

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Österreich Werbung

Für eine zukunftsfähige Tourismusbranche braucht es eine Gratwanderung zwischen Tourismus, Naturverträglichkeit und Tourismusakzeptanz der lokalen Bevölkerung.

Die Österreich Werbung hat sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam mit allen Stakeholdern gezielt an einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Entwicklung des Tourismus in Österreich zu arbeiten. Grundlage für alle Aktivitäten ist die 2022 entwickelte Nachhaltigkeitsstrategie. Somit schaffen wir es gemeinsam, die Destination Österreich ganzheitlich nachhaltig auszurichten und Tourismus, Natur und Umwelt in Einklang zu bringen.

Unsere Vision

Aktiv und authentisch gelebte Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette des österreichischen Tourismus unter Involvierung der Gäste, der Beschäftigten, der lokalen Bevölkerung und aller weiteren Dienstleister*innen und Beteiligten.



Unser strategisches Ziel

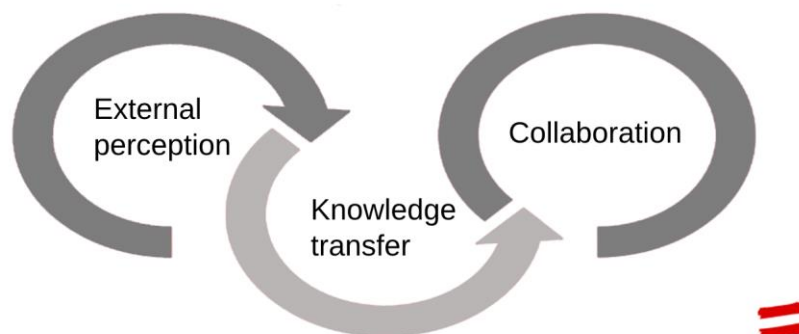


Unterstützung der österreichischen Branche auf dem **Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt** (analog zu den Ambitionen und Vorgaben im Plan T, 2019).

Drei Aktionsfelder mit insgesamt 8 Initiativen

Um unsere Vision und unser strategisches Ziel gemeinsam mit der österreichischen Tourismusbranche zu erreichen, haben wir Ansatzpunkte in drei Aktionsfeldern gesetzt.

Die drei Aktionsfelder Außenwahrnehmung, Wissenstransfer und Kollaboration sind mit insgesamt 8 Initiativen hinterlegt, die eine nachhaltige Entwicklung der Branche gewährleisten sollen. In der Ausarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie wurden außerdem die Sustainable Development Goals (SDGs), 17 Ziele der Vereinten Nationen zur nachhaltigen Entwicklung, berücksichtigt. Im Strategieprozess wurden 11 für den österreichischen Tourismus relevante Ziele identifiziert und alle acht Initiativen der drei Aktionsfelder mit relevanten SDGs hinterlegt. Durch die Berücksichtigung und Umsetzung der SDGs in der Strategie kann der Tourismussektor dazu beitragen, die Umwelt zu schützen und gleichzeitig wirtschaftliche und soziale Wertschöpfung zu generieren.



Aktionsfeld 1

Außenwahrnehmung

Um auf internationaler und nationaler Ebene als nachhaltige Destination wahrgenommen zu werden, müssen wir jetzt handeln. Noch ist das Zeitfenster offen, um unsere Nachhaltigkeitskommunikation zu intensivieren und uns noch stärker als nachhaltige Destination am Markt zu positionieren. Hierzu sprechen wir gezielt für das Thema sensibilisierte Gäste an.

Die Initiativen:

Nachhaltigkeit als Markenstärke und Wettbewerbsvorteil aufbauen

Um als nachhaltiges Tourismusland wahrgenommen zu werden, braucht es eine gezielte Positionierung am Markt, einen starken Markenauftritt und eine einheitliche Sprache.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Thematische Integration von **Nachhaltigkeit in der Kommunikationskonzeption** von Kampagnen, im Ressort Nachhaltigkeit und der Marke „Urlaub in Österreich“
- Berücksichtigung von **Nachhaltigkeit und Diversität** in der **Bild- und Textsprache** zukünftiger Produktionen
- Aufbereitung von **Nachhaltigkeitsdossiers** für die Presse- und Trade-Arbeit
- Durchführung einer **Conjoint-Analyse** zum Thema Nachhaltigkeit



Den Anteil nachhaltig zertifizierter Betriebe steigern

Um als nachhaltiges Tourismusland wahrgenommen zu werden, müssen wir aktiv und authentisch als ein solches auftreten. Dazu braucht es nachhaltige Leistungsträger in der Branche.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Multi-Stakeholderprozess für eine **nationale Zertifizierungs- und Kennzeichnungsstrategie**
- Konzeption eines **Kommunikationsdaches**
- **Storytelling** mit Portraits und Best Practices
- **Informationskampagnen** für Betriebe und Destinationen



Die Tourismusakzeptanz im Land verbessern

Für eine ganzheitlich nachhaltige Entwicklung des Tourismus, muss die Bevölkerung mitgedacht und strategisch verankert werden, um in weiterer Folge die Tourismusakzeptanz zu verbessern.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Ist-Erhebung des **Status Quo** und **Potenzialanalyse** zur Tourismusakzeptanz in Österreich
- Konkrete **Handlungsempfehlungen & Umsetzungsbegleitung** für die Branche
- Fortlaufender **Austausch mit der Branche**



Aktionsfeld 2

Wissenstransfer

Um gemeinsam mit der Branche den Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt erfolgreich zu bestreiten, ist ein einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit in der Bevölkerung und aller Stakeholder entscheidend. Wir sehen es einerseits als unsere Aufgabe, zur Bewusstseinsbildung beizutragen, gleichzeitig wollen wir der Branche handlungsanleitendes Wissen zur Verfügung stellen, um so den Destinationen und Betrieben Orientierung zu geben und gezielt gemeinsam das touristische Angebot Österreichs stetig zu verbessern.

Die Initiativen:

Bewusstseinsbildung und Impulse geben

Um die österreichische Tourismusbranche, aber auch die Bevölkerung sowie Gäste für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, braucht es ein breites Spektrum an Formaten, die zur Bewusstseinsbildung beitragen.

Folgende Formate sind geplant:

- ÖW-interne und -externe **Austauschformate** zum Thema Nachhaltigkeit
- Veranstaltung einer „**Climate Impact Week**“ mit Fokus auf Klimabewusstsein und Klimaschutz
- Publikation „**Wegweiser zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus**“
- **Weitere Publikationen** der Tourismusforschung im Themenbereich Nachhaltigkeit
- **Redaktionelle Beiträge** mit Nachhaltigkeitsbezug



Handlungsanleitendes Wissen aufbereiten

Um auf nationaler und internationaler Ebene als Tourismusdestination ganzheitlich nachhaltig zu agieren und vergleichbar zu sein, braucht es konkrete Handlungsanleitungen, an denen sich die Branche orientieren kann.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Analyse der **Rankings** und Identifikation der Bewertungshebel und Gewichtungen
- **Erstellung von Checklisten** zu verschiedenen Schwerpunkten im Bereich der Nachhaltigkeit für Betriebe und/oder Destinationen
- Entwicklung einer **ESG-Reporting-Anleitung** für die Branche



Aktionsfeld 3

Kollaboration

Nicht zuletzt ist die enge Zusammenarbeit der gesamten österreichischen Tourismusbranche von größter Wichtigkeit. Nur, wenn wir den Weg gemeinsam gehen und am gleichen Strang ziehen, können wir ökologische, sozio-kulturelle und ökonomische Nachhaltigkeit leben und für unsere Gäste authentisch erlebbar machen. Mit der Etablierung einer gemeinsamen Plattform für die Branche schaffen wir es, Erfahrungen, Best Practices und

Daten auszutauschen, nachhaltige Maßnahmen zu fördern und neue, innovative Lösungen zu finden. Somit können wir zukünftig noch bessere Entscheidungen treffen und die richtigen Hebel ansetzen, wenn es um eine erfolgreiche und zukunftsfähige Entwicklung der Branche geht.

Die Initiativen:

Community- und Innovationsplattform betreiben

Um die österreichische Tourismusbranche zu vernetzen, braucht es eine gemeinsame Plattform. Diese bildet die Basis für einen guten Austausch innerhalb der Branche und ist somit Voraussetzung für innovative Lösungsansätze.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Erweiterung der **branchenweiten Zusammenarbeit** durch geeignete Formate
- Aufbau, Befüllung und Kuratierung der **Nachhaltigkeitsinhalte auf der Community- und Innovationsplattform** für LTOs, Destinationen und Regionen



Datenschnittstellen durch Green Data Space schaffen

Ein wesentlicher Schritt für den grünen Wandel im Tourismus und damit der Transformation hin zu einer resilienten, nachhaltigen Branche ist die Digitalisierung und der Austausch von Daten. Alles, was wir heute messen können, können wir morgen schon verbessern.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Aufbau, Befüllung und Kuratierung der Nachhaltigkeitsinhalte auf der Community- und Innovationsplattform für LTOs, Destinationen und Regionen
- **Steigerung** der Anzahl **relevanter Partner*innen**
- Umsetzung von **Use Cases** mit touristischen Stakeholdern



Nachhaltigkeitslabor für Innovationen betreiben

Eine zukunftsfähige Branche ist eine resiliente Branche. Dafür braucht es einen Perspektivenwechsel und neue Lösungsansätze.

Folgende Schritte sind strategisch gesetzt:

- Veranstaltung von **Hackathons** und **Innovations-Challenges** zur Ideensammlung und -findung
- Umsetzung von **Accelerator-Programmen** mit touristischen und branchenfremden Stakeholdern zur Unterstützung neuer innovativer Lösungen und Geschäftsmodelle



Woran orientieren wir uns?

Die Nachhaltigkeitsstrategie orientiert sich an
relevante Rahmenstrukturen



Plan T - Masterplan für Tourismus

Der Plan T bildet seit seiner Veröffentlichung 2019 die Grundlage für die Tourismuspolitik in Österreich und setzt die Rahmenbedingungen für eine zukunftsweisende Weiterentwicklung des Tourismusstandortes.

Nachhaltigkeit in ihrer ökologischen, soziokulturellen und ökonomischen Dimension bildet demnach ein wesentliches Grundprinzip für einen langfristigen Erfolg der Branche.

Im Jänner 2023 wurde der weiterführende Aktionsplan 2023-2024 veröffentlicht, der konkrete Meilensteine definiert und es ermöglicht, dynamisch auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren.

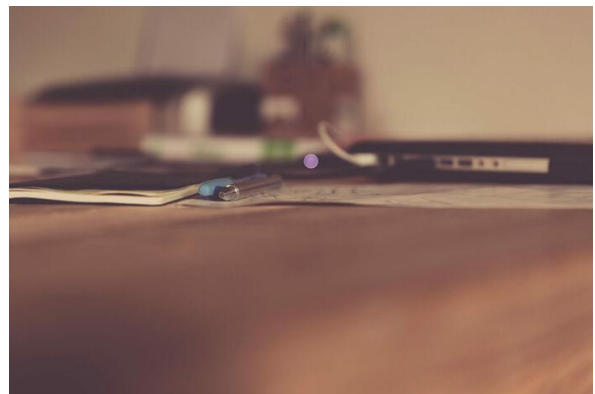
[Der Plan T auf der Webseite des BMAW](#) ↗

Vorgaben der UNWTO

Die UNWTO definiert eine nachhaltige Entwicklung in der Branche wie folgt: „Tourismus, der seine derzeitigen und künftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen in vollem Umfang berücksichtigt und den Bedürfnissen der Besucher, der Branche und der Umwelt und der Gastgemeinden Rechnung trägt.“

Nachhaltiger Tourismus muss daher:

- Umweltressourcen optimal nützen
- die soziokulturelle Authentizität der lokalen Destinationen respektieren
- langfristige Wirtschaftlichkeit und fair verteilte sozioökonomische Vorteile sicherstellen



Die Vorgaben der UNWTO bilden eine wesentliche Grundlage der Nachhaltigkeitsstrategie.

[Mehr zu den Vorgaben der UNWTO](#) ↗

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Sustainable Development Goals - SDGs

Die Sustainable Development Goals (SDGs) sind 17 Ziele der Vereinten Nationen zur nachhaltigen Entwicklung, die bis 2030 erreicht werden sollen. Die Ziele umfassen Themen wie Armutbekämpfung, Bildung, Klimawandel, sauberes Wasser, saubere Energie sowie Frieden und Gerechtigkeit. Sie sollen dazu beitragen, eine bessere und nachhaltigere Zukunft für alle Menschen und den Planeten zu schaffen.

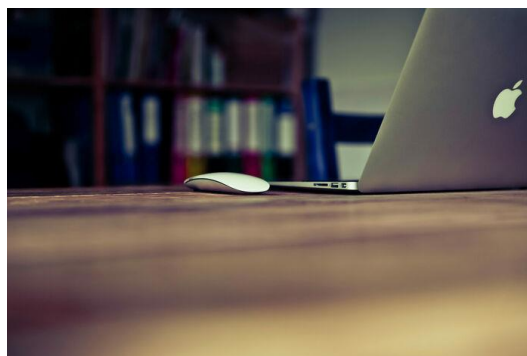
In der Ausarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie wurden die für den österreichischen Tourismus relevanten SDGs identifiziert und integriert. Die Strategie adressiert 11 von den insgesamt 17 Zielen zur nachhaltigen Entwicklung.

[Mehr zu den SDGs](#) ↗

Die ESG-Kriterien

ESG steht für Environment, Social und Governance und bezeichnet eine bestimmte Rahmenstruktur zur Bewertung von Unternehmen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit. Als ESG-Kriterien werden die Indikatoren bezeichnet, die den drei Kategorien E-S-G zugeordnet werden und somit Auswirkungen auf die Umwelt, die Gesellschaft und die allgemeinen Geschäftspraktiken bewerten.

Gezielt in eine Unternehmensstrategie integriert und verankert, können die ESG-Kriterien helfen, Unternehmen und ihre Geschäftspraktiken ganzheitlich nachhaltig auszurichten und ein verantwortungsvolles Wirtschaften zu fördern.



Kontakt

Katrin Erben

Österreich Werbung / Expertin Nachhaltigkeit

+43 1 588 66-474

katrin.erben@austria.info

