

Tourismus Masterplan Lungau

Edition | Zwei



INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	5
2	Einschätzung	7
3	Tourismus Organisationsstruktur	9
4	Positionierung Tourismusdestination	12
4.1	Relaunch Corporate Design	12
4.2	Bildung von Themenwelten	13
5	Projekte nach Themenwelten	16
5.1	Skiregion Lungau / Lungo	18
5.2	Aktiv im Winter	18
5.3	Aktiv im Sommer	19
5.4	Almsommer / Bauernherbst	20
5.5	Genussregion	20
5.6	Brauchtum, Kultur & Tradition	21
5.7	UNESCO Biosphärenpark	21
6	Projektideen	23
	Anhang	26



1 EINLEITUNG

Als Voraussetzung für die Tourismusoffensive Lungau 2009-2011 beauftragte die Ferienregion Lungau im Juli 2009 die VPD Marketing GmbH&CoKG einen regionalen Tourismus Masterplan zu erarbeiten. Das Ziel des definierten Masterplans war es, eine klare Positionierung des Lungaus zu finden, die vielfältigen Aktivitäten zu bündeln sowie daraus folgend eine positive Imageschaffung für den Lungau. Ein besonderes Augenmerk sollte dabei auf folgende Punkte gelegt werden:

- Internes Marketing
- UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau
- Strukturelle Änderungen in den touristischen Serviceeinrichtungen
- Infrastrukturelle Projekte
- Einbeziehung aller relevanten öffentlichen Institutionen

Wie die Erfahrungen in anderen Tourismus Destinationen zeigen, liegt die Gefahr bei Strategiepapieren bzw. Masterplänen darin, dass diese nach deren Erarbeitung zwar weiterhin bestehen, jedoch nicht umgesetzt werden. Auch im Salzburger Lungau ist der Tourismus Masterplan Lungau nach wie vor in den Köpfen der Bevölkerung sowie der verantwortlichen Institutionen verankert, jedoch ist bzw. war der aktuelle Umsetzungsstand des Masterplans unklar.

Daher soll diese überarbeitete bzw. evaluierte Version des Tourismus Masterplans Lungau den aktuellen Umsetzungsstand bzw. die Umsetzbarkeit/Durchführbarkeit der im Masterplan genannten Projekte erfassen, die neuen Verantwortlichkeiten, die weitere Vorgehensweise, die Finanzierung sowie den zeitlichen Umsetzungshorizont festlegen.

Dazu wurde in einem ersten Schritt eine Einschätzung zum Tourismus Masterplan Lungau gewagt. In einem darauf folgenden Schritt wurden der Stand der zwei Leitprojekte Organisationsstruktur und Positionierung erörtert, um anschließend die im Masterplan angeführten Projekte den Themenwelten der Ferienregion Lungau zuzuordnen (lt. Corporate Design Relaunch 2013).

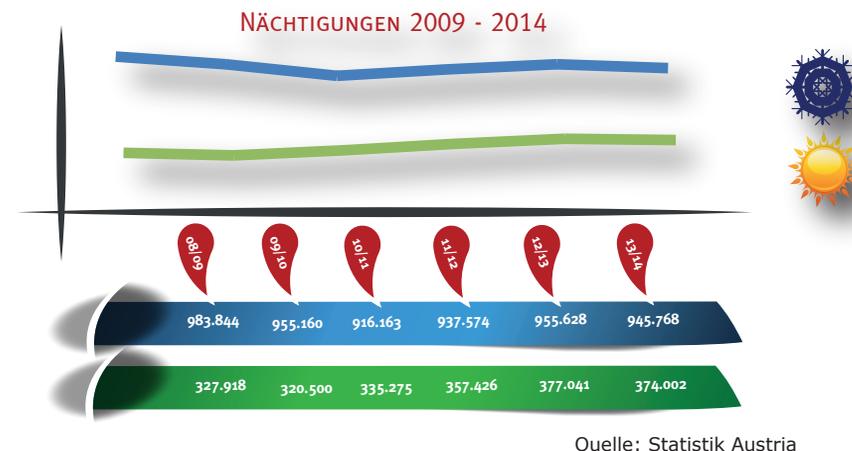


2 EINSCHÄTZUNG

Der Tourismus Masterplan Lungau 1.0 ist aufgrund seiner großen Anzahl an Projekten und behandelten Themen sehr umfangreich, was grundsätzlich positiv zu bewerten ist. Empfehlenswert wären bei einer solchen Projektdichte klare Prioritätensetzungen, welche eine zielführende Durchführung der Projekte ermöglichen würde. Zudem stellte sich im Laufe der Projektrealisierung heraus, dass gewisse Projekte in der Praxis aufgrund verschiedener Faktoren und Rahmenbedingungen nur sehr schwer umsetzbar bzw. durchführbar sind. Weiters ist festzuhalten, dass oftmals keine messbaren Zielsetzungen, Verantwortlichkeiten sowie keine Ansätze für eine Erfolgs- oder Umsetzungskontrolle der einzelnen Projekte bestehen.

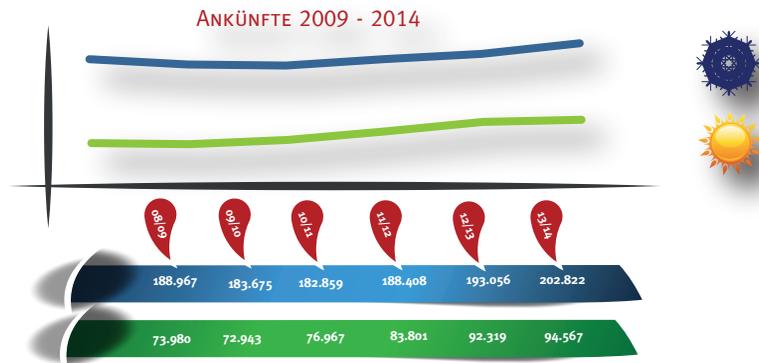
Dennoch kann hinsichtlich des Tourismus Masterplans Lungau 1.0 ein durchaus positives Fazit gezogen werden. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist die Tourismusoffensive Lungau 2009-2011 bzw. das Sonderimpulsprogramm zur Mobilisierung und intensiven Unterstützung der Lungauer Tourismus- und Freizeitwirtschaft, bei welcher insgesamt bis Mitte April 2011 unzählige Projekte mit Gesamtkosten von rund 11,7 Millionen Euro aufgelegt und zum größten Teil bereits umgesetzt werden konnten. Insgesamt konnte mittels dieser Tourismusoffensive eine Gesamtsumme von rund 20 Millionen Euro investiert werden. Voraussetzung für den Erhalt dieser Sondertourismusförderung war die Erstellung des Tourismus Masterplans Lungau 1.0, an dem viele LungauerInnen mitgearbeitet haben. Zudem war der genannte finanzielle Aufwand dank weiterer Förderungen sehr gering. Folglich konnten in Bezug auf die Erstellung des Tourismus Masterplans 1.0 mit vergleichsweise kleinem Aufwand finanzielle Mittel in Höhe von 2 Millionen Euro für die Tourismusbranche herangezogen werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die positive touristische Entwicklung. Das Ziel war es eine Ganzjahresdestination zu etablieren. So konnten etliche buchbare Angebote sowohl für den Sommer- als auch Wintertourismus konzipiert, Schulungen für Tourismusverbände durchgeführt, das Mountainbike-Wegenetz neugestaltet oder auch ein Veranstaltungssowie Outdoorkalender gestaltet werden. Wie aus den nachstehenden Grafiken hervorgeht, konnte der Sommertourismus attraktiviert und der Wintertourismus weiterhin gestärkt werden.



Wie die oben angeführte Grafik zeigt, stagnierte die Anzahl der Gesamtnächtigungen (Sommer und Winter) trotz weltweiter Wirtschaftskrisen von 2008/09 bis 2013/14. Während der Wintertourismus ein leichtes Nächtigungsminus in den letzten 5 Jahren zu verzeichnen hat, entwickelt sich der Sommertourismus durchaus positiv.

2 Einschätzung Tourismus Masterplan Lungau



Abschließend kann festgehalten werden, dass sich der Lungauer Tourismus in den letzten Jahren durchaus positiv – im Winter und Sommer – weiterentwickelt hat und somit auch ein erster Grundstein in Bezug auf eine Ganzjahresdestination gelegt werden konnte. Weiters konnte ein Großteil der im Tourismus Masterplan Lungau 1.0 genannten Projekte bereits erfolgreich umgesetzt werden (siehe Evaluierungsübersicht im Anhang).

Aber auch ein Vergleich der Ankünfte zeigt einen positiven Trend (siehe oben stehende Grafik). So verzeichnen sowohl der Winter- als auch Sommertourismus ein Ankünfteplus. Während der Winter ein Ankünfteplus von knapp 14.000 Ankünften verzeichnet, weist der Sommer ein Plus von knapp 16.000 Ankünften aus.

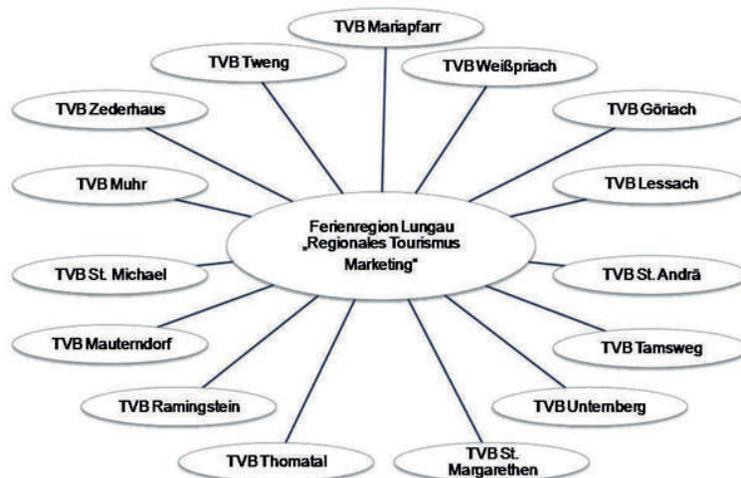
Hinsichtlich der Aufenthaltsdauer eines Gastes liegt der Salzburger Lungau im Vergleich zu anderen österreichischen Destinationen weiterhin über dem Durchschnitt. Dennoch zeichnet sich auch im Lungau in den letzten Jahren der Trend hin zu kürzeren Aufenthalten ab. So lag im 2013/14 die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Gastes bei etwas über 4,5 Tage im Winter und im Sommer bei rund 4 Tagen. Zu beachten hierbei ist, dass laut Statistik Austria innerhalb der nächsten 10 Jahre mit einer rückläufigen Aufenthaltsdauer von rund 0,5 Tagen zu rechnen ist. Adaptiert auf den Salzburger Lungau, müssen daher rund 42.500 mehr Ankünfte generiert werden, um zukünftig dieselben Nächtigungszahlen zu erzielen.

3 TOURISMUS ORGANISATIONSSTRUKTUR

Um zukünftig als Tourismusdestination Salzburger Lungau markt- und konkurrenzfähig zu bleiben, ist der Aufbau einer effizienten und aufgabenorientierten Struktur im Sinne einer strategisch einheitlichen Tourismus Organisation essentiell.

Projektbeschreibung lt. Tourismus Masterplan Lungau

Momentan verfügt jede Gemeinde im Salzburger Lungau über einen Tourismusverband (TVB). Somit besteht die touristische Organisationsstruktur aus insgesamt 15 eigenständig agierenden Tourismusverbänden. Daneben gibt es eine gemeindeübergreifende Werbeorganisation „Ferienregion Lungau“, welche für übergreifende bzw. lungauweite Werbemaßnahmen der Destination Salzburger Lungau zuständig ist.



Zu beachten ist, dass die Ferienregion Lungau gegenüber den 15 Tourismusverbänden keine Weisungsbefugnis hat.

Die Aufgabenbereiche der einzelnen Tourismusverbände sollen synergienutzend gebündelt werden. Die Bereiche lassen sich grundsätzlich in folgende drei Kernbereiche zusammenfassen:



1. Kundencenter
2. Administrationscenter
3. Marketing Center

1. Kundencenter:

Das sogenannte Kundencenter dient primär der Gästebetreuung im Sinne einer herkömmlichen Tourismusinformaton. Weitere Aufgaben sind die Instandhaltung der örtlichen Infrastruktur wie Wegbeschilderungen (z. B. Wanderwege, Mountainbikewege). Zusätzlich ist das Kundencenter Anlaufstelle für Beherbergungsbetriebe. Abschließend soll das Kundencenter Kontakte zu örtlichen Vereinen pflegen sowie Veranstaltungen mitgestalten.

2. Administrationscenter

Allgemeine administrative Tätigkeiten werden in einem sogenannten Administrationscenter zusammengefasst. Dazu gehören die professionelle Anfragebearbeitung, Abwicklung des Backoffice Programms (Feratel/Deskline), Betreuung der regionalen Angebotspalette, professionelle Angebotsgestaltung sowie Qualitätssicherung.

3 Tourismusorganisation

3. Marketing Center

Im Marketing Center wird die strategische Vermarktung (online und offline) für die gesamte Tourismusdestination festgelegt und abgewickelt. Dazu gehören u.a. folgende Tätigkeiten: Konzeptionierung eines Marketingplans, Umsetzung Corporate Design, Öffentlichkeitsarbeit/Pressebetreuung, Produktion von Werbematerialien, Wartung der Homepage, Messe- und Werbeauftritte, Abstimmung mit der Strategie der SalzburgerLand Tourismus GmbH. Weiter werden Marketingaktivitäten initiiert, koordiniert und abgewickelt. Ein wichtiger Aspekt ist der regelmässige Austausch mit den Kunden sowie Administrationszentren, um marktorientiert agieren zu können.

Projektverlauf / Aktueller Stand

Der Arbeitsprozess wurde gestartet, die Aufgabenbereiche zusammengefasst, wobei ein „Zusammenschluss“ der 15 TVBs derzeit seitens Gemeinden und TVBs nicht einstimmig gewünscht ist. Es ist jedoch mittel- bis langfristig noch immer das Ziel, Aufgaben und Ressourcen zu bündeln sowie Synergien zu nutzen.

Im Zuge der Umstrukturierung konnte jedoch bereits die Werbeorganisation „Ferienregion Lungau“ straffer gestaltet werden. So wurde der Ausschuss aufgelöst, weshalb neu nur noch ein Vorstand besteht. Dieser Vorstand setzt sich aus 8 Mitgliedern zusammen, welche Vertreter aus Politik, Tourismus (zum Teil Hotelliers) sowie Seilbahnen / Bergbahnen sind. Auch die Statuten wurden entsprechend geändert.

Das Ziel ist es, die Organisationsstruktur den touristischen Marktgegebenheiten anzupassen und mittel- bis langfristig einen Zusammenschluss der 15 Tourismusverbände und der Ferienregion Lungau zu erwirken. Dahingehend werden weiterhin Gespräche mit den jeweils zuständigen Gremien wie Gemeinden oder Tourismusverbände gesucht. Ob die Organisationsstruktur laut Tourismus Masterplan Lungau 1.0 umgesetzt wird oder ob es dahingehend Änderungen gibt, wird sich während der Gespräche mit den zuständigen Gremien bzw. im Prozess erweisen.

Verantwortlichkeiten

- Martin Sagmeister, Obmann der Ferienregion Lungau
- Wolfgang Pfeifenberger, Obmann der Wirtschaftskammer, Bezirksstelle Lungau



4 POSITIONIERUNG TOURISMUSDESTINATION

Wichtig beim Aufbau bzw. der Stärkung einer Marke ist, dass sich die gesamte Destination, das heißt der Salzburger Lungau samt seinen Leistungsträgern, TouristikerInnen, Einheimischen und Gästen mit der Positionierung identifizieren kann. Essentiell ist aber auch, dass eine Positionierung zeitlos, einfach verständlich und nicht einschränkend ist.

Aufgrund von negativen Erfahrungswerten fand im Sommer 2013 eine erneute Evaluierung der im Tourismus Masterplan Lungau 1.0 erarbeiteten Positionierung als „Sphäre Lungau“ inkl. Logo und Claims „Atmosphäre, Himmelsphäre, Bergsportsphäre“ statt.

4.1 Positionierung / Relaunch Corporate Design

Für den Relaunch der Positionierung / des Corporate Designs wurde ein besonderes Augenmerk auf folgende Punkte gelegt:

- Stärkung / Imageaufbau der Marke „Salzburger Lungau“
- Simple, einfach verständliche und zeitlose Themenfindung für Gäste / Einheimische
- Integration der Lungauer Werte in den Auftritt der Region (Gründe, weshalb ein Gast in den Lungau kommt)
- Nutzung von Synergien bei themenübergreifenden Angeboten bzw. Produkten (z. B. UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau)
- Anlehnung an bereits bestehende Strategien (z. B. landesweite Strategie)
- Anlehnung an bereits bestehende Konzepte (z. B. Online Marketing, Biosphärenpark-Wording, Biosphärenpark-Marketingkonzept, Tourismus Masterplan Lungau 1.0)

In der neuen Umsetzung entfällt die Verwendung des Begriffs „Sphäre“ und den dazugehörigen Claims vollständig. Außerdem würden die Attribute „Atmosphäre, Bergsportsphäre, Himmelsphäre“ durch den Wegfall von „Sphäre“ keinen Sinn mehr ergeben. Aufgrund dessen werden die Angebote / Projekte neu nach Themenwelten (siehe hierzu Punkt 5) sortiert.



Wie bereits erwähnt, sollte eine Marke bzw. eine Positionierung zeitlos und einfach verständlich sein. Die Positionierung als „Sphäre Lungau“ erwies sich als schwer verständlich und konnte im touristischen Markt nur schwer transportiert bzw. verankert werden.

Die Verwendung von „Salzburger Lungau“ gewinnt aufgrund der geographischen Zuordnung in der Kommunikation und Vermarktung des Lungaus an Bedeutung und stärkt den Kern „Lungau“.

4 Positionierung Tourismusorganisation

4.2 Bildung von Themenwelten

Die Besonderheit und Vielfältigkeit des Salzburger Lungaus lässt sich allerdings nur schwer in einem Claim festhalten, weshalb acht Themenwelten gebildet und bei themenübergreifenden Produkten/Angeboten entsprechende Synergien genutzt werden können.

8 Themenwelten

1. SKIREGION LUNGAU

Grosseck-Speiereck / Katschberg–Aineck / Fanningberg

2. SKIREGION LUNGO

Grosseck-Speiereck / Katschberg–Aineck / Fanningberg / Obertauern

3. AKTIV IM WINTER im Salzburger Lungau

... Abseits der Pisten
... Familienerlebnis
... Sehenswürdigkeiten

4. AKTIV IM SOMMER im Salzburger Lungau

... Familienerlebnis
... LungauCard
... Sport
... Sehenswürdigkeiten

5. ALMSOMMER/BAUERNHERBST im Salzburger Lungau

... Wandern
... Mountainbike & Rad
... Feste feiern
... Brauchtum

6. GENUSSREGION Salzburger Lungau

... Slow Food Travel
... Via Culinaria
... Eachtling
... Schöpsernes

7. BRAUCHTUM/KULTUR & TRADITION im Salzburger Lungau

... Ostern
... Prangstangen
... Samson
... Preberschießen, Vereinigte zu Tamsweg
... Kasmandl
... Perchten, Krampus
... Advent, Weihnachten, Stille Nacht
... Vereine (Trachtenmusikkapellen, Trachten, Schützenkorps, etc.)
... Burgen & Schlösser, Sehenswürdigkeiten, Schmalspurbahn etc.
 > Kulturstätten
... Wallfahrten & Pilgern > Kirchen
... Handwerk

8. UNESCO BIOSPHÄRENPAK SALZBURGER LUNGAU

... Guides (Fexn)
... Gesundheit
... Kulinarik
... Outdoorkalender / Outdoorerlebnis
... diverse Projekte z. B. Biosphärenpark Frühstück

4 Positionierung Tourismusorganisation

Im Hinblick auf die Vermarktung und Bewerbung des UNESCO Biosphärenparks Salzburger Lungau gilt es festzuhalten, dass dieser in das Wording des Salzburger Lungaus mitaufgenommen und in die Themenwelten drei bis sieben integriert sowie zusätzlich eine eigene achte Themenwelt gebildet wurde. Weiter ist darauf aufmerksam zu machen, dass ein möglicher Claim zur Positionierung des Salzburger Lungaus „Natürlich. Aktiv. Traditionell“ sein könnte.



Natürlich. Aktiv. Traditionell.

Anmerkung:

Die SalzburgerLand Tourismus GmbH befindet sich derzeit in einem Markenprozess. Auch der Salzburger Lungau wird sich daran orientieren, mit dem Ziel, sich mittels seiner eigenen Werte im SalzburgerLand abzuheben.



5 PROJEKTE NACH THEMENWELTEN

In Bezug auf das neue Corporate Design (siehe Punkt 4) werden nachstehend nur noch Projekte weiterverfolgt, die dem Konzept der neuen Positionierung bzw. der strategischen Ausrichtung des Salzburger Lungaus entsprechen. Das heißt, dass Projekte, welche nach Prüfung und Rücksprache mit den jeweiligen zuständigen Arbeitsgruppenleitern (siehe Tourismus Masterplan Lungau 1.0, S. 42) nicht durchführbar sind, derzeit nicht weiter berücksichtigt werden. Aufgrund dessen werden beispielsweise die in der ehemaligen Arbeitsgruppe „Himmelsphäre“ angeführten Projekte wie „Sternwarte“ nach jetzigem Stand nicht weiterverfolgt. Weiterhin angeführt werden jedoch Projekte, die teilweise bereits umgesetzt wurden bzw. laufend weiterzuverfolgen sind. Der Vollständigkeit halber ist die Evaluierung des Tourismus Masterplans Lungau 1.0 im Anhang angeführt.

Umsetzungsdauer:

Ein wichtiges Augenmerk stellt jeweils auch die zeitliche Planung eines Projektes dar. Umso wichtiger ist es, im Vorfeld eine konkrete Umsetzungszeit zu definieren. Die im Tourismus Masterplan Lungau 2.0 genannten Projekte beinhalten folgende Zeithorizonte:

Laufende Umsetzung:	bereits in Umsetzung und fortwährende Umsetzung
Kurzfristig:	Umsetzung innerhalb von 1-2 Jahren
Mittelfristig:	Umsetzung innerhalb von 3-5 Jahren
Langfristig:	Umsetzung innerhalb von 6-10 Jahren

Koordination und Kommunikation:

Entgegen des Tourismus Masterplans Lungau 1.0 sollen neu nicht je eine Arbeitsgruppe „interne Kommunikation“ und „externe Kommunikation“ bestehen. Die Ferienregion Lungau etabliert eine Person, die für die Koordination (z. B. Einberufung der Steuerungsgruppe) und Kommunikation nach innen und außen zuständig ist. Mit einem solchen sogenannten Bindeglied soll der Informationsfluss an einer Stelle gebündelt und koordiniert werden. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist die laufende Kommunikation und Zusammenarbeit bzw. Kooperationssuche mit touristischen Leistungsträgern und der regelmäßige Informationsaustausch. Ferner soll das Forum Tourismus (siehe hierzu auch den Biosphärenpark-Leitfaden) als Plattform für mögliche Projekte (z. B. touristische Ferialjobbörse, Fotoausstellung Lungau-Gäste früher & heute oder Aufbereitung möglicher Tourismusthemen für Referate- und Projektarbeiten in Lungauer Schulen), die der internen Kommunikation und der touristischen Bewusstseinsbildung dienen, herangezogen werden.

5 Projekte nach Themenwelten

Überblick Verantwortlichkeiten:

Steuerungsgruppenleiter:

- Obmann Ferienregion Lungau

Steuerungsgruppe:

- 2 Vertreter der Ferienregion Lungau
- 2 Vertreter der Lungauer Seilbahnen
- 2 Vertreter des Regionalverbandes Lungau, darunter 1 Bürgermeister
- 2 Vertreter der Wirtschaftskammer Salzburg, Bezirksstelle Lungau
- 2 Vertreter der Bezirksbauernkammer Tamsweg

Die Vertreter sollen jeweils die Position als Obmann und/oder Geschäftsführer oder Finanzreferent inne haben.

Koordination und Kommunikation:

- Ferienregion Lungau



5 Projekte nach Themenwelten

5.1 Skiregion Lungau / Lungo

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Funpark Grosseck-Speiereck	Bergbahnen Lungau	Bergbahnen Lungau	langfristig
Ski 8.000er Talerschließung Fanningberg (Mauterdorf) durch Skigebiet bzw. Pistenerweiterung (Hin- und Rück- fahrt = 8.000 Höhenmeter)	Bergbahnen Lungau	Bergbahnen Lungau	langfristig (siehe Punkt 6, Projektideen)

5.2 Aktiv im Winter

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Freeriding im Salzburger Lungau	kostenlos	Freerider	laufende Umsetzung (Freeriden ist am Katschberg-Aineck, Grosseck-Speiereck und Fanningberg in waldfreiem Gebiet und auf eigene Gefahr möglich. Zu beachten ist hierbei „Respektiere deine Grenzen“.)
Biathlon im Winter und Sommer	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Fördermittel	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr	kurz- bis mittelfristig

5 Projekte nach Themenwelten

5.3 Aktiv im Sommer

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Drachenfliegen bzw. Paragleiten im Salzburger Lungau	DFC Lungau	Obmann DFC Lungau	Eine langfristige Umsetzung am Aineck ist geplant. Am Grosseck-Speiereck ist das Drachenfliegen bzw. Paragleiten möglich.
Sagenhafter Spielplatz	Eigenmittel Tourismusverband St. Michael / Fördermittel	Tourismusverband St. Michael	kurzfristig
Erweiterung und Verbesserung des Angebotes Outdoorparc	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Fördermittel	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr	kurz- bis mittelfristig
Erweiterung und Verbesserung des Rad- und Wandernetzes sowie Erweiterung des Loipenangebotes	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Fördermittel	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr	kurz- bis mittelfristig
Standardisierung der Beschilderung von Wander-,Rad- und Mountainbike-Wegen	Tourismusverbände / Ferienregion Lungau	Obmann Ferienregion Lungau und Tourismusverbände	laufende Umsetzung
Kletterhalle und In- / Outdoor-sportstätten im Salzburger Lungau	Anbieter	Anbieter	laufende Umsetzung
Mountainbike-Talstrecke am Grosseck-Speiereck	Bergbahnen Lungau	Bergbahnen Lungau	laufende Umsetzung
Vermarktung Golf	Golfclub Lungau	Ferienregion Lungau, Golfclub Lungau	laufende Umsetzung

5 Projekte nach Themenwelten

5.4 Almsommer / Bauernherbst

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Franz-Fischer-Hütte (Almforschungszentrum) in der Naturparkgemeinde Zederhaus	Land Salzburg / Naturschutzabteilung	Bürgermeister Zederhaus / Geschäftsführer Regionalverband	mittelfristig
Sinnesweg	Eigenmittel Tourismusverband St. Michael / Fördermittel	Tourismusverband St. Michael	kurzfristig
Vogelwanderweg	Eigenmittel Tourismusverband St. Michael / Fördermittel	Tourismusverband St. Michael	kurzfristig
Walderlebnispfad	Eigenmittel Tourismusverband St. Michael / Fördermittel	Tourismusverband St. Michael	kurzfristig
Wasserweg Leisnitz	Eigenmittel Tourismusverband St. Margarethen / Fördermittel	Tourismus St. Margarethen	kurzfristig

5.5 Genussregion

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Optimierung / Ausbau Hofsennerei und Schaukäserei Plattform „Direktvermarkter“	jeweiliger Anbieter	Erwin Bauer	laufende Umsetzung
Vermarktung Lungauer Produkte (keine Produktentwicklung)	jeweilige Institution	Bezirksbauernkammer Tamsweg / BiosphärenparkManagement (Leader)	mittelfristig
	jeweilige Institution / FRL / TVBs	Ferienregion Lungau	laufende Umsetzung

5 Projekte nach Themenwelten

5.6 Brauchtum, Kultur & Tradition

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
Kulturelles Zentrum für LungauerInnen	jeweilige Institution	Obmann LKV	laufende Umsetzung
Kooperationen bzw. Zusammenarbeit Lungauer Volkskultur & Tourismus	nach Abstimmung	Obmann LVK / TVBs / FRL	laufende Umsetzung
Wallfahrten und Pilgern in Mariapfarr und Tamsweg	Gemeinden, Pfarren und Tourismusverbände	Gemeinden, Pfarren, Tourismusverbände und Leonhards Bruderschaft	langfristig
Stille-Nacht-Gemeinde	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Fördermittel	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr	kurz- bis mittelfristig

5.7 UNESCO Biosphärenpark

Projekt	Finanzierung	Verantwortung	Zeithorizont
„Elektrodrive Lungau“ E-Mobilität der Biosphäre Lungau	Verein „Umweltfreundliche Mobilität Lungau“	Obmann Verein	kurz- bis langfristig
Touristische Vermarktung UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau	Ferienregion Lungau gem. Marketingplan und touristischer Strategie sowie Tourismusverbände	Ferienregion Lungau / Tourismusverbände	laufende Umsetzung
Samsonwind / EnergieSchauLand	Samsonwind	Samsonwind Erneuerbare Energie GmbH	langfristig
Lerchpoint Chalets	Familie Maier	Familie Maier (Gasthof Gambswirt)	kurz- bis mittelfristig
Lehrpfad Saumoos zum Thema Fauna & Flora und Geschichtliches	Eigenmittel Tourismusverband St. Margarethen / Fördermittel	Tourismusverband St. Margarethen	mittelfristig
Beschilderung Ortszentrum inkl. Skulpturen bei der Ortsein- und ausfahrt	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Fördermittel	Tourismusverband und Gemeinde Mariapfarr	kurz – bis mittelfristig
Themenweg zum Thema Wasser oder Baum inkl. Aussichtsplattform beim Wasserfall sowie Verbesserung des Wanderweges(Beschilderung) entlang der Straße	Gemeinde und Tourismusverband Mariapfarr / Weißpriach sowie Fördermittel	Gemeindeübergreifendes Projekt Mariapfarr / Weißpriach (Tourismusverband und Gemeinden)	kurz- bis mittelfristig



6 PROJEKTIDEEN

Da für einige sinnvolle Projekte im Salzburger Lungau keine Ressourcen (z. B. finanzielle oder personelle Ressourcen) vorhanden sind, sollen diese nachstehend weiterhin als Projektideen bestehen bleiben.

1. Lungauer Sternenhimmel

In Bezug auf Punkt 5 werden grundsätzlich nur noch Projekte weiterverfolgt, die dem Konzept der neuen Positionierung bzw. der strategischen Ausrichtung des Salzburger Lungaus entsprechen. Obwohl dadurch die Projekte der ehemaligen Arbeitsgruppe „Himmelsphäre“ im Tourismus Masterplan Lungau 1.0 derzeit nicht weiterverfolgt werden, soll dennoch in Zusammenarbeit mit Betrieben die Thematik „Astronomie und Astrologie“ weiterverfolgt werden. Grund hierfür ist, dass der Lungau für seine sternklaren Nächte bekannt ist und sich daher speziell für Projekte in Zusammenhang mit dem „Sternenhimmel“ eignet.

2. Talerschließung Fanningberg

Talerschließung nach Weißpriach/St. Ruprecht:
Seitens der Gemeinde Weißpriach wird gerade das Räumliche Entwicklungskonzept (REK) überarbeitet. Darin versucht die Gemeinde Weißpriach im aktuellen Verfahren die Möglichkeiten bzw. Voraussetzungen für eine Skigebietserweiterung mit Talerschließung direkt nach Weißpriach bzw. Ortsteil St. Ruprecht zu schaffen.

Talerschließung nach Mariapfarr/Fanning:
Die raumordentlichen Voraussetzungen für eine Talerschließung im Gemeindegebiet Mariapfarr, sprich zum Ortsteil Fanning, sind bereits geschaffen. Naturschutzrechtliche Vorfragen wurden bereits geklärt und eine Erschließung ist auch aus naturschutzfachlicher Sicht möglich. Das Projekt wurde auch bereits von der Schierschließungskommission des Landes als durchaus machbar und sogar sehr gut geeignet bezeichnet.

3. Tourenpark Prebersee

Bedingt durch die Diskussion rund um das Tourengehen auf Pisten, wird vom österreichischen Alpenverein zusammen mit den Seilbahnen zur Kenntnis genommen, dass das Segment „Tourengehen“ immer mehr zunimmt. Der Preber soll als Tourenpark für den Lungau – neben Zederhaus – errichtet werden. Eine Streckenführung sowie Unterkünfte- bzw. auch Biwakmöglichkeiten sollen u.a. eine Kanalisierung der Tourengerer ermöglichen.

4. Flugplatz Mauterndorf

Die Start- und Landefläche soll langfristig befestigt werden, so dass der Flughafen wettbewerbsfähig bleiben, aber auch eine zusätzliche Gästeschicht im Lungau angesprochen werden kann. Verantwortliche Person: Obmann von Alpine Aerosport Austria.

5. Größtes Winterfahrzentrum Mitteleuropas

Im Salzburger Lungau gibt es insgesamt 4 Winterfahrzentren (Thomatal, St. Michael und Tweng). Mögliches langfristiges Ziel wäre eine Synergienutzung und Zusammenführung der Zentren.

6. Reaktivierung bzw. Erweiterung der Reitwege

Um zukünftig wieder ein Reitwegenetz sowie den Lungau für Wanderreitgäste zu erschließen, ist das ehemalige Reitnetz zu reaktivieren bzw. bestehende Reitwege zu erweitern.

7. Alpinzentrum Zederhaus

Ein Alpinzentrum in Zederhaus ist ein Projekt, welches den Aspekt einer Ganzjahresdestination langfristig verfolgt. Verantwortliche Person: Bürgermeister Zederhaus.

8. **Strukturoptimierung für Klein- und Mittelständische Beherbergungsbetriebe**

Die Lungauer Bettenstruktur weist einen überdurchschnittlich großen Anteil an Beherbergungsbetrieben im klein- und mittelständischen Bereich auf. Der Anteil an Betten im Privatbereich lag im Jahr 2013 bei über einem Drittel. Diese für den Lungauer Tourismus sehr wertvolle Struktur soll zukünftig ausgebaut und optimiert werden (Organisation, Prozesse etc.).

9. **Gesundheitstourismus im UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau**

„Gesunder Mensch in einer gesunden Region“, Hauptverantwortliche: Verein Abenteuer Biosphärenpark Lungau, Natur Akademie Salzburg, Salzburg Academy und Dachverband Heilkraft der Alpen

10. **Schulungen / Qualitätsoptimierungen / Angebotserweiterungen**

Im Sinne des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses sollen die Angebote und Dienstleistungen im Lungauer Tourismus stets ausgebaut, verbessert und optimiert werden. Sodann soll auch zukünftig für den Lungau-Gast ein einzigartiges Urlaubserlebnis von „vor der Anreise bis nach der Abreise“ geschaffen werden.

Der Salzburger Lungau bietet Lungau-Gästen sowohl im Sommer als auch im Winter ein großes Angebotsspektrum. Die Vielseitigkeit des Lungaus spiegelt sich unter anderem in den 15 Orten sowie den Seitentälern wider. Jeder Ort und jedes Seitental hat seine Eigenschaft, wodurch es Lungau-Gästen einzigartige Erlebnisse ermöglicht. Daraus ergibt sich nachstehende Projektidee:

11. **„Lungauer Schatztäler“**

Das touristische Potenzial und die unterschiedlichen Besonderheiten der Orte und Seitentäler sollen Lungau-Gästen zugänglich gemacht werden. Angebote, bereits bestehende sowie auch neue innovative Produkte sollen in gemeindeübergreifender Zusammenarbeit koordiniert, gebündelt und finanziert werden. Ziel ist es, thematische Gemeindeschwerpunkte (siehe hierzu Anhang A des Managementplans/Leitbilds zum UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau, www.biosphaerenpark.eu) zu setzen und Lungau-Gästen die Wahlmöglichkeit aus einer Vielfalt unterschiedlicher Angebote und spezieller Themen zu geben.

Anmerkung der Ferienregion Lungau:

Bei dieser Projektidee bzw. bei der Umsetzung der „Lungauer Schatztäler“ ist das Hauptaugenmerk darauf zu legen, dass es schlussendlich nicht 15 zusätzliche Positionierungen aufgrund der Schwerpunkte gibt, sondern dass sich diese in die Positionierung des Salzburger Lungaus mit den 8 Themenwelten (siehe Kapitel 4) einfügen.



ANHANG

Bereich	Maßnahme	Verantwortlichkeit	Stand der Umsetzung	Kommentare
1. Tourismus Organisationsstruktur				
1.1 Umstrukturierung				
Arbeitsgruppe				
Arbeitsgruppe bilden	Zusammenstellen einer ARGE für den Umstrukturierungsprozess	Obmann / GF FRL	Erledigt	
Mediator bestellen			Erledigt	Die Firma Edinger Tourismusberatung begleitete im Jahr 2011 den Prozess der Umstrukturierung.
Umstrukturierungsprozess				
Arbeitsprozess starten	Festlegung der Aufgabenbereiche, Standorte/Infrastruktur und Personen für die Bereiche „Tourismus Management“: <ul style="list-style-type: none"> - Kundencenter - Administrationscenter - Marketingcenter 	Obmann / GF FRL	Erledigt	Der Arbeitsprozess wurde gestartet, die Aufgabenbereiche zusammengefasst, wobei ein „Zusammenschluss“ der TVBs der Zeit seitens Gemeinden und TVBs nicht einstimmig gewünscht ist.
Vorstand/Ausschuss bilden	Zusammensetzung des Vorstandes aus: <ul style="list-style-type: none"> - Erfolgreichen TourismusunternehmerInnen - Vertretern der nächsten Generation - Jeweils eine Vertretung Gemeinde 	ARG Org.	Erledigt	Der Vorstand der FRL wurde straffer gestaltet und der Ausschuss aufgelöst. Die Statuten des Vereins wurden geändert.
Wahl des Obmannes/Obfrau	RepräsentantIn Tourismus Lungau	Vorstand der Tourismusorganisation	Erledigt	Die Umsetzung der Organisationsstruktur NEU konnte nicht umgesetzt werden, siehe Punkt Arbeitsprozess starten.
Umsetzung	Berufung des Tourismusmanagements	Vorstand der Tourismusorganisation		
	Aufbau der Organisationsstruktur	Tourismusmanagement		

Bereich	Maßnahme	Verantwortlichkeit	Stand der Umsetzung	Kommentare
2. Positionierung				
2.1 Positionierung Lungau				
Publikation des Masterplans				
Pressekonferenz	Pressekonferenz mit regionalen & überregionale Medien	GF FRL / VPD Marketing	Erledigt	
Tourismusverbände	Übermittlung des Masterplans samt Informationen über die nächsten Schritte zur Umsetzung	GF FRL	Erledigt	
Tourismusunternehmen	Übermittlung des Masterplans samt Informationen über die nächsten Schritte zur Umsetzung	GF FRL / Obmann / Sprecher der TVBs	Erledigt	
Masterplan Zugang	Alle LungauerInnen bekommen die Möglichkeit den Masterplan über die FRL Homepage abzurufen	GF FRL	Erledigt	Alle Interessierten haben die Möglichkeit den Tourismus Masterplan Lungau unter www.lungau.at abzurufen.
Arbeitsgruppen (Atmos-, Bergsport-, Himmelsphäre, sowie interne und externe Kommunikation)				
Arbeitsgruppenpräsentationen	Vierteljährliche Arbeitsgruppenpräsentation an die ARGE-Steuerungsgruppe	Steuerungsgruppenleiter	Nicht erledigt	
Arbeitsgruppenaktivitäten	Vorantreiben der Aktivitäten in den ARGEs und Aktivieren von LungauerInnen zur Mitarbeit	Einzelne ARGEleiterIn	Nicht erledigt	
Unterstützung der ARGEs	Aktive Unterstützung der ARGE durch die MitarbeiterInnen des TVBs (jede/r MitarbeiterIn muss in einer ARGE mitarbeiten) und die Steuerungsgruppe muss sich aktiv in die Vorhaben der Arbeitsgruppen einbringen	Einzelne ARGEleiterIn / SteuerungsgruppenleiterIn	Nicht erledigt	

2.2 Zwei-Saisonen Destination

Hauptsaison Winter

Stärkung der Wintersaison

- Stärkung durch infrastrukturelle Maßnahmen und Erweiterung des Angebotes
- Saisonbeginn vorverlegen durch gezielte Auftaktveranstaltungen und
- Saisonverlängerung durch attraktive Ausklangveranstaltungen

GF FRL / TVBs /
Prokurist der Lungauer
Seilbahnen

Teilweise erledigt

- Ausbau der Skipauschalen
- Seniorenwoche 70+
- Neue Kabinenbahnen Sonnenbahn und SilverJet 2
- Ausbau Beschneigung
- Neue Hotelbetriebe im Bereich 4-Sterne, Ferienwohnungen

Sommersaison als zweite Hauptsaison

Attraktivierung der Sommersaison

- Durch klare Vermittlung des Lungau - Sommerangebotes den Sommer für potenzielle Gäste greifbar machen
- TVB MitarbeiterInnen müssen das gesamte Angebot kennen und Auskunft geben können
- Dazu sind Schulungen anzubieten und Prüfungen zu absolvieren
- Tourismusunternehmen bieten Führungen und Informationsabende für TVB MitarbeiterInnen an, die zu besuchen sind

GF FRL / TVB

Teilweise erledigt

- Almsommer
- Bauernherbst
- BSP / Fexe
- LungauCard
- Outdoorkalender

Erstellung eines Sommer-Bewerbungs-Plans

- Zur besseren Vermarktung des Sommerangebotes werden ein detaillierter Bewerbungsplan für den Sommertourismus für ein Jahr
- ein Strategie-Plan für die nächsten drei Jahre und
- ein langfristiger Strategieplan für die nächsten 5 bis 10 Jahre erstellt

GF FRL / TVB

Teilweise erledigt

- Marketingkonzept zum UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau
- Relaunch Corporate Design im Sommer 2013
- Biosphärenpark-Wording
- Div. sonstige Masterpläne

Aktuelle Angebots-Updates	TVB MitarbeiterInnen werden durch ein wöchentliches Popup über Änderungen aktueller Öffnungszeiten bzw. spezielle Angebote der Lungauer Tourismusbetriebe informiert	GF FRL / TVB	Nicht erledigt	Informationsfluss jedoch via Sitzungen, E-Mails, Internet, Newsletter etc. laufend gewährleistet.
Veranstaltungskalender	Gestaltung und zur Verfügungstellung eines attraktiven Veranstaltungs- bzw. Angebotskalenders für Tourismusunternehmen und –einrichtungen mit einzigartigen Sommerangeboten	GF FRL / TVB	Erledigt	<ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungskalender FRL (Feratel) - Outdoorkalender Lungau - Veranstaltungsbroschüren TVBs - Projekt 2013 (Hapimag)

2.3. Corporate Identity / Corporate Design

Erstellung eines Corporate Design

Logo mit Positionierung	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptierung des bestehenden Designs - Adaptierung des CD Manuals - Schulung der TVB MitarbeiterInnen zur richtigen Nutzung des CD Manuals - Schulung der Tourismusbetriebe 	GF FRL	Erledigt	Erneute Evaluierung des Corporate Design Manuals inkl. Logo und Claim (Sommer 2013).
Unternehmens- und Produktlogo	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung eines Unternehmens- und Produktlogo gemeinsam mit der WKS Bezirksstelle Lungau und Lungauer Betrieben - Erstellung von Kriterien zur Nutzung des Logos und Rekrutierung von Betrieben zur Nutzung des Unternehmens- und/oder Produktlogos „Lungau“ 	GF FRL / Bezirksstellenleitung WKS	Teilweise erledigt	Fragebogen an Betriebe wurde versendet und evaluiert, wobei es das Ziel sein sollte, dass Betriebe das bestehende Lungau-Logo verwenden bzw. integrieren (da ansonsten wiederum ein neues Logo im Umlauf ist).

3. Marketing / Kommunikation

3.1 Interne Kommunikation

Kommunikationsschnittstellen	Kontaktaufnahme, Kooperationen und Bestimmen eines Tourismusansprechpartners in den einzelnen Lungauer Schulen und Kindergärten	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Es soll weiterhin laufend Wissen über die Region, deren Entwicklung und Wichtigkeit einzelner Angebote/Infrastruktur angezeigt bzw. vermittelt werden.
	Kontaktaufnahme und Kooperationen mit Lungauer Vereinen	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Die Ferienregion Lungau sucht laufend mögliche Kooperationspartner (z. B. Lungauer Volkskultur hinsichtlich Rupertikirtag).
	Kommunikation mit Tourismusbetrieben, Wirtschaftstreibenden, Landwirten, Gemeinden und Politik	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Seitens Ferienregion Lungau findet laufend ein Informationsaustausch statt.
Publizierung und Begleitung der Leitprojekte	Nutzung der Schnittstellen um die Projekte der einzelnen ARGEs im Lungau als Tourismusentwicklung publik zu machen und die LungauerInnen an der Umsetzung teilhaben zu lassen	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“ / GF TVBs	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Die Ferienregion Lungau nutzt laufend sämtliche ihr zur Verfügung stehenden Informations- bzw. Kommunikationskanäle.
Projekte zur internen Kommunikation	Prämierung der besten „Sphäre im Lungau“	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Eine Prämierung ist aufgrund der erneuten Evaluierung des Corporate Design Manuals inkl. Logo und Claim nicht mehr sinnvoll.
	Fotoausstellung „Der Lungau im Wandel der Zeit“	Dr. Johann Posch, Mag. Klaus Heitzmann, Elisabeth Löcker	Erledigt	Das Projekt wurde seitens der FRL in Zusammenarbeit mit dem Bundesgymnasium Tamsweg und Liesi Löcker erfolgreich umgesetzt.

Radio Lungau auf UKW und als Internet-radio	Egon Setznagel / Max Rossberg	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Projekt ist nur sehr schwer umsetzbar und nicht finanzierbar.
Ferialjobbörse für Arbeitsstellen speziell im Tourismus	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“ / GF TVB	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Es besteht bereits seitens AMS (Arbeitsmarktservice) eine Jobbörse. Hinsichtlich Imagewerbung und für die Attraktivierung der touristischen Arbeitsstellen / Arbeitsplätze mögliches Thema für ein Forum Tourismus.
Tourismusthemen für Referate- und Projektarbeiten in Schulen	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt.	Die Ferienregion Lungau lässt jederzeit, wo passend, mögliche Ideen einfließen.
Thematische Wandertage in Schulen und Kindergärten	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Teilweise erledigt	Laut Wissensstand stand der Ferienregion Lungau erfolgen solche spezielle Wandertage bereits über das BSP Management bzw. über die sogenannten Fexn. Weiter wird seitens BSPM jährlich ein „Tag der Natur“ organisiert.
Informationen für Tourismus News als Popup für Beherbergungsbetriebe	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“ / GFTVB	Teilweise erledigt	Informationsfluss via E-Mails, Internet, Newsletter, Pressearbeit etc. seitens Ferienregion Lungau und Tourismusverbände laufend gewährleistet. Popups sind nicht mehr zeitgemäß.
Lungauer „Seitenblicke“	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Nicht erledigt	Kaindl-Hönig Verlag hat in Zusammenarbeit der Ferienregion Lungau & dem Tourismusverband St. Michael im Herbst 2014 das Magazin „Die Lungauerin“ herausgegeben.

	Fotowettbewerb „DerLungau und seine Gäste“	ARGELeiterIn „Interne Kommunikation“	Nicht erledigt	Fotowettbewerb zum Thema „Lungauer Blumenwiesen“ wurde seitens BSPM durchgeführt. Ein weiterer Wettbewerb, welcher das Zusammenspiel von Gästen und Einheimischen reflektiert ist eine Idee, die in einem Forum Tourismus thematisiert werden kann.
--	--	--------------------------------------	-----------------------	---

3.2 externe Kommunikation

Übergeordnete Themen

Onlinemarketing Lungau	GF FRL	Erledigt	siehe Online-Marketingplan der FRL.
Stausampling	GF FRL	Nicht durchführbar	Eine Umsetzung in Bezug auf Verteilung von Wasserflaschen auf der A10 Mautstelle St. Michael wurde geprüft, jedoch ist ein Abfüllen von Lungauer Wasser nicht umsetzbar (Hygienevorschriften, Kosten etc.).
Lungauer Marktwagen	GF FRL	Teilweise erledigt	Verteilung von Prospekten bei der Raststation Lanschütz und Lungau konnte umgesetzt werden. Weiter stellt die Ferienregion Lungau „Lungau Papiertaschen“ Lungauer Produzenten bei Märkten etc. zur Verfügung.

	Lungau-Logo für Lungauer Gewerbebetriebe	GF FRL / Bezirksstellenleitung WKS	Erledigt	Fragebogen an Betriebe wurde versendet und evaluiert, wobei es das Ziel sein sollte, dass Betriebe das bestehende Lungau-Logo verwenden bzw. integrieren (da ansonsten wiederum ein neues Logo im Umlauf ist). Das neue Logo „Salzburger Lungau“ steht allen Betrieben zur Verfügung und ist auf www.lungau.at downloadbar.
Wirtschaftskooperationen (Marke Lungau)	„Lungauer Eachtling“ Lungauer Saat- zucht- und Saatbauverein	Obmann Saat- zucht- und Saatbauverein / GF FRL	Teilweise erledigt	Bei der Vermarktung des „Lungauer Eachtling“ konnte der Lungau zum Teil besser integriert werden. Kooperationen werden laufend gesucht bzw. gebildet.
	Österreich-Haus aus dem Lungau für die Winter Olympiade 2014/18	KommR J. Schmalz sen. / GF FRL / TVB	Nicht durchführbar	Dahingehend wurden Gespräche mit Julius Schmalz geführt, jedoch ist dieses Projekt aus finanzieller Sicht nur schwer möglich.
	Wild & Wald mit Lungau - Bezug	GF Asoma Fashion GmbH	Schwer durchführbar	Erste Gespräche dahingehend wurden geführt, jedoch ist Projekt aufgrund bestehender Kooperationen nur sehr schwer durchführbar.
	Ferienregion Lungau Autoaufkleber	GF FRL	Erledigt	

4. Leitprojekte

4.1 Atmosphäre

Kultur & Brauchtum	„Kubus 1024“ – Kulturelles Zentrum für die LungauerInnen	Obmann LKV / Bgm. Tamsweg	in der laut Tourismus Masterplan Lungau 1.0 geplanten Art u. Weise nicht durchführbar	
	Lungauer Volkskultur & Tourismus	Obmann LVK und ARGL Atmosphäre	Erledigt	Laufende Umsetzung bzw. Integration (z. B. Rupertikirtag, Bauernherbstroas, Hoher Festtag Mariapfarr).
Biosphäre Lungau	„Almforschungszentrum“ (Franz-Fischer-Hütte) in der Naturparkgemeinde Zederhaus	Bgm. Zederhaus / GF RVL	In Bearbeitung	Laufende Rückkoppelung mit Alpenverein.
	Hoffsennerie und Schaukäserei	Erwin Bauer	Erledigt	Schaukäserei Erwin Bauer Lt. Wissensstand der FRL
	„Elektrodrive Lungau“ E- Mobilität in der Biosphäre Lungau	Obmann Umweltfreundliche Mobilität	Teilweise erledigt	sind Teilprojekte (z. B. Karte) erledigt, wobei keine lfd. Aktualisierung stattfindet.
	Touristische Vermarktung BSP	GF FRL / TVB	Erledigt	Laufende Umsetzung (siehe Tätigkeitsberichte der Ferienregion Lungau).
	Plattform „Direktvermarkter“	Obmann BBK und ARGL Atmosphäre	Teilweise erledigt	im Rahmen des Biosphärenpark-Frühstücks.
	Samsonwind / EnergieSchauLand	GF Samsonwind Erneuerbare Energie GmbH	Umsetzungsstand offen	
	„Alpine Chalets“ BSP Feriendorf	Herbert Bliem	Erledigt	Zusätzlich gibt es in Mariapfarr ein Ökoferiendorf.
Wallfahrt & Pilgern	Wallfahrten und Pilgern in Mariapfarr und Tamsweg	Bgm. Mariapfarr und Bgm. Tamsweg	Erledigt	Laufende Umsetzung bzw. Integration.
Genuss & Kulinarik	Vermarktung Lungauer Produkte	GF TVB St. Michael	Teilweise erledigt	<ul style="list-style-type: none"> - Via Culinaria - Slow Food Travel - Marke Biosphärenpark - Biosphärenpark-Frühstück.

4.2 Bergsportsphäre

Sommer- und Wintersport	Alpinzentrum Zederhaus	Bgm. Zederhaus	In Bearbeitung	Stand September 2014: Projekt ist derzeit auf Eis gelegt, soll jedoch langfristig umgesetzt werden. Projekt soll jedoch als Projektidee im Tourismus Masterplan Lungau 2.0 bestehen bleiben.
	Drachenfliegen bzw. Paragleiten im Lungau – Flugschule	Obmann DFC Lungau ARGL Bergsportsphäre	Teilweise erledigt	Am Grosseck-Speiereck ist Drachenfliegen bzw. Paragleiten möglich. Am Aineck ist eine langfristige Umsetzung geplant.
	Funpark Grosseck-Speiereck	ARGL Bergsportsphäre	In Umsetzung	Langfristige Umsetzung seitens Bergbahnen, Zielgruppe sind Jugendliche bis ca. 16 Jahren.
	Flugplatz Mauterndorf – Befestigung der Start-/Landefläche	Obmann Alpine Aerosport Austria	Nicht erledigt	Stand September 2014: Derzeit nicht umsetzbar. Projekt soll jedoch als Projektidee im Masterplan 2.0 bestehen bleiben.
Wintersport	Ski 8.000er - Talzubringer Mauterndorf und Anschluss Fanningberg	Bergbahnen Lungau, Bgm. Mauterndorf und Mariapfarr	In Bearbeitung	Div. Genehmigungen (z.B. Naturschutz, Grundbesitzer etc.) bereits vorhanden.
	- Busverbindung Aineck-Speiereck	Bergbahnen Lungau, Obmann RVL	Erledigt	
	- Erneuerung der 8er Gondelbahn St. Michael	Bergbahnen Lungau, Bgm. St.Michael	Erledigt	
	- Talerschließung Fanningberg	GF BB, Bgm. Mariapfarr	Nicht umgesetzt	Schwer durchführbar.

	Tourenpark Prebersee	Dr. Konrad Meindl, Bgm. Tamsweg, J. Wieland	Nicht umgesetzt	<ul style="list-style-type: none"> - Vorlage des Projektes beim Tourismusverband Tamsweg fand statt - Mehrfache Sitzungen / Besprechungen mit TVB und Grundeigentümer - Interesse wurde gezeigt, Reserviertheit war der Tenor - Zustimmung der Grundeigentümer fehlt - An aktiver Umsetzung wollte sich bisher niemand beteiligen.
	Freeride Park Lungau	ARGL Bergsportsphäre	Erledigt	Freeriden ist am Katschberg-Aineck, Grosseck-Speiereck und Fanningberg in waldfreiem Gebiet und auf eigene Gefahr freigegeben. Zu beachten ist hierbei „Respektiere deine Grenzen“.
	Größtes Winterfahrzentrum Mitteleuropas	ARGL Bergsportsphäre	Lt. Wissensstand der FRL nicht erledigt	Langfristig
Sommersport	Standardisierung der Beschilderung von Wander-, Rad- und MTB Wege	Obmann FRL/TVB	Erledigt	Seit Sommer 2014 besteht ein neues, verbessertes MTB-Wegenetz mit 15 einheitlich beschilderten Touren und der tälübergreifenden Lungau EXTREM.
	Kletterhalle und In-/Outdoor Sportstätte Lungau	ARGL Bergsportsphäre	Erledigt	<ul style="list-style-type: none"> - Outdoorparc Lungau - Kletterwand Hapimag - Adventurepark Katschberg Eigene Kletterhalle ist daher nicht mehr notwendig bzw. sinnvoll.

„Mountainbike Downhillstrecke“ Erlebnisweg Grosseck-Speiereck	ARGL Bergsportsphäre Tamsweg	Erledigt	Am Grosseck-Speiereck bestehen Mountainbike-Talstrecken. Das Mountainbike/Rad kann bei Einzelfahrten kostenlos mittransportiert werden.
Vermarktung Golf Lungau	GF Golfschule Lungau	Erledigt	Laufende Umsetzung bzw. Integration.
Bogensport Lungau	Obmann BS Lungau	Erledigt	<ul style="list-style-type: none"> - 3-D-Bogenschießen am Katschberg - Angebot Verein Abenteuer Biosphäre - Bogenschützen Mauterdorf
Fahrradrundweg um den Schwarzenberg	Bgm. Gemeinde Ramingstein, St. Margarethen, Thomatal	Erledigt	Piktogramme seitens SalzburgerLand Tourismus weisen nach Rücksprache mit dem jeweiligen TVB die „Schwarzenbergrunde“ aus.
Bewerbungsprogramm für Kinder mit Smarty Sports	GF Smarty Sports	Erledigt	
Reaktivierung bzw. Erweiterung der Reitwege	ARGL Bergsportsphäre	Nicht erledigt	
Wandern im Lungau: - Wanderführer Ausbildungen - Wanderprogramme/-angebote - Organisation von speziellen Lungauerthemenwanderungen	GF FRL / TVB	Erledigt	<ul style="list-style-type: none"> - Von Bergsee zu Bergsee - Sonn-Seit'n Tour - Nockrunde - BSP-Fex'n-Programm - etc.

4.3 Himmelsphäre

Astronomie	Sternwarte	Obmann des Vereins Hobbyastronomen	Lt. Wissensstand der FRL nicht erle- digt
	Naturplanetarium	Obmann des Vereins Hobbyastronomen	Lt. Wissensstand der FRL nicht erle- digt
	Astronomie in Schulen (Naturwissen- schaftliche Projekte)	Obmann des Vereins Hobbyastronomen	Lt. Wissensstand der FRL nicht erle- digt
	Astronomie in Wissenschaft (Kooperation mit Prof. Dr. Heinz Oberhammer, Popu- lärwissenschaftler mit Lungauer Wurzeln)	Obmann des Vereins Hobbyastronomen	Lt. Wissensstand der FRL nicht erle- digt
Astrologie	Sterndeutungen im Lungau organisieren	ARGL Himmelsphäre - Astrologie	Lt. Wissensstand der FRL nicht erle- digt

Abkürzungsverzeichnis:

ARGL	Arbeitsgruppenleitung
BB	Bergbahnen Lungau
BBK	Berzirksbauernkammer
BS	Bogensport
BSP	UNESCO Biosphärenpark Salzburger Lungau
BPM	Biosphärenpark Management
FRL	Ferienregion Lungau
GF	Geschäftsführung
LKV	Lungauer Kulturvereinigung
LVK	Lungauer Volkskultur
MTB	Moutainbike
TVB	Tourismusverband
WK	Wirtschaftskammer





SALZBURGER
Lungau