



# Touristische Nachhaltigkeitsstrategie 2030+



Das Land  
Steiermark

→ Tourismus

## Inhaltsverzeichnis

---

Vorwort.....	3
Einleitung.....	4
Strategie-Prozess & Zielsetzung .....	4
Ablauf & Ergebnis.....	5
<b>1) Nachhaltigkeit &amp; Tourismus – Grundlagen.....</b>	<b>7</b>
<b>2) Tourismus &amp; Nachhaltigkeit in der Steiermark.....</b>	<b>12</b>
<b>3) Handlungs- &amp; Entwicklungsfelder.....</b>	<b>17</b>
<b>4) Bestehende Best-Practice-Beispiele.....</b>	<b>24</b>
Das Ziel .....	41
Quellen.....	42
Impressum.....	44

## Sehr geehrte Damen und Herren!



© Teresa Rothwangl

Die Steiermark ist das walddreichste Bundesland Österreichs und zeichnet sich durch eine außergewöhnliche Kultur- und Naturlandschaft aus. Sie wird daher vollkommen zurecht als das Grüne Herz Österreichs bezeichnet. Die herrliche Natur lädt dabei nicht nur zum Verweilen und Erholen ein, vom Berg bis ins Tal gibt es auch eine Vielfalt an Ausflugszielen und zahlreiche Möglichkeiten für Aktivitäten wie Radfahren, Wandern, Schwimmen oder Wintersport. Daneben zählen die Kulinarik sowie die typisch steirische Gastfreundschaft zu den großen Stärken unseres Tourismuslandes und veranlassen viele Gäste aus dem In- und Ausland dazu, ihren Urlaub bei uns zu verbringen. Diese Vielfalt unseres Angebots macht uns zum beliebtesten Urlaubsland der Österreicherinnen und Österreicher und auch auf der internationalen Landkarte immer sichtbarer.

Der Erhalt dieser natürlichen Ressourcen und unserer hohen Lebensqualität für künftige Generationen ist uns in der Steiermark ein zentrales Anliegen. Seitens des Tourismus nehmen wir dabei eine wichtige Rolle ein und haben unter Einbindung aller Stakeholder die vorliegende Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Diese gibt einen guten Rahmen vor und bietet neben Handlungsempfehlungen auch wertvolle Best-

Practice-Beispiele. Dabei wollen wir wirtschaftliche Aktivitäten mit dem Schutz ökologischer Ressourcen und mit dem Respekt gegenüber den Gastgeberinnen und Gastgebern sowie den Einheimischen und Gästen in Einklang bringen. Die heimischen Touristikerinnen und Touristiker in unseren elf Erlebnisregionen zeigen bereits großes Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und setzen dabei innovative Schritte. Deren beispielgebenden Projekte sollen motivieren, Anreize schaffen und neue Perspektiven eröffnen. Ein wesentliches Handlungsfeld ist dabei die touristische Mobilität, deren Bedeutung bei den Gästen enorm gestiegen ist. Eine große Rolle spielen auch Lenkungskonzepte für die Besucherinnen und Besucher touristischer Hotspots. Aber auch die Themen Regionalität, Kulinarik und die hohe Qualität unserer heimischen Produkte möchten wir stärker ins Bewusstsein rücken.

Wer, wenn nicht die Steiermark als das Grüne Herz Österreichs, sollte sich der Nachhaltigkeit besonders annehmen und dahingehend eine Pionierrolle im Tourismus einnehmen!

Herzlichst

**Barbara Eibinger-Miedl**  
Tourismuslandesrätin

## Einleitung

Gesellschaftlich sowie touristisch ist das Thema „Nachhaltigkeit“ in den vergangenen Jahren sukzessive in den Mittelpunkt von Diskussionen und Erwartungshaltungen der allgemeinen Öffentlichkeit aber auch der touristischen Nutzerinnen- und Nutzer- sowie Kundinnen- und Kundenseite gerückt. Für zukunftsorientierte Tourismus-Destinationen ist es keine Frage mehr, „ob“ man sich mit dieser Fragestellung auseinandersetzt, sondern vielmehr „wie“ bzw. mit „welchen“ Strategien und Maßnahmen man – für Kundinnen und Kunden, Bewohnerinnen und Bewohner sowie Anbieterinnen und Anbieter gleichermaßen – wirkungsvolle und nutzenstiftende Akzente setzt bzw. Beiträge leistet.

Die touristische **Entwicklungs- & Vermarktungsarbeit** der letzten Jahre in der **Steier-**

**mark** hat maßgeblich dazu geführt, dass das Tourismusland sowohl **image- & markenseitig** („Grünes Herz Österreichs“ etc.) als auch **angebots- & produktseitig** durch Themen wie „regionaler Genuss & Kulinarik“, „natürliche Kraft & Wohlfühl-Quellen“, „Bewegung in der Natur“, im Wettbewerbsvergleich günstige und umfassende **Nachhaltigkeits-Grundlagen besitzt**.

Vor dem Hintergrund der bestehenden Grundlagen wurde unter Einbeziehung von diversen Stakeholdern die vorliegende **„Tourismus-Nachhaltigkeits-Strategie“** erarbeitet, welche als **Richtungs- und Handlungsempfehlung** für eine zukunftsorientierte und nachhaltige Tourismusedwicklung unseres Landes sowie der Erlebnisräume und der betrieblichen Anbieterinnen und Anbieter dienen soll.

## Strategie-Prozess & Zielsetzung

Ziel des kompakten Strategieprozesses war es,

- die bereits bestehenden **Nachhaltigkeitspotenziale der Steiermark** – insbesondere im Wettbewerbsvergleich – zu **identifizieren und aufzuzeigen**,
- die für eine zukunftsorientierte Tourismusedwicklung des Landes zentralen (ökologischen, sozialen und ökonomischen) Nachhaltigkeits-**Handlungsfelder** zu **definieren und priorisieren**,

- dazu entsprechende touristische **Empfehlungen** zu erarbeiten  
sowie
- daraus abgeleitet die **wirkungsvollsten Handlungsfelder und Maßnahmen** zu selektieren und strukturieren.



## Ablauf & Ergebnis

Die Evaluierung der touristischen Nachhaltigkeitspotenziale erfolgte im Laufe des Jahres 2022 durch

- die Durchführung von **Stakeholdergesprächen** mit Vertreterinnen und Vertretern der Bereiche Gastronomie, Hotellerie, Seilbahnwirtschaft und Landwirtschaft, der Nachhaltigkeitskoordinatorin des Landes, der Naturparke und Alpinen Vereine der Steiermark, der Tourismusverbände sowie touristischen Angebotsgruppen.
- **Marktrecherche** zu bestehenden Nachhaltigkeitsinitiativen und Projekten im steirischen Tourismus.
- **Screening** bereits bestehender nachhaltigkeitsrelevanter Untersuchungen wie
  - Potenzialanalyse Projekt „Tourismus Steiermark 2050“, Kernitzkyi, M., Simbürger, M., Prettenthaler, F., Köberl, J., C et al (2021)
  - Plan T – Masterplan Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit & Tourismus, Sektion VII – Tourismus & Regionalpolitik (2019)
  - Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030, Dr. Fleischhacker, V. (2012)
  - Klimaszenarien für die Steiermark bis 2050. Wegener Zentrum für Klima und globalen Wandel, Gobiet, A., Suklitsch, M., Leuprecht, A., Peßenteiner, S., Mendlik, T., Truhetz, H. (2012)
  - Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO (2005)
  - Besucherlenkung – Best Practice der Regionalentwicklung, Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung (2022)

- **Benchmarkanalyse** zu den touristischen Ansätzen in anderen (inter-)nationalen Tourismusdestinationen.

- **Stakeholderklausuren** zur Akkordierung und Präzisierung der Ergebnisse, Definierung von Nachhaltigkeitsgrundsätzen & strategischen Positionen sowie Festlegung von Handlungsfeldern und –Empfehlungen, differenziert nach touristischer Steuerungs- & Gestaltungshoheit.

Das **Ergebnis des Prozesses** ist ein kompaktes Strategiepapier, welches im Hinblick auf touristische Nachhaltigkeit für die Steiermark folgende Inhalte umfasst:

- **„Touristische Handlungs- & Entwicklungsempfehlungen“**, die aufzeigen, welche Maßnahmen die steirische Tourismuswirtschaft eigenverantwortlich entwickeln und gestalten kann.
- **„Rahmenpolitische Empfehlungen“** (des Tourismus) für ein möglichst synergetisches Vorgehen bzw. Zusammenwirken mit anderen Sektoren (z.B. Verkehr, Energie etc.) im Interesse einer wirkungsvollen touristischen Nachhaltigkeits-Strategie für das Land.
- Skizzierung bestehender Nachhaltigkeits-Initiativen in der Steiermark (**Best-Practice-Beispiele**).



## 1) Nachhaltigkeit & Tourismus – Grundlagen

Die erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie hat den Anspruch, auch internationalen Standards und Rahmenbedingungen zu entsprechen.

Diese lauten:

**Nachhaltiger Tourismus** wird seitens der UNWTO (Weltorganisation für Tourismus) als Reiseform bezeichnet, bei der die **Ansprüche von Gästen** sowie der **Bevölkerung der Zielgebiete** erfüllt werden.

Die **Nutzung der Ressourcen** erfolgt unter Berücksichtigung von **ökonomischen, sozialen und ästhetischen Bedürfnissen**, während gleichzeitig die **kulturelle Integrität**, wesentliche **ökologische Prozesse**, die **biologische Artenvielfalt** sowie **lebenswichtige Systeme erhalten** bleiben.

Weiters werden seitens UNWTO & UNEP (Umweltprogramm der Vereinten Nationen) für die **Sicherstellung von nachhaltigen touristischen Aktivitäten drei grundsätzliche Nachhaltigkeitsdimensionen** definiert.

Demnach sollten...

- **Umweltressourcen**
  - so eingesetzt werden, dass ökologische Prozesse bestehen bleiben und die natürlichen Ressourcen sowie die biologische Vielfalt geschützt werden,
- **soziokulturelle Strukturen**
  - die Gastgeberinnen und Gastgeber respektiert werden, sodass bestehende und gelebte Traditionen und das Kulturerbe beibehalten werden und interkulturelles Verständnis und Toleranz aufgebaut werden können,
- **stabile wirtschaftliche Aktivitäten**
  - gewährleistet werden & ökonomische Vorteile auf alle relevanten Anspruchsgruppen verteilt werden, wie beispielsweise durch eine kontinuierliche Beschäftigung, sichere Einkommensmöglichkeiten und die Bereitstellung von sozialen Sicherungssystemen in den gastgebenden Gemeinden.

## Internationale Entwicklungsziele

Auf internationaler Ebene sind unterschiedliche Ansätze gegeben, in denen konkrete Zielsetzungen im Bereich der Nachhaltigkeit definiert werden. Besonders weit verbreitet sind hier die **„Sustainable Development Goals“** (SDGs) der Vereinten Nationen.

Nachfolgend auf die Millenniumsentwicklungsziele (MDGs) der Vereinten Nationen wurden im

Rahmen der im Jänner 2016 in Kraft getretenen Agenda 2030 17 globale Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) definiert. Die Agenda 2030 stellt einen Plan der internationalen Staatengemeinschaft dar, welcher zur Förderung nachhaltigen Friedens und Wohlstands und zum Schutz des Planeten beitragen soll. Der Schwerpunkt der SDGs liegt besonders auf der ökonomischen, sozialen und ökologischen globalen Entwicklung und soll für alle Länder Gültigkeit haben.

### Die 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung:



## Nationale Entwicklungsziele

National beschreibt auch die Tourismusstrategie des Bundes im **„Plan T – Masterplan für Tourismus“** den österreichweiten Weg der weiteren positiven Tourismusentwicklung und nennt dabei insbesondere das unabdingbare Grundprinzip der Nachhaltigkeit.

Grundvoraussetzung dafür ist neben wirtschaftlich gesunden Betrieben und einer intakten Naturlandschaft ein Umdenken auch dahingehend, dass es nicht nur um die Erfüllung der Ansprüche der Gäste geht, sondern dass sich Gäste, Beschäftigte und ansässige Bevölkerung gleichermaßen in einem qualitativ hochwertigen Umfeld wiederfinden sollen.



### Steirische Entwicklungsziele

Für die Steiermark formuliert und verfolgt insbesondere auch das Regierungsprogramm „Agenda Weiß-Grün“ das Ziel, dass alle Bürgerinnen und Bürger auch künftig Wohlstand, Arbeit, Sicherheit und höchste Lebensqualität in einer intakten Umwelt erwarten können.

Die zentralen Aufgabenstellungen hierfür werden insbesondere im Klimaschutz, einer nachhaltigen Wirtschaft und sozialer Ausgewogenheit gesehen. Prinzipien der Nachhaltigkeit, welchen sich somit auch die Steiermark verschrieben hat. Im Ergebnis soll die Steiermark als wirtschaftlich dynamische, höchst innovative, umweltfreundli-

che und sozial verlässliche Region wahrgenommen werden.

Alle diese Absichten finden auch im Rahmen der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Steiermark Berücksichtigung.

### Markt- & trendseitige Aspekte

Auch markt- und trendseitige Aspekte sind erkennbar, die einen maßgeblichen Einfluss auf den Bereich der touristischen Nachhaltigkeit haben. Nachfolgend werden hierzu exemplarisch vier Megatrends inklusive ihrer Relevanz für die nachhaltige Tourismusentwicklung skizziert:

Megatrends	Skizzierung des Trends	Relevanz für den Tourismus?
<b>Neo-Ökologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswirkungen auf globale Gesellschaft, Kultur, Politik</li> <li>• Fundamentale Veränderungen beim unternehmerischen Handeln sowie im Wirtschaftssystem sind erwartbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veränderte Kaufentscheidungen (Bio-Produkte, Regionalität, Zertifizierungen („Öko-Siegel“) etc.)</li> <li>• Sinnhaftigkeit / Sinn-Ökonomie (im Urlaub, in der Arbeit etc.)</li> </ul>
<b>Mobilität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Mobilitätsformen gewinnen an Bedeutung</li> <li>• Auto zieht sich aus Stadt zurück</li> <li>• Seamless Mobility (vernetzte Mobilität)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentliche Anreise</li> <li>• Shared Mobility &amp; alternative Fortbewegungsmittel (Fahrrad etc.)</li> <li>• Steigende Nachfrage nach E-Mobilität</li> </ul>
<b>Gesundheit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werteverknüpftes Gesundheitsverständnis</li> <li>• Gesundheit ist oft mit Essen / Selbstoptimierung verbunden</li> <li>• Sportivity</li> <li>• Mentale Gesundheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevanz der Herkunft &amp; Qualität der Lebensmittel (Regionalität, Bio-Zertifizierung etc.)</li> <li>• Gesundheits- &amp; Freizeit-Infrastrukturen</li> <li>• Slow Travel (inkl. achtsamer Mobilität, Resonanz Tourismus)</li> </ul>
<b>New Work</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedarf neuer Arbeitsstrukturen</li> <li>• Vereinbarkeit Beruf &amp; Privatleben</li> <li>• Neue Strategien der Zusammenarbeit &amp; Unternehmenskultur</li> <li>• Sinn-Ökonomie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkräftethema</li> <li>• Flexible Arbeitszeitmodelle (Remote Work / Homeoffice / Work@Vacation / Work-Life-Blending)</li> <li>• Regionale Office-Cluster / Co-Working-Infrastrukturen</li> </ul>

## Tourismus- & Marken-Strategie Steiermark 2025

Neben den internationalen Rahmenbedingungen und Trends finden im Rahmen dieses Prozesses ebenfalls die bereits im Vorfeld definierten touristischen Weichenstellungen des Landes Steiermark bzw. der Landestourismusorganisation Berücksichtigung. Die bestehenden Strategiepapiere zeigen, dass bereits im Vorfeld deutliche Impulse im Bereich der touristischen Nachhaltigkeit erkennbar waren, die es nun im Rahmen der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie weiter zu manifestieren gilt:

### Die tourismuspolitische Vision bis 2025 lautet:

„Die Steiermark wird als **vielfältiger und authentischer Erlebnisraum** wahrgenommen und positioniert sich international als **Marke für nachhaltigen Qualitätstourismus**.“

### Tourismusstrategie 2020–2025 der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH:

In der Tourismusstrategie 2020–2025 der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH werden die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsdimensionen behandelt. Richtungsweisend, wie auch in der tourismuspolitischen Zielsetzung, ist der Fokus auf eine **qualitative Entwicklung** im Tourismus.

**Regionalität** im Angebot und regionale Nachhaltigkeit, als stärkste Imageträger der Steiermark, sowie die **Glaubwürdigkeit der Marke „Das Grüne Herz“** werden hier als die wesentlichen Kernkompetenzfelder definiert.

Die **Qualität des Lebensraums**, welche auch der touristischen Nutzung zugutekommt, steht hier ebenfalls im Vordergrund.





Schon die Tourismusstrategie 2020–2025 führt unter anderem folgende Rahmenbedingungen aus:

### Tourismus im Lebensraum

**Chancen:** Ihre landschaftlichen Vorzüge und sozioökonomischen Qualitäten machen die Steiermark zu einem beliebten Wohn- und Arbeitsumfeld. Die in diesem Lebensraum integrierte freizeitwirtschaftliche Nutzung und die dafür notwendige Infrastruktur tragen zum Wohlstand bei.

Der Tourismus hat diesbezüglich ein wachstumssicherndes Potenzial.

**Herausforderungen:** Qualitatives Wachstum ist gut, quantitative Zunahme kann an Grenzen stoßen – auch und gerade in der touristischen Nutzung. Im Sinne einer wertschöpfungsorientierten Entwicklung ist darauf zu achten, dass Prinzipien der qualitativen Nachhaltigkeit ein-

gehalten und frequenzgetriebene Auswüchse, die zu Overtourism führen, verhindert werden.

### Ökologisches Umfeld

**Chancen:** Regionalität im Angebot und regionale Nachhaltigkeit gehören zu den stärksten Imagerträgern der Steiermark – gestützt von der hohen Glaubwürdigkeit der Marke „Das Grüne Herz“. Nachhaltigkeit als Asset soll aber nicht auf Kosten von Komfort und Genuss für den Gast gehen. Diesbezüglich bedarf es größtmöglicher Abstimmung.

**Herausforderungen:** Gerade in Sachen Mobilität entsteht Handlungsbedarf durch eine steigende Nachfrage nach CO<sub>2</sub>-reduzierten oder autolosen An- und Abreise-Angeboten. Es geht aber auch um eine soziale und ökonomische Nachhaltigkeit sowie eine entsprechende Kommunikation von Angeboten. Was es im ersten wie im zweiten Fall nicht sein darf: „Greenwashing“. Es geht um maximale Glaubwürdigkeit.



## 2) Tourismus & Nachhaltigkeit in der Steiermark

### Touristisches Nachhaltigkeits-System & -Verständnis der Steiermark

Die Steiermark als „**Das Grüne Herz Österreichs**“ gilt als **vielfältiger** und **authentischer Erlebnisraum** für Gäste und Bevölkerung bzw. als **Marke für nachhaltigen Qualitätstourismus** und den **Standort allgemein**. Konkret sollen bei den Nachhaltigkeits-Maßnahmen nachfolgende **drei Dimensionen** berücksichtigt werden:

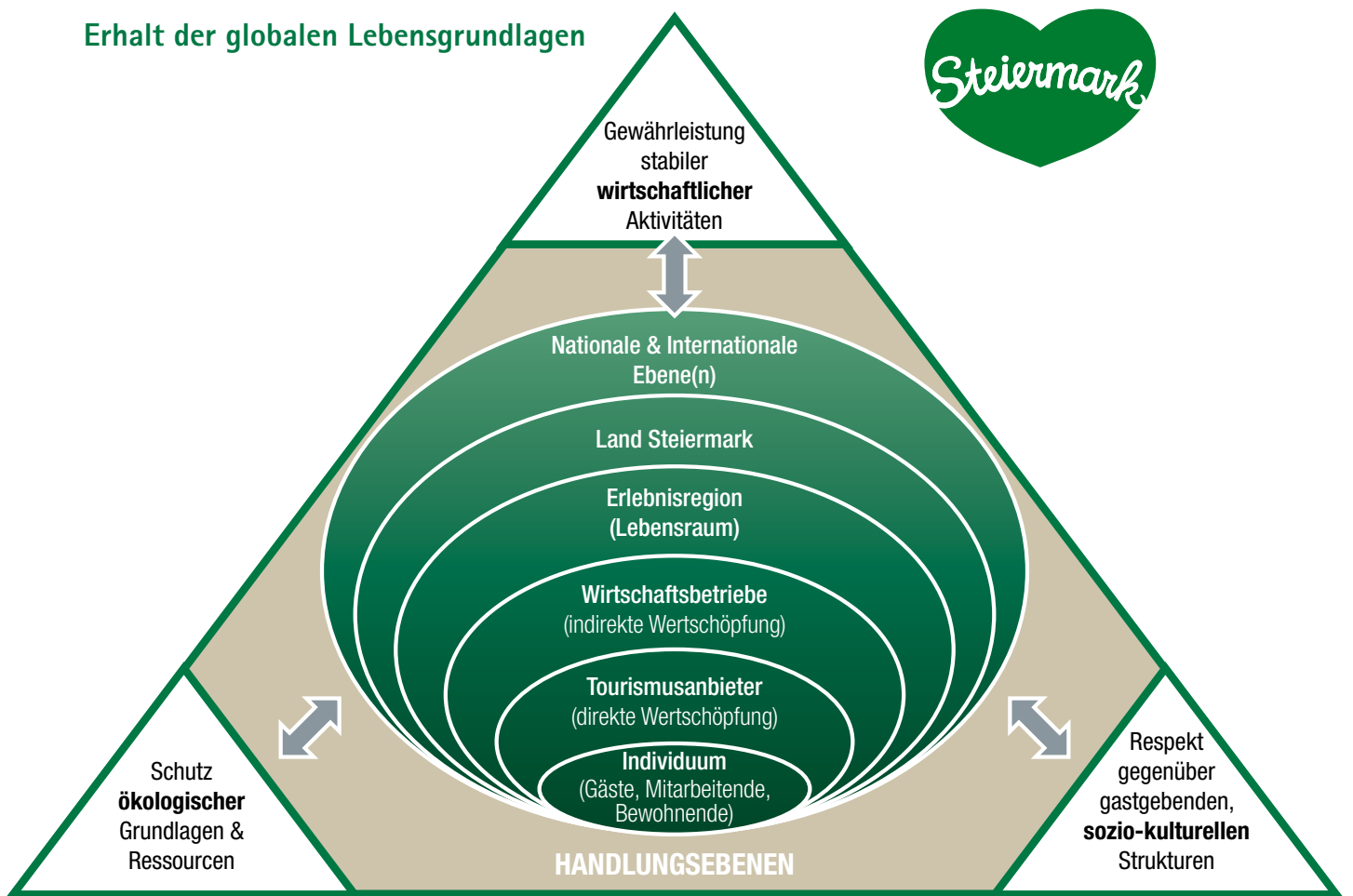
1. Gewährleistung stabiler wirtschaftlicher Aktivitäten
2. Respekt gegenüber gastgebenden, sozio-kulturellen Strukturen
3. Schutz ökologischer Grundlagen und Ressourcen

Mit den Aktivitäten im Bereich der touristischen Nachhaltigkeit soll ein **wertvoller Beitrag** zum **Erhalt der globalen Lebensgrundlagen** geleistet werden.

Die Umsetzbarkeit von Aktivitäten im Bereich der touristischen Nachhaltigkeit wird von **unterschiedlichen Handlungsebenen** verantwortet. Diese gehen von internationalen und nationalen Ebenen, zum Land Steiermark, zu den steirischen Erlebnisregionen und weiter zu den Wirtschafts- und Tourismusbetrieben bzw. zu den Individuen (d.h. Gäste, Mitarbeitende und Bevölkerung).

Der **Fokus** der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie liegt im Bereich der Handlungsfelder und Maßnahmen, die seitens des **Landes Steiermark** sowie der **Erlebnisregionen** verantwortet werden können. Die Aktivitäten sollen in die weiteren Handlungs- und Verantwortungsebenen strahlen und somit eine **positive Impulswirkung**, besonders in Richtung der touristischen Betriebe, haben.

In der nachfolgenden Abbildung wird das touristische Nachhaltigkeitsverständnis dargestellt:



### Steiermark – Das Grüne Herz Österreichs

vielfältiger und authentischer Erlebnisraum für Gäste, Mitarbeitende und Bevölkerung /  
 Marke für nachhaltigen Qualitätstourismus.



## Mission der touristischen Nachhaltigkeits-Strategie

Die Grundsätze und Maßnahmen der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie der Steiermark haben folgenden Anspruch bzw. Auftrag:

- 1 Beitrag zum Leitprinzip einer globalen nachhaltigen Entwicklung
- 2 Absicherung und aktive Stärkung der Tourismus- (und Standort-) Marke „Steiermark“ in ihren definierten Qualitäten
- 3 Einnahme einer vernetzten Betrachtung, die alle relevanten Anspruchsgruppen des Tourismus umfasst und sowohl betriebliche als auch räumliche Strukturen berücksichtigt

## Prinzipien/Grundsätze der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie

Die nachhaltige Tourismus-Entwicklung erfolgt unter Berücksichtigung folgender Prinzipien bzw. Grundsätze. Nachhaltigkeit im Tourismus der Steiermark bedeutet...

### 1 Der Marke verpflichtet!

Kaum eine touristische Standortmarke ist wie die Steiermark durch ihre Marken-Werte / -DNA mit „nachhaltigen Assoziationen“ verbunden. Diese Werte sollen durch konkrete Strategien und Maßnahmen aktiv gepflegt und (weiter-) entwickelt werden.

### 2 Management-Bekenntnis & -Grundsatz im Tourismus

Nachhaltigkeit soll als „Management-Bekenntnis & -Grundsatz“ bei touristischen Entwicklungs-

und Vermarktungs-Maßnahmen in Verantwortung für die Zukunft der (Tourismus- & Standort-) Marke Steiermark etabliert werden. Damit erzeugen wir Mitmachenergie bei Betrieben und Menschen, stellen diese jedoch nicht als vordergründiges Marketing- & Verkaufsargument in den Fokus.

### 3 Mehrwert-, Wertschöpfungs- & Nutzenstiftend für Gast oder Anbieter

Maßgeblich liegt der Fokus auf mehrwert-, wertschöpfungs- & nutzenstiftenden Maßnahmen.

### 4 Aktive Wirksamkeit & Steuerbarkeit

Im Sinne der Wirksamkeit bzw. Effektivität soll die Konzentration der Strategie auf den Maßnahmen bzw. Aktivitäten mit der höchsten Wirksamkeit und Steuerbarkeit liegen.

## Botschaft bzw. Ziele – Kommunikationsstrategie

Grundsätzlich hat die Steiermark mit dem Markenbild des „Grünen Herzens“ und des damit verbundenen **Images** eine hervorragende Basis, um sich glaubwürdig als nachhaltige Urlaubsdestination zu positionieren. Nachhaltigkeit an sich ist für viele Touristiker und Kundinnen und Kunden jedoch oft zu „**abstrakt**“ und **besitzt einen sehr individuellen Interpretations-Spielraum**, was darunter verstanden wird.

Die touristische Nachhaltigkeit soll daher auf **konkrete Themen** mit

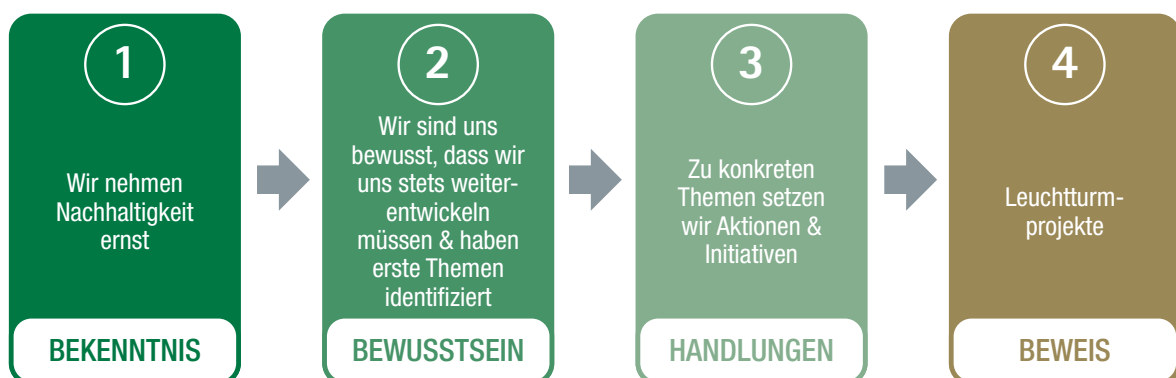
- **Kundinnen- und Kundennutzen** (Regionalität, Mobilität etc.) und/oder
- **Betriebsnutzen** (Energieeffizienz, Einsparung, Nachfrage- & Image-Effekt) heruntergebrochen werden („Nachhaltigkeit im Tourismus in der Steiermark heißt...“).

Entscheidend ist, dass der Nachhaltigkeitsfokus bei den **Tourismusbetrieben** (vom Wirts-

haus und Hotel bis zum Ausflugsziel und zur Seilbahn) in der **Unternehmens-Philosophie ankommt und ehrlich verankert** ist. Viele Betriebe setzen bereits nachhaltige Maßnahmen, sind sich dessen jedoch oftmals nicht bewusst, da sich diese ergeben haben (wie z. B. Energielieferant hat nur Ökostrom im Sortiment etc.) oder, weil es effizienter / kostengünstiger ist (wie z. B. Photovoltaik-Anlagen, autonome Energie-Träger etc.). Um diese Aktivitäten noch mehr zu stärken und ins Bewusstsein zu bringen, soll hier noch mehr **Nutzen bzw. Mehrwert deutlich gemacht** werden.

Die **Kommunikation der Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit** soll durch die Präsentation und Kommunikation von **Leuchtturm-Betrieben und -Initiativen** erfolgen, um damit einen **Vorbild- & Nachahmungs-Effekt** zu adressieren.

**Nachhaltigkeit ist kein Thema für „Kommunikation mit Superlativen“.**









### 3) Handlungs- & Entwicklungsfelder

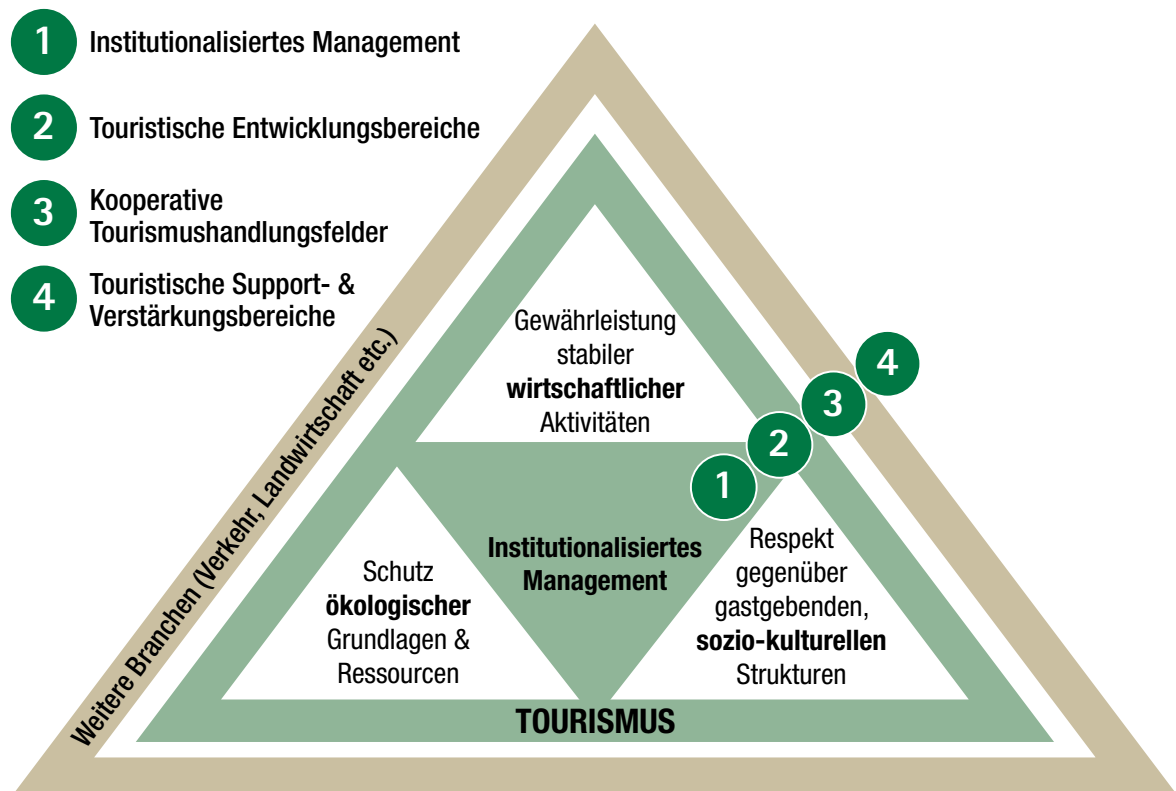
Um die Marke „Das Grüne Herz Österreichs“ bzw. den vielfältigen und authentischen Erlebnisraum für Gäste und Bevölkerung nachhaltig zu manifestieren und zu stärken, bedarf es der Setzung von konkreten **Maßnahmen und Aktivitäten**. Die Berücksichtigung aller **drei Nachhaltigkeitsdimensionen** ist hierbei wesentlich.

Es wurden **vier Handlungsbereiche** definiert. Die Differenzierung basiert auf den **unterschiedlichen Verantwortlichkeiten** je Bereich. Während einzelne Handlungsbereiche maßgeblich vom

Tourismus entwickelt werden können bzw. in Kooperation mit anderen Branchen, fungiert der Tourismus in weiteren Bereichen vorrangig als Impuls- und Supportgeber.

**Die vier definierten Handlungsbereiche:**

1. Institutionalisiertes Management
2. Touristische Entwicklungsbereiche
3. Kooperative Tourismushandlungsfelder
4. Touristische Support- & Verstärkungsbereiche















## Handlungsfelder im Bereich „Institutionalisiertes Management“

1

Ziel dieses Handlungsbereichs ist die **Installierung eines Nachhaltigkeits-Netzwerks**, bei welchem ein regelmäßiger Austausch stattfindet. Es soll jedoch keine zusätzliche organisatorische bzw. bürokratische Struktur entwickelt werden (d.h. keine Nachhaltigkeitsberichte oder Zusatzdokumentationen).







Konkret wurden vier Entwicklungsfelder in diesem Handlungsbereich definiert.







Handlungsbedarf – mit Relevanz für Nachhaltigkeit ...	Prinzip des Handlungsfeldes ...	Ökologisch	Sozial	Ökonomisch
a) Nachhaltigkeitsbeauftragte in der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH installieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortlich für die <b>Entwicklung der touristischen Landes-Nachhaltigkeits-Themen</b></li> <li>• Verantwortlich für die <b>Durchführung eines regelmäßigen, institutionalisierten Netzwerks</b> der regionalen Nachhaltigkeits-Beauftragten in den Erlebnisregionen</li> </ul>			
b) Nachhaltigkeitsbeauftragte in den Erlebnisregionen installieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verantwortlich für <b>regionale Anliegen zur touristischen Nachhaltigkeit</b></li> </ul>			
c) Institutionalisiertes Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kommunikation durch die Regionen an die Betriebe</b></li> <li>• <b>Regelmäßige Abstimmung der Landes- &amp; Destinationsverantwortlichen</b></li> </ul>			
d) Unterstützungsleistungen für Nachhaltigkeitsqualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mögliche zusätzliche Unterstützungsleistungen</b> für Nachhaltigkeits- &amp; Qualitätsprojekte (z. B. Förderungen)</li> </ul>			



## Handlungsfelder im Bereich „Touristische Entwicklungsbereiche“





**2** In diesem Bereich sind die Aktivitäten und Maßnahmen beinhaltet, welche die Tourismuswirtschaft eigenverantwortlich umsetzen kann und soll. Der Schwerpunkt liegt hier auf dem Entwicklungsfeld der Regionalität, bei welchem im Sinne des Prinzips „Stärken stärken“ eine Regionalitäts- & Kulinarik-Offensive geplant ist. Weiters soll hier bei allen Maßnahmen immer auch eine mögliche digitale Auspielung mitgedacht werden. Die geplanten Maßnahmen, die sich dafür anbieten, werden nachfolgend entsprechend gekennzeichnet.

Handlungsbedarf – mit Relevanz für Nachhaltigkeit ...	Prinzip des Handlungsfeldes ...	Ökologisch	Sozial	Ökonomisch
<b>a) Regionalität: Regionalitäts- &amp; Kulinarik-Offensive</b>	<p>„Stärken stärken“ – Konsequenter <b>Ausbau einer absoluten Kern- &amp; Führungskompetenz</b> der Steiermark, wie z. B. bei...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerbsmöglichkeiten regionaler Produkte (Regionale Produkte in der Gastronomie etc.)</li> <li>• Regionalität branchenübergreifend und landesweit denken</li> </ul>			
<b>b) Touristische Mobilitätskommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestehende (infrastrukturelle) <b>Angebote &amp; Möglichkeiten kommunikativ</b> forciert deutlich machen.</li> <li>• <b>Bestehende touristische Produkte</b> (Regional- &amp; Mobilitätscards etc.) in den <b>Fokus der Kommunikation</b> stellen.</li> <li>• Unterstützung von Maßnahmen zur Entwicklung von <b>Besucherlenkungs-Konzepten für touristische Hot-Spots</b> (Parkraumbewirtschaftung, Online-Ticketing etc.)</li> <li>• Dabei liegt der Fokus des Tourismus auf Kommunikation und Vernetzung, Verkehrsinfrastruktur wird mangels Zuständigkeit nicht geschaffen.</li> </ul>			

Handlungsbedarf – mit Relevanz für Nachhaltigkeit ...	Prinzip des Handlungsfeldes ...	Ökologisch	Sozial	Ökonomisch
<p><b>c) Touristische Naturerlebnisse &amp; -Sensibilisierung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Potenzial des Naturraums &amp; „Grünes Image“ der Steiermark</b> durch die aktive kommunikative Aufbereitung des Bestands heben (Naturerlebnisse, Mobilität, Energie, Regionalität, Sauberkeit, Naturangebot etc.) &gt;&gt; Nutzung hier u. a. bereits bestehender Aufbereitungen, wie z. B. die Aufbereitung von Naturschauplätzen bei Naturparks etc.</li> <li>• Entwicklung von <b>Hinweisen für das Verhalten in der Natur</b> (d. h. eine Art „Steiermark-Etikette“)</li> </ul>			
<p><b>d) Bewusstseins-offensive</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Steigerung der Tourismusgesinnung</b> in der Steiermark bzw. <b>Stärkung des Bewusstseins des Binnenmarkts</b> durch <b>Aufzeigen der Qualitäten der Steiermark im Wege der Steirischen Tourismus und Standortmarketing GmbH</b></li> </ul>			
<p><b>e) Digitalisierungs-offensive</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digitale Auspielung von inhaltlichen Konzepten</b> (wie beispielsweise Verhaltenshinweise zum Umgang mit der Natur, die kommunikative Aufbereitung der Erreichbarkeit von Ausflugszielen etc.)</li> <li>• Forcierung von <b>steiermarkweiten einheitlichen digitalen Systemen</b> (wie z. B. Digitale Urlaubsbegleiter etc.)</li> </ul>			

### Handlungsfelder im Bereich „Kooperative Tourismushandlungsfelder“











**3** In diesem Handlungsbereich sind Maßnahmen beinhaltet, bei denen der Tourismus durch aktive Kooperation einen Beitrag leisten kann. Die Umsetzbarkeit ist in diesen Handlungsfeldern nur in Synergie mit Partnerinnen und Partnern möglich. Mögliche Partnerinnen und Partner, mit denen synergetisch eine Umsetzung angedacht werden kann, werden nachfolgend ebenfalls dargestellt:

Handlungsbedarf – mit Relevanz für Nachhaltigkeit ...	Prinzip des Handlungsfeldes ...	Ökologisch	Sozial	Ökonomisch	Mögliche Partner?
a) Bewusstseinsbildung sowie Umsetzung und Förderung von Maßnahmen im Bereich betriebliche Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Unterstützung</b> von Initiativen, welche die <b>Einzelbetriebe</b> (Hotellerie, Gastronomie, Ausflugsziele, Thermen etc.) zu energieeffizienten, ressourcenschonenden, regional einkaufenden und somit wertschöpfungsstärkenden <b>Maßnahmen und Aktivitäten animieren</b></li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftskammer</li> <li>• Urlaub am Bauernhof, Privatzimmervermieter, Kulinarium Steiermark,...</li> <li>• National-/ Naturparke</li> <li>• Umweltressort des Landes</li> <li>• Leaderregionen</li> <li>• Wirtschaftsinitiative Nachhaltige Steiermark</li> <li>• United Against Waste (Kampf gegen Lebensmittelverschwendung)</li> <li>• Österreichisches „Umweltzeichen Tourismus“</li> </ul>
b) Employer Branding	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Imagestärkende Maßnahmen</b> zur Steigerung der Attraktivität des Tourismus</li> <li>• <b>Unterstützung bzw. Sensibilisierung von Betrieben</b> zur Setzung von Maßnahmen / Aktionen, um als <b>attraktiver Arbeitsgeber zu gelten</b></li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftskammer</li> <li>• ÖHT</li> <li>• Tourismusverbände</li> <li>• AMS</li> </ul>

### Handlungsfelder im Bereich „Touristische Support- & Verstärkungsbereiche“

**4** Der Bereich umfasst Handlungsfelder, bei denen der Tourismus durch Aufzeigen von Problemfeldern bzw. Zurverfügungstellung von Informationen einen Beitrag leisten, aufgrund fehlender Zuständigkeiten aber selbst keine Initiativen setzen kann.

Konkret umfasst dieser Bereich folgende Entwicklungsfelder:

Handlungsbedarf – mit Relevanz für Nachhaltigkeit ...	Prinzip des Handlungsfeldes ...	Ökologisch	Sozial	Ökonomisch
a) Öffentliche Verkehrsanbindung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sensibilisierung</b> in Richtung Verkehrsanbieter, Gemeinden, Regionen, zuständiger Bundesministerien etc. für Angebote, Nutzen und Notwendigkeit von öffentlichen Verkehrsanbindungen (z. B. internationale Fluganbindungen, Ausbau Bahnverbindungen) unter Einbeziehung des zuständigen Verkehrsressorts</li> </ul>			
b) Mobilitäts-Entwicklungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fachliche Abstimmung</b> mit den für Infrastruktur zuständigen Stellen hinsichtlich des <b>Nutzens von Mobilitätsentwicklungen für den Tourismus</b> im Rahmen der dafür vorgesehenen Gremien/Plattformen (z. B. Regionalentwicklungsprogramme)</li> </ul>			
c) Destinations- & Betriebszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Unterstützung</b> möglichst einheitlicher und (inter-)national anerkannter Systeme, wie z. B. das „<b>Österreichische Umweltzeichen</b>“</li> <li>• <b>Motivationsupport von Betrieben sowie Destinationen</b> (in Ergänzung zu Partnern wie der Wirtschaftskammer)</li> </ul>			
d) Raum- & Bauordnung / Regionalkultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sensibilisierung und Aufzeigen von Problemfeldern</b> (Erhalt kleiner Strukturen, Zweitwohnsitze, reine Anlageprojekte etc.)</li> </ul>			





## 4) Bestehende Best-Practice-Beispiele

---

Unter dem Motto „Stärken stärken“, sollen mit den in der Strategie skizzierten Zielsetzungen und Handlungsfeldern bestehende Ansätze und Initiativen im Bereich der touristischen Nachhaltigkeit noch intensiviert und neue richtungweisende Impulse geschaffen werden.

Bereits zum gegenwertigen Zeitpunkt sind in der Steiermark verschiedene beispielgebende Projekte existent, von denen nachfolgend einzelne herausgegriffen und skizziert werden. Die Auflistung hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll einen Überblick über bestehende Nachhaltigkeitsprojekte geben.

Vorrangig werden Beispiele aus dem Handlungsfeld der touristischen Entwicklungsbereiche skizziert. Weiters werden jedoch auch einzelne Beispiele aus den Bereichen der kooperativen Entwicklungs- sowie der Support- und Verstärkungsbereiche dargestellt.

Steirische Tourismusbetriebe, insbesondere Hotellerie- und Seilbahnunternehmen, sollen durch bestmögliche Vernetzung sowie Kommunikation von Best-Practice-Beispielen zu noch mehr nachhaltigem Handeln motiviert werden und touristische Förderungen insbesondere auch für diesen Bereich anwendbar sein.





## „Die grüne Seilbahn – Planai-Hochwurzen-Bahnen“ in der Erlebnisregion Schladming-Dachstein

<p><b>Charakteristik</b></p>	<p>Als steirischer Leitbetrieb setzen die <b>Planai-Hochwurzen-Bahnen</b> unter dem <b>Unternehmensmotto „Die grüne Seilbahn“</b> diverse nachhaltige, ressourcenschonende und umweltorientierte Maßnahmen. Ein Auszug aus den Aktivitäten wird nachfolgend kompakt skizziert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forcierung eines <b>effizienten, kostengünstigen</b> und gleichzeitig <b>ökologischen bzw. ressourcenschonenden Schneemanagements</b>.</li> <li>• Beim <b>Bau der Pisten</b> soll möglichst die <b>landwirtschaftliche Nutzung</b> positiv beeinflusst werden. Neben der Bauweise oder auch der Aufbringung von ausreichend Humus und der Entsteinerung der Flächen, wird auf eine Begrünung mit standortgerechten Pflanzen bzw. Samen mit einer eigens entwickelten Alpinsaatzgutmischung gesetzt, wodurch neben der Begrünung und Bewirtschaftung im Sommer auch gleichzeitig der Grundstein für die perfekte Winter-Piste gelegt wird.</li> <li>• <b>Öko-Audit:</b> Im Rahmen des Projekts „Öko-Audit von skisportlich genutzten Flächen“ der Stiftung „pro natura – pro ski“ wurden die Möglichkeiten zur Aufwertung von Skigebietsflächen evaluiert, um die Stabilität und Eignung als Lebensraum für Pflanzen und Tiere zu verbessern. Die Planai-Hochwurzen-Bahnen haben als einziges Skigebiet in Österreich teilgenommen.</li> <li>• <b>Weiters wird auf die Stärkung des partnerschaftlichen Netzwerks</b> mit Landwirtschaft, Waldgenossenschaften, örtlicher Bevölkerung und anderen Institutionen (Alpenverein etc.) gesetzt.</li> </ul>
<p><b>Zuordnung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planai-Hochwurzen-Bahnen</li> </ul>









### Digitalisierung

Einen Schwerpunkt der Strategie bilden Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung.

Einerseits ist hier das Ziel, touristische Inhalte vermehrt digital auszuspielen und aufzubereiten. Außerdem sollen landesweit einheitliche Systeme forciert werden, um Doppelgleisigkeiten zu vermeiden. Auch in Richtung der Sensibilisie-

rung von Betrieben zur Umsetzung von Digitalisierungsmaßnahmen oder zur Reduktion von Papiermaterialien sollen Maßnahmen gesetzt werden.

In der Erlebnisregion Schladming-Dachstein werden beim Ausbau der digitalen Infrastrukturen bzw. der digitalen Ausspielung schon aktive Akzente gesetzt. Nachfolgend wird ein Auszug der getätigten Maßnahmen zusammengefasst.

### Digitalisierungs-Offensive in der Erlebnisregion Schladming-Dachstein

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Erlebnisregion Schladming-Dachstein wird durch den Ausbau der digitalen Strukturen eine <b>Lenkung der Gäste innerhalb der Region forciert</b>.</li> <li>• Maßnahmen sind hier u. a. der Ausbau der Schladming-Dachstein-App, die Schaffung von virtuellen Erlebnissen oder der Ausbau der Zugänglichkeitsmachung von Geodaten in Form der „OpenStreetMap“.</li> <li>• Weiters wird auch bei der <b>Regionscard „Sommercard“ die digitale Ausspielung forciert</b>, um eine Reduktion von Plastik und Abfall zu bewirken.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlebnisregion Schladming-Dachstein</li> </ul>





© Steiermark Tourismus / Tom Lamm





### Regionalität & Kulinarik

Das Erlebnisfeld „Kulinarik erleben“ beschreibt die absolute Kern- und Führungskompetenz der Steiermark, welche es zukünftig als Bestandteil der Regionalitäts- & Kulinarik-Offensive konsequent weiter auszubauen und zu intensivieren gilt. Besondere Relevanz beim Erleben der Genussdestination Steiermark hat die Regionalität,

welche auch bei der Wahrnehmung der Nachhaltigkeit aus Kundinnen- und Kundensicht eine wesentliche Komponente darstellt. Aktuell sind in diesem Bereich bereits diverse landesweite bzw. regionale Projekte erkennbar. Initiativen, wie die „Ramsauer Bioniere“, „Made im Murtal-Betriebe“, „Schladming-Dachstein Genusspartner“ oder die „Gesäuse Partner“ stellen nur einen kleinen Auszug der bestehenden Aktivitäten in diesem Bereich dar. Exemplarisch werden nachfolgend zwei Initiativen detaillierter skizziert:

### Kulinarium Steiermark – Landesweite Initiative

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motto: <b>„Wo die Steiermark draufsteht, ist die Steiermark drin!“</b></li> <li>• Im Rahmen der Initiative Kulinarium Steiermark wurden bereits über 150 Betriebe ausgezeichnet, welche mit ihrem Angebot einen wesentlichen Beitrag zur <b>Erlebbarmachung des Markenversprechens</b> der Steiermark als Feinkostladen Österreichs liefern.</li> <li>• Mit dem <b>Gütesiegel</b> werden jene Gastgeberinnen und Gastgeber ausgezeichnet, die auf regionale Identität und saisonale Qualitätsprodukte setzen. Im Mittelpunkt steht hier die Erfüllung von zehn Genussversprechen.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Projektinitiierung erfolgte im Jahr 2005 durch das Tourismusressort Land Steiermark</li> </ul>

## GenussReich in der Erlebnisregion Erzberg–Leoben

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Gründung des GenussReichs erfolgte 2009 als <b>Kulinarikinitiative der steirischen Eisenstraße</b>, mit dem Ziel die Produktvielfalt rund um Reiting und Eisenstraße zu präsentieren, Lebensmittel regional zu beziehen sowie die Wertschöpfung in der Region zu behalten. Mittlerweile umfasst die Initiative Produzentinnen und Produzenten sowie Gastronomie-, Handels- und Handwerksbetriebe.</li> <li>• Maßnahmen sind z. B. der <b>Verkauf von regionalen Produkten</b> in den Handelsbetrieben, um den Zugang auch außerhalb von Ab-Hof-Zeiten sicherzustellen, die Entwicklung <b>gemeinsamer Produkte</b>, wie der GenussReich-Gutschein, der bei allen Mitgliedsbetrieben eingelöst werden kann oder das GenussMenü, welches aus GenussReich-Produkten besteht und bei einzelnen Partnern konsumiert werden kann. Weiters werden <b>Schulungs- und Betriebsberatungen für Mitgliedsbetriebe</b> angeboten.</li> <li>• Die gemeinsamen Aktivitäten sollen die Attraktivität der Region erhöhen und die Genussangebote erlebbar machen. Weiters soll ein Beitrag in Richtung Bewusstseinsbildung der nächsten Generationen geleistet werden, indem auf die „Vielfalt vor der Tür“ aufmerksam gemacht wird.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verein Kulinarikinitiative Steirische Eisenstraße</li> </ul>





### Besucherinnen- und Besucherlenkung

Im Entwicklungsbereich der touristischen Mobilitäts-Kommunikation und Organisation steht neben der kommunikativen Aufbereitung bestehender Angebote und touristischer Produkte, die Unterstützung von Maßnahmen zur Entwicklung von Besucherinnen- und Besucherlenkungskon-

zepten für touristische Hot-Spots im Fokus. Im Kern steht hier die aktive Lenkung der Gäste, um Konfliktpunkte im Lebensraum zwischen Naturschutz, Land- und Forstwirtschaft, Einheimischen und Gästen, zu vermeiden. Bezugnehmend auf die Broschüre „Besucherlenkung – Best Practice der Regionalentwicklung“ (*Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung, 2022*) werden nachfolgend zwei Beispiele skizziert:

### Besucherlenkung im Mariazellerland-Mürztal in der Erlebnisregion Hochsteiermark

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Fokus des Projekts stehen die Beziehungen zwischen <b>Freizeitsport und Umweltschutz</b>.</li> <li>• Aufgrund dessen wurde im Rahmen des <b>LEADER-Projekts „Bikeregion Mürztal“</b> ein Mountainbikeprojekt in Zusammenarbeit von Grundstückseigentümerinnen und -eigentümer, Behörden und acht Gemeinden im Mariazellerland-Mürztal entwickelt, bei dem             <ul style="list-style-type: none"> <li>- eine abgestimmte <b>Streckenführung</b> im Mountainbikebereich</li> <li>- der <b>Schutz der Natur</b> durch eine digitale, frequenzbasierte Besucherinnen- und Besucherlenkung und</li> <li>- ein <b>analoges Leitsystem</b> im Bereich des Naturparks Mürzer Oberland entwickelt worden ist.</li> </ul> </li> <li>• Weiters sollen die naturräumlich <b>bedeutenden Gebiete</b> besser geschützt werden, indem diese bewusst <b>aus der Vermarktung genommen</b> werden.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektträger: REV Mürzzuschlag und Naturpark Mürzer Oberland</li> <li>• Zeitraum: 03/2018 bis 12/2023 / Region: Obersteiermark Ost</li> </ul>

### Besucherlenkung rund um die Salza in der Erlebnisregion Gesäuse

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektziel war die <b>Entlastung einiger Hotspots am Flusslauf der Salza</b></li> <li>• Im Rahmen des Projekts wurden u. a. <b>Infrastrukturen</b> (Parkplätze, Sanitäranlagen etc.) zur <b>gezielten Lenkung</b> der Besucherströme an vorgesehene Orte, <b>Beschilderungsmaßnahmen</b> entlang der Salza, <b>Themenbeschilderungen</b> in der Wasserlochklamm Palfau sowie Maßnahmen im Hinblick auf <b>gezielten Wissenstransfer</b> gesetzt.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektträger: Gemeinde Landl, Infrastrukturentwicklungs KG</li> <li>• Zeitraum: 06/2018 bis 12/2020 / Region: Liezen</li> </ul>







### Naturerlebnis und Bewusstseinsbildung

Um das „Grüne Image“ der Steiermark bestmöglich zu stärken, sollen hierzu in der touristischen Bewerbung die bestehenden Qualitäten im Zusammenhang mit den steirischen Naturräumen (z. B. die landschaftliche Vielfalt, Schutzgebiete, Naturparke, Nationalparke etc.) stärker akzentuiert und hervorgehoben werden.

Die Hebung des naturräumlichen Potenzials soll einerseits durch vermehrte Aufbereitung von

Naturerlebnissen und -angeboten erfolgen. Weiters soll durch Sensibilisierungsmaßnahmen in Richtung Gast ein Bewusstsein für die Naturqualität und den Schutz dieser geschaffen werden.

In einzelnen Regionen werden hier bereits Maßnahmen gesetzt. Nachfolgend wird ein beispielhaftes Projekt aus der Region Ausseerland-Salzkammergut skizziert, bei welchem neben den Naturschutzmaßnahmen auch Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung erfolgt ist.

### LIFE+Projekt „Naturwald, Moore und Lebensraumverbund“ in der Erlebnisregion Ausseerland-Salzkammergut

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Erlebnisregion, in welcher mehrere Natura 2000-Schutzgebiete vorhanden sind, wurden im Rahmen des <b>LIFE+ Projekts „Naturwald, Moore und Lebensraumverbund im Ausseerland“</b> diverse Naturschutzmaßnahmen, wie Moorrenaturierungen, Einbringen von Mischbaumarten etc. umgesetzt.</li> <li>• Ein weiterer Projektschwerpunkt war <b>die Setzung von Maßnahmen zur Erlebarmachung des Naturraums</b>. Weiters umfasste ein Themenbereich des Projekts die <b>Naturvermittlung</b>.</li> <li>• Ein Beispiel für die touristische Erlebarmachung ist die Entwicklung des <b>Wanderführers „Das Ausseerland erwandern“</b>, in welchem Wanderrouten inkl. Hinweis auf Schutzgebiete ausgewiesen werden.</li> <li>• Weiters wurde eine <b>App</b> im Rahmen des Projekts entwickelt, in welcher Routenvorschläge durch die Region integriert waren. Über einen QR-Code konnten hier Informationen zum Standort abgerufen werden.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektträger: Österreichische Bundesforste</li> <li>• Projektpartner: Land Steiermark (Abt. 13 Naturschutz); ehemaliges BMNT – heute BML, Gemeinde Grundlsee, Gemeinde Altaussee u. a.</li> <li>• Zeitraum: 07/2013 bis 06/2019</li> </ul>









### Ökologie

Im Bereich der Ökologie im Tourismus werden landesweit auf einzelbetrieblicher Ebene, aber auch innerhalb regionaler Kooperationen, diverse Impulse gesetzt. Zur Forcierung von Entwicklungen im eigenen Betrieb soll Bewusstsein für die Notwendigkeit zur Setzung von Maßnahmen geschaffen werden. Beispielhafte betriebliche Vorbildprojekte in diesem Bereich sind u. a.

**Autonomie-Energiekonzepte von Skigebieten,** wie die Gewinnung der Energie aus Wind- und

Hackschnitzeln im Ski- und Rodelgebiet Salzstiegl oder die Energiegewinnung durch das Beschneigungskraftwerk der Riesneralm.

**Betriebe, die mit international anerkannten Umweltzertifikaten zertifiziert sind,** wie die Hotelbetriebe Almwellness Hotel Pierer, Garten-Hotel Ochsenberger oder das Natur- & Wellnesshotel Höflehner, die mit dem „Österreichischen Umweltzeichen“ ausgezeichnet sind.

Nachfolgend werden einzelne Best-Practice-Beispiele detaillierter skizziert.

## „Klima- und Modellregion Bad Waltersdorf & Buch-St. Magdalena“ in der Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland

Charakteristik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristisch geprägt ist die Region durch die Thermen und die Thermalwassernutzung. Im Rahmen des Projekts sollen <b>Maßnahmen zur Steigerung der Lebens- und Erholungsqualität für Gäste und Bevölkerung</b> umgesetzt werden (u. a. in den Bereichen Ausbau der E-Ladeinfrastruktur, Forcierung von PV-Anlagen, Durchführung von Energieberatungen etc.).</li> <li>• Maßnahmen sind hier u. a. die Errichtung eines <b>Parkdecks mit Photovoltaikanlage am Dach</b> und die Schaffung von <b>E-Ladestationen</b> im Bereich des touristischen Leitbetriebs der <b>Therme Bad Waltersdorf</b>.</li> <li>• Weiters werden diverse <b>Projekte zur Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung</b> im Bereich Ressourcennutzung bzw. Umweltschutz umgesetzt, wie z. B. durch die Veranstaltung „E-Power 2022 – Energiefachtag und E-Mobilität“, bei der „elektrisierende“ Impulse gegeben werden sollen oder das Format der „Woche der Sauberkeit“, bei dem die Natur durch örtliche Teams von Müll gereinigt wird, oder auch die Durchführung des „Energiestammtisches“, bei dem die laufenden Umsetzungsmaßnahmen vorgestellt werden.</li> </ul>
Zuordnung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klima- und Modellregion Bad Waltersdorf und Buch-St. Magdalena der Gemeinden Bad Waltersdorf &amp; Buch-St. Magdalena</li> <li>• Weiterführungsphase läuft seit 2020</li> </ul>



### Energiecamp Murau der Klima- & Modellregion Holzwelt Murau in der Erlebnisregion Murau

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Energiecamp der KEM Holzwelt Murau ist ein <b>Konferenz-Format für junge Menschen</b>, bei dem aktuelle Fragestellungen zu den Themen Klima und Energie durch Personen aus den Bereichen Wirtschaft sowie Politik beleuchtet werden.</li> <li>• Im Rahmen des <b>zweitägigen Formats</b> stehen u. a. Fachvorträge, Diskussionen mit Expertinnen und Experten sowie das Aufzeigen von innovative Beispielen am Programm. <b>Im Mai 2022 hat das Energiecamp</b> (nach zweijähriger Online-Durchführung) zum achten Mal unter dem Motto „Mit Holz zur Energiewende – Wie der Rohstoff Holz zum Klimaschutz beiträgt“ mit rund 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmern stattgefunden.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Projektverantwortung obliegt der „Holzwelt Murau“, die neben Akzenten im Bereich der Regionalentwicklung, das Ziel hat, als Klima- und Modellregion, im Bezirk Murau Energiesouveränität bei Wärme und Strom sicherzustellen.</li> </ul>

### „Weniger Müll fürs Lebensg’fühl“ in der Erlebnisregion Schladming–Dachstein

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Bewusstseinsbildungs- bzw. Abfallvermeidungsprojekt</b> in der Stadtgemeinde Schladming, welches in Zusammenarbeit mit externen Projektpartnerinnen und -partnern durchgeführt wird.</li> <li>• Maßnahmen, die bereits umgesetzt worden sind, sind u. a. ein <b>„Müllpass-Kreativwettbewerb“</b> an Schulen, die Entwicklung eines <b>Green Event Handbuchs</b> sowie die <b>Motivation von Hotels zur Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen</b>.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekt der „ÖGUT – Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik“ in der Stadtgemeinde Schladming</li> <li>• in Zusammenarbeit mit den Projektpartnerinnen und -partnern AQA und Pulswerk im Auftrag der Coca-Cola Foundation</li> </ul>

### Willkommen bei Green Events Steiermark, das steirische Netzwerk für nachhaltige Veranstaltungskultur

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freiwillige Selbstverpflichtung im Sinne einer nachhaltigen Veranstaltungskultur und Logovergabe durch die A 14, Nachhaltigkeitskoordination. Das Siegel umfasst die Themenbereiche klimaschonende <b>Mobilität, Verpflegung, Abfallvermeidung, Abfalltrennung, Ressourcenschonung, Barrierefreiheit</b> sowie <b>aktive Kommunikation</b>. Die Voraussetzung für die Verwendung des Green Events Steiermark Logo, ist eine freiwillige Selbstverpflichtung zur Einhaltung der Mindestkriterien Green Events Austria.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abteilung 14 - Nachhaltigkeitskoordination des Landes Steiermark</li> <li>• Teil des Netzwerkes Green Events Austria</li> </ul>



### Employer Branding

Die Suche und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist auch im Tourismus der Steiermark bzw. im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit eine künftige Kernerfolgskomponente. Die Maßnahmen, welche seitens der Tourismuswirtschaft hier gesetzt werden, liegen im

Bereich von imagestärkenden Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Branche. Auch erfolgt die Unterstützung von Betrieben zur Entwicklung in Richtung eines attraktiven Arbeitgebers. Nachfolgend wird ein Projekt der „LAG Zeitkultur – Osteirisches Kernland“ skizziert, bei welchem der Lehrberuf für Schülerinnen und Schüler attraktiv gemacht werden soll.

## Kreative Lehrlingswelten in der Erlebnisregion Oststeiermark

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei dem Projekt handelt es sich um ein <b>branchenübergreifendes LEADER-Projekt</b>, bei dem Schülerinnen und Schüler der Lehrberuf nähergebracht wird.</li> <li>• Im Rahmen von <b>mobilen Werkboxen zu 25 unterschiedlichen Lehrberufen</b> (wie beispielsweise für die Berufe Koch/Köchin, Restaurantfachmann/-frau), welche die <b>typischen Utensilien</b> der jeweiligen Berufe umfassen, werden die <b>Lehrberufe</b> für die Schülerinnen und Schüler unter dem Motto „ausprobieren und vergleichen“ <b>erlebbar und begreifbar</b> gemacht.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektträger: LAG Zeitkultur / Osteirisches Kernland</li> </ul>

## GET A JOB, deine Chance im Tourismus!

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seit 2023 erhalten Schülerinnen und Schüler der 3. und 4. Klassen von Mittelschulen, Fachschulen und Polytechnischen Schulen (9. Schulstufe) durch den Berufswahl-Impuls GET A JOB wertvolle Einblicke in die Berufswelt Tourismus.</li> <li>• Inhalte dieser Imagekampagne sind             <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Impulse für die eigene Schul- und Bildungswahl</li> <li>&gt; die Vorstellung von Lehrberufen im Tourismus und deren Berufsbilder sowie Berufschancen mit Lehre &amp; Matura</li> <li>&gt; Interviews mit Berufsvertreterinnen und -vertretern sowie Lehrlingen aus Hotellerie und Gastronomie</li> <li>&gt; Tipps zur Lehrstellensuche und Bewerbung</li> </ul> </li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftskammer Steiermark, Sparte Tourismus/ Fachgruppe Gastronomie und Hotellerie</li> </ul>







### Touristische Mobilität

Die touristische Mobilität zählt als ein wesentliches Handlungsfeld im Bereich der Nachhaltigkeit und spielt insbesondere bei der wahrgenommenen Nachhaltigkeit seitens der Kundinnen und Kunden eine wichtige Rolle. Aufgrund der Charakteristik als Querschnittsmaterie, leistet der Tourismus im Bereich der Mobilität einen Beitrag, durch Aufzeigen von Problemfeldern, die Vertretung der touristischen Interessen sowie durch Zurverfügungstellung von Informationen.

In den Regionen werden bereits diverse Maßnahmen hierzu gesetzt.

Aktivitäten, wie die Nutzung der Regionscard „Sommerc card“ zur Forcierung von **Konzepten für eine individualverkehrsreduzierte Freizeitmobilität**, werden in der Erlebnisregion

Schladming-Dachstein zur Verbesserung der touristischen Mobilität gesetzt.

Die **Kooperation „Ökoregion Kaindorf“**, in der Erlebnisregion Oststeiermark, deren Ziel die Förderung der ökologischen Entwicklung auf Regionsebene ist, setzt ebenfalls Maßnahmen zur Verbesserung der touristischen Mobilität. Zur Erlebarmachung der Themen der Ökoregion wurden „Genussradrundwege“ zu den Themen Hopfen oder Wein und Wasser entwickelt. Dadurch soll die Positionierung als nachhaltige Radregion gestärkt und gleichzeitig Bewusstseinsbildung durch Aufbereitung von relevanten Point of Interests erfolgen. Als jährliches Leitevent wird die „Geero-Genussradrundfahrt“ veranstaltet, bei der verschiedene regionale Genussstationen mit dem Rad erlebt werden.

Nachfolgend werden beispielhafte Projekte näher erläutert:

### „Nimm's Radl“ in der Erlebnisregion Murtal

<p><b>Charakteristik</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Radprojekt, welches im Jahr 2016 seitens der ARGE „Nimm's Radl“ ins Leben gerufen wurde, beschäftigt sich mit der <b>Weiterentwicklung des Radangebots in der Region</b>. Schwerpunkte liegen im Bereich der Orientierung, Sicherstellung von Leihrädern oder bei der Ausweisung von speziellen Routenvorschlägen oder von Rad-Infrastrukturen (E-Ladestationen etc.).</li> <li>• Maßnahmen sind hier u. a. <b>der Fokus auf die individuelle Radroutenerstellung des Gastes</b> durch die Einführung eines Knotensystems, bei dem die Knotenpunkte des Radnetzes durchnummeriert sind und bei den Punkten u. a. Auskunft zum aktuellen und den umliegenden Knotenpunkten gegeben wird; die <b>Zurverfügungstellung von 1.000 Leihrädern</b> oder auch die <b>Ausweisung von Radservice-, Nächtigungs- und Gastronomiebetrieben</b> sowie von <b>touristischen Highlights</b> in der Region.</li> </ul>
<p><b>Zuordnung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlebnisregion Murtal in Zusammenarbeit mit Projekt Spielberg</li> </ul>



## Weinmobil des „regioMOBIL-Systems“ in der Erlebnisregion Südsteiermark

<b>Charakteristik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Weinmobil ist das <b>Taxisystem</b> der Südsteiermark und ist Teil des „regioMOBIL-Systems“. Im Rahmen des Projekts soll die <b>Erlebbarkeit der Wein- und Genussregion, ohne das eigene Auto</b>, in den Bezirken Deutschlandsberg und Leibnitz sichergestellt werden.</li> <li>• Im Gebiet sind hierzu über 2000 Weinmobil-Haltestellen bei Ausflugszielen, Weingütern, Beherbergerinnen und Beherberger etc. definiert. Das Weinmobil kann für bis zu acht Personen gebucht werden und fährt zu fix vorgegeben Tarifen.</li> </ul>
<b>Zuordnung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „regioMOBIL“- Regionalmanagement Südweststeiermark GmbH</li> </ul>





## Das Ziel

---

Die vorliegende, bewusst kompakt gehaltene Nachhaltigkeitsstrategie, soll als **Leitfaden für die zukünftige Entwicklung einer nachhaltigen Tourismusdestination Steiermark** dienen, ohne dabei unternehmerische oder volkswirtschaftliche Notwendigkeiten zu vernachlässigen.

Somit sollte es uns allen gemeinsam mit den Betrieben und Tourismusverantwortlichen gelingen, unser **Grünes Herz Österreichs** auch weiterhin authentisch erlebbar zu machen, und dabei aktuelle Entwicklungen in den Bereichen **Ressourcenschonung, Klimawandel, soziale Verträglichkeit, Mobilität** und vieles mehr in verantwortungsvollem Maße zu berücksichtigen.



## Quellen

*Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 17 Landes- und Regionalentwicklung (2022):* Besucherlenkung – Best Practice der Regionalentwicklung

*Land Steiermark, Abteilung 12, Referat Tourismus (2020):* Tourismusstrategie Steiermark 2025 – Wachstum durch Qualität

*Dr. Fleischhacker, V. (Dezember 2012):* Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030.  
Ort: Institut für touristische Raumplanung-ITR

*UNEP und UNWTO (2005):* Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers  
*Rein, H., Strasdas, W. (2017; 2. Auflage):* Nachhaltiger Tourismus

*Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH- STG (2018):* Strategie Steiermark Tourismus 2020–2025.  
<https://www.steiermark.com/de/B2B/Unternehmen/Tourismus-Strategie> [abgerufen am 20.09.2022]

*Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH- STG (2018):* Markenhandbuch Steiermark.<https://www.steiermark.com/STEIERMARK/B2B/Markenhandbuch%20Steiermark%20Tourismus-doppelseite.pdf> [abgerufen am 20.09.2022]

*Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten (2022):* Sustainable Development Goals (SDG).  
<https://www.bmeia.gv.at/ministerium/aktuelles/sustainable-development-goals-sdg/> [abgerufen am 20.09.2022]

*United Nations, Department of Economics and Social Affairs, Sustainable Developments (2022):* Sustainable Development Goals. <https://sdgs.un.org/goals> [abgerufen am 20.09.2022]

*GDSM 2020, Global Destination Sustainability Movement (2022):* Global Destination Sustainability Index.  
<https://www.gds.earth/index/> [abgerufen am 20.09.2022]

*Zukunftsinstitut GmbH (2022):* Megatrends. <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>  
[abgerufen am 20.09.2022]

*Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH- STG (2022):* Kulinarium Steiermark. [www.steiermark.com/de/Steiermark/Kulinarik-erleben/Gastronomie/Kulinarium-Steiermark](http://www.steiermark.com/de/Steiermark/Kulinarik-erleben/Gastronomie/Kulinarium-Steiermark) [abgerufen am 12.10.2022]

*Verein Kulinarikinitiative Steirische Eisenstraße (2022):* Genussreich rund um Erzberg und Leoben.  
<https://www.genussreich.at/ueber-uns/der-verein/> [abgerufen am 12.10.2022]

*Holzwelt Murau (2022):* Energiecamp Holzwelt Murau. <https://www.energieregionmurauf.at/energiecamp/>  
[abgerufen am 12.10.2022]

*Klima- und Energiemodellregion Holzwelt Murau (2022):* Energiecamp. <https://energiecamp.at/>  
[abgerufen am 12.10.2022]



*Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (2022):* Projekt Schladming: Weniger Müll fürs Lebensgefühl. <https://www.oegut.at/de/projekte/ressourcen/abfallvermeidung-schladming.php> [abgerufen am 12.10.2022]

*Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 14 Referat Abfall- und Ressourcenwirtschaft (2022):* G'SCHEIT FEIERN - Der steirischen Festkultur. <https://www.gscheitfeiern.steiermark.at/> [abgerufen am 12.10.2022]

*Klima- und Energie-Modellregion Bad Waltersdorf & Buch-St. Magdalena (2022):* Maßnahmen und Projekte der Klima- und Modellregion. <https://www.modellregion-bad-waltersdorf-buch-st-magdalena.info/> [abgerufen am 12.10.2022]

*LAG Zeitkultur Oststeirisches Kernland (2022):* Kreative Lehrlingswelten. <http://www.lehrlingswelten.at/die-berufe/> [abgerufen am 12.10.2022]

*Erlebnisregion Murtal (2022):* Nimm's Radl Murtal. <http://www.nimmsradl-murtal.info/de/index.asp> [abgerufen am 12.10.2022]

*Tourismusverband Südsteiermark (2022):* Weinmobil Südsteiermark. <https://www.suedsteiermark.com/de/Service/WEINmobil> [abgerufen am 12.10.2022]

*Holding Graz (2022):* Das GUSTmobil Graz <https://www.holding-graz.at/de/mobilitaet/das-gustmobil-graz-perfekte-verbinding/> [abgerufen am 12.10.2022]

*Holding Graz (2022):* GUSTmobil – Flächendeckende Mobilität im Großraum Graz. <https://istmobil.at/istmobil-regionen/gustmobil/> [abgerufen am 12.10.2022]

*Planai-Hochwurzeln-Bahnen (2022):* Technik und Umwelt. <https://www.planai.at/de/service/ueber-uns/technik-umwelt> [abgerufen am 25.10.2022]

### **Weitere Studien und Konzepte, die gesichtet wurden:**

*Kernitzky, M., Simbürger, M., Pretenthaler, F., Köberl, J., Gruber, C. et. al – (April 2021):* Potenzialanalyse „Projekt „Tourismus Steiermark 2050“. Ort: Joanneum Research

*Sigmund, H. (Februar 2022):* Vortrag „Nachhaltig, Nachhaltiger, am Nachhaltigsten?!“. Ort: Tourism Impact

*Bundesministerium für Nachhaltigkeit & Tourismus, Sektion VII – Tourismus & Regionalpolitik (2019):* Plan T – Masterplan Tourismus

*Gobiet, A., Suklitsch, M., Leuprecht, A., Peßenteiner, S., Mendlik, T., Truhetz, H. (2012):* Klimaszenarien für die Steiermark bis 2050. Wegener Zentrum für Klima und Globalen Wandel



© Steiermark Tourismus/Harry Schiffer

Steiermark



### Impressum:

#### Herausgeber:

Land Steiermark, Abteilung 12, Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft und Forschung  
Referat Tourismus  
Radetzkystraße 3, A-8010 Graz  
E-Mail: [tourismus@stmk.gv.at](mailto:tourismus@stmk.gv.at)

#### Fachliche Begleitung:

conos gmbh / Mag. Arnold Oberacher und Mira Kylander, MA  
Hietzinger Hauptstraße 45, A-1130 Wien  
[www.conos.at](http://www.conos.at)



Das Land  
Steiermark

→ Tourismus