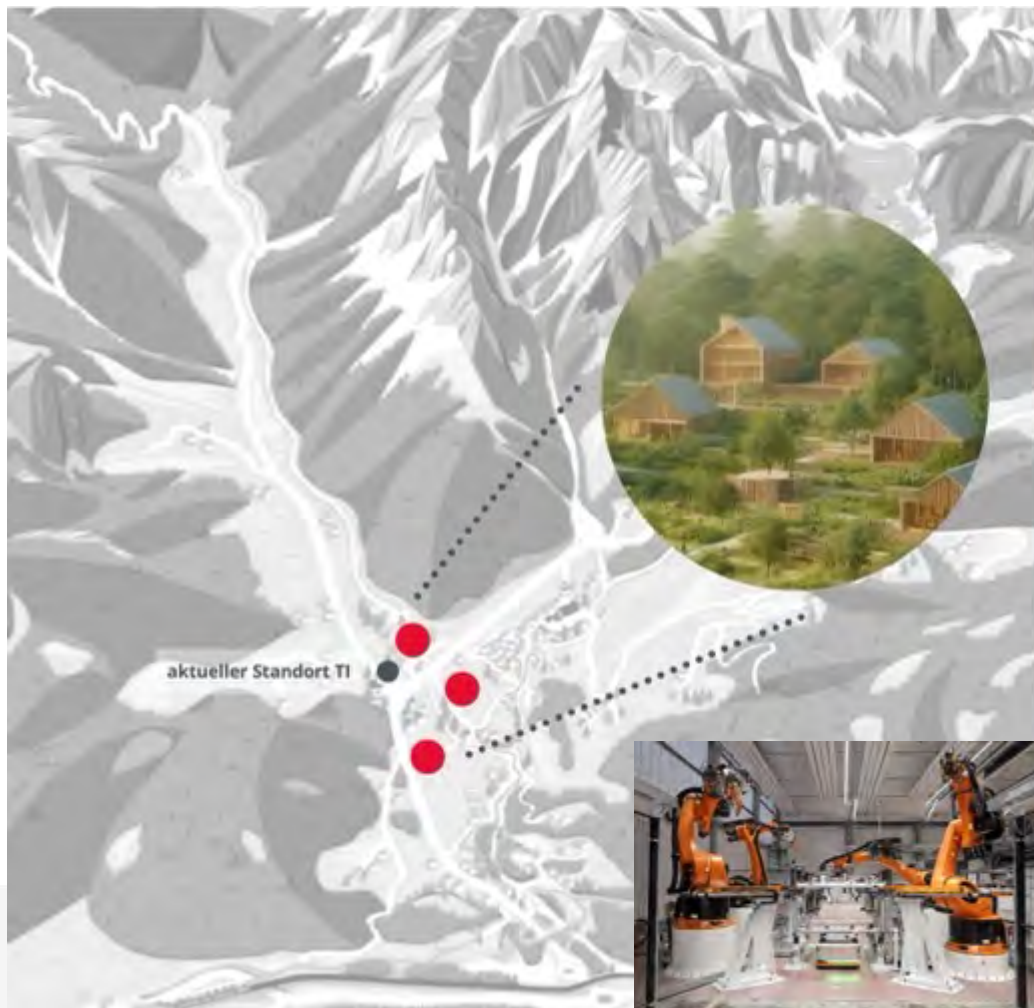
3_“HAUS“ DER
REGENERATIONEN

3_“HAUS“ DER REGENERATIONEN

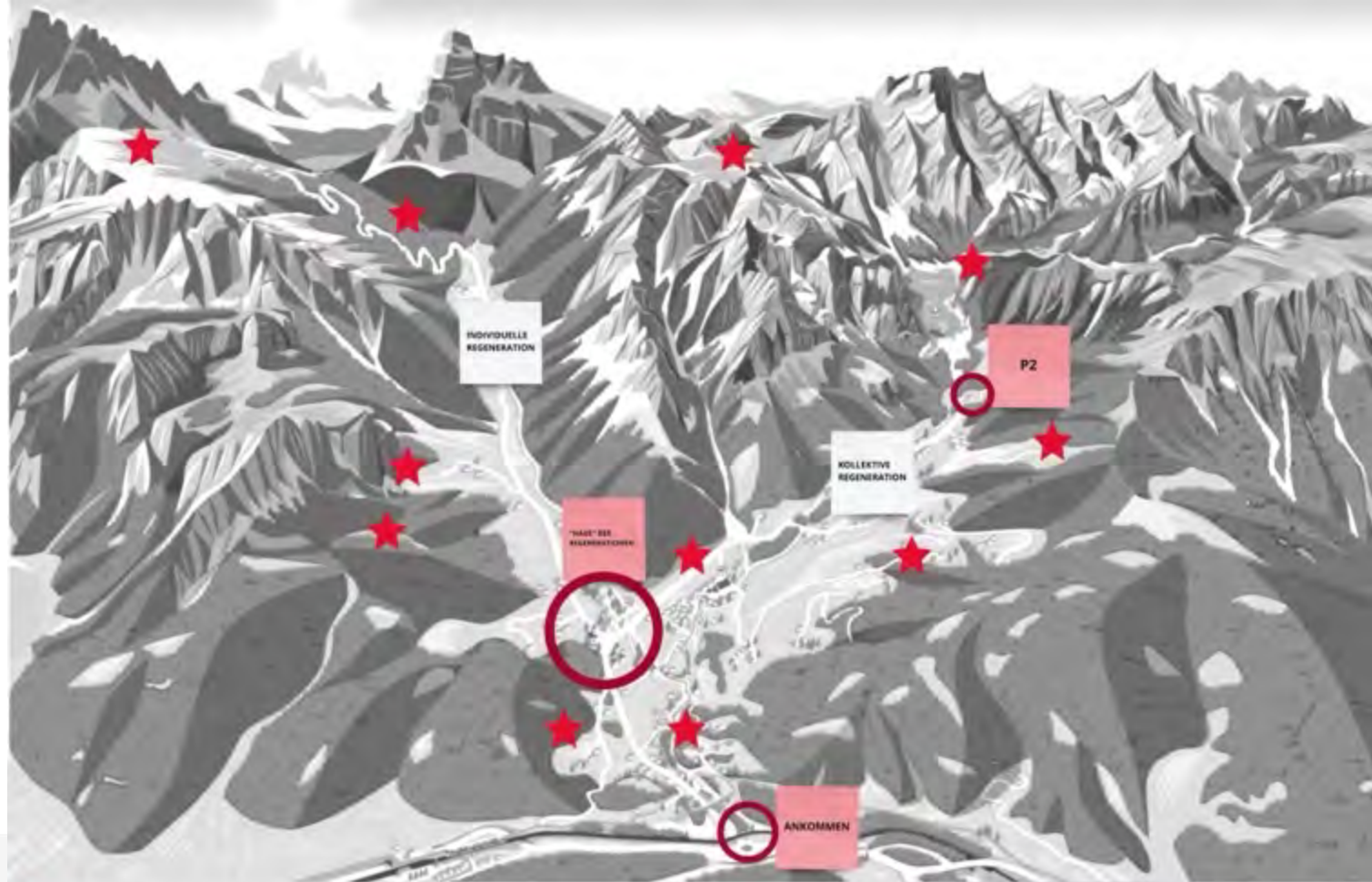
- 1) **Gestaltung:** Dörflich, kleinstrukturiert
- 2) **Nutzen:** Positionierung des Tales vermitteln (u.a. durch ganzheitliche Vermittler), Mehrwert für Betriebe schaffen (Raum für Betriebe, Wertschöpfung steigern (Shop), leistbaren Wohnraum schaffen, Verortung – Nähe zum Dorf & dessen Gastro, Fußläufigkeit
- 3) **Organisation:** Investor: Gemeinde, Land, EU, Privat; Betreiber: PPP

3_“HAUS“ DER REGENERATIONEN

- **Treffpunkt- & Begegnungsfunktion mit ...**
- **Shop mit lokalen Produkten (Austritt zahlen)**
- **Infobüro TI (weiterentwickeln)**
- **Ausstellungen zum Thema 365 Tage Regeneration & Vermittlungstätigkeit (Naturpark)**
- **Ansiedlung von & Kooperationen mit Betrieben**
- **Campus Pragsertal (dezentrales Konzept – muss baulich nicht verstrickt sein, Freiräume von Betrieben für Veranstaltungen nutzen – Leerstandsmanagement – Randzeiten Hotelbetriebe)**
- **Wohnraum/Wohnprojekt (generationenübergreifend)**







★ Sofortmaßnahmen *noch nicht verortet

○ Zukunftsbild



NÄCHSTE SCHRITTE

NÄCHSTE SCHRITTE

- 1) **POSITIONIERUNG & MARKENERZÄHLUNG** definieren & verabschieden = Prinzipien, nach denen wir handeln
- 2) **LEITFADEN** Kommunikation im Raum
- 3) **REGENERATION GESTALTEN** Produkt- & Angebotsgestaltung, Erlebnisse
- 4) **MANAGEMENTSTRUKTUR FÜR HOTSPOT & SCHLÜSSELPROJEKTE** Entwicklungs- & Betreiberkonzept mit Finanzierungsvorschlag; Drei Schlüsselprojekte: Ankommen, P2, Besucherzentrum

A photograph of a brown and white cow grazing in a lush, green, hilly landscape. The cow is positioned in the lower-left quadrant of the frame, facing right. The background consists of rolling hills covered in dense green vegetation, with some rocks visible. The lighting is bright, suggesting a sunny day. A semi-transparent white banner with a decorative, scalloped bottom edge is overlaid at the bottom of the image, containing the text 'PODIUMSGESPRÄCH' in a bold, dark red font.

PODIUMSGESPRÄCH



FRAGEN PUBLIKUM



STATEMENT LANDESRAT & SCHLUSSWORTE