

ALPINE PEARLS

Dachmarke für Tourismus und Sanfte Mobilität



Eva Grabenweger, 24.05.2017

Inhalte

1. Nachhaltiger Tourismus - Beweggründe
2. Verein Alpine Pearls
3. Handlungsfelder der Urlaubsorte
4. Best Practice Beispiel Werfenweng
5. Fazit



1) Nachhaltiger Tourismus - Beweggründe

○ Anreise als größter Verursacher von CO2

- Verkehrsleistung deutscher Urlauber 2014 (Reiseanalyse 2015): 70,3 Mio. Reisen: 232 Mrd. Kilometer, davon 74 % mit Flugzeug, Auto 18 %.
- Im Schnitt je Urlaubsreise 1.654 km einfache Strecke
- resultiert in: CO2-Emissionen, Lärm, Staub, Stau, Unfallgefahr, etc.

○ Nachhaltiger und bewusster Konsum liegt im Trend!

○ Zahlreichen Gemeinden ist es wichtig, Umweltbelastungen zu verringern



Nachhaltiger Tourismus - Beweggründe

Urlaubsorte sehen neben positiven Umwelteffekten auch **wirtschaftliche Vorteile**:

- Neue Gästeschichten, wachsende Zielgruppe „Haushalte ohne Auto“
- positive Nächtigungsentwicklung und damit steigende Wertschöpfung
- Chance auf Förderprojekte
- Profilierung und damit Wettbewerbsvorteile



Nachhaltiger Tourismus - Beweggründe

Positive Auswirkung auf die Einheimische Bevölkerung sowie auf die regionale Wirtschaft :

- Neue Infrastruktur-Einrichtungen
- Stärkung der heimischen Wirtschaft durch Bezug regionaler Produkte und Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen
- neue Arbeitsplätze
- Imagegewinn



2) Alpine Pearls: Intentionen und Leitlinien

- Ziel: attraktive Urlaubsangebote die die Umweltbelastung durch den Verkehr verringern
 - ➔ Mobilitätsgarantie durch “Sanfte Mobilität” im Urlaubsort & bei der An- und Abreise
 - ➔ Attraktive Möglichkeiten, während des Urlaubs ohne eigenes Auto voll mobil zu sein
- Ökologische und ökonomische Vorteile vernetzen
- Für Umweltthemen sensibilisieren



Alpine Pearls ... sanft-mobiler Urlaub in den schönsten Alpenorten Europas!

- Dachmarke für ein Netzwerk von Tourismusorten im Alpenraum, gegründet 2006
- Kommunikationsagentur der Urlaubsorte, welche umweltfreundliche Mobilitätsgarantie anbieten
- entwickelt gemeinsam mit den Mitgliedsorten buchbare Produkte, die sanft-mobil und transnational sind
- 2017: 24 „Perlen der Alpen“ in Frankreich, Schweiz, Italien Slowenien, Deutschland und Österreich





Die Perlen der Alpen auf einen Blick



Jährlich: 2,5 Mio. Gäste, über 12 Mio. Gästenächtigungen



Vorteile für die Mitglieds-Perlen

- + Klare gemeinsame Botschaft am Markt & Dachmarke als Sympathie- und Werbeträger
- + Ressourcenbündelung für Marketing, Kommunikation, PR und Messeauftritte
- + Internationalität der Gruppe
- + Kooperation mit Reiseveranstaltern und Wirtschaftspartnern
- + Gemeinsame Planung von EU-Projektbeteiligungen
- + Steigerung des Bekanntheitsgrades & zusätzliche Wertschöpfung durch steigende Gästezahlen
- + Vorreiterrolle zu einem wichtigen Thema!



3) Handlungsfelder der Urlaubsorte “Perlen der Alpen”

○ Umweltverträgliche Mobilität

- Mobilität der Urlaubsgäste:
 - **An- und Abreise**
 - **Mobilität vor Ort**
 - **Spaßmobilität**
- Mobilität der Tagesgäste
- Mobilität der BewohnerInnen

○ Umwelt & Natur

○ Wohlfühlqualität, Ortsbildpflege

○ regionale Wirtschaftskreisläufe und Kulinarium

○ Gäste-Information



4) Beispiel: Werfenweng, Österreich

SAMO Card (Sanfte Mobilität) für 100 % Mobilität im Urlaub:

Erhältlich für Bahnanreisende oder Gäste, die den Autoschlüssel während Ihres Aufenthaltes abgeben (Kosten: 10 €)



- Zweckmobilität:
Werfenweng-Shuttle, Innerorts-Taxi, Nachtmobil
- Verleih Elektro- und Biogas-Autos
- Spaßmobilität:
diverse Spaßfahrzeuge und E-Funfahrzeuge,
Fahrräder und Mountainbikes, Kinderfahrräder,
Liege- und Tandemräder uvm.
- Weitere Vorteile im Sommer & Winter



Credo: Keine Verbote, nur Vorteile!



Beispiel: Werfenweng, Österreich

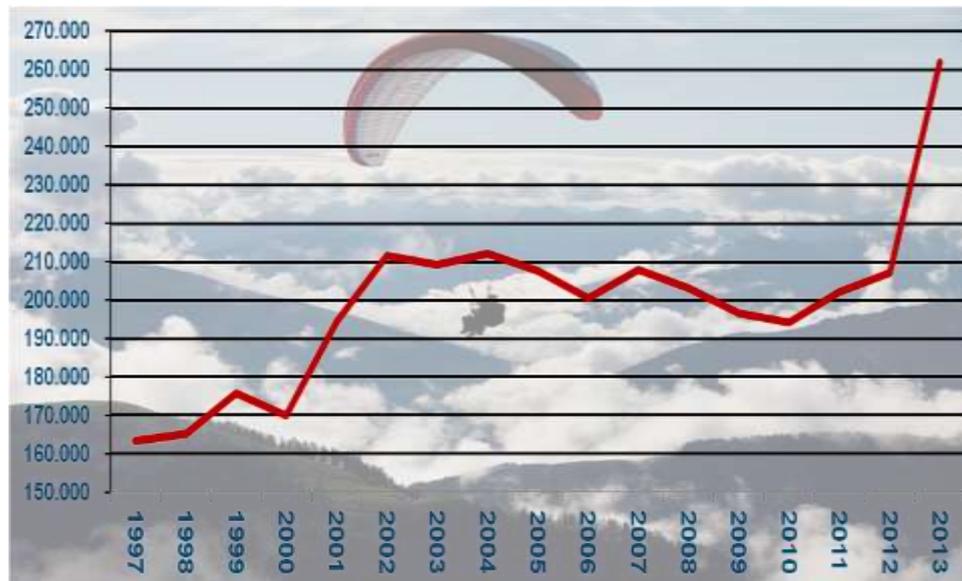
- Sonnenenergie: Solar-Tankstelle für die E-Fahrzeuge, Sonnenkraftwerk Werfenweng, 54 Solar-Fußgängerleuchten, Solarpark
- Nahwärme - Biomasseheizanlage
- Einsatz regionaler Produkte: Bauernladen, GenussPension
- Erhaltung der Volkskultur & Tradition: Werfenweger Weis



Beispiel: Werfenweng, Österreich

... die Gewinner sind:

- die Umwelt: 25 % Bahnreisende UND
- die Tourismusbetriebe: positive Nächtigungsentwicklung UND
- die Gäste: umfassendes Angebot, Enthastung, Urlaub ohne Auto UND
- die Einheimischen: verbesserte Infrastruktur, Arbeitsplätze, Image





5) FAZIT

- Nachhaltiger Konsum liegt **voll im Trend**
- Nachhaltige Mobilität als wichtiger **Zusatznutzen**
- Urlaubsprodukte mit Sanfter Mobilität brauchen herausragenden **Service** und spannende **Innovationen**
- Urlaubsorte können **Profilierungschancen** nutzen
- Engagement wird belohnt durch **positive Effekte** in Bezug auf Nachhaltigkeit
- **Zielgruppen** haben Wachstumspotential





perlen der alpen

• perle delle alpi

• perles des alpes

• alpski biseri



www.alpine-pearls.com

www.facebook.com/AlpinePearlsHolidays

