



RAHMENKONZEPT EINER „MEHRDIMENSIONALEN NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR TIROLER DESTINATIONEN“ & NACHHALTIGKEITSBERICHT 2023

ZUSAMMENFASSUNG

MCI MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK

Hubert Siller (Leitung), Fabian Erhart, Theresa Mitterer-Leitner, Ralf Roth, Franz Tschiderer

TIROL WERBUNG

Ingrid Schneider (Leitung), Mirjam Linge, Johanna Purin

VTT VERBAND DER TIROLER TOURISMUSVERBÄNDE

Lukas Heymich (Leitung)

Stand Juli 2023

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	2
2	RELEVANZ & HINTERGRUND	3
3	ZIELSETZUNG DES RAHMENKONZEPTS	4
4	VORGEHENSWEISE	5
5	INHALT DES RAHMENKONZEPTS	5
5.1	Planung	6
5.2	Governance	6
5.3	Umsetzung	6
5.4	Dashboard	7
5.5	Berichtslegung	7
5.6	Ausbildung	7
6	HANDLUNGSFELDER	9
01	Klimaschutz & Mobilität	9
02	Abfall	10
03	Biodiversität & Landschaftsschutz	10
04	Mitarbeitende	11
05	Tourismus-Einstellung Bevölkerung	11
06	Regionalität	11
07	Nachfrage	12
08	Angebot	12
09	Wertschöpfung	13
7	LITERATURVERZEICHNIS	14
8	NACHHALTIGKEITSBERICHT TIROLER TOURISMUSVERBÄNDE 2023	15

1 EINLEITUNG

Nachhaltige Entwicklung im Tiroler Tourismus versteht sich als eine kollektive Haltung, die konsequent in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und in jeglichen Prozessen zu verankern ist. Aus dem Tiroler Weg und dem darin formulierten Selbstverständnis im Tiroler Tourismus geht hervor, dass Tirol „...für eine Balance aus wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit“ steht (Land Tirol et al., 2021, S. 17). Somit greift der „Tiroler Weg“ diese konstitutiven Bereiche nachhaltiger Tourismusentwicklung durch die Adressierung der Dimensionen Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie sowie deren kontinuierliches Monitoring auf. Diese Mehrdimensionalität der Nachhaltigkeit bildet das Fundament für einen langfristig lebenswerten Lebensraum, einen kraftspendenden Erholungsraum und einen wettbewerbsfähigen Wirtschaftsraum. Als direkte Konsequenz und zur Umsetzung dieser im Tiroler Weg festgelegten Leitlinien, ist die **„Lenkung der Nachhaltigkeit in Destinationen“** unabdingbar.

Die in diesem Kontext genannten **Leitmaßnahmen** „Lenkung der Nachhaltigkeit in der Destination“, „Mobilitätsoffensive & Klimaneutralität“ und „Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe“ bilden eine Vorgabe zur weiteren Bearbeitung hin zu einer nachhaltigen Destinationsentwicklung in Tirol. Des Weiteren finden sich in den übrigen drei großen Leitlinien weitere Leitmaßnahmen wie „Respektvolle Raumnutzung“, „Lenkung der Nachhaltigkeit für Tourismusbetriebe“ sowie „Forschungsgeleitete Innovationsansätze im Tourismus“, welche Anknüpfungspunkte für eine nachhaltige Entwicklung auf Ebene der Destination sowie der Betriebe implizieren.

Die **Etablierung von nachhaltigen Strukturen** und Prozessen ist eine Notwendigkeit zur **Stärkung des Tiroler Tourismus** sowie zum Aufbau einer gewissen Resilienz und Widerstandsfähigkeit in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. In Bezug auf eine nachhaltige Tourismusentwicklung befinden sich die Tiroler Destinationen in unterschiedlichen Ausgangspositionen. Sie stehen nicht nur vor verschiedenen Problemstellungen und weisen unterschiedliche Stärken und Schwächen in Bezug auf eine Umsetzung von Maßnahmen nachhaltiger Tourismusentwicklung auf, sondern engagieren sich auch bereits in unterschiedlichem Ausmaß in diesem Bereich. Die Besonderheiten und individuellen Voraussetzungen jeder einzelnen Tiroler Destination sind zum einen Wettbewerbsvorteil am Markt, zum anderen stellt diese Heterogenität eine Herausforderung in der Konzeption und Durchführung der „Mehrdimensionalen Nachhaltigkeitsstrategie für Tiroler Destinationen“ dar. Kernaufgabe dieser Strategie ist daher, zentrale, für alle Destinationen gültige und umsetzbare Handlungsfelder und Indikatoren zu definieren, sowie eine Art Katalysator zur Etablierung eines Nachhaltigkeitsprozesses innerhalb einer Destination zu sein.

Das folgende Rahmenkonzept einer „Mehrdimensionalen Nachhaltigkeitsstrategie für Tiroler Destinationen“, erarbeitet durch das MCI Management Center Innsbruck operationalisiert die im Tiroler Weg vereinbarten strategischen Ziele und stellt den Ausgangspunkt einer nachhaltigen Destinationsentwicklung sowie eine Blaupause für zukünftige Nachhaltigkeits-Berichtslegungen dar. In weiterer Folge, wird das Rahmenkonzept durch den Nachhaltigkeitsbericht 2023 der Tirol Werbung komplettiert, welcher einen ersten Einblick und Status-quo der Nachhaltigkeitsbestrebungen der Tiroler Tourismusverbände zulässt.

2 RELEVANZ & HINTERGRUND

Die Tourismusstrategie „**Tiroler Weg**“ ist als kontinuierlicher Prozess der nachhaltigen Tourismusedwicklung zu verstehen. Diese Nachhaltigkeitsbestrebungen wurden auch im Tiroler Tourismusgesetz verankert, insbesondere in den Paragraphen §3 Abs. 2 a), §14 Abs. 1 c), §16 Abs. 1 g), §17 Abs. 2 c) & e), §17a sowie §20 Abs. 2 h) & i).

Konkret haben die Tiroler Tourismusverbände „eine verantwortungsvolle, nachhaltige und ressourcenschonende Entwicklung des Tourismus sicherzustellen“ und „sich dabei an den Erfordernissen der Regionalität, eines sachgerechten Ausgleichs von Markt- bzw. Wettbewerbsinteressen und den Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung sowie der Raumverträglichkeit der touristischen Angebote, wie sie in tourismusstrategischen Grundlagenarbeiten und Strategiepapieren von landesweiter Tragweite zum Ausdruck kommen, zu orientieren“ (§3 Abs. 1).

In diesem Kontext einer nachhaltigen Entwicklung gehören zu den **Aufgaben der Geschäftsführung der Tourismusverbände**,

- die Erarbeitung tourismusstrategischer Grundsätze für das Verbandsgebiet einschließlich einer **regionalen Nachhaltigkeitsstrategie**,
- die Erarbeitung eines jährlichen **Nachhaltigkeitsberichtes** ab 2023 und
- die Bestellung eines **Nachhaltigkeitskoordinators/einer Nachhaltigkeitskoordinatorin**.

Der **Verband der Tiroler Tourismusverbände** trägt ebenso Verantwortung für die Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung und übernimmt gemäß §20 Abs. 2 h) & i) die Aufgaben der

- **Aus- und Weiterbildung** der Nachhaltigkeitskoordinator:innen und
- die **Zusammenführung** der jährlichen regionalen **Nachhaltigkeitsberichte** zu einem landesweiten Nachhaltigkeitsbericht und dessen Vorlage an die Landesregierung.

Die Entwicklung einer mehrdimensionalen, regionalen Nachhaltigkeitsstrategie für Destinationen ist ein wichtiger Schritt, um die Ziele des "Tiroler Wegs", der Gesetzgebung sowie nationaler und internationaler Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

3 ZIELSETZUNG DES RAHMENKONZEPTS

Ziel des vorliegenden Rahmenkonzeptes zur Umsetzung der oben genannten mehrdimensionalen, regionalen Nachhaltigkeitsstrategie ist

- die **Festlegung** landesweiter einheitlicher **Basis-Bestandteile** („Handlungsfelder“ und „Indikatoren“) einer mehrdimensionalen, regionalen Nachhaltigkeitsstrategie. Unter „mehrdimensional“ ist die gleichwertige Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und soziokultureller Aspekte zu verstehen.
- die Vorlage eines **Leitfadens** zu den **Elementen** einer nachhaltigen Destinationsentwicklung (Abb. 1). Das sind
 - o Planung
 - o Governance (strukturelle Organisation)
 - o Umsetzung
 - o Dashboard (Monitoring nachhaltiger Entwicklung in den Destinationen)
 - o Bericht

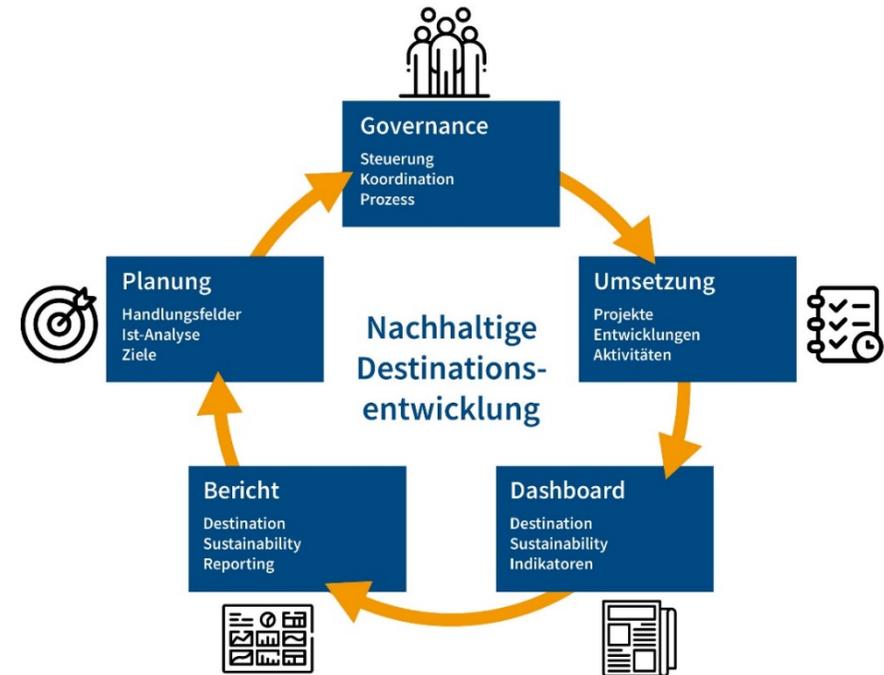


Abbildung 1: Elemente/Kreislauf einer Nachhaltigen Destinationsentwicklung

Das vorliegende Rahmenkonzept zielt insbesondere darauf ab, neben den oben genannten Grundzielen einer „verantwortungsvollen, nachhaltigen und ressourcenschonenden Entwicklung des Tourismus“ eine **praxisorientierte, langfristige** und **tiefgreifende Umsetzung** der **Nachhaltigkeitsstrategie** zu unterstützen.

Sowohl die **Dynamik** nachhaltiger Tourismusedwicklung als auch die erwarteten **Lerneffekte** und laufend verbesserte **Datenverfügbarkeit** machen es möglich, dass das Rahmenkonzept stetig **optimiert** und **angepasst** wird.

4 VORGEHENSWEISE

Das Rahmenkonzept für die Entwicklung und Umsetzung einer mehrdimensionalen, regionalen Nachhaltigkeitsstrategie wurde in zwei Phasen entwickelt. In der **ersten Phase („Konzeptionsphase“)** wurden **Themen, Handlungsfelder** und **Indikatoren** auf Basis des Tiroler Wegs, aktueller Forschung und Studien sowie Konzepte und Indikatoren zur nachhaltigen Tourismusedwicklung (v.a. den „Sustainable Development Goals“ – „SDGs“ der Vereinten Nationen und den Destinations-Kriterien des Global Sustainability Councils – GSTC-DC) definiert (GSTC, 2019). Zudem wurden in Expertengesprächen und in Workshops mit Vertreter:innen der Tourismusverbände konkrete Themenbereiche für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Tirol eruiert.

In der **zweiten Phase („Pilotierungsphase“)** wurden in Zusammenarbeit mit der **Tirol Werbung** sowie in praxisorientierten **Workshops** mit den **Pilotregionen**, der Tourismusverbände **Tiroler Oberland / Erlebnisregion Kaunertal, Serfaus-Fiss-Ladis, Wilder Kaiser, Ötztal** und **Seefeld** sowie vertiefenden **Expertengesprächen** Themenbereiche, Handlungsfelder, Indikatoren und deren Erhebung konkretisiert sowie Grundlagen für die Governance, den Prozess der Umsetzung und das Monitoring einer mehrdimensionalen Nachhaltigkeitsstrategie für Destinationen erarbeitet.

Im intensiven Austausch mit den Pilotregionen wurde die Notwendigkeit eines **Ausbildungs- und Weiterbildungskonzeptes** für die **Nachhaltigkeitskoordinator:innen**, sowie die Schaffung einer **zentralen Anlauf- und Datenerhebungsstelle** für die Tourismusverbände als grundlegend erachtet.

5 INHALT DES RAHMENKONZEPTS

Das Rahmenkonzept einer mehrdimensionalen, regionalen Nachhaltigkeitsstrategie sieht zentrale Elemente vor, welche in einem Leitfaden für die Tourismusverbände konkret beschrieben werden (**Punkte 4.1 - 4.5**). Zudem wurde im Austausch mit dem Verband der Tiroler Tourismusverbände ein Basis-Konzept für die Ausbildung der Nachhaltigkeitskoordination erarbeitet (**Punkt 4.6**).

Das Rahmenkonzept und der entsprechende Leitfaden für Tourismusverbände sieht vor, dass die Tourismusverbände **einheitliche Basis-Bestandteile, Handlungsfelder und Indikatoren zur Messung der nachhaltigen Entwicklung** berücksichtigen müssen, sodass ein landesweites Bild zur **nachhaltigen Destinationsentwicklung in Tirol** entsteht. Dennoch gibt das Konzept explizit Spielraum für die Berücksichtigung individueller Prioritäten und zusätzlicher, destinationsspezifischer Themenbereiche zur Entwicklung einer stärken- und bedarfsorientierten Nachhaltigkeitsstrategie.

5.1 PLANUNG

Die Planung ist die Grundlage für eine Nachhaltigkeitsstrategie und umfasst die **Analyse** der aktuellen Situation auf Basis zumindest der landesweit einheitlichen **Handlungsfelder** und Indikatoren. Diese werden in Punkt 5 dargestellt. Auf Basis der Analyse werden destinationsspezifische **Ziele** in allen Themenbereichen definiert. Übergeordnet den obigen Punkten sind die **Grundhaltung**, die **normative Ausrichtung** (Vision und Mission) sowie **langfristige Ziele** der jeweiligen Destination im Kontext nachhaltiger Entwicklung zu erarbeiten.

5.2 GOVERNANCE

Als Grundlage zur Erarbeitung, laufenden Umsetzung und des Monitorings der Nachhaltigkeitsstrategie ist eine „**Struktur der Verantwortung**“ sowie konkrete Prozesse erforderlich. Um eine nachhaltige Entwicklung innerhalb der Destinationen tiefgreifend, langfristig und systematisch voranzutreiben, ist zudem ein breites **Commitment** innerhalb des Stakeholder- und Kernleistungsträgernetzwerks, eine klare Verantwortlichkeit bei den erforderlichen Aufgaben sowie eine verbindliche Beschlussfassung von Zielen und Maßnahmen erforderlich. Das vorliegende Rahmenkonzept schlägt daher neben den gesetzlich festgelegten Aufgaben der Geschäftsführung und der Nachhaltigkeitskoordination die Installation **zweier Verantwortungsebenen** vor:

- Eine **Nachhaltigkeits-Steuerungsebene (Sustainability Board)**, welche möglichst Vertreter:innen aller für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie relevanten Stakeholder umfasst und den Prozess strategisch steuert (z.B. mit Vertretern aus dem TVB-Aufsichtsrat, der Kernleistungsträger, der Gemeinde sowie weitere wichtige Stakeholder)
- Eine **Nachhaltigkeits-Managementebene**, welche die Geschäftsführung, Nachhaltigkeitskoordination und das operative Team der Tourismusverbände umfasst.

5.3 UMSETZUNG

Die Umsetzung umfasst die **Erarbeitung konkreter Projekte** zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele im Bereich der Handlungsfelder, die **Entwicklung spezifischer, operativer Prozesse** innerhalb und außerhalb der Organisation, sowie punktueller Aktionen und Maßnahmen im Sinne einer nachhaltigen Tourismusentwicklung.

5.4 DASHBOARD

Zur Übersicht, der Status-quo Ermittlung und dem Monitoring einer nachhaltigen Entwicklung, sieht das Rahmenkonzept die Darstellung der definierten Handlungsfelder mittels Indikatoren in einem Dashboard vor. Dieses Dashboard soll zunächst vor allem der internen Information der Tourismusverbände und ihrer Stakeholder sowie der Berichtslegung dienen, ein Dashboard bietet aber auch weiteres Potential, bspw. eines (landesweiten, anonymisierten) Benchmarks bzw. eines transparenten Informationstransfers an weitere Stakeholdergruppen.

5.5 BERICHTSLEGUNG

Alle oben genannten Punkte müssen im **gesetzlich verlangten Nachhaltigkeitsbericht** dokumentiert werden. Das Rahmenkonzept gibt dazu im „**Leitfaden zur nachhaltigen Destinationsentwicklung**“ eine **konkrete Struktur** vor, welche die Einheitlichkeit und damit die Zusammenführung der Ergebnisse auf Landesebene ermöglicht. Alle Basis-Bestandteile („Maßnahmen“ und „Indikatoren“) unterliegen dem sogenannten „Comply or Explain“ Prinzip in der Berichtslegung. Jene Maßnahmen und Indikatoren, welche in den Handlungsfeldern definiert sind und berichtspflichtig sind, müssen auch durch die Berichtslegung offengelegt werden (Comply). Bei jenen Maßnahmen, bei welchen etwaige Abweichungen zu den festgesetzten Handlungsfeldern, Maßnahmen und Indikatoren aufgekommen sind, muss argumentativ über die Berichtslegung erklärt werden, weshalb über die Maßnahmen bzw. den Indikator nicht berichtet werden kann (Explain).

5.6 AUSBILDUNG

Es besteht gemäß der in die Pilotierung eingebundenen Tourismusverbänden ein zwingender Bedarf an einer gezielten **Aus- und Weiterbildung der Nachhaltigkeitskoordinator:innen**, welche zugleich den **Wissensaustausch** zwischen den Destinationen, aber auch zwischen allen mit der nachhaltigen Tourismusedwicklung in Tirol betrauten Organisationen dienen soll.

In Zusammenarbeit mit dem gemäß Tiroler Tourismusgesetz (§20 Abs. 2 h) für die Ausbildung verantwortlichen **Verband der Tiroler Tourismusverbände (VTT)** wurde daher seitens des MCI Management Center Innsbruck folgendes Grundkonzept erarbeitet:

- Lehreinheiten, bestehend aus **4 Modulen á 12 -16 Unterrichtseinheiten** (zuzüglich asynchronen Lernelementen). Jedenfalls sollten insgesamt zwei Ausbildungs- bzw. Weiterbildungsplätze pro TVB zur Verfügung gestellt werden (Abb. 2).



Abbildung 2: Module für die Ausbildung der Nachhaltigkeitskoordination

- Lehre, Austausch und Workshops mit **Expert:innen** aus den **Handlungsfeldern**, der **Tourismusforschung**, der **Tirol Werbung**, dem **Land Tirol** sowie **internationalen Organisationen**

Träger des neuartigen Aus- und Weiterbildungsprogrammes sollte der **VTT Verband der Tiroler Tourismusverbände** in Kooperation mit dem Land Tirol, der Tirol Werbung und dem MCI Management Center Innsbruck sein. Ein **offizielles Zertifikat** des wissenschaftlichen Partners MCI Management Center Innsbruck soll den Wert des Programmes zusätzlich erhöhen.

6 HANDLUNGSFELDER

Das Rahmenkonzept für eine mehrdimensionale, regionale Nachhaltigkeitsstrategie umfasst die in der folgenden Tabelle dargestellten Handlungsfelder und Indikatoren. Der „Leitfaden zur nachhaltigen Destinationsentwicklung in Tirol“ für die Tourismusverbände enthält zudem konkrete Angaben und Datenquellen zur Berechnung der Indikatoren.

HANDLUNGSFELD	INDIKATOR	ERHEBUNG	SDG & ANMERKUNG
01 KLIMASCHUTZ & MOBILITÄT	01.01	Anteil des Energieverbrauchs aus erneuerbaren Quellen am Gesamtenergieverbrauch je Destination	  
	01.02	Energieverbrauch Beherbergung, Gastronomie, & Freizeitinfrastruktur in MWh/Nächtigung	
	01.03	Treibhausgasemission Beherbergung, Gastronomie, & Freizeitinfrastruktur in Kg CO2e/Nächtigung	
	01.04	Treibhausgasemissionen (CO2e) aus der touristischen Vor-Ort Mobilität pro Tag/Gast in kg/t & total pro Gemeinde/Destination in t	
	01.05	Treibhausgasemissionen (CO2e) aus der touristischen An- & Abreise Mobilität pro Gast/Aufenthalt in kg/t & total pro Gemeinde/Destination* in t.	
		<p>Dezentrale Erhebung, Daten vorhanden Energiemosaik;</p> <p><i>Aufgrund mangelnder Daten und Datenerhebungsmöglichkeiten vorerst Status Quo Erhebung gemäß Daten Energiemosaik; Verbesserung der Datenqualität zur Entwicklungsmessung durch neue Datenbanken und zentrale Erhebungen erforderlich!</i></p> <p>Dezentrale Erhebung/Befragung erforderlich;</p> <p>Dezentrale Erhebung/Befragung erforderlich;</p>	

HANDLUNGSFELD	INDIKATOR	ERHEBUNG	SDG & ANMERKUNG
02 ABFALL	02.01	Abfallmenge nach Abfallfraktion in kg bzw. t je Gemeinde/Destination (Restmüll, Sperrmüll, Bioabfall, Altglas Bunt/Weiß, Leichtverpackung)	Dezentrale Erhebung; Datenherkunft Gemeinde und ggf. Partnerunternehmen (ARA);
			
03 BIODIVERSITÄT & LANDSCHAFTSSCHUTZ	03.01	Flächeninanspruchnahme in % der Gesamtfläche je Destination	Dezentrale Erhebung, Daten über BEV vorhanden, Gemeindedaten addieren;
	03.02	Landwirtschaftliche Flächen absolut in ha (Almfutterflächen, extensive/intensive LW Fläche) und in % der Gesamtfläche je Destination	Dezentrale Erhebung, Daten vorhanden (Land Tirol), Gemeindedaten addieren;
	03.03	Schutzgebietsfläche absolut in ha und in % der Gesamtfläche je Destination	Dezentrale Erhebung, Daten vorhanden (Land Tirol), Gemeindedaten addieren;
	03.04	(Netto)Pistenflächen absolut in ha und in % der Gesamtfläche der Destination	Dezentral Erhebung, Daten bei Seilbahnen erheben;
			Flächeninanspruchnahme = Verlust des biologisch produktiven Bodens durch Verbauung für Siedlungs- & Verkehrszwecke, intensive Erholungsnutzungen, Deponien, Abbauflächen, Betriebsanlagen und ähnliche Intensivnutzungen;

HANDLUNGSFELD	INDIKATOR	ERHEBUNG	SDG & ANMERKUNG
			   
04 MITARBEITENDE	04.01	Nationalität der Beschäftigten bei den Kernleistungsträgern	   
	04.02	Saisonale Schwankungen der Beschäftigungsverhältnisse nach Kernleistungsträger	
05 TOURISMUS-EINSTELLUNG BEVÖLKERUNG	05.01	Anteil der Bevölkerung , für den die Vorteile des Tourismus in ihrer Destination die Nachteile überwiegen	 
	05.02	Befragung Tourismuseinstellung/-akzeptanz nach Tourismusintensität der Heimatgemeinde	
	05.03	Tourismusintensität (Verhältnis der durchschnittlichen täglichen Übernachtungen in Relation zu der in der Destination ansässigen Bevölkerung)	
06 REGIONALITÄT	06.01	Anteil regionaler (tiroler/österreichischer) Produkte der Kategorien Milch, Fleisch, Eier im Gastrogroßhandel;	

HANDLUNGSFELD	INDIKATOR	ERHEBUNG	SDG & ANMERKUNG
		Gastgewerbe in % des tirolweiten Wareneinsatzes;	
	06.02	Anzahl und Anteil zertifizierter (Regionalitäts-Labels, z.B. QHS der AMA, Bewusst Tirol, Bio Austria etc.) Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe an gesamten Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben je Destination	Dezentrale Erhebung, Daten verfügbar;
			     
07 NACHFRAGE	07.01	Ankünfte auf Gemeinde- und Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison)	Dezentrale Erhebung, Daten liegen vor (Meldestatistik);
	07.02	Nächtigungen auf Gemeinde- und Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison)	
	07.03	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf Gemeinde- und Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison)	
	07.04	Auslastung in % auf Gemeinde- und Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison)	
	07.05	Vollbelegungsstage auf Gemeinde- und Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison)	
08 ANGEBOT	08.01	Bettenentwicklung auf Destinationsebene (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison, monatlich) sowie je nach Kategorie (4/5 Stern	Dezentrale Erhebung, Daten liegen vor (Meldestatistik);
			   

HANDLUNGSFELD	INDIKATOR	ERHEBUNG	SDG & ANMERKUNG
	Hotels, 3 Stern Hotels, 2/1 Stern Hotel, Ferienwohnungen, Privatquartiere, übrige Unterkünfte)		 
	08.02 Gästeszufriedenheit mittels NPS (Net Promoter Score) (Tourismusjahr, Wintersaison, Sommersaison, monatlich) auf Destinationsebene	Dezentrale/zentrale Erhebung – Integration des zentral erstellten und standardisierten NPS-Sets in bestehende Gästebefragungen der Destinationen	 
09 WERTSCHÖPFUNG	09.01 Beherbergungsumsatz pro Bett auf Destinationsebene (Tourismusjahr sowie im Zeitvergleich)	Zentrale Erhebung bzw. Prognose, Destination Research;	 
	09.02 Touristischer Kernumsatz (Kernleistungsträger) auf Destinationsebene (Tourismusjahr sowie im Zeitvergleich)		 

7 LITERATURVERZEICHNIS

- Alpenkonvention (2021). *Messung der Nachhaltigkeit von Tourismus in Bergdestinationen in den Alpen. Handbuch*. Innsbruck: Ständiges Sekretariat der Alpenkonvention.
- Amt der Tiroler Landesregierung (2021). *Tiroler Nachhaltigkeits- und Klimastrategie. Leben mit Zukunft*. Innsbruck.
- Amt der Tiroler Landesregierung (2022). *Leben mit Zukunft. Tiroler Nachhaltigkeits- und Klimastrategie. Maßnahmenprogramm 2022-2024*. Innsbruck.
- Tiroler Tourismusgesetz (2006). <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=LrT&Gesetzesnummer=20000163>
- BMK, & VKI (2022). *Österreichisches Umweltzeichen. Richtlinie ZU 82. Tourismusdestinationen. Version 1.0*. Wien.
- Europäische Union (2016). *The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- GSTC (2019). *Destinationskriterien des GSTC. Version 2.0*. Washington D.C.: The Global Sustainable Tourism Council.
- Land Tirol, Tirol Werbung, Wirtschaftskammer Tirol, & Verband der Tiroler Tourismusverbände (2021). *Der Tiroler Weg. Perspektiven für eine verantwortungsvolle Tourismusentwicklung*. Innsbruck.
- Rat der Europäischen Union (2006). *Review of the EU Sustainable Development Strategy (EU SDS) – Renewed Strategy*, 10917/16. Brüssel.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2021). *Berichtsrahmen nachhaltige Kommune auf Basis des DNK. Ergebnis eines Stakeholderprozesses des Rats für Nachhaltige Entwicklung. Handreichung für Kommunen*. Berlin
- TourCert gGmbH (2018). *Kriterienkatalog für Destinationen*. Stuttgart.

8 NACHHALTIGKEITSBERICHT TIROLER TOURISMUSVERBÄNDE 2023

Im Zuge einer ersten Status-quo Erhebung durch die Tirol Werbung mit dem Nachhaltigkeitscheck, konnten erste wertvolle Informationen zu den jeweiligen Nachhaltigkeitsbestrebungen der Tiroler Destinationen bzw. Tourismusverbände in vier Themenbereichen gewonnen werden. Über ein Onlinetool konnten die 34 Tiroler Destinationen 91 Fragen selbstständig beantworten und selbst evaluieren, inwieweit ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen in den jeweiligen Themenbereichen fortgeschritten sind. Management, sozioökonomische Nachhaltigkeit, kulturelle Nachhaltigkeit und ökologische Nachhaltigkeit bilden somit die thematische Basis der Befragung, welche sich kongruent mit internationalen Kriterien wie den GSTC Destinationskriterien sowie den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen verhalten. Zusätzlich wurde dabei auch der Deckungsgrad zu nationalen und internationalen Zertifizierungsprogrammen dargestellt, um mögliche zukünftige Potentiale zur Zertifizierung der jeweiligen Destination aufzuzeigen.

In den folgenden 13 Folien werden im Format einer Präsentation, die Ergebnisse der Befragung bzw. des „Nachhaltigkeitscheck für TVBs“ im „Nachhaltigkeitsbericht Tiroler Tourismusverbände“ für das Jahr 2023 für Tirol zusammengefasst und dargestellt.

HERZ DER ALPEN



NACHHALTIGKEITSBERICHT TIROLER TOURISMUSVERBÄNDE

Juni 2023

LEBENSRAUM **TIROL**

AUSGANGSLAGE

Ausgangslage

Mit dem **Tiroler Weg als Tourismusstrategie des Landes Tirol**, möchte sich der Tiroler Tourismus ganzheitlich, im Sinne der drei Nachhaltigkeitsdimensionen, weiterentwickeln. Um eine **Balance dieser drei Dimensionen** zu fördern, bedarf es einer klaren Ausrichtung samt Kennzahlen, anhand derer Nachhaltigkeit gemessen werden kann.

Nach Änderung des Tiroler Tourismusgesetzes per Februar 2022 sollen Tourismusverbände eine Nachhaltigkeitskoordination bestellen, welche sich mit den Thematiken einer **Nachhaltigkeitsstrategie**, eines **Nachhaltigkeitsberichtes** und einer entsprechenden **Nachhaltigkeitskommunikation** für die Region auseinandersetzt. Aus den Nachhaltigkeitsberichten soll ein landesweiter, zusammengeführter Nachhaltigkeitsbericht hervorgehen.



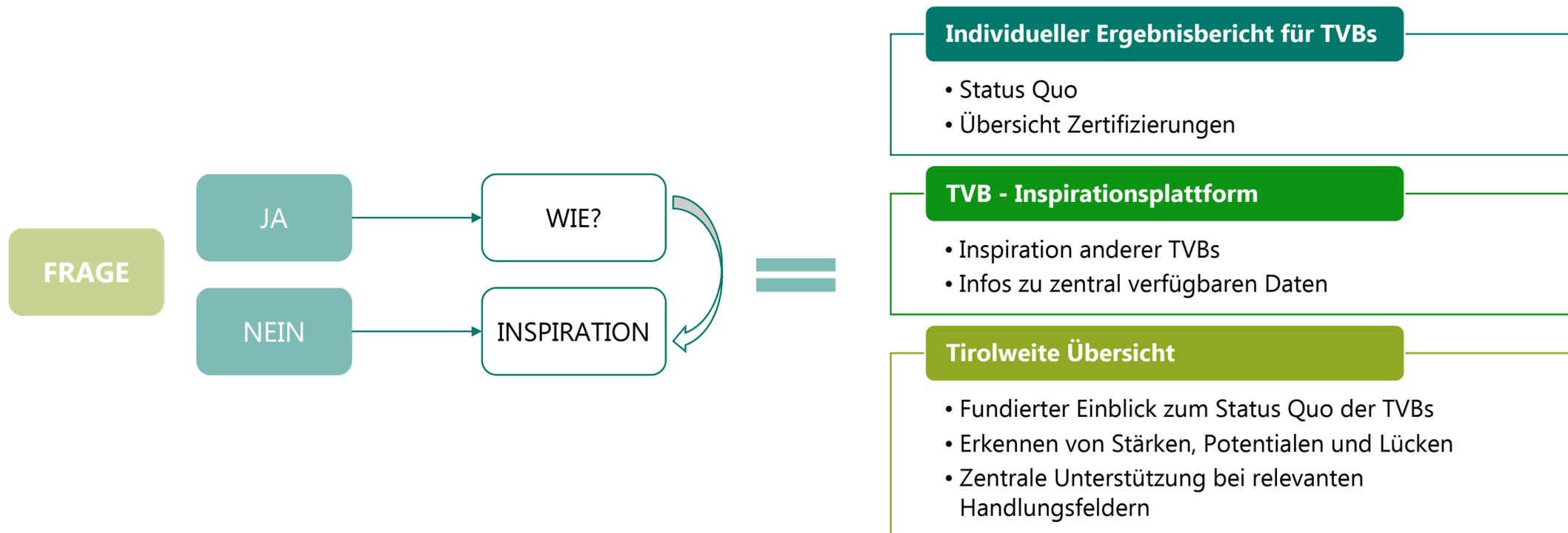
Reporting-Basis 2023

Nachhaltigkeitscheck für TVBs

- Die Tirol Werbung hat zur Unterstützung, einen Online-Fragebogen für Tourismusverbände, auf Basis international anerkannter Kriterien (GSTC) entwickelt.
- Ziel ist es, einen **einfachen und schnellen Überblick** zum Thema Nachhaltigkeit in den Tourismusverbänden zu ermöglichen.
- Gleichzeitig soll aus diesem Tool eine **Plattform entstehen, auf der zentral verfügbare Daten** zum Thema Nachhaltigkeit gesammelt werden, sowie ein inspirierender Austausch mit anderen TVBs ermöglicht werden.
- Der Nachhaltigkeitscheck setzt sich aus **vier Themenbereichen** zusammen: Management, sozioökonomische Nachhaltigkeit, kulturelle Nachhaltigkeit und ökologische Nachhaltigkeit.

Funktionsweise

Nachhaltigkeitscheck für TVBs

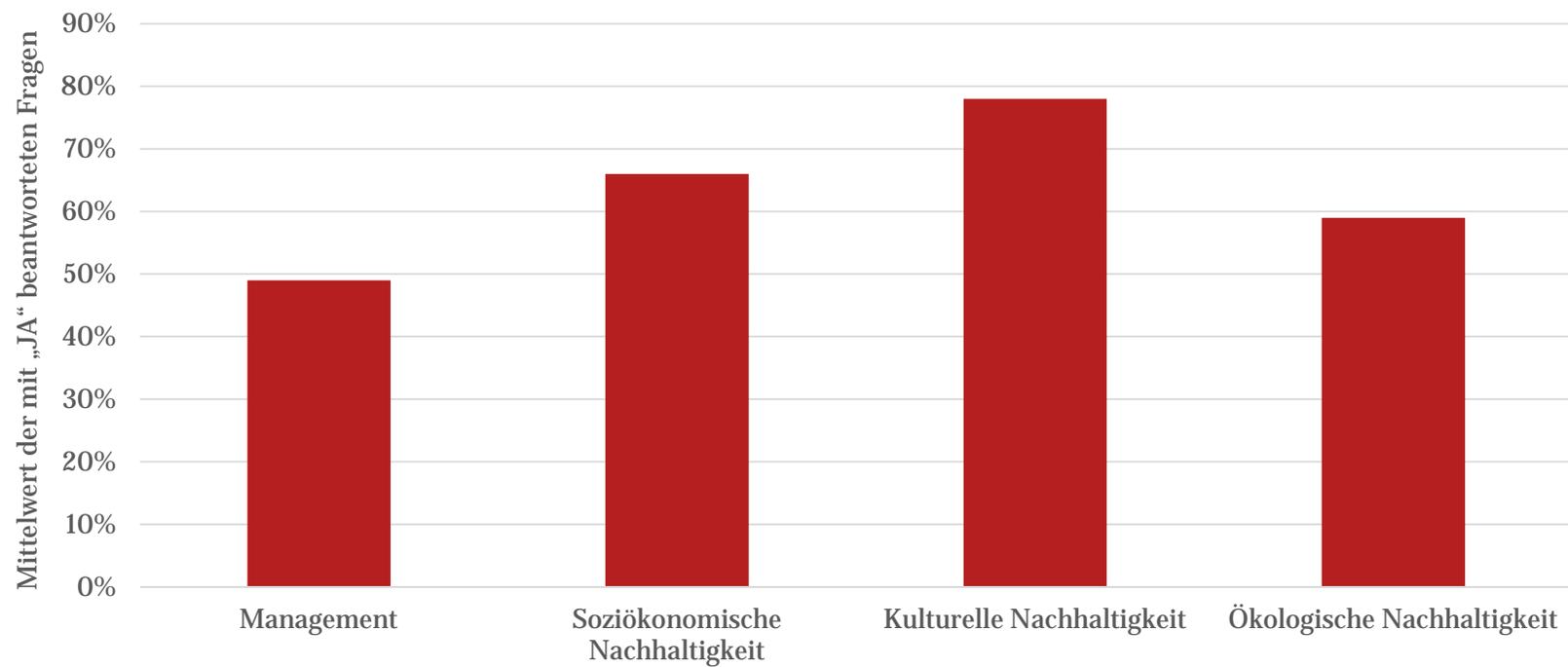


ERGEBNISSE

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN NACHHALTIGKEITSCHECK

- Alle 34 Tourismusverbände haben innerhalb eines gesetzten Bearbeitungszeitraumes an dem Fragenbogen, bestehend aus **91 Fragen** teilgenommen.
- Dabei wurde mit einem Gesamtdurchschnitt von **59% JA-Antworten** vergeben.
- **13 Fragen** wurden sogar mit **mehr als 90% von den TVBs** mit JA beantwortet.
- Der höchste Erfüllungsgrad ist im Bereich **der Kulturellen Nachhaltigkeit** erkennbar, wohingegen der **Bereich Management** den niedrigsten Erfüllungsgrad vertritt.

Bereiche im Überblick



Stärken



Kooperation



Mobilität



Natur & Kultur

Als Stärkefelder sind besonders die Bereiche Kooperation, Mobilität sowie auch Natur & Kultur erkennbar.

Stärkefeld **Kooperation**



- Eine **flächendeckende Implementierung der Nachhaltigkeitskoordinator:innen** bzw. Zuständigen für Nachhaltigkeit ist erfolgt.
- Bereits 31 von 34 (91 %) Tourismusverbände geben an, eine verantwortliche Person für diesen Themenbereich ernannt zu haben.
- Darüber hinaus geben **82 % der TVBs an**, eng mit ihren **Stakeholdern und Anspruchsgruppen** zu kommunizieren bzw. diese in wichtige Planungen und Unternehmensstrategien mit einzubinden.
- Ebenso positiv zu beobachten ist, dass der **regionale Handel von 97% der TVBs aktiv unterstützt** wird. Zudem werden **regionale Wirtschaftskreisläufe durch 88 % der TVBs**, mit Initiativen wie Bauernmärkten, Vermarktungskampagnen, Regio-/Gemüseboxen, regionalen Gastgeschenken und vielen weiteren Projekten gefördert.
- Dabei wird bei **94% der TVBs mit Naturschutzakteuren und -behörden** zusammengearbeitet.

Stärkefeld **Mobilität**



- Rund **74 % der Regionen** geben an, mit einem selbst entwickelten **Mobilitätskonzept** zu arbeiten, welches Zielvorgaben zur **Reduktion von Treibhausgasen** beinhaltet.
- Etwa **97% der Verbände bieten mindestens 3x täglich eine Öffi-Verbindung** zu allen Hauptorten der Destination an und bewerben diese nachhaltigen Mobilitätsangebote (94%).
- Mobilitätsangebote sind dabei fast ausnahmslos in die **Gästekarte inkludiert** (bei 97 % der TVBs).
- Mit Zusatzmaßnahmen wie Rufbussen, Extra-Verkehren oder Sonderbussen wird von rund **91 % der TVBs die Vor-Ort Mobilität** gestärkt und auch die Last-Mile Problematik mit Anreisegutscheinen, Hotelshuttles, Taxiunternehmen und Kommunikationskampagnen verbessert.

Stärkefeld **Natur & Kultur**



- Naturnahe touristische Angebote stehen bei allen Regionen klar im Fokus. Durch Waldbaden, Spurenlesen, Themenwege zu Naturthemen, Kräuterwanderungen, Nature Watch, Bienenführungen, Winterwandern, etc. besteht in Tirol ein **breites Angebot an Naturerfahrungen**.
- Außerdem initiierten bereits **76% der TVBs Projekte zum Tierschutz** und Erhalt der biologischen Vielfalt und nennen dabei Maßnahmen zur Neophytenbekämpfung, Ratschläge zum Verhalten in der Natur (Hinweistafeln), Skitourenlenkung, Initiativen zur Artenvielfalt oder die Bepflanzung von Blumenwiesen an.
- **94 % der TVBs** geben an, einen Beitrag zum Schutz, Erhalt und zur Verbesserung von **Kulturgütern und Traditionen** zu leisten.
- Ergänzend dazu, unterstützen **97 % der TVBs** entsprechende **Kulturinitiativen** kommunikativ oder finanziell.

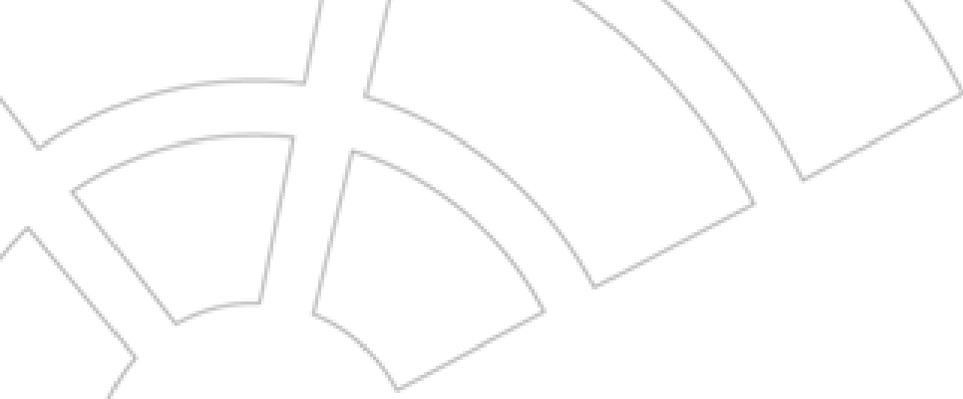
Potentiale



Erkennbar ist, dass nur in geringer Anzahl (18 %), **Kontroll- oder Monitoringsysteme** zu sozioökonomischen, kulturellen und ökologischen Auswirkungen des Tourismus bei TVBs etabliert sind bzw. genutzt werden.



Ein Potential liegt im Bereich **fachspezifischer Aus- und Weiterbildung**. Erst die Hälfte der Nachhaltigkeitskoordinator:innen hat eine entsprechende Aus- oder Weiterbildung absolviert.



KONTAKT & RÜCKFRAGEN

MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK

Hubert Siller
hubert.siller@mci.edu

TIROL WERBUNG

Ingrid Schneider
ingrid.schneider@tirolwerbung.at

Stand Juli 2023. Alle Angaben trotz sorgfältiger Recherche ohne Gewähr für Richtigkeit.