

Protokoll der Vollversammlung

Montag, 23. März 2026, 18:00 Uhr, Stiftskeller Admont

Tagesordnung

1. Eröffnung und Begrüßung durch den Vorsitzenden
2. Feststellung der Beschlussfähigkeit
3. Verlesung und Genehmigung des Protokolls der letzten Vollversammlung vom 10.03.2025
4. Bericht des Finanzreferenten
5. Bericht der Rechnungsprüfer und Entlastung der Kommission
6. Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2025
7. Kenntnisnahme des Voranschlages 2026
8. Tätigkeitsbericht von Vorsitzendem und Geschäftsführerin
9. Eingebrachte Anträge
10. Allfälliges

1. Eröffnung & Begrüßung

Vorsitzender Fritz Kaltenbrunner eröffnet um 18:00 Uhr die ordentliche Vollversammlung und begrüßt alle anwesenden Tourismusinteressenten.

2. Feststellung der Beschlussfähigkeit

Die Beschlussfähigkeit der Vollversammlung kann nicht festgestellt werden, weshalb eine gesetzliche 30-minütige Zuwartezeit eingehalten werden muss.

Um 18:30 Uhr wird die Versammlung wiedereröffnet und die Beschlussfähigkeit festgestellt.

3. Verlesung und Genehmigung des Protokolls der Vollversammlung vom 10.03.2025

Heinz Rieger stellt den Antrag, auf die Verlesung des Protokolls zu verzichten. **Diesem Antrag wird einstimmig zugestimmt.**

Das Protokoll der Vollversammlung vom 10. März 2025 wird mit einer Stimmenthaltung genehmigt.

4. Bericht des Finanzreferenten

Der Vorsitzende Fritz Kaltenbrunner präsentiert und erläutert in Vertretung des Finanzreferenten Peter Überbacher den Jahresabschluss 2025.

5. Bericht der Rechnungsprüfer und Entlastung der Kommission

Gemäß § 20 Steiermärkisches Tourismusgesetz wurde die Gebarung sowie der Rechnungsabschluss für das Jahr 2025 durch die Rechnungsprüfer Harald Nachbagauer und Joachim Zauner am 17.03.2026 geprüft. Die Prüfung erfolgte auf Grundlage der Buchhaltung, der Belege, Kontoauszüge, Telebankingprotokolle, weiterer Aufzeichnungen sowie des Jahresabschlusses per 31.12.2025.

Alle angeforderten Unterlagen wurden vollständig vorgelegt, die erforderlichen Auskünfte durch die Geschäftsführung und die zuständige Mitarbeiterin erteilt. Die stichprobenweise

Prüfung ergab keine Beanstandungen. Die Buchführung sowie der Zahlungsverkehr wurden ordnungsgemäß und nachvollziehbar abgewickelt; Überweisungen erfolgen im 4-Augen-Prinzip. Auch eine laufende Kontrolle durch den Finanzreferenten hinsichtlich Ordnungsmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit findet statt.

Die Buchhaltung, der Jahresabschluss, die Erstellung der Steuererklärungen sowie die Prüfung der Bescheide werden extern durch die Firma MGI Liezen GmbH durchgeführt.

Im Jahr 2025 fanden vier Sitzungen der Tourismuskommission sowie eine Vollversammlung statt. Budgetvoranschlag und Marketingplan für 2026 wurden in der Kommissions-sitzung am 26.11.2025 präsentiert, genehmigt und beschlossen. Sämtliche Sitzungen und die Vollversammlung wurden ordnungsgemäß protokolliert, ebenso erfolgten die erforderlichen Meldungen an das Land Steiermark und die Einladungen zur Vollversammlung vor-schriftsgemäß.

Die Rechnungsprüfer stellen abschließend fest, dass die Gebarung des Tourismusverbandes den gesetzlichen Vorgaben entspricht. Der Vollversammlung wird die Entlastung des Finanzreferenten und in weiterer Folge auch der Kommission des Tourismusverbandes empfohlen.

Die Entlastung wird mit 1 Stimmenthaltung beschlossen.

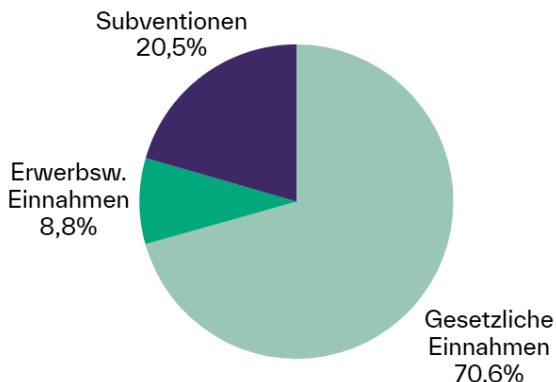
6. Genehmigung des Rechnungsabschlusses 2025

Der Rechnungsabschluss wird mit 1 Stimmenthaltung genehmigt.

7. Kenntnisnahme des Voranschlages 2026

Die Geschäftsführerin präsentiert den Voranschlag 2026, der von der Vollversammlung zur Kenntnis genommen wird.

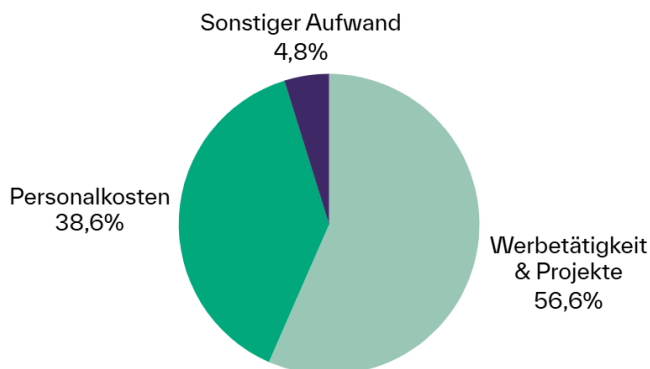
Einnahmen	Nachtrag 2025	2026	
Beiträge der Tourismusinteressenten	480.000 €	475.000 €	
Anteil an der Nächtigungsabgabe	230.000 €	230.000 €	
Gesetzliche Einnahmen	710.000 €	705.000 €	70,6%
Überschüsse aus erwerbswirt. Unternehmen und übrige Einnahmen inkl. Zinserträge	84.000 €	88.000 €	
Erwerbswirtschaftl. Einnahmen	84.000 €	88.000 €	8,8%
Gemeinden	20.000 €	36.000 €	
Land	120.000 €	169.000 €	
Subventionen/ Sponsoring	140.000 €	205.000 €	20,5%
Summe der Einnahmen	934.000 €	998.000 €	



Der Anteil an Subventionen, vor allem durch Förderungen seitens des Tourismusreferats des Landes Steiermark wurde seit 2025 wesentlich erhöht, was zu einer leichten Abfederung der einnahmenseitigen Minderungen aus den gesenkten Interessentenbeiträgen beiträgt.

Ausgaben

	Nachtrag 2025	2026	
Werbe- und Marketingaufwand inkl. Reise-, Porto- und Repräsentationsaufwand	603.000 €	647.000 €	
Werbetätigkeit, Projekte und sonstige touristische Leistungen	603.000 €	647.000 €	56,6%
Personalkosten	376.000 €	439.000 €	
Weiterbildung	7.000 €	3.000 €	
Personalaufwand	383.000 €	442.000 €	38,6%
Büro- und Verwaltungsaufwand	62.500 €	55.000 €	
Mitgliedsbeiträge Vereine	- €	- €	
Steuern, Abgaben und Gebühren	- €	- €	
Sonstiger Aufwand	68.000 €	55.000 €	4,8%
Investitionen	- €	- €	0,0%
Ausgaben für Tickets und eingelöste Gutscheine	- €	- €	0,0%
Summe der Ausgaben	1.054.000 €	1.144.000 €	



Dieses Diagramm macht deutlich, dass weiterhin mehr als die Hälfte des Budgets tatsächlich in Werbetätigkeiten und Projekte fließt und Verwaltungskosten eingespart wurden.

	Nachtrag 2025	2026
Rückzahlung von Bankkrediten/Darlehen, Rücklagenzuführung	- €	- €
Rücklagenauflösung	120.000 €	152.000 €
Rücklagenauflösung nach Förderungen	- 50.000 €	- 25.000 €
Rücklagenauflösung	70.000 €	127.000 €
Ergebnis/Saldo	- €	- €

8. Tätigkeitsberichte von Vorsitzendem und Geschäftsführerin

Vorsitzender Fritz Kaltenbrunner

Unter Punkt 4 wurde der Rechnungsabschluss 2025 bereits zur Kenntnis genommen und beschlossen. Der Vorsitzende hält ergänzend fest, dass der Verband finanziell sehr solide aufgestellt ist und die Budgetierung immer „sehr vorsichtig“ erstellt wird. Sowohl der Abgang im Jahr 2025 als auch der im Voranschlag 2026 ausgewiesene Abgang sind aus seiner Sicht noch gut tragbar, da in den vergangenen Jahren ausreichend Rücklagen aufgebaut wurden. Zudem wirtschaftet der Verband sehr sparsam und setzt die zur Verfügung stehenden Mittel zielgerichtet und verantwortungsvoll ein. Auf die konkreten Marketingaktivitäten, die mit den Mitteln der Interessentenbeiträge umgesetzt wurden, wird im Bericht der Geschäftsführerin näher eingegangen.

Am 01.07.2025 fand eine Gebarungsprüfung seitens der Aufsichtsbehörde/Land Steiermark statt und der Prüfbericht liegt nun vor.

- Prüfzeitraum: 10/2021 – 06/2025
- Gegenstand der Prüfung
 - Vollversammlung & Kommissionssitzungen
 - Vermögensgebarung & Haushaltsführung
 - Zusammenfassende Feststellungen

Zusammenfassend wurde dem Verband ein sehr gutes Zeugnis hinsichtlich Vermögensgebarung, Haushaltsführung, Mittelverwendung, Dokumentation, etc. ausgestellt.

Der Vorsitzende hält fest, dass die ehrenamtliche Tätigkeit der Kommission auch die Wahrnehmung von Terminen bei der Steiermärkischen Landesregierung umfasst, um die Interessen und Anliegen der Region zu vertreten. Beispielhaft wird in diesem Zusammenhang der Mobilitätstag mit Landesrätin Claudia Holzer angeführt.

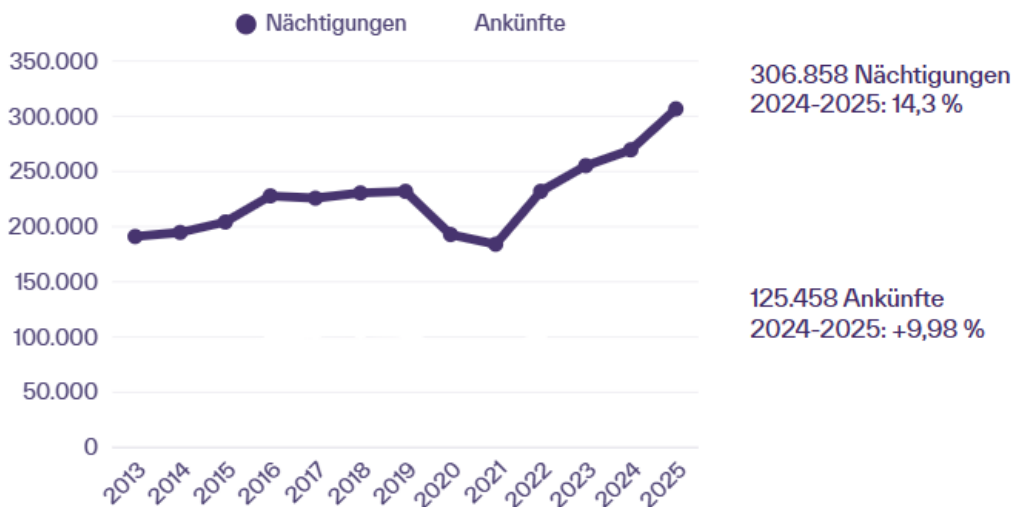
Abschließend wird darauf hingewiesen, dass in der Region knapp 30.000 Menschen leben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass touristische Investitionen nicht nur den Gästen, sondern auch der einheimischen Bevölkerung zugutekommen und wesentlich zur Steigerung der Lebensqualität in der Region beitragen. Investitionen in den Tourismus sind somit zugleich Investitionen in die nachhaltige Entwicklung und Attraktivität der Region.

Geschäftsführerin Jaqueline Egger

Der Rückblick auf das vergangene Jahr wurde bewusst nicht als Maßnahmenliste sondern als zusammenhängendes Gesamtbild, das die Entwicklung der Region in mehreren Dimensionen zeigt: touristisch, wirtschaftlich, inhaltlich und gesellschaftlich, dargestellt.

Entwicklung der Kennzahlen

Das Jahr 2025 stellte das bislang stärkste Jahr dar:



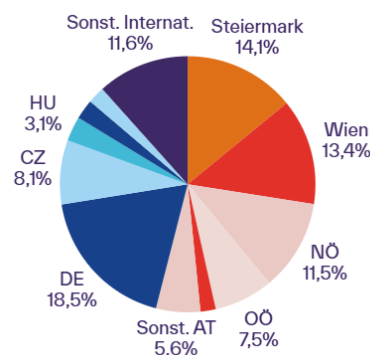
- +14 % Nächtigungen, +10 % Ankünfte gegenüber 2024
- +67 % Nächtigungen seit Gründung der Erlebnisregion (2021)

Es wurde betont, dass der Höchstwert an sich nicht entscheidend ist, sondern die Struktur dahinter.

Gätestruktur und Positionierung

Die Region weist eine ausgewogene Mischung aus nationalen und internationalen Gästen auf, wobei die internationalen Zuwächse stärker ausfallen. Diese Kombination stärkt die Stabilität und zeigt die Anschlussfähigkeit der Region über den lokalen Markt hinaus.

„Nur noch“ 53,9 % der Gäste kommen aus Österreich, immer stärker entwickelt sich auch der internationale Gast. Dieser macht inzwischen einen Anteil von 46,1 % aus, was verdeutlicht, dass das Angebot der Region nicht nur bei Inländern sondern auch bei internationalen Gästen sehr gut angenommen wird und das international angelegte Marketing sich bewährt.

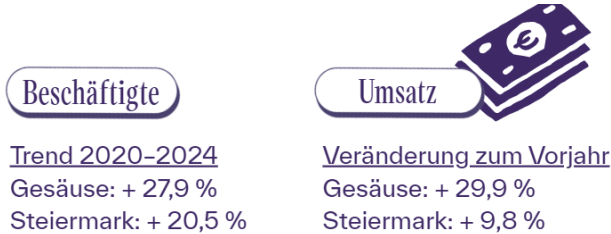


Saisonale Entwicklung

Der Winter verzeichnet Zuwächse. 75,6 % der Nchtigungen werden im Sommer (Mai – Oktober) und 24,4 % im Winter (November – April) erzielt. Dies wurde als wesentliches Signal gewertet, da eine Entwicklung außerhalb der Hauptsaison die Resilienz der Region stärkt.

Wirtschaftliche Wirkung

Der zentrale Fokus liegt auf der Wirkung des Tourismus:



- steigende Beschäftigung
- steigende Umsätze
- Entwicklung deutlich über dem steirischen Durchschnitt

Dies zeigt, dass regionale Potenziale erfolgreich in Wertschöpfung umgesetzt werden.

Strategische Ausrichtung

Die Entwicklung basiert nicht auf kurzfristigen Trends, sondern auf klaren Stärken der Region:

- Natur
- authentische Erlebnisse
- hohe Qualität
- geringere Dichte und mehr Raum

Diese Faktoren entsprechen aktuellen Nachfrageentwicklungen im Tourismus.

Beispielhafte Produktentwicklung

Als konkretes Beispiel für die Weiterentwicklung bestehender Angebote wurde die „**Hüttenrunde – vegan edition**“ vorgestellt. Das Projekt steht für die erfolgreiche Anpassung touristischer Angebote an neue Zielgruppen und Bedürfnisse, ohne die Identität der Region zu verändern.

Karoline Wöhri, Marketing, präsentierte dazu, dass im Gesäuse im Jahr 2025 der erste Höhenweg im Alpenraum umgesetzt wurde, auf dem Gäste auf Wunsch sieben Tage lang vegan genießen können. Der Erfolg dieser touristischen Produktidee des Tourismusverbands Gesäuse übertraf die Erwartungen deutlich.



Die Angebotsentwicklung wurde von ursprünglich sechs auf elf Hütten ausgeweitet. Damit konnte die gesamte Region noch stärker eingebunden werden, einschließlich Rottenmanner Hütte und Buchsteinhaus.

Es wurde von durchwegs positiven Rückmeldungen seitens der Hüttenwirt:innen und der Gäste berichtet. Zur Vermarktung wurde das gesamte Marketing-Portfolio eingesetzt. Das Projekt erzielte ein sehr starkes Medienecho. Bei einer bezahlten Medienleistung von rund 14.000 Euro wurde ein generierter Medienwert von 716.334 Euro erreicht.



Besonders hervorgehoben wurde die Strahlkraft des Projekts über die Region hinaus. Die „Hüttenrunde – vegan edition“ wurde auch von der Österreich Werbung als Vorzeigeprojekt wahrgenommen. In diesem Zusammenhang wurde ein Zitat von Sandra Neukart, COO der Österreich Werbung, angeführt, wonach das Projekt mit seinem innovativen Ansatz definitiv zu den Vorzeigeprojekten zählt. Es wurde betont, dass die Hüttenangebote eine positive Ausstrahlung auf die gesamte Region entfalten und damit breit wirksam sind, und das Projekt damit wesentlich zur Steigerung von Bekanntheit und Markenwert des Gesäuses über die Landesgrenzen hinaus beitrug.

Für 2026 ist eine Weiterentwicklung des Angebots unter dem Titel **„8 Tage, 7 Hütten, unendliche Weiten“** vorgesehen. Neu integriert wird dabei das buchbare Etappenziel **Buchsteinhaus**. Zusätzlich ist eine Neuauflage des Hüttenfolders samt begleitender Bewerbung geplant.

Abschließend wurde informiert, dass für die **Hesshütte** eine neue Pächterin gefunden werden konnte.

Digitalisierung: Digitale Gästemeldung

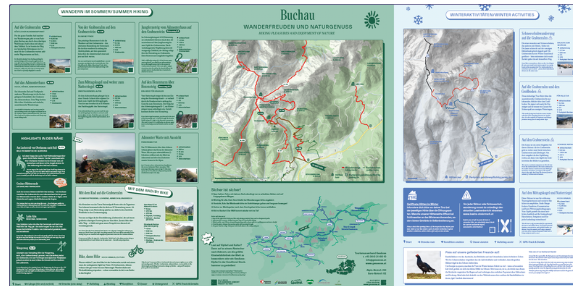
Sylvia Hofbauer informierte darüber, dass im Jahr 2025 die digitale Gästemeldung flächendeckend in allen neun Gemeinden umgesetzt wurde. Im Vorfeld fanden dazu Schulungen für Gemeindemitarbeiter:innen und Betriebe statt.

Die Gesamtbestellung wurde zentral über den Tourismusverband Gesäuse abgewickelt, wodurch eine Kostenreduktion erzielt werden konnte. Ergänzend dazu wird nun ein neues Vermieterhandbuch erstellt.

Bereits mehr als die Hälfte der rund 250 Unterkunftsbetriebe meldet inzwischen digital, mit weiterhin steigender Tendenz. Damit ist die Region auch für eine mögliche gesetzliche Verpflichtung in diesem Bereich gut aufgestellt.

LebensWERTER Lebensraum

Von der neuen Lebensraummanagerin Barbara Pirringer wurde hervorgehoben, dass Investitionen in die Freizeitwirtschaft weit über den Tourismus hinauswirken und direkt zur Lebensqualität in der Region beitragen. Wenn Einheimische und Gäste gleichermaßen profitieren, stärkt das den gesamten Lebensraum.



Schwerpunkte liegen im Gesäuse aktuell auf einer durchdachten Besucherlenkung, attraktiven und gut beschilderten Wegen für alle Jahreszeiten, ausgewiesenen MTB-Strecken vor Ort und im Tourenportal sowie auf der Sensibilisierung für Naturschutz und rücksichtsvolles Verhalten, insbesondere bei Skitouren und beim Mountainbiken.

Ein weiterer Fokus liegt auf einem stabilen Miteinander mit Grundbesitzer:innen, Betrieben und weiteren Beteiligten sowie auf zukunfts- und klimafitten Weiterentwicklungen in den Bereichen Rad, Bike und Ortskernbelebung.

Als konkrete Beispiele wurden das Wegweisungssystem, das Tourenportal, Regions- und Infotafeln sowie eine neue mehrtägige Gravelbike-Tour durch die Region genannt, die sich derzeit in Verkehrsprüfung befindet.

Naturnachtgebiet Eisenwurzen – Dark Sky Reserve

GF Egger berichtete zudem, dass das Gesäuse nun nachweislich zu den Gebieten mit der geringsten Lichtverschmutzung in Mitteleuropa zählt und damit über einen außergewöhnlich dunklen Nachthimmel verfügt.

Am 17. März 2026 wurden insgesamt 20 Gemeinden in Oberösterreich, Niederösterreich und der Steiermark sowie sechs Schutzgebiete als Dark Sky Reserve – Naturnachtgebiet Eisenwurzen zertifiziert. Damit ist das Gesäuse Teil des größten Naturnachtgebiets Mitteleuropas und eines der zehn größten Naturnachtgebiete weltweit.

Marketing-Schwerpunkt „Kulinarische Sternennächte

Für 2026 wurde angekündigt, das Thema Sternenhimmel und Naturnachtgebiet mit dem gesamten Marketing-Portfolio zu bearbeiten. Dabei sollen die Learnings aus dem Vorjahr, insbesondere aus der Kampagne zur *Hüttenrunde vegan edition, gezielt genutzt werden, um eine ähnlich starke Wirkung zu erzielen.

Vorgesehen sind neben neuen Veranstaltungsformaten unter anderem DOOH-Kampagnen, eine Beklebung der U4 in Wien, die Themenseite gesaeuse.at/sterne sowie begleitende Presse- und Marketingmaßnahmen.

Bild- und Videocontent / Performance Marketing

Als wesentliche Grundlage für die gesamte Kommunikation wurde von Karoline Wöhri sodann die laufende Produktion von Bild- und Videocontent betont. Dieser bildet die Basis für Print- und Onlinemaßnahmen gleichermaßen.

Umgesetzt wurden unter anderem Contentproduktionen im Format „1 Tag in ...“ für jede Gemeinde sowie Foto- und Videoproduktionen zu allen Kernthemen der Region.

Die bezahlten Social-Media-Kampagnen werden wieder direkt durch den Tourismusverband inhouse umgesetzt. Dabei konnte im Vergleich zu 2024 mit 10 % weniger Budget eine Steigerung der Website-Besuche um 122 % erzielt werden.

Interne und externe Kommunikation

GF Egger hielt informierte ebenfalls darüber, dass im Herbst des Vorjahres erstmals eine **Gesäuse Infozeitung** umgesetzt wurde. Diese erscheint nun halbjährlich und wird an rund 15.000 Haushalte verteilt. Ziel ist es, nicht nur touristische Kommunikation nach außen zu betreiben, sondern auch die Bevölkerung in der Region regelmäßig über Entwicklungen und Aktivitäten zu informieren.

Darüber hinaus werden den Betrieben erneut bewährte **Drucksorten** in überarbeiteter Form zur Verfügung gestellt werden. Diese seien in Kürze abholbereit. In diesem Zusammenhang wurde den Inserent:innen für ihre Unterstützung gedankt.

Neu aufgelegt wurden außerdem **Abrissblöcke mit Freizeittipps**. Die Grundidee stammt von Dagmar Zettler/Stiegenwirt Palfau. Für jede Gemeinde wurden darauf 30 Erlebnisse im Umkreis von 30 Kilometern zusammengestellt. Diese Drucksorten sollen den Betrieben als praktische Unterstützung im Gästekontakt dienen und liegen zur Mitnahme auf.

Bedeutung des Tourismus für die Region

Darüber hinaus betonte die Geschäftsführerin, dass Tourismus in der Region nicht nur in einzelnen Projekten sichtbar werde, sondern insgesamt eine tragende Wirkung entfalte. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten zeige sich, dass der Tourismus im Vergleich zu anderen Branchen eine hohe Resilienz aufweise.

Als Grund dafür wurde insbesondere die regionale Struktur genannt: Viele Angebote und wirtschaftliche Effekte seien kleinräumig organisiert, regional verankert und auf viele Schultern verteilt. Dadurch entstehe eine robuste wirtschaftliche Basis, von der Betriebe, Gemeinden und zahlreiche Menschen in der Region profitieren.

Gleichzeitig wurde klargestellt, dass diese Stabilität kein Grund sei, sich zurückzulehnen. Vielmehr brauche ein tragfähiger Tourismus laufende Weiterentwicklung, insbesondere in den Bereichen Qualität, Verlässlichkeit und Angebotsvielfalt.

Weiterentwicklung des touristischen Angebots

Angesprochen wurde auch die Notwendigkeit, das touristische Angebot so aufzustellen, dass es nicht ausschließlich von idealen Wetter- oder Winterbedingungen abhängig ist. Ein schwächerer Winter dürfe nicht automatisch zu einer Stornowelle führen. Daher brauche es attraktive Alternativen und einen Tourismus, der auch dann funktioniere, wenn äußere Bedingungen weniger günstig seien.

Als zentrale Stärke der Region wurde hervorgehoben, dass es nicht primär um Rekorde gehe, sondern um eine nachhaltige Weiterentwicklung des Gesäuses als attraktiven Lebens-, Arbeits- und Erholungsraum. Ziel sei ein Tourismus, der wirtschaftlich trägt, die

Region stärkt und dazu beiträgt, dass Gäste gerne wiederkommen und Einheimische gut und gerne mit und vom Tourismus leben können.

Abschließend wurde festgehalten, dass die dargestellten Maßnahmen und Entwicklungen insgesamt ein klares Bild ergeben: Das Gesäuse gewinnt weiter an Profil, Wert und Wirkung. Erfolg zeige sich dabei nicht zwingend im Größenwachstum, sondern in einer schrittweisen, wirksamen und nachhaltigen Entwicklung der Region.

9. Eingebachte Anträge

Es wurden keine Anträge eingebracht

10. Allfälliges

Im Rahmen des letzten Punktes der Tagesordnung wurde der eingeschlagene Weg hin zu einem stärkeren Miteinander und zu einer offeneren Kommunikation mehrfach als positive Entwicklung hervorgehoben. Gleichzeitig wurde der Wunsch geäußert, diesen Weg weiterzuführen und noch stärker auszubauen.

Anlass für diese Wortmeldungen war unter anderem die Räumung einer Forststraße während der ohnehin kurzen Skitourensaison, was bei mehreren Anwesenden auf Unverständnis stieß. Es wurde festgehalten, dass auch seitens des Tourismusverbands im Vorfeld keine Kenntnis über diese Maßnahme bestand. Einigkeit bestand darin, dass in vergleichbaren Fällen künftig frühzeitig das Gespräch gesucht und mit entsprechendem Fingerspitzengefühl vorgegangen werden soll, um gegenseitiges Verständnis und Bewusstsein zu fördern.

Im weiteren Verlauf wurde die touristische Situation im Winter thematisiert. Mehrere Wortmeldungen verwiesen auf die Herausforderungen durch Schneemangel, ausbleibende Gäste und die damit verbundenen wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Betriebe. In diesem Zusammenhang wurde festgehalten, dass neue wintertouristische Angebote und Perspektiven für die Region notwendig sind. Dazu wurde der Vorschlag eingebracht, eine eigene Klausur zum Thema Winter, Schneemangel und neue Möglichkeiten abzuhalten. Seitens der Geschäftsführung wurde eine gemeinsame Klausur angeregt und alle Interessierten zur Mitarbeit eingeladen.

Ein weiterer Diskussionspunkt betraf die touristische Infrastruktur im Umfeld des Nationalparks. Dabei wurde angesprochen, dass Gäste in der Region teilweise nur eingeschränkte Möglichkeiten haben, Geld auszugeben oder gastronomische Angebote zu nutzen. Seitens der Geschäftsführung des Nationalparks wurde darauf verwiesen, dass in den vergangenen Jahren bereits wichtige Entwicklungen und Investitionen gelungen sind, etwa durch den neuen Pächter des Pavillons und der Nationalpark Lodge in Gstatterboden. Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass Infrastrukturmaßnahmen – beispielsweise im Bereich der Bachbrücke – mit sehr hohem Investitionsbedarf verbunden und daher besonders herausfordernd sind. Zudem wurde betont, dass auf Flächen des Nationalparks keine Neubauten möglich sind, da der Schutz der Natur klar im Vordergrund steht. Als

besondere Stärke der Region wurde in diesem Zusammenhang das Zusammenspiel von Schutzgebiet, Tourismus und regionaler Entwicklung hervorgehoben.

Breiten Raum nahm auch das Thema Radfahren und Bikeentwicklung ein. Mehrere Wortmeldungen sprachen sich dafür aus, diesen Weg konsequent weiterzuverfolgen und insbesondere die Zwischensaison durch das Thema Radfahren stärker zu beleben. Darin wurde eine wichtige Chance für Handel, Gastronomie und Beherbergung gesehen. Zugleich wurde festgehalten, dass eine radfreundliche Ausrichtung der Region grundsätzlich gewünscht ist, konkrete Umsetzungen derzeit jedoch vor allem an Wegentgelten und noch offenen Vereinbarungen mit Grundbesitzer:innen scheitern. Ziel bleibt es, gemeinsam mit allen Beteiligten tragfähige und finanzierbare Lösungen zu erarbeiten.

Ende der Sitzung um 20:20 Uhr

Protokoll erstellt von Sylvia Hofbauer

Protokoll freigegeben vom Vorsitzenden Fritz Kaltenbrunner



Protokollführer



Vorsitzender