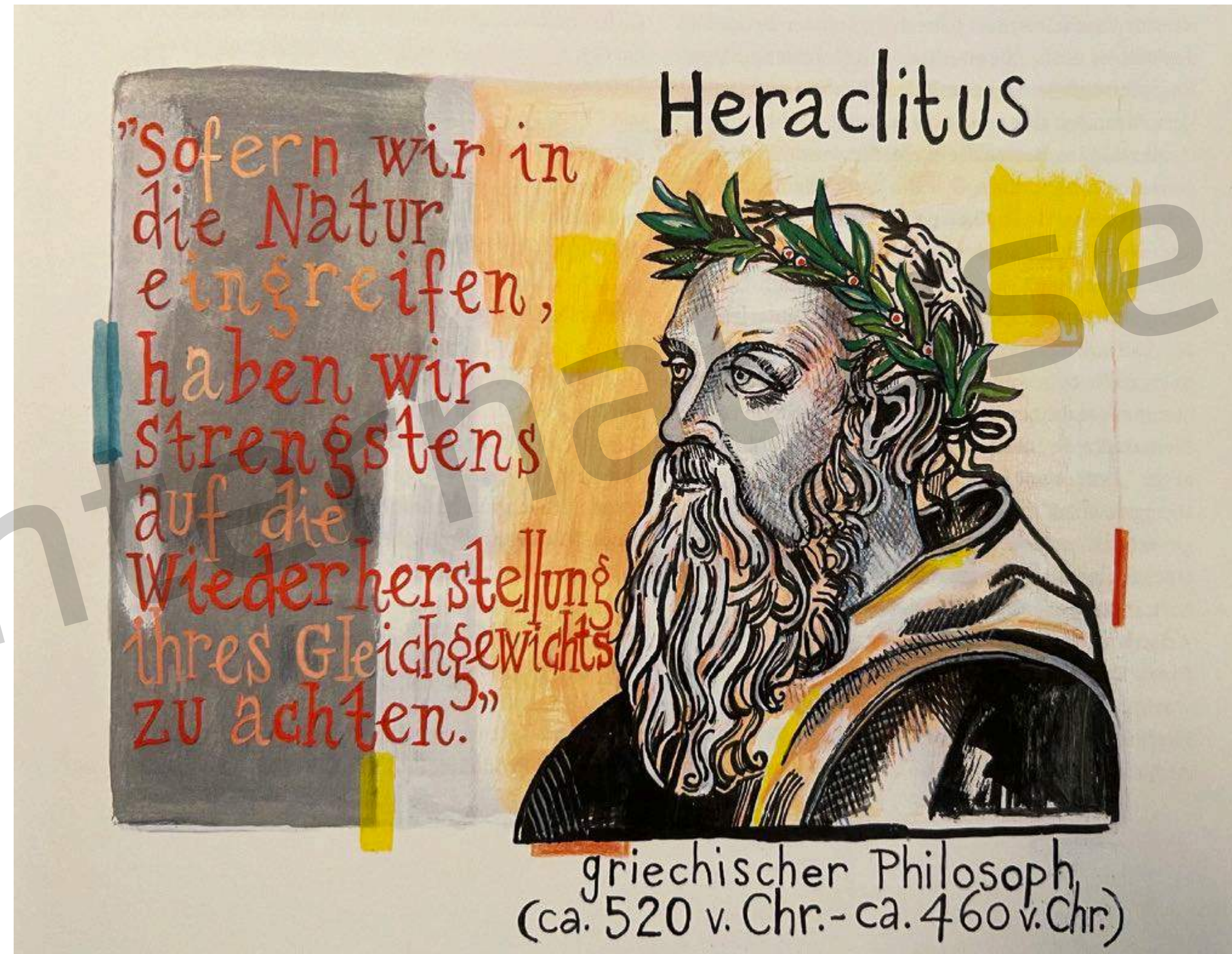


Nachhaltig war gestern

Herausforderungen für DMOs

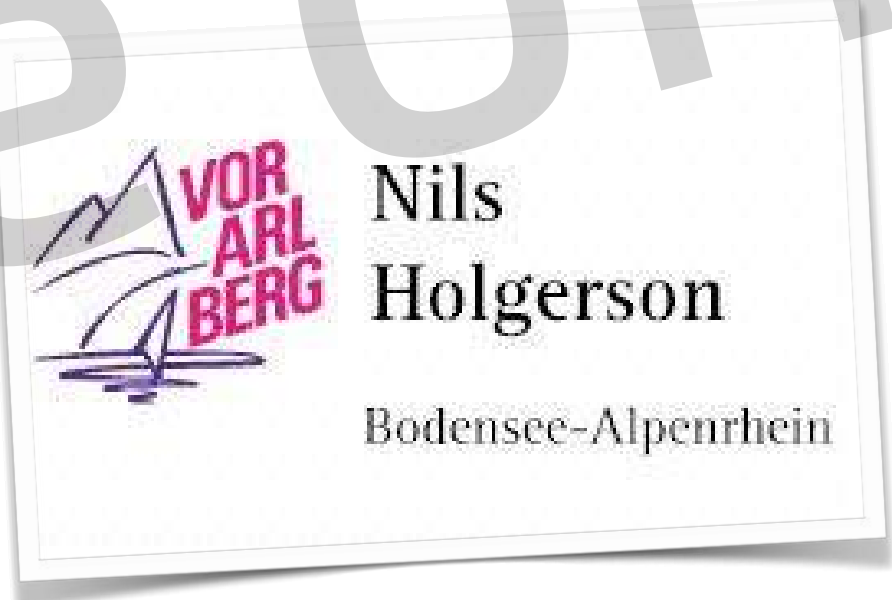
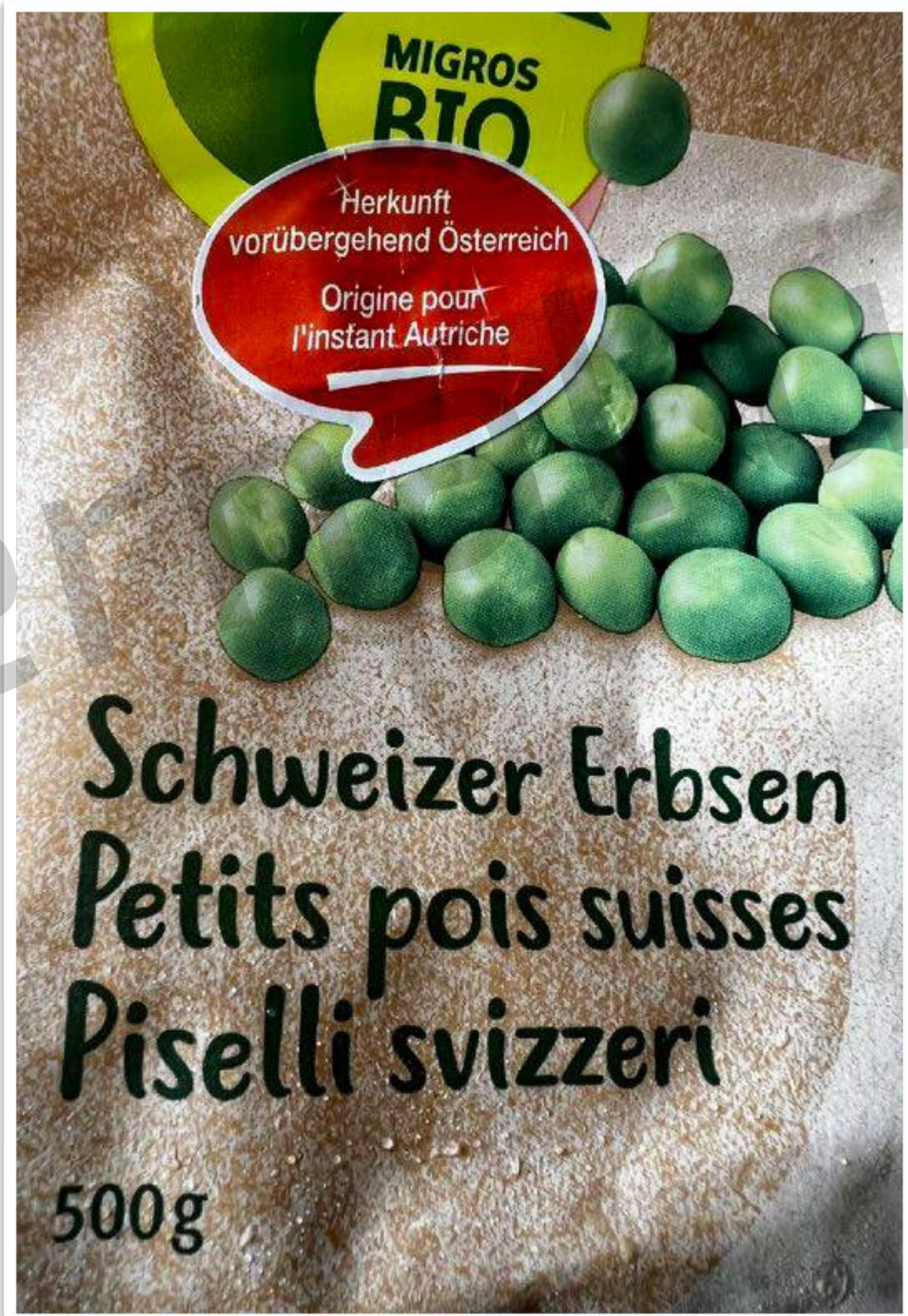
Input zum BÖTM TOP-SEMINAR 2023, Gosau am Dachstein, 06.10.2023

Gestern



Bregenz - Zürich

und doch "an Dütscha"



TOURISM
IMPACT



TOURISMUSPARTNER



Wer?

I am not the expert: Alter Hase trifft Junge Denkerin

Clara

Bachelor in
Philosophy &
Economics

Master in
Sustainable
Development

wissenschaftl
Visionärin

Zukunfts-
macherin



Holger

Dipl-
Betriebsw.
Tourismus

23 Jahre
Praxis-
Erfahrung

Unternehmer

Berater und
Trainer

Stimmungsbild

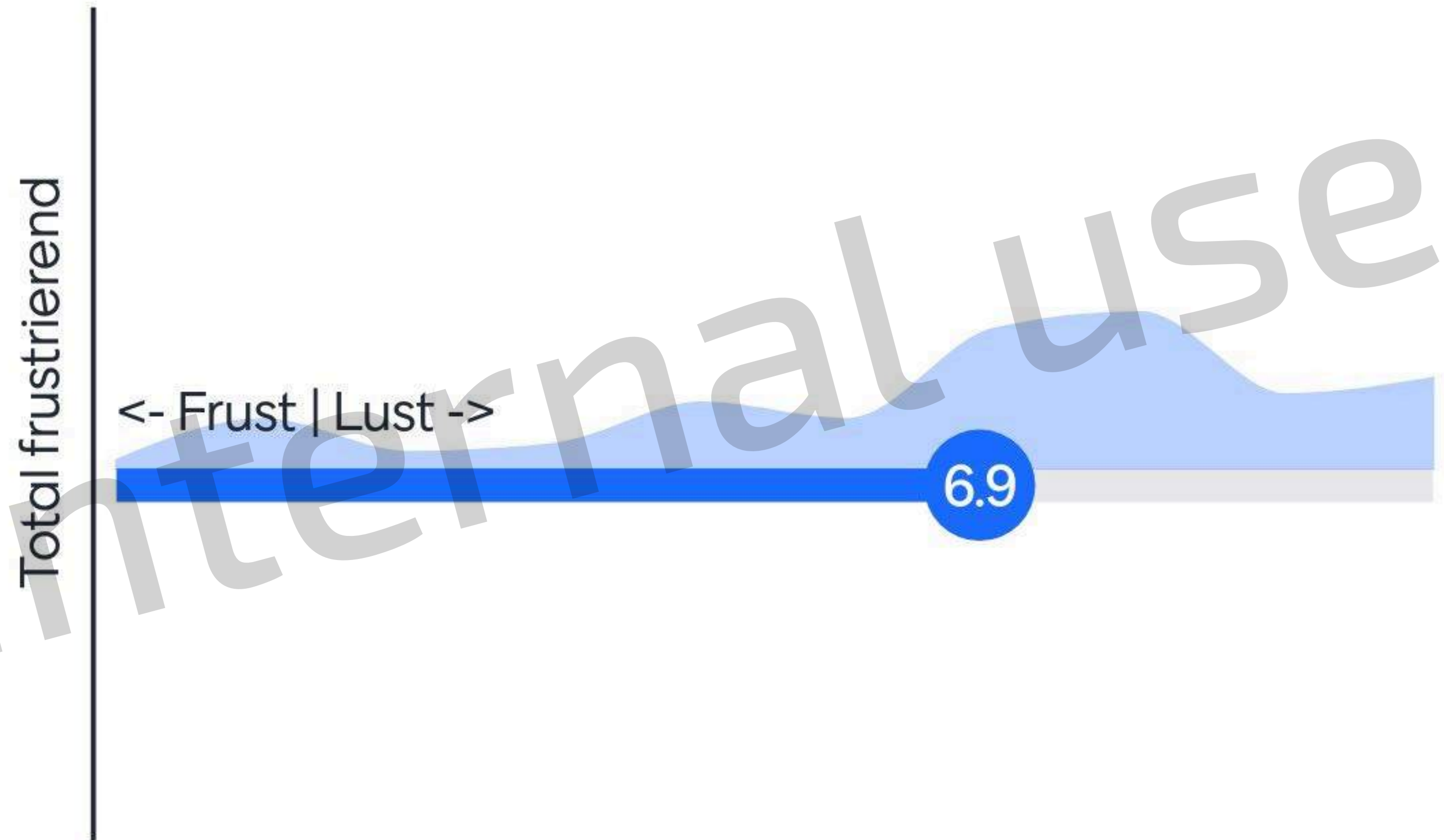
Nachhaltigkeit: Mehr Frust als Lust?



Was denkt ihr über
“**Nachhaltigkeit**”?



Nachhaltigkeit ist für mich:



'Be Carefull what you wish for'

Jeremy Sampson, CEO The Travel Foundaton, Aug'23



“While the industry has been gearing up to tell its **grand sustainability story full of bold claims and tick boxes,**...

business as usual has primarily pervaded,...

and **the sector has mostly tried to have its cake and eat it too,** amounting to little more than **a giant greenwash.**”

Ja, das ist schon ein bisschen so

bei allen tollen Best Practices, die es gibt

**“Der Tourismus betreibt
(unbewusst) Greenwashing
par excellence.” ***

*:Ausnahmen bestätigen die Regel!

Green Washing

Klima-Diesel: Echt jetzt?



Quelle: Deutsche Umwelthilfe, "Goldener Geier 2023"

Klimaskigebiet

Kritisch gefragt: Macht das Sinn?

The image is a screenshot of a promotional advertisement for the Carezza Dolomiten ski area. The background is a scenic view of a snowy mountain landscape with evergreen trees. In the foreground, two skiers in winter gear are seen from behind, looking out over the valley. A blue text box is overlaid on the right side of the image, containing the following text:

So „grün“ ist der Winter!

Mit gutem Gewissen ins Skigebiet Carezza - Dolomiten

Einfach mal den heiß geliebten Wintersport in den Dolomiten genießen, und zeitgleich etwas für die Umwelt tun. Gibt's nicht? Gibt's doch! Denn das Skigebiet Carezza wehrt sich vehement gegen unnötigen Energieverbrauch - der Umwelt und den zahlreichen Pistenfans zuliebe. Eine Landschaft wie die der Dolomiten muss immerhin geschützt werden! Im Herbst 2019 trat Carezza Dolomites dem Klimaneutralitätsbündnis 2025 bei. Damit soll der Unternehmensfußabdruck von Carezza Dolomites innerhalb von maximal drei Jahren klimaneutral werden.

[Bericht CO₂ Fußabdruck 2021 - Weitere Infos zum Beitritt Klimaneutralitätsbündnis 2025](#)

The Carezza Dolomiten logo is visible at the top center, and the Südtirol logo is at the bottom center.

Green Washing

Der schöne Müll von McDonalds



Quelle: Deutsche Umwelthilfe, "Goldener Geier 2023"

Green Washing?

Clean Ups überall



Schwarzwald Tourismus GmbH

<https://www.schwarzwald-tourismus.info> › cleanup-d... ⋮

CleanUp days

Nach dem Motto „every day is a **clean up day**“ setzt sich die Schwarzwald Tourismus GmbH das Ziel, auf der CleanUP-Map sämtliche Initiativen im Schwarzwald ...



SCUBA VIVA

<https://scubaviva.ch> › Shop ⋮

CleanUp Day | Zürichsee | gemeinsame See-Putzete

CleanUp Day am Zürichsee | gemeinsam befreien wir mit über 100 freiwilligen Helfern den Zürichsee von belastendem Abfall aller Art.

• Auf Lager



McDonald's

<https://www.mcdonalds.com> › de-ch › clean-up-day---... ⋮

Clean Up Day 2023 | McDonald's® Schweiz

Dieses Jahr haben wir am **Clean-Up-Day** der IG saubere Umwelt (IGSU) in vierzehn Städten zu grossen Aufräumaktionen eingeladen. An diesen Stadtevents sammelten ...

Green Washing

Die Königin der Nachhaltigkeit

Die Costa Smeralda ist die Königin der Nachhaltigkeit.



Entdecken Sie mit uns die Qualitäten dieses umweltfreundlichen Kreuzfahrtschiffes

Quelle:

Green Washing?

Vorsicht mit großen Wörtern! > mehr Genauigkeit.



Responsible Hotels of Switzerland

Wir sind Teil von Responsible Hotels of Switzerland!

[MEHR LESEN →](#)



Swisstainable

Natur berührt uns, wenn wir sie unberührt lassen. Das Reiseland Schweiz steht für spektakuläre Berge, wilde Schluchten, mystische Wälder; unsere Natur hat die Kraft Energie zu spenden. Das möchten wir bewahren – für viele Generationen nach uns.

[MEHR LESEN →](#)



From Farm to Table

«Wir verarbeiten meist regionale und saisonale Produkte. So stellen wir sicher, dass diese weder eingeflogen werden noch aus fossil geheizten Gewächshäusern stammen».

[MEHR LESEN →](#)

'Nachhaltigkeit in der DNA'

...und dann Swisstainable Level 1 ?!



Gstaad Palace
6,929 followers
3d · 🌐

We are pleased to announce that we are officially part of the sustainability program with **Swisstainable – Schweizer Nachhaltigkeitsprogramm**. 😊

Here at the Palace, the drive to act in the interests of nature, people and the environment has simply always been in our DNA! Therefore, we are truly delighted!

#GstaadPalace #Gstaad #Swisstainable #Sustainability #GstaadPalaceCelebrates #SDH #LHW



for internal use only

Nachhaltigkeit wo man hinschaut

und da soll man sich nicht ver*rscht vorkommen?

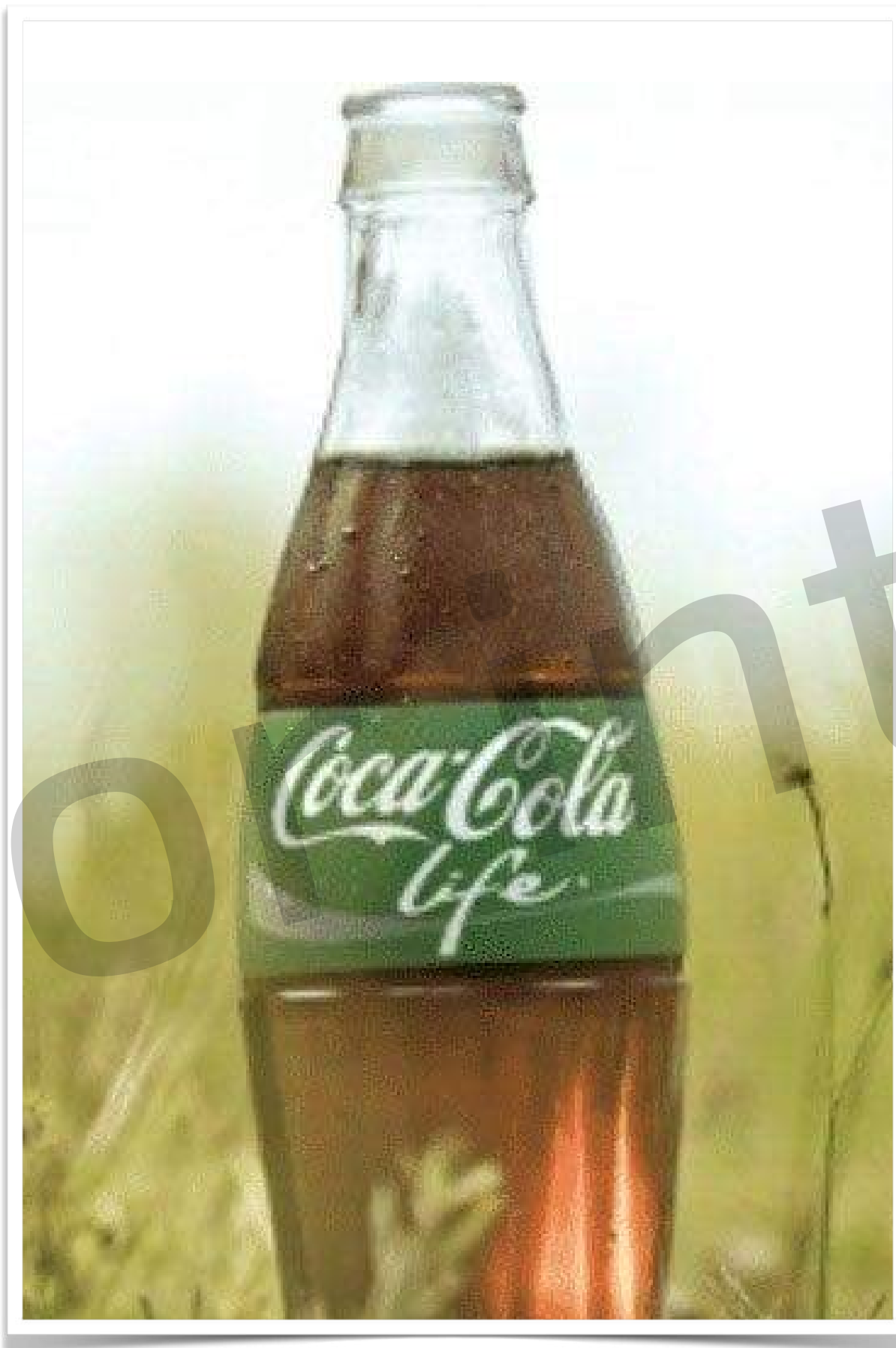


‘Nachhaltigkeit’ inflationär genutzt



Herausforderungen

Kommunikation von Nachhaltigkeit & die 'Greenwashing-Falle'



- **Überprüfen** gewohnter Kommunikations-Strategien.
- Nachhaltigkeit als **USP**?
- Nachhaltigkeit als **Angebotsgruppe**?
- Gut **überlegt** kommunizieren.
- **Transparent** sein und **authentisch**.
- Betriebe dabei **unterstützen**.

Um was geht's?

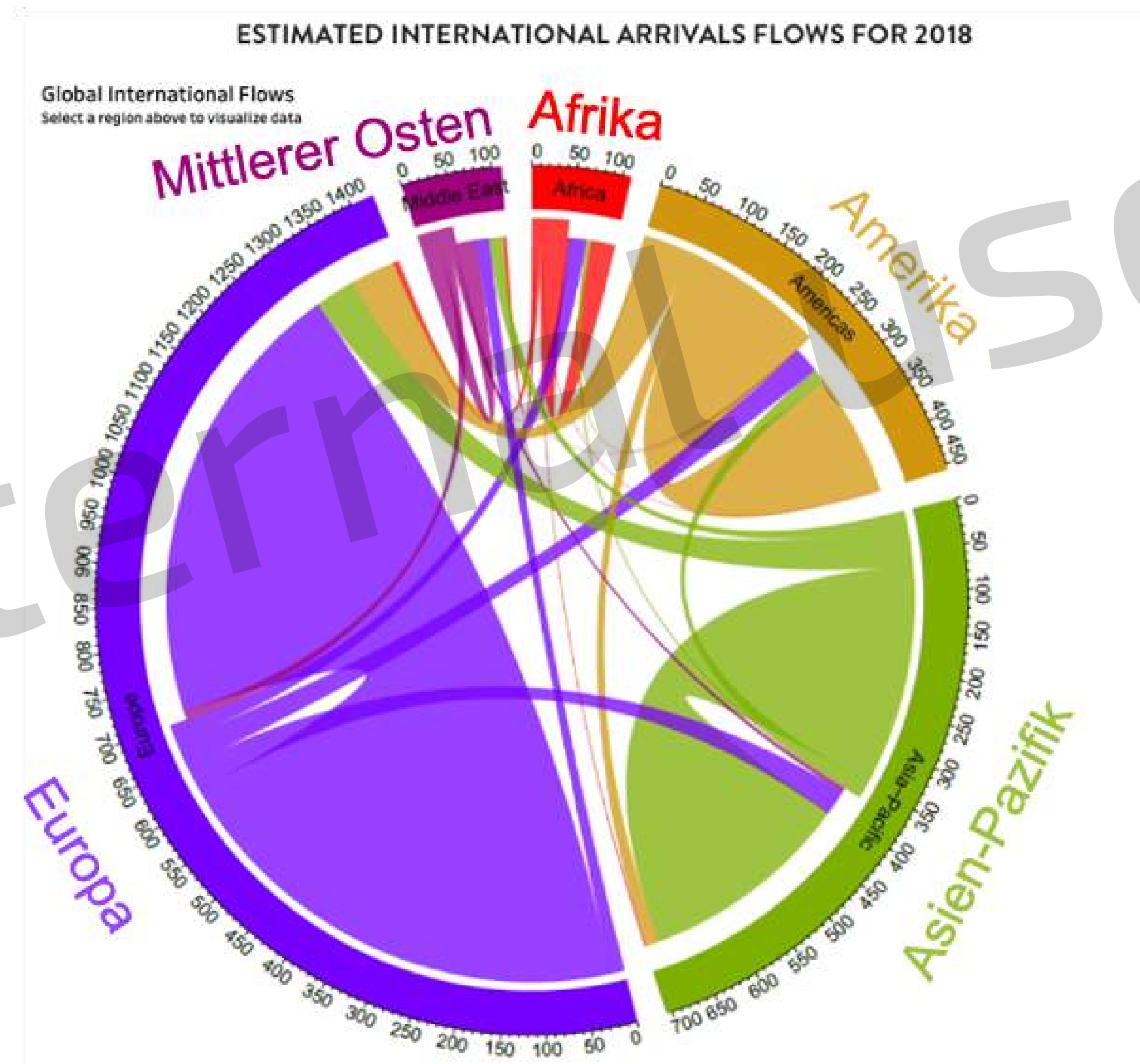
Der Tourismus am Pranger



Quelle: <https://thelasttouristfilm.com>

Das gibt's bei uns nicht !?

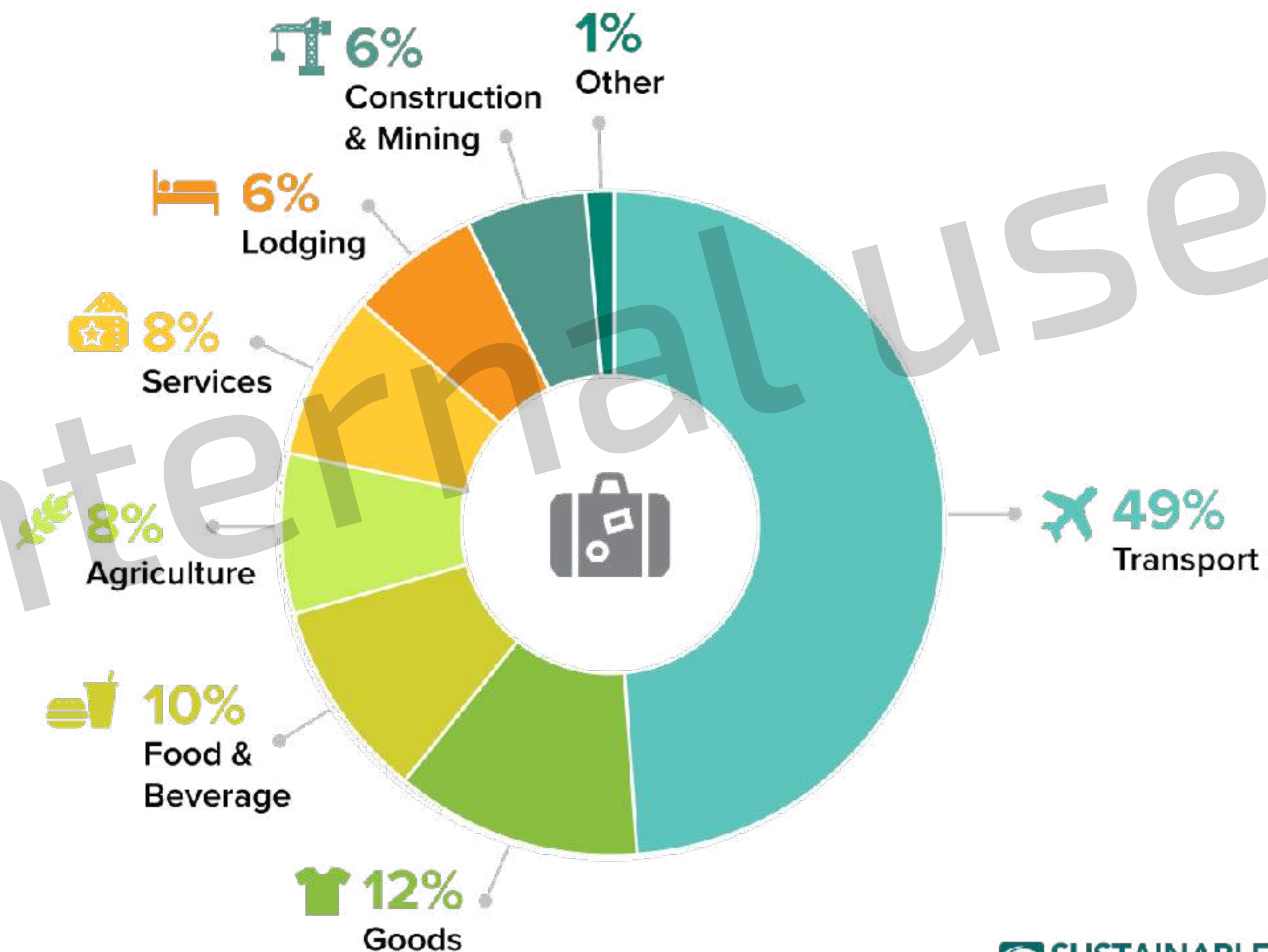
Nun ja: Europa's Marktanteil liegt bei 50%



Quelle: UNWTO

Tourismus: 8 %

Anteil an weltweiten Treibhausgas-Emissionen

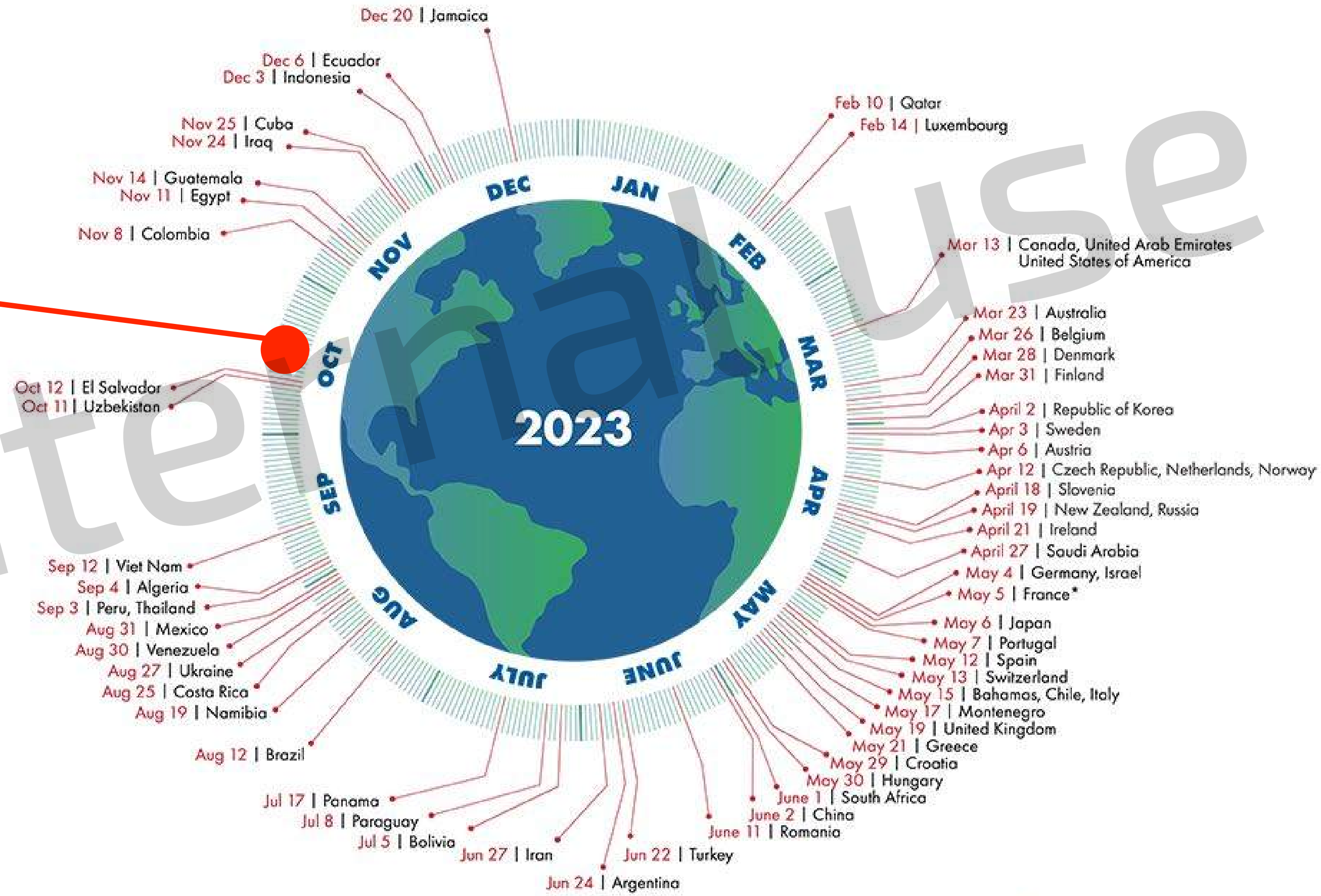


Heute wäre lange fertig, wenn...

Country Overshoot Days 2023

When would Earth Overshoot Day land if the world's population lived like...

Heute, 06.10.2023



for intellectual use only

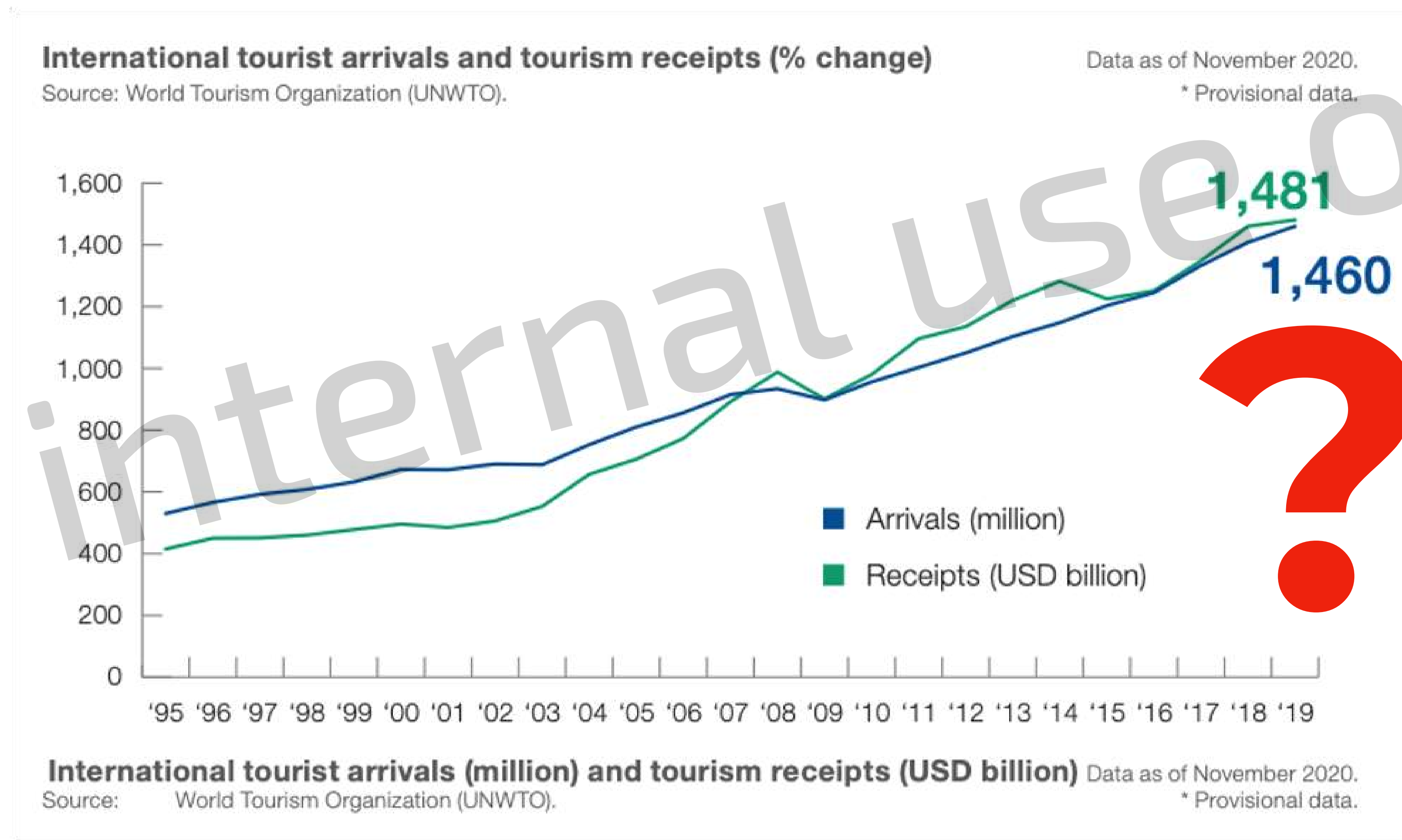


For a full list of countries, visit overshootday.org/country-overshoot-days.
 *French Overshoot Day based on nowcasted data. See overshootday.org/france.
 Source: National Footprint and Biocapacity Accounts, 2022 Edition
data.footprintnetwork.org



'Build back better?'

Starkes Wachstum 1995 - 2019, dann Covid, und jetzt?



Barcelona 2007

und Hallstatt 2023



Hallstatt: Austrian town protests against mass tourism

By Bethany Bell
BBC News, Vienna

27 August 2023



Locals in the Austrian town of Hallstatt have taken part in a protest against mass tourism.

Hallstatt, which is a World Heritage Site, has just over 700 inhabitants - but gets up to as many as 10,000 visitors a day during high season.

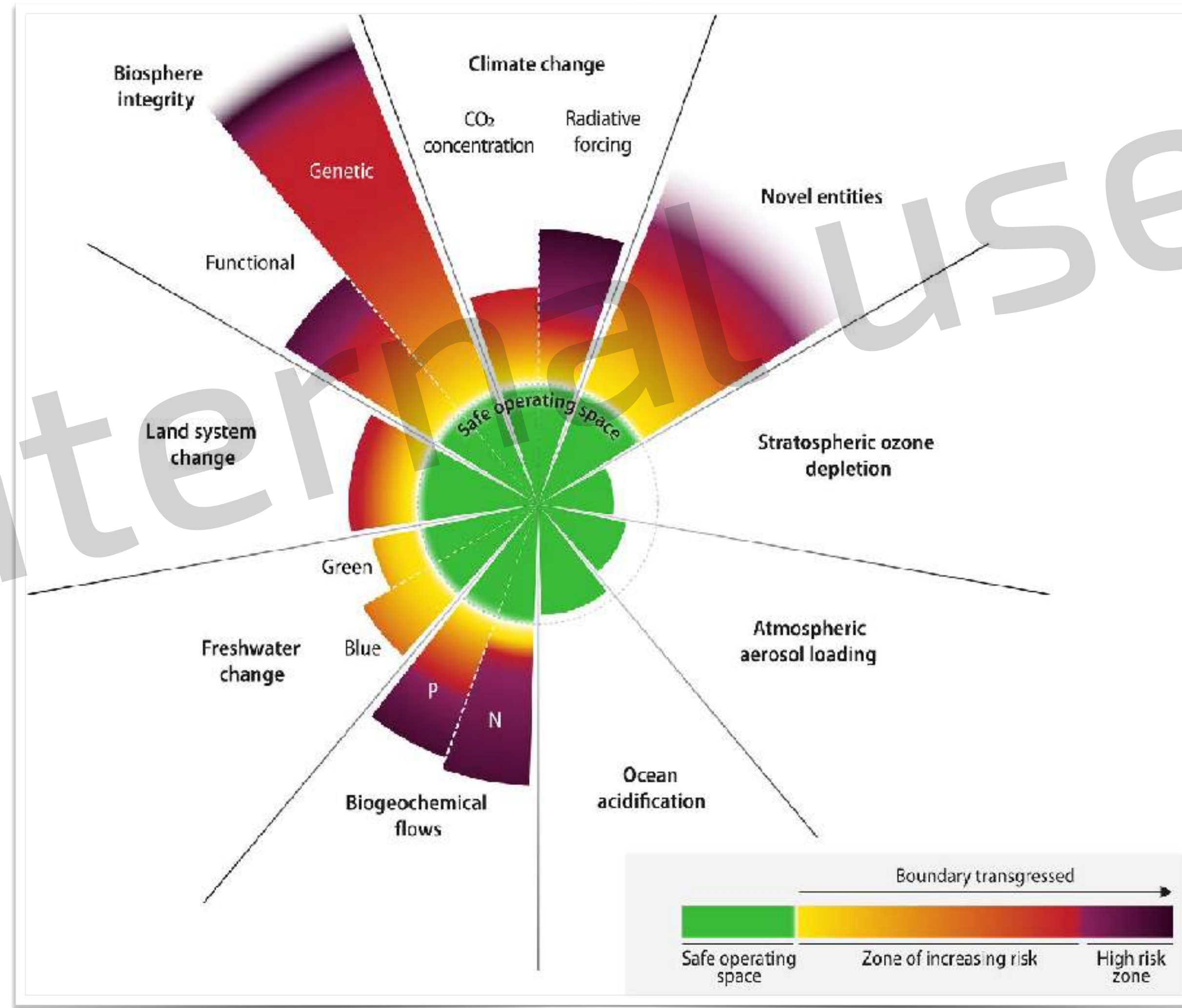
Residents are calling for limits on the number of daily tourists, and for a ban on tour buses after 17:00 local time.

for

for editorial use only

Planetare Grenzen

Fakt: 6 von 9 sind überschritten - Update am 18.09.2023



<https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.adh2458>

Status Quo

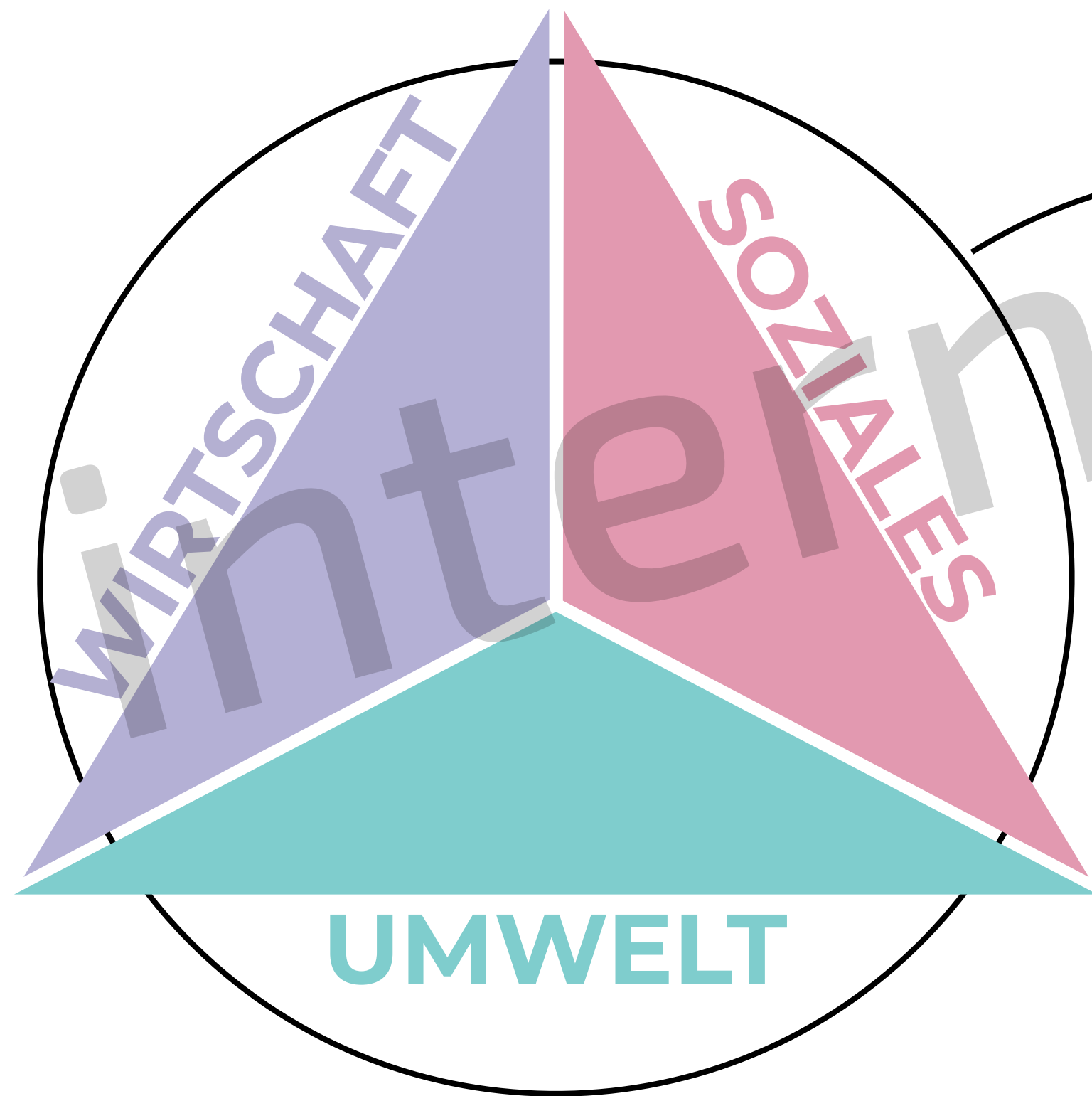
Nachhaltiger Tourismus nach UNWTO

“Ein Tourismus, der seine derzeitigen und künftigen **wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen** in vollem Umfang berücksichtigt und den Bedürfnissen der **Gäste, der Branche, der Umwelt** und der **Gastgemeinden** Rechnung trägt.”



Impact in 3 Dimensionen

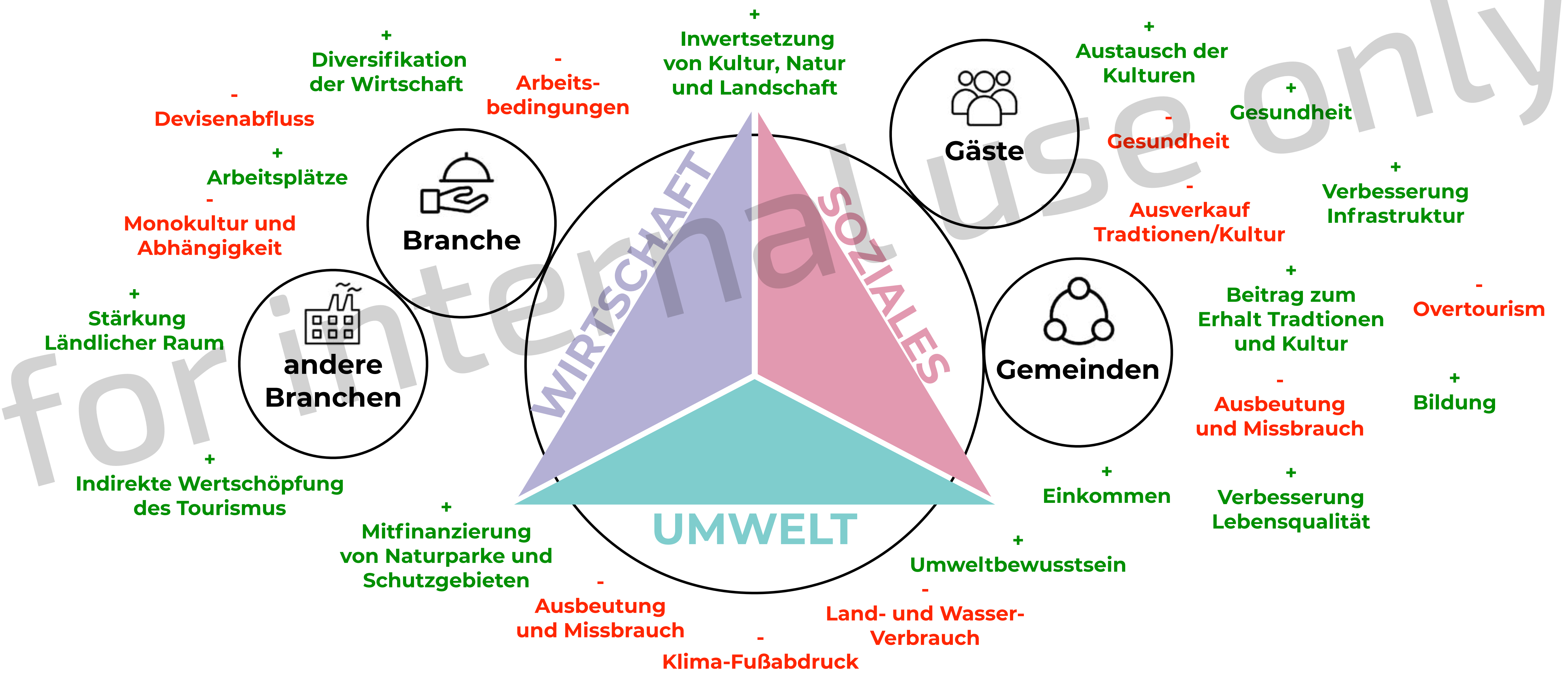
Die **Nachhaltigkeitsbrille** aufsetzen...



...um
die Auswirkungen
des Tourismus erkennen,
verstehen und bewerten
können

Auswirkungen

+Positive stärken und -Negative minimieren



Frameworks für den Tourismus

Die 17 SDGs und GSTC-Kriterien



> <https://tourism4sdgs.org/act/companies>

> <https://www.gstcouncil.org>

Global Sustainable Development Report

September 2023: Die 17 SDGs werden weiterhin verfehlt



TIMES OF CRISIS, TIMES OF CHANGE: SCIENCE FOR ACCELERATING TRANSFORMATIONS TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT

CURRENT STATE OF PROGRESS TOWARD THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS BASED ON SELECT TARGETS

GOAL	INDICATOR	DISTANCE FROM TARGET (2023) ¹	TREND OF SDG PROGRESS (2023) ¹	CHANGE IN TREND OF SDG PROGRESS BETWEEN 2020 AND 2023 ²
1	1.1.1 Eradicate extreme poverty	Very far from target	Limited or no progress	Backward
	1.3.1 Implement social protection systems	Fair from target	Fair progress but acceleration needed	N/A
2	2.1.2 Achieve food security	Moderate distance to target	Deterioration	None
	2.2.1 End malnutrition (stunting)	Fair from target	Fair progress but acceleration needed	None
3	3.1.2 Increase skilled birth attendance	Close to target	Fair progress but acceleration needed	Backward
	3.2.1 End preventable deaths under 5	Target met or almost met	Fair progress but acceleration needed	Backward
	3.3.3 End malaria epidemic	Very far from target	Limited or no progress	None
4	3.b.1 Increase vaccine coverage	Very far from target	Deterioration	Backward
	4.1.2 Ensure primary education completion	Very far from target	Limited or no progress	Backward
5	5.3.1 Eliminate child marriage	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	None
	5.5.1 Increase women in political positions	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	None
6	6.1.1 Universal safe drinking water	Very far from target	Limited or no progress	None
	6.2.1 Universal safe sanitation and hygiene	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	None
7	7.1.1 Universal access to electricity	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	Backward
	7.3.1 Improve energy efficiency	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	None
8	8.1.1 Sustainable economic growth	Very far from target	Deterioration	Backward
	8.5.2 Achieve full employment	Very far from target	Limited or no progress	None
9	9.2.1 Sustainable and inclusive industrialization	Very far from target	Limited or no progress	None
	9.5.1 Increase research and development spending	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	Forward
10	9.c.1 Increase access to mobile networks	Very far from target	Substantial progress/on track	None
	10.4.2 Reduce inequality within countries	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	N/A
11	11.1.1 Ensure safe and affordable housing	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	Forward
	12.2.2 Reduce domestic material consumption	Very far from target	Limited or no progress	N/A
12	12.c.1 Remove fossil fuel subsidies	Very far from target	Deterioration	Backward
	13.2.2 Reduce global greenhouse gas emissions	Very far from target	Deterioration	None
13	14.4.1 Ensure sustainable fish stocks	Very far from target	Deterioration	N/A
	14.5.1 Conserve marine key biodiversity areas	Very far from target	Limited or no progress	N/A
14	15.1.2 Conserve terrestrial key biodiversity areas	Very far from target	Limited or no progress	None
	15.4.1 Conserve mountain key biodiversity areas	Very far from target	Limited or no progress	N/A
15	15.5.1 Prevent extinction of species	Very far from target	Deterioration	None
	16.1.1 Reduce homicide rates	Very far from target	Limited or no progress	Backward
16	16.3.2 Reduce unsentenced detainees	Very far from target	Deterioration	None
	16.a.1 Increase national human rights institutions	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	None
17	17.2.1 Implement all development assistance commitments	Very far from target	Fair progress but acceleration needed	Forward
	17.8.1 Increase internet use	Very far from target	Substantial progress/on track	None
	17.18.3 Enhance statistical capacity	Very far from target	Limited or no progress	None

¹ Distance from target (2023) and trend of Sustainable Development Goals progress (2023) refer to current level and trend information for the latest available data utilizing the calculation methodology from the Sustainable Development Goals 2023 Progress Chart Technical Note. Latest available data as of May 2023 from the SDG global indicator database. Please note that information for indicators 1.1.1, 10.4.2, 13.2.2, 17.2.1 and 17.18.3 are from the Sustainable Development Goals Progress Chart 2022.

² To capture the impacts of the COVID-19 pandemic on progress of the Sustainable Development Goals, a comparison of the trend assessment from the Sustainable Development Goals 2020 Progress Chart and the trend of progress of the Goals (2023) was made, with some indicators showing reversal or slowed progress.


N/A: trend comparisons unavailable due to i) lack of trend analysis from insufficient data; ii) indicator not included in the 2020 Progress Chart; or iii) indicator has changed between progress charts.

Source: Calculations based on United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2023b.

GSTC Kriterien: Globale Messlatte?

GSTC Destination Criteria v2.0

Global Sustainable Tourism Council

Criteria	Indicators	SDGs
SECTION A: Sustainable management		
A(a) Management structure and framework		
A1 Destination management responsibility The destination has an effective organization, department, group, or committee responsible for a coordinated approach to sustainable tourism, with involvement by the private sector, public sector and civil society. This group has defined responsibilities, oversight, and implementation capability for the management of socio-economic, cultural and environmental issues. The group is adequately funded, works with a range of bodies in delivering destination management, has access to sufficient staffing (including personnel with experience in sustainability) and follows principles of sustainability and transparency in its operations and transactions.	<ul style="list-style-type: none"> a. Documentary evidence showing relevant make-up and responsibilities of the group. b. A financial plan and budget showing current and future funding sources. c. Evidence of links and engagement with other bodies. d. Records of permanent staff and contracted personnel, indicating relevant experience. e. Management guidelines and processes, which demonstrate awareness and adherence to sustainability principles and transparency in operations and letting of contracts. 	 
A2 Destination management strategy and action plan The destination has established and is implementing a multi-year destination management strategy and action plan that is publicly available, is suited to its scale, was developed with stakeholder engagement and is based on sustainability principles. The strategy includes an identification and assessment of tourism assets and considers socio-economic, cultural and environmental issues and risks. The strategy relates to and influences wider sustainable development policy and action in the destination.	<ul style="list-style-type: none"> a. A published document setting out the current destination strategy and action plan. b. The strategy/plan clearly visible and available online. c. Evidence of stakeholder consultation, meetings etc. in developing the plan. d. Reference to sustainability principles and an assessment of assets, issues and risks, contained in the strategy and action plan. e. Specific references in the strategy/action plan to wider sustainable development policy (including pursuit of the SDGs), and vice versa. 	

www.gstcouncil.org

GSTC
Global Sustainable Tourism Council

GSTC Criteria & Indicators Industry - Hotels

GSTC INDUSTRY CRITERIA	INDICATORS FOR HOTELS
SECTION A: Demonstrate effective sustainable management	
A1 Sustainability management system The organization has implemented a long-term sustainability management system that is suitable to its size and scope, addresses environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health, safety, risk and crisis management issues and drives continuous improvement.	<ul style="list-style-type: none"> a. The Sustainability Management System is clearly documented. b. The SM System covers environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health and safety issues. c. The SM System includes consideration of risk and crisis management. d. Documentary evidence shows implementation of the SM System. e. The SM System includes a process for monitoring continuous improvement in sustainability performance.
A2 Legal compliance The organization is in compliance with all applicable local, national and international legislation and regulations including, among others, health, safety, labour and environmental aspects.	<ul style="list-style-type: none"> a. An up to date list of all applicable legal requirements is maintained. b. Certificates or other documentary evidence show compliance with all applicable legal requirements.
A3 Reporting and communication The organization communicates its sustainability policy, actions and performance to stakeholders, including customers, and seeks to engage their support.	<ul style="list-style-type: none"> a. Regular reports are made available on sustainability performance. b. Sustainability policies and actions are reported in external and internal communication material. c. Communications contain messages inviting consumer and stakeholder support.
A4 Staff engagement Staff are engaged with development and implementation of the sustainability management system and receive periodic guidance and training regarding their roles and responsibilities in its delivery.	<ul style="list-style-type: none"> a. Evidence is available of staff involvement with the SM System. b. Records of courses and on-the-job training, with attendance levels, are available. c. Staff training and guidance materials (including use of minority languages where needed) are available in accessible format. d. Staff hold certificates and qualifications in relevant disciplines/skills.
A5 Customer experience Customer satisfaction, including aspects of sustainability, is monitored and corrective action taken.	<ul style="list-style-type: none"> a. A customer feedback system is in place, together with analysis of the results. b. Negative feedback and responses made to this are recorded. c. There is evidence of corrective action taken.
A5 Accurate promotion Promotional materials and marketing communications are accurate and transparent with regard to the organization and its products and services, including sustainability claims. They do not promise more than is being delivered.	<ul style="list-style-type: none"> a. Images used in promotion are of actual experiences offered and places visited by customers. b. Sustainability claims are based on records of past performance.

www.gstcouncil.org

GSTC
Global Sustainable Tourism Council

GSTC Criteria & Indicators Industry - Tour Operators

GSTC INDUSTRY CRITERIA	INDICATORS FOR TOUR OPERATORS
SECTION A: Demonstrate effective sustainable management	
A1 Sustainability management system The organization has implemented a long-term sustainability management system that is suitable to its size and scope, addresses environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health, safety, risk and crisis management issues and drives continuous improvement.	<ul style="list-style-type: none"> a. The Sustainability Management System is clearly documented. b. The SM System covers environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health and safety issues. c. The SM System includes consideration of risk and crisis management. d. Documentary evidence shows implementation of the SM System. e. The SM System includes a process for monitoring continuous improvement in sustainability performance.
A2 Legal compliance The organization is in compliance with all applicable local, national and international legislation and regulations including, among others, health, safety, labour and environmental aspects.	<ul style="list-style-type: none"> a. An up to date list of all applicable legal requirements is maintained. b. Certificates or other documentary evidence show compliance with all applicable legal requirements. c. Legal requirements in all countries of operation are understood and met.
A3 Reporting and communication The organization communicates its sustainability policy, actions and performance to stakeholders, including customers, and seeks to engage their support.	<ul style="list-style-type: none"> a. Regular reports are made available on sustainability performance. b. Sustainability policies and actions are reported in external and internal communication material. c. Communications contain messages inviting consumer and stakeholder support.
A4 Staff engagement Staff are engaged with development and implementation of the sustainability management system and receive periodic guidance and training regarding their roles and responsibilities in its delivery.	<ul style="list-style-type: none"> a. Evidence is available of staff involvement with the SM System. b. Records of courses and on-the-job training, with attendance levels, are available. c. Staff training and guidance materials (including use of minority languages where needed) are available in accessible format. d. Staff hold certificates and qualifications in relevant disciplines/skills.
A5 Customer experience Customer satisfaction, including aspects of sustainability, is monitored and corrective action taken.	<ul style="list-style-type: none"> a. A customer feedback system is in place, together with analysis of the results. b. Negative feedback and responses made to this are recorded. c. There is evidence of corrective action taken. d. Feedback from customers is provided to tourism businesses and destinations contracted/visited.
A5 Accurate promotion Promotional materials and marketing communications are accurate and transparent with regard to the organization and its products and services, including sustainability claims. They do not promise more than is being delivered.	<ul style="list-style-type: none"> a. Images used in promotion are of actual experiences offered and places visited by customers. b. Marketing about wildlife or cultural events does not promise sightings which cannot be guaranteed. c. Sustainability claims are based on records of past performance.

www.gstcouncil.org

GSTC-D, 2019 mit SDG-Referenzen und 4 Sektionen in Bereiche unterteilt

GSTC-I, 2016 in 4 Sektionen und 2 Varianten (Hotels und Tour Operator)

Zertifizierung als System

Wer weiss denn genau wie das mit GSTC geht?



Zertifizierung: Das Maß aller Dinge?

Jein:)

Umstrittenes Nachhaltigkeitszertifikat für Gröden

Der Tourismusverein Gröden verteidigt den Erhalt des GSTC-Zertifikats. Für den Durchzugsverkehr könne Gröden aber nichts, heißt es.

© 20/03/2023 hp/cb







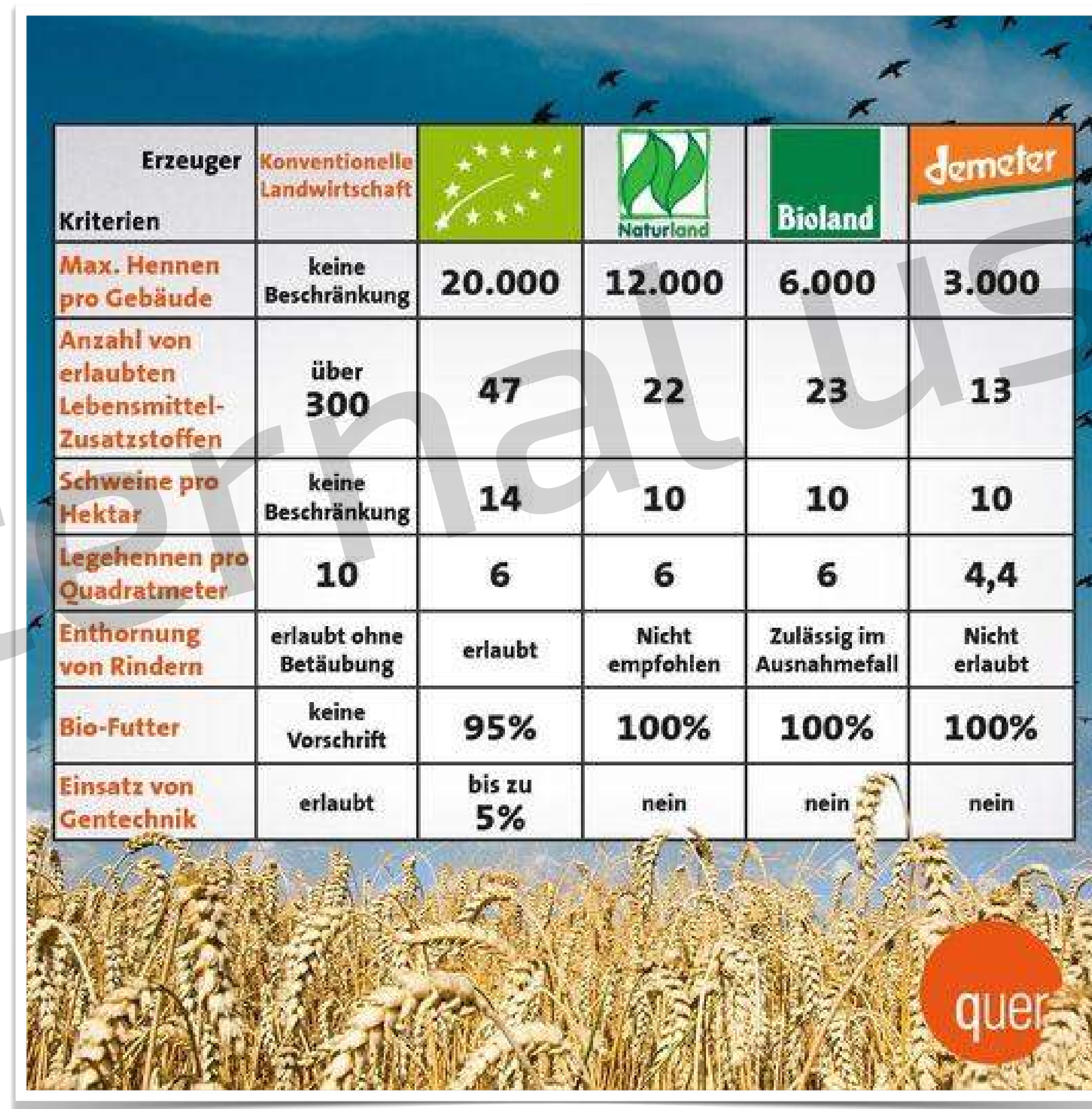
Wikipedia

Wolkenstein Gröden

Vertrauen in die Labels?

Das kennt man auch aus dem Food-Bereich

Erzeuger	Konventionelle Landwirtschaft				
Max. Hennen pro Gebäude	keine Beschränkung	20.000	12.000	6.000	3.000
Anzahl von erlaubten Lebensmittel-Zusatzstoffen	über 300	47	22	23	13
Schweine pro Hektar	keine Beschränkung	14	10	10	10
Legehennen pro Quadratmeter	10	6	6	6	4,4
Enthornung von Rindern	erlaubt ohne Betäubung	erlaubt	Nicht empfohlen	Zulässig im Ausnahmefall	Nicht erlaubt
Bio-Futter	keine Vorschrift	95%	100%	100%	100%
Einsatz von Gentechnik	erlaubt	bis zu 5%	nein	nein	nein



Missbrauch & 'Skandale'

Vorprogrammiert? Wieviel Wert hat dann noch GSTC?



Zertifizierung als Programm sinnvoll

Regionale und Nationale Systeme

Swiss tainable committed

Level I –
Level I richtet sich an Unternehmen, die eine nachhaltige Betriebsführung betreiben und dies auch kommunizieren möchten.

Swiss tainable engaged

Level II –
Auch Level II Unternehmen sind für die Zertifizierung vorgesehen. Zudem sind auch andere Nachhaltigkeitszertifizierungen vorgewiesen.

Swiss tainable leading

Level III –
Level III ist für Betriebe konzipiert, die bereits eine umfassende, anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung vorweisen. Berücksichtigt werden Zertifizierungen, die alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken und regelmässig extern überprüft werden.

FOR DESTINATIONS

- SLOVENIA GREEN DESTINATION PLATINUM
- SLOVENIA GREEN DESTINATION GOLD
- SLOVENIA GREEN DESTINATION SILVER
- SLOVENIA GREEN DESTINATION BRONZE

FOR SERVICE PROVIDERS

- SLOVENIA GREEN ACCOMMODATION
- SLOVENIA GREEN TRAVEL AGENCY
- SLOVENIA GREEN ATTRACTION
- SLOVENIA GREEN BEACH
- SLOVENIA GREEN CUISINE

FOR PARKS

BASIS

ZSST

GDS ETIS

Travelife

Ecohotel

Green Key

Quality & Sustainability CERTIFIED

BIO HOTELS

LEAF

Sichtbar nachhaltig

Unterkünfte Erlebnisse & Events

Wohin möchtest du reisen? Anreise & Abreise 05.10.2023-06.10.2023 Gäste & Zimmer 2 Gäste / 1 Zimmer

Das Nachhaltigkeitsprogramm

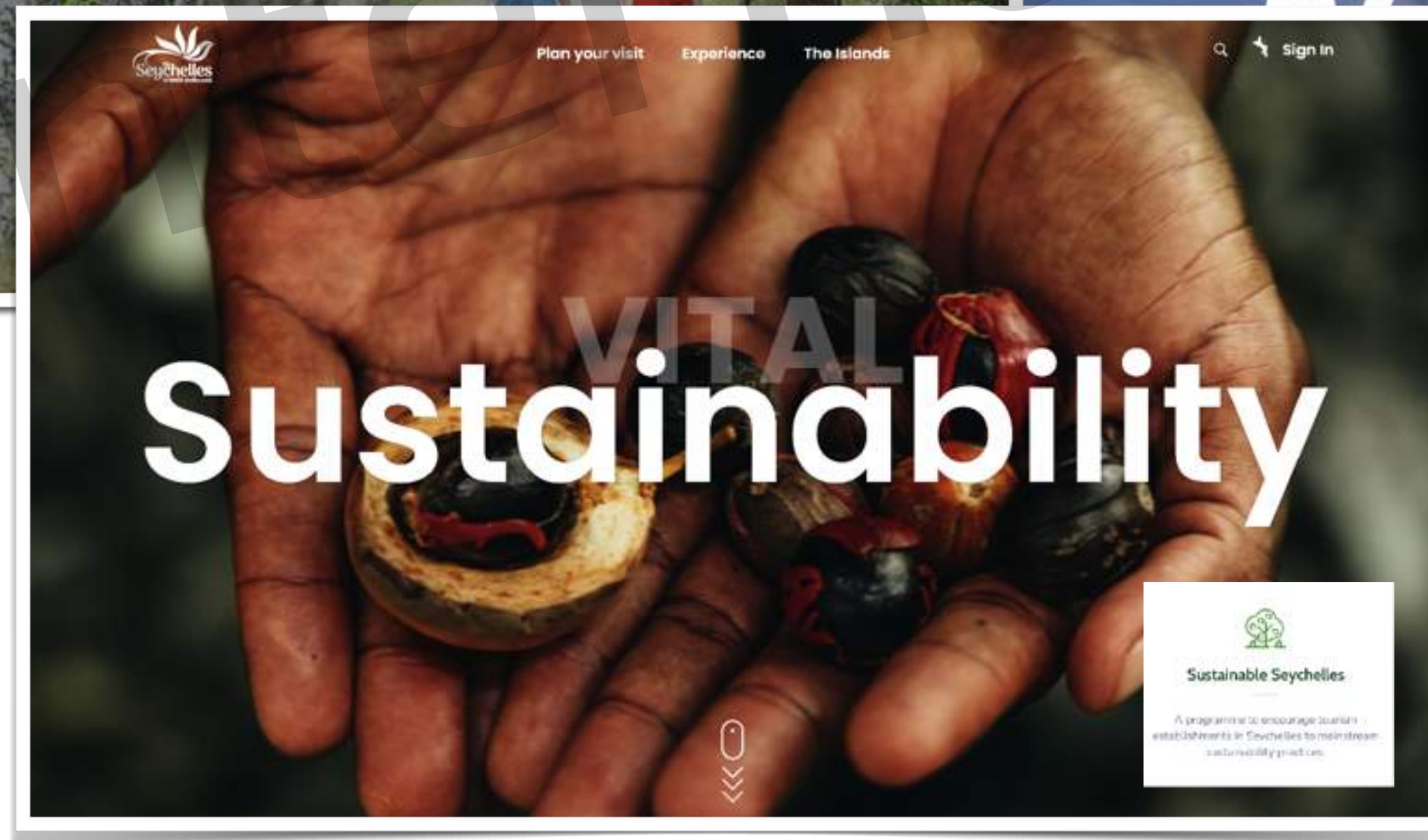
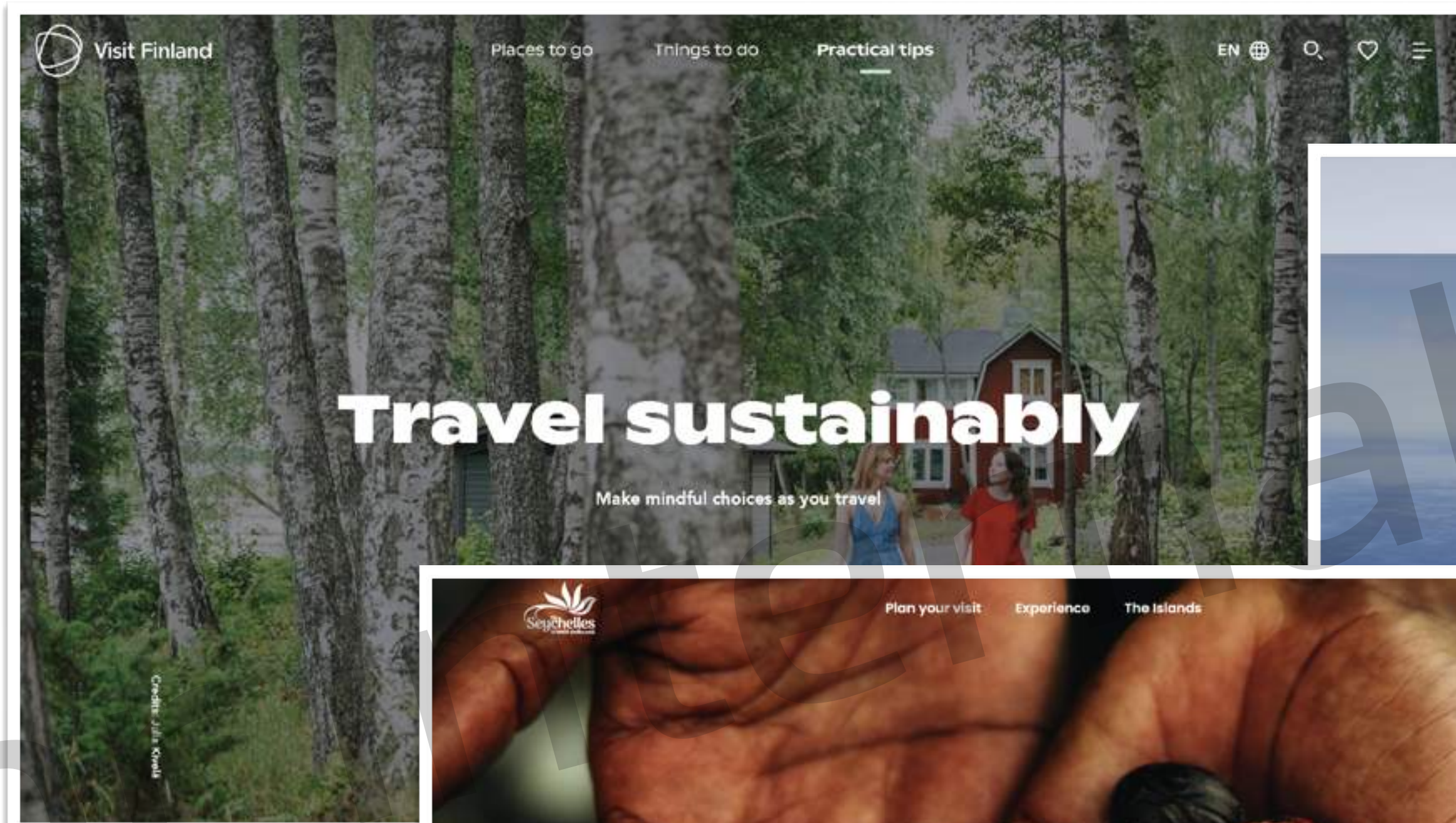
Wegbereiter in eine nachhaltige Zukunft

Woran erkennst du Destinationen und Serviceanbieter, die nachhaltig sind? In Südtirol gibt es dafür ein sichtbares Zeichen, das sich auf den Kriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) stützt. Dies ermöglicht es, den Tourismus hervorzuheben, den das Südtiroler Publikum am Herzen liegt. Die es sich zur Aufgabe macht, ihren Beitrag für den nachhaltigen Tourismus zu leisten.

Umweltzeichen

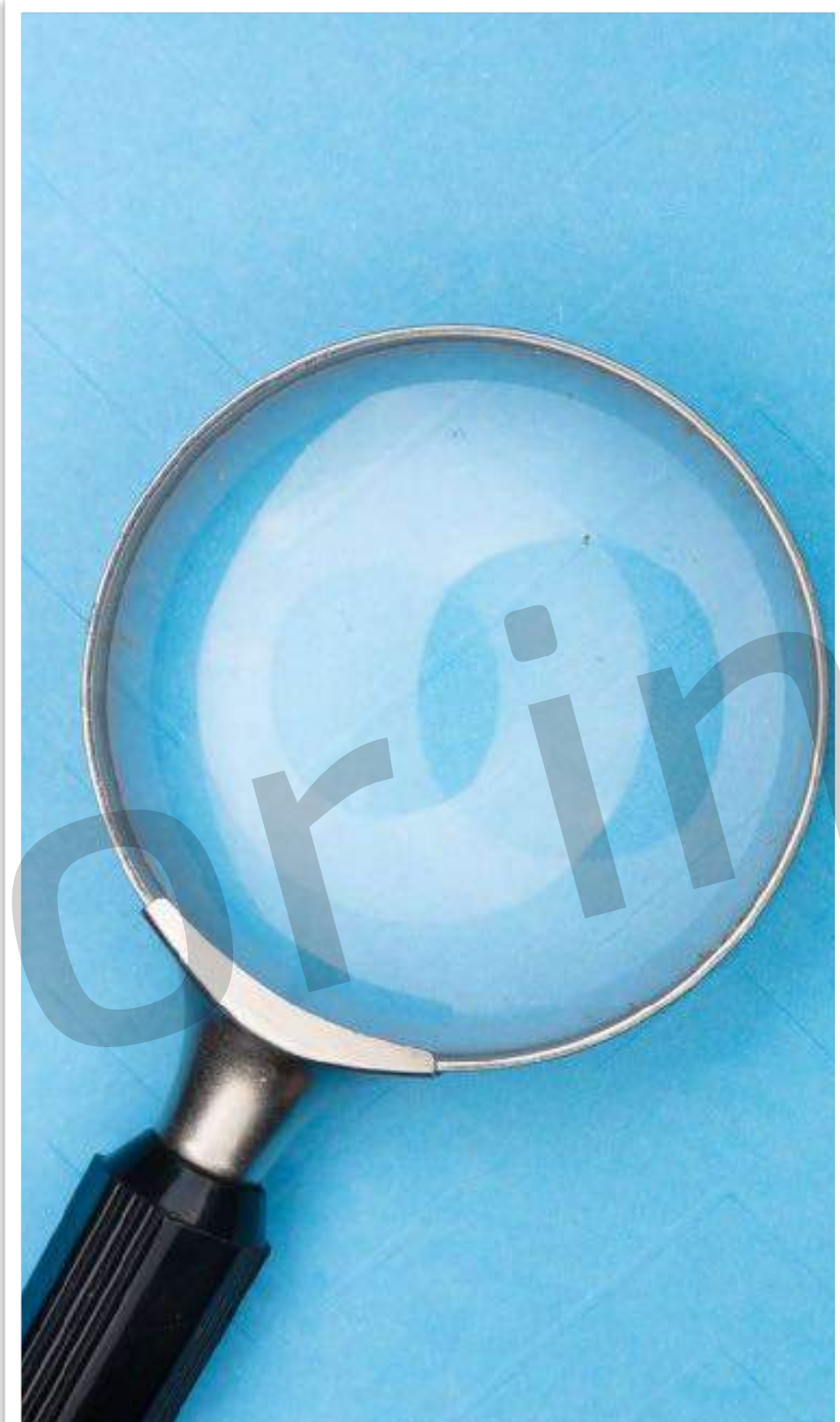
Überall

Wir sind nicht die einzigen



Herausforderungen:

Komplexität, Messen & Bewerten, Wissen & Kapazität



- Im Hinterkopf haben: **Global & Komplex**
- **Strategien** geschrieben und **Maßnahmen** in der Umsetzung
- Auf der Suche nach **neuen KPIs**.
- Fundiertes **Wissen** fehlt (noch) in der Breite.
- Zertifizierung als Programm hilft als **Kompass** in der Komplexität und bei der **Einbindung der Stakeholder**.

Dazu braucht's Fokus & Aktionismus

“NOT PERFECT BUT BETTER Nachhaltigkeitsstrategie”



for interne Nutzung only

Das macht auch der Sport ganz gut

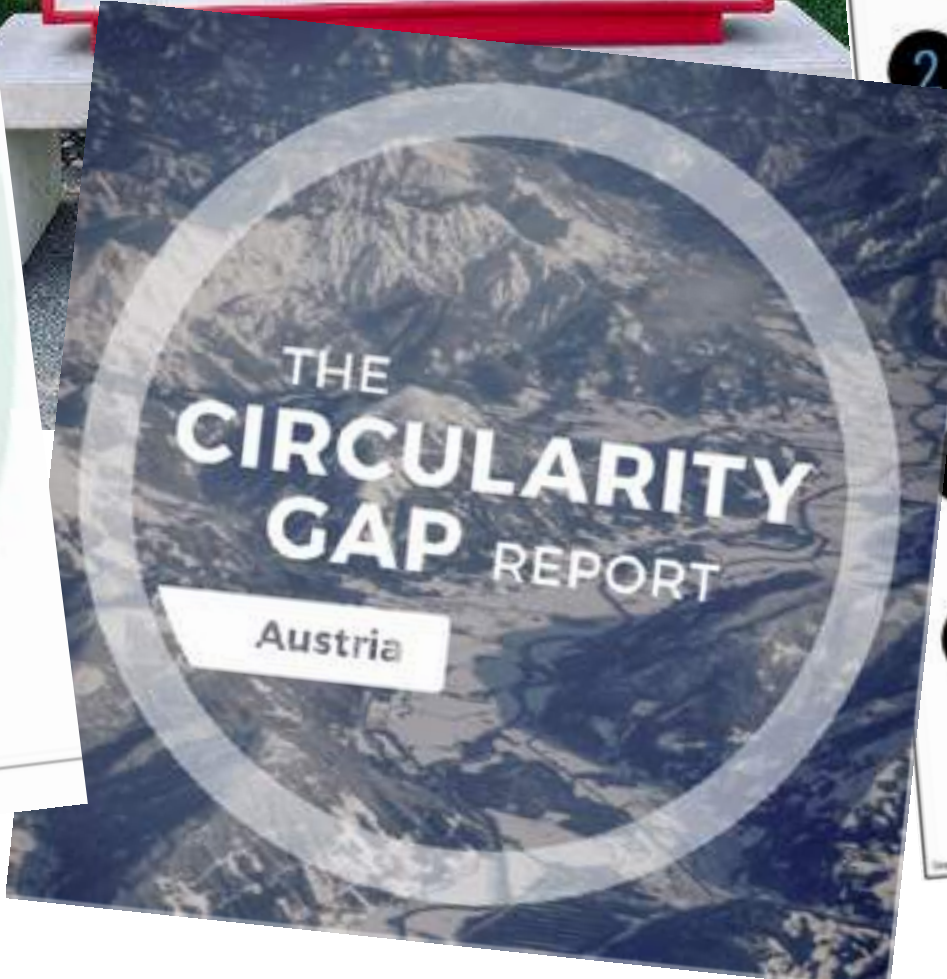
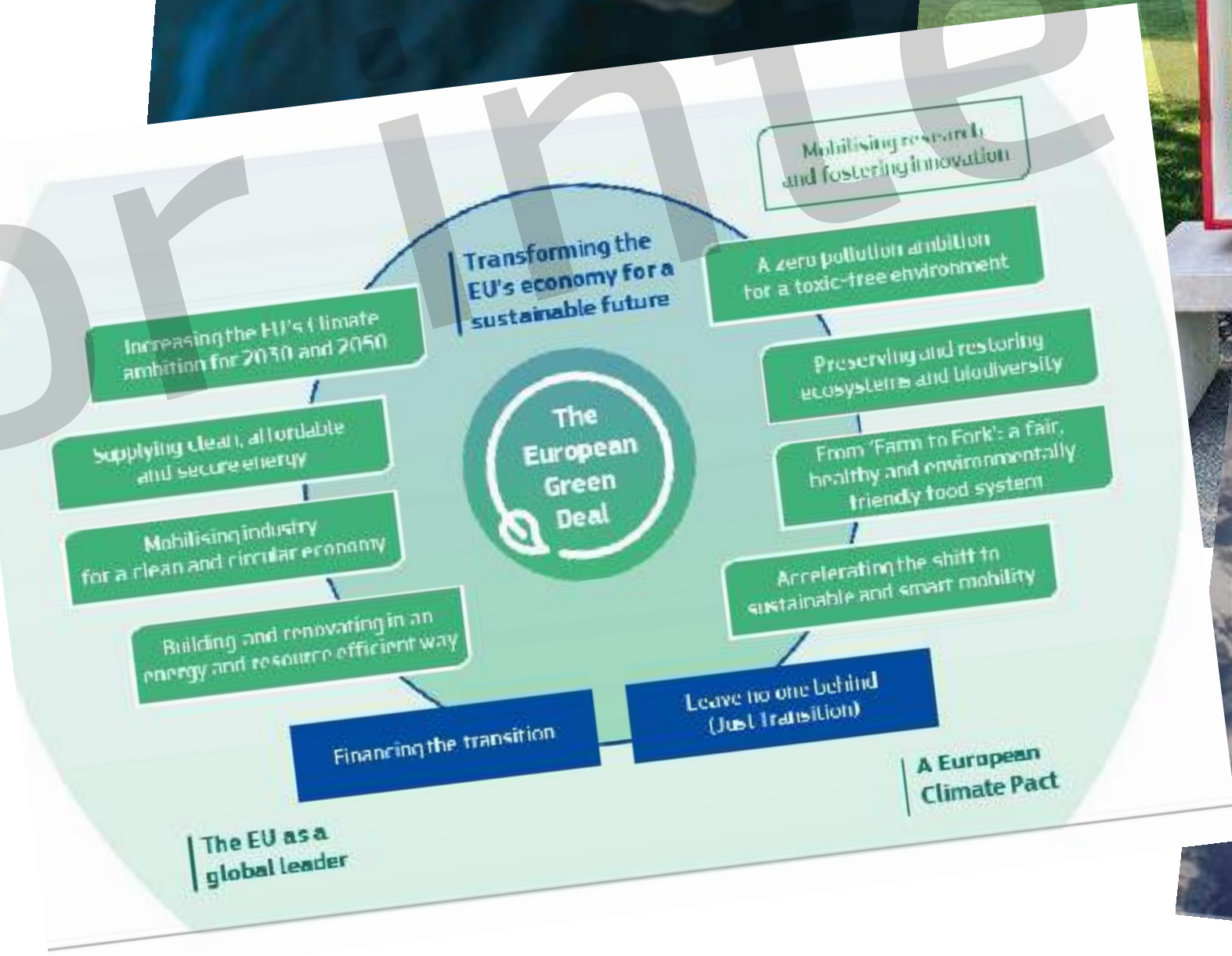
Von St. Pauli lernen

- 6 Handlungsfelder
- 25 Ziele
- 300 Meilenstein



Nachhaltigkeit

angekommen in der Mitte der Gesellschaft



GENERATION Z

The Next Generation

- 1 SOCIAL**
Gen Z is naturally social and spend 7.6 hours per day socializing with friends and family.
- 2 MULTI-TASKERS**
Gen Z prefers to work on multiple tasks at the same time. On average, Gen Z will work off of 5 screens at once.
- 3 ENTREPRENEURS**
Gen Z desires independent work environments. 72% of teens want to start their own business someday.
- 4 EDUCATED**
Gen Z is constantly learning. 1 in 2 will have a college education.
- 5 PHILANTHROPISTS**
Gen Z wants to do good in the world. 93% say that an organization's impact on society affects their decision to work there.

DIGITAL NATIVES
Gen Z are the first true natives of the digital era. This generation spends 15.4 hours per week on their smartphones.

INTERACTIVE
Gen Z likes to interact with people. 34% are more likely to boost their management skills.

TECHNICAL
Have a question? Gen Z says that technology makes it easier to feel that anything is possible.

LESS PATIENT
Gen Z needs updates and no surprises. Gen Z has an attention span of 8 seconds.

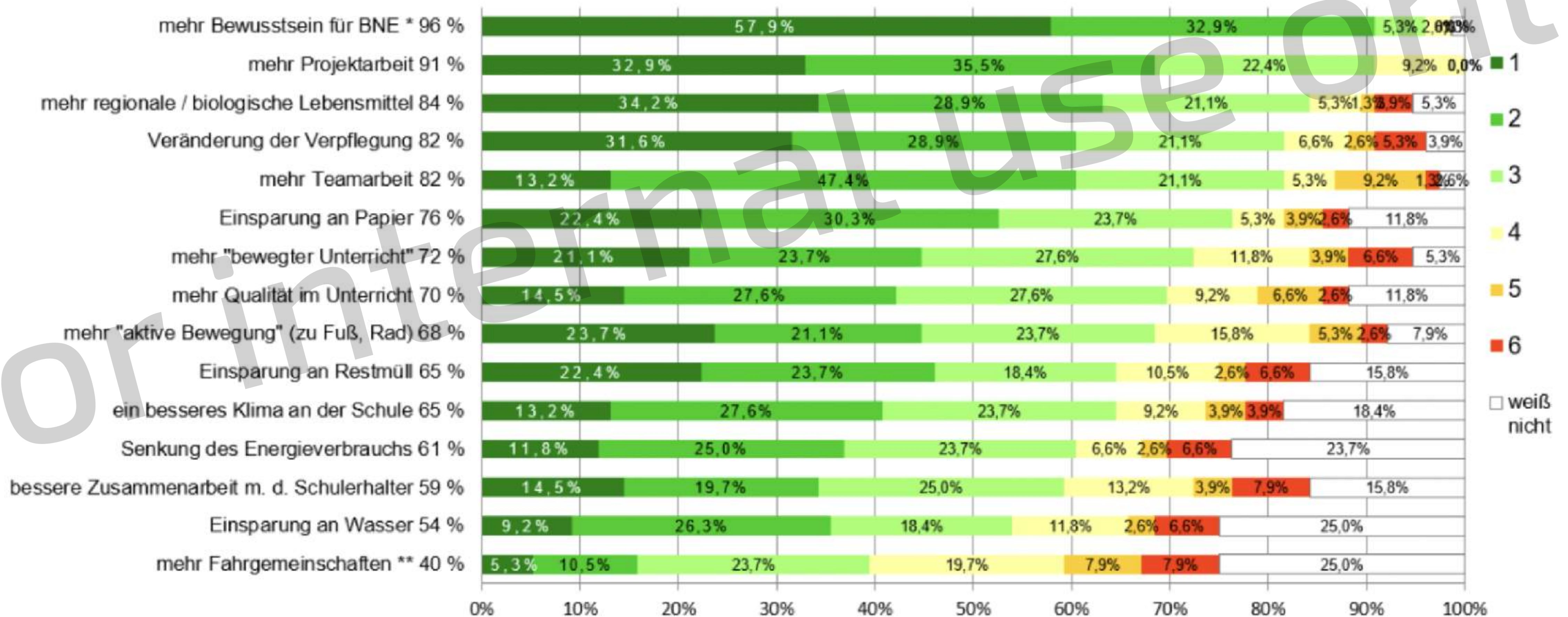
CAUTIOUS
As a result of growing up during the Great Recession, Gen Z tends to be more careful with their expenses. 57% would rather save their money than spend.

peopleguru

Die Gäste von morgen

Nachhaltigkeit an Schulen

Wirkungen des Österreichischen Umweltzeichens in Schulen und PH - 2022



Quelle: Österreichisches Umweltzeichen

Die Gästesicht

80% wollen nachhaltiger Reisen - und suchen danach

Ihre vorherigen Filter

- „Travel Sustainable“-Unterkünfte 114
Unterkünfte mit Maßnahmen für einen nachhaltigeren Aufenthalt

Ihr Budget (pro Nacht)

CHF 60 - CHF 500+

Beliebte Filter

- Frühstück inbegriffen 42
- Sehr gut: 8+ 108
Basierend auf Gästebewertungen
- Parkplatz 112
- Hotels 40
- Kostenlose Stornierung 26
- 4 Sterne 39
- Haustiere erlaubt 52
- Doppelbett 112

Nachhaltigkeit

- „Travel Sustainable“-Unterkünfte 114
Unterkünfte mit Maßnahmen für einen nachhaltigeren Aufenthalt

Unterkunftsbewertung

Inklusive Sterne und andere Bewertungen

- 3 Sterne 63
- 4 Sterne 39
- Ohne Klassifizierung 12

Freizeit

- Wandern 102

Dachstein: 114 Unterkünfte gefunden

Sortieren nach: Unterkunftsbewertung (aufsteigend)

Ihre Suchergebnisse enthalten Ferienunterkünfte mit einer ähnlichen Qualitätsbewertung

Hotel Voglauerhof ★★★★★ **Genius**
Abtenau [Auf der Karte anzeigen](#)
Level 3 bei „Travel Sustainable“

Standard Doppelzimmer
1 Doppelbett
Nur noch 2 Zimmer zu diesem Preis auf unserer Seite verfügbar

Hotel Pass Lueg ★★★★★ **Genius**
Golling an der Salzach [Auf der Karte anzeigen](#)
Level 2 bei „Travel Sustainable“

Budget Doppelzimmer
1 Doppelbett
✓ Kostenlose Stornierung
✓ Keine Voraus-/Anzahlung notwendig – Zahlen Sie in der Unterkunft
Nur noch 2 Zimmer zu diesem Preis auf unserer Seite verfügbar

TUI BLUE Schladming ★★★★★ **Genius**
Schladming [Auf der Karte anzeigen](#)
100 m vom Skilift entfernt
Direkter Zugang zur Skipiste
Level 3 bei „Travel Sustainable“

Doppelzimmer
1 französisches Doppelbett
Frühstück inbegriffen

Schritte zur Nachhaltigkeit

Level 3 im Programm „Travel Sustainable“

Diese Unterkunft hat uns mitgeteilt, dass sie große Investitionen und Anstrengungen in Richtung Nachhaltigkeit unternimmt. Sie ergreifen Maßnahmen, die eine ökologische und soziale Auswirkung haben können, die an ihrer Größe und ihrem Standort gemessen werden. [Weiterlesen](#)

Die Unterkunft hat uns mitgeteilt, dass sie diese Schritte unternimmt, um einen nachhaltigeren Aufenthalt zu ermöglichen:

- Müll**
 - Recycling-Tonnen sind vorhanden und Müll wird recycelt
 - Wasserkühler/-spender
 - Keine Verwendung von Einweg-Plastikflaschen für Shampoo, Spülung und Duschgel
 - Keine Verwendung von Einweg-Rührstäbchen aus Plastik
 - Keine Verwendung von Einweg-Plastikstrohhalmern
 - Keine Verwendung von Getränkeflaschen aus Einwegplastik
 - Keine Verwendung von Einweg-Plastikbechern
- Energie und Treibhausgase**
 - Die meisten Nahrungsmittel in der Unterkunft stammen von lokalen Erzeugern
 - In der Unterkunft werden hauptsächlich energieeffiziente LED-Lampen verwendet
 - Alle Fenster sind doppelt verglast
 - Der Strom wird zu 100% aus erneuerbaren Energien gewonnen
 - Die Unterkunft bemüht sich, Nahrungsmittelverschwendung zu reduzieren
 - Strom wird über die Schlüsselkarte oder Bewegungsmelder geregelt
 - Ladestation für Elektrofahrzeuge

Schließen

2 Nächte, 2 Erwachsene
CHF 341 CHF 308
Einschließlich Steuern und Gebühren

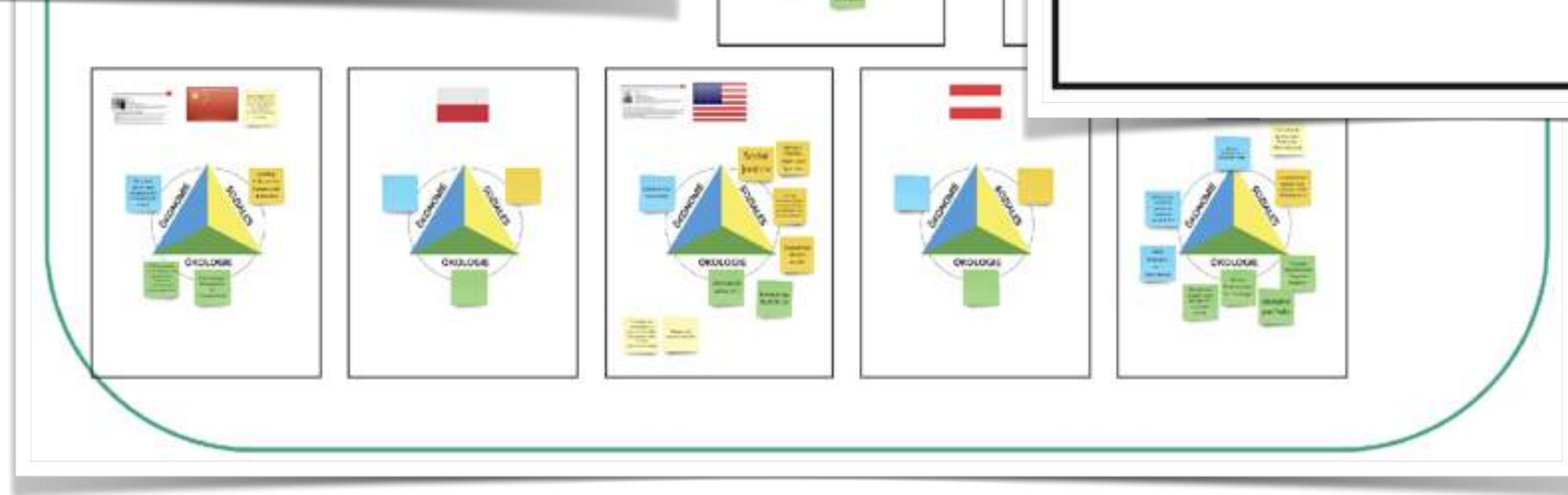
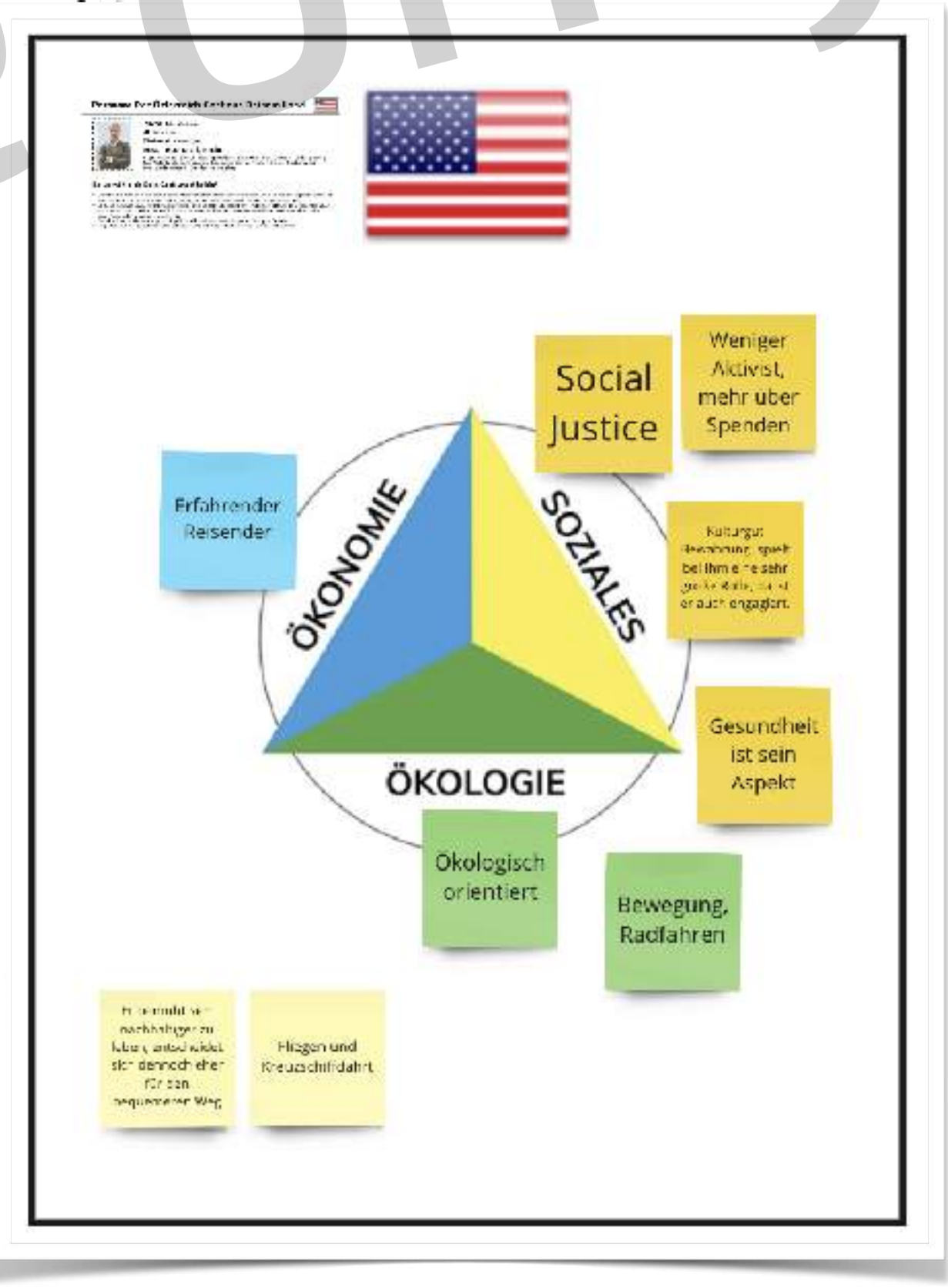
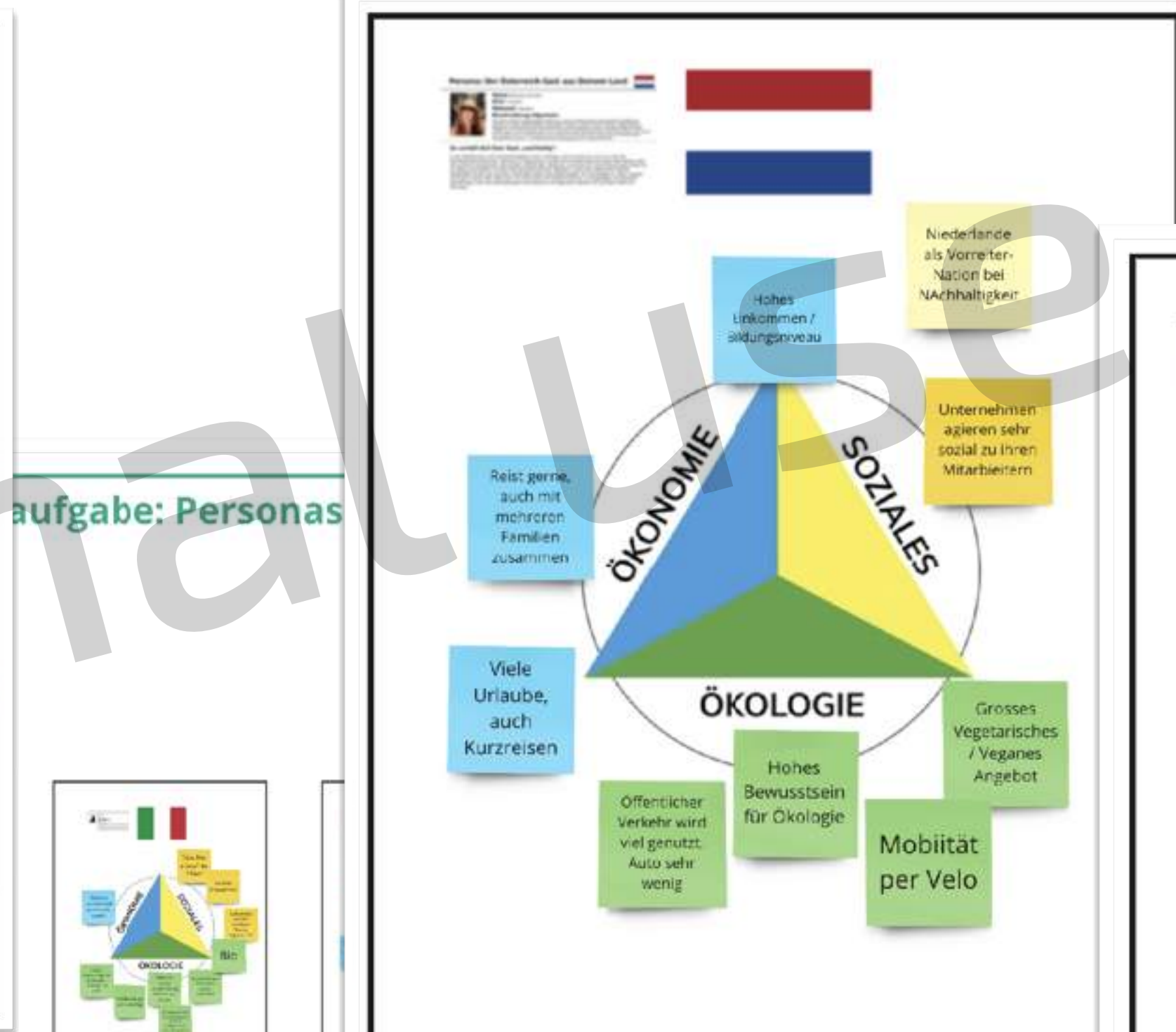
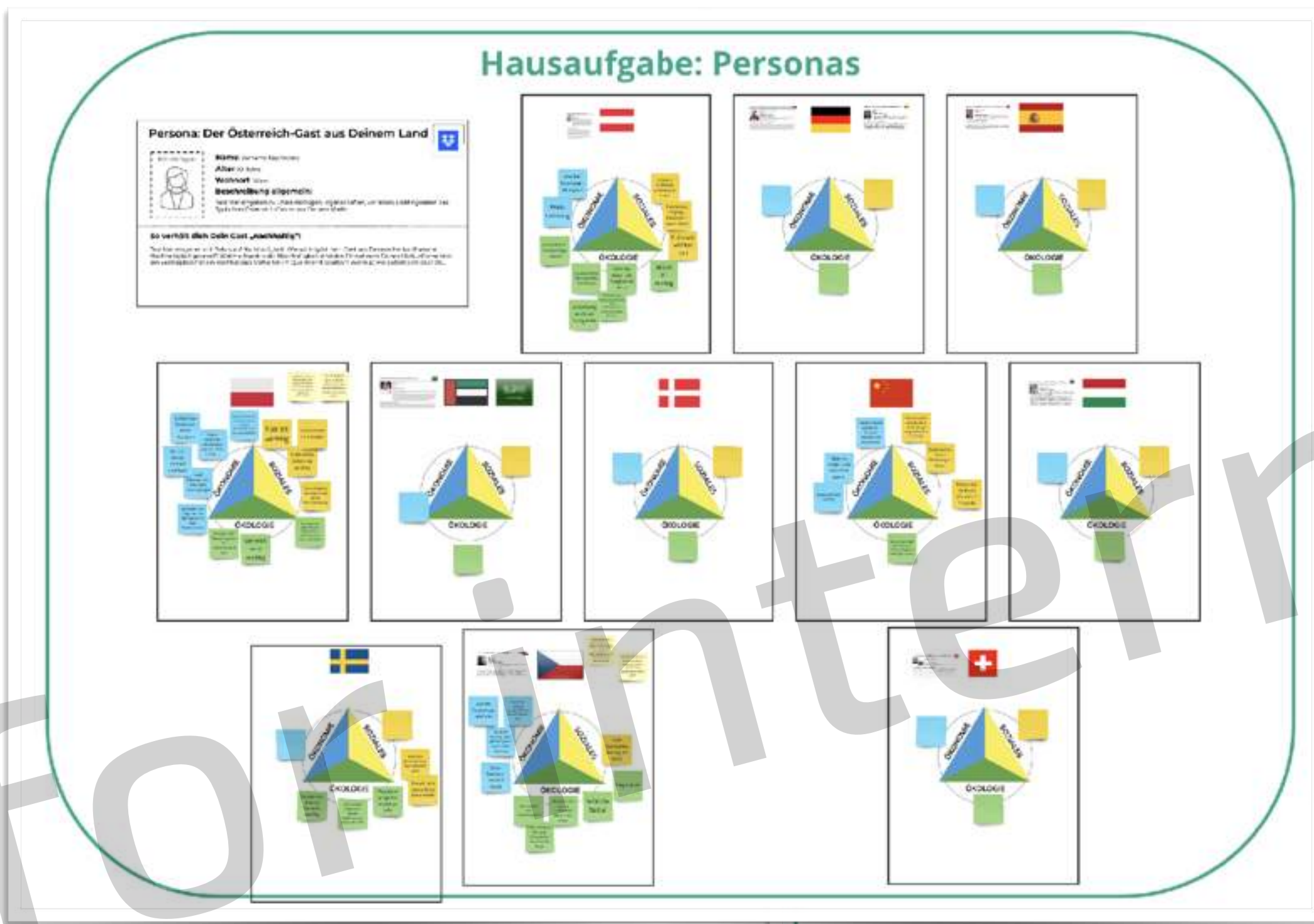
So nachhaltig findet uns der Gast

Trust You-Auswertung zu Nachhaltigkeit in Online-Bewertungen



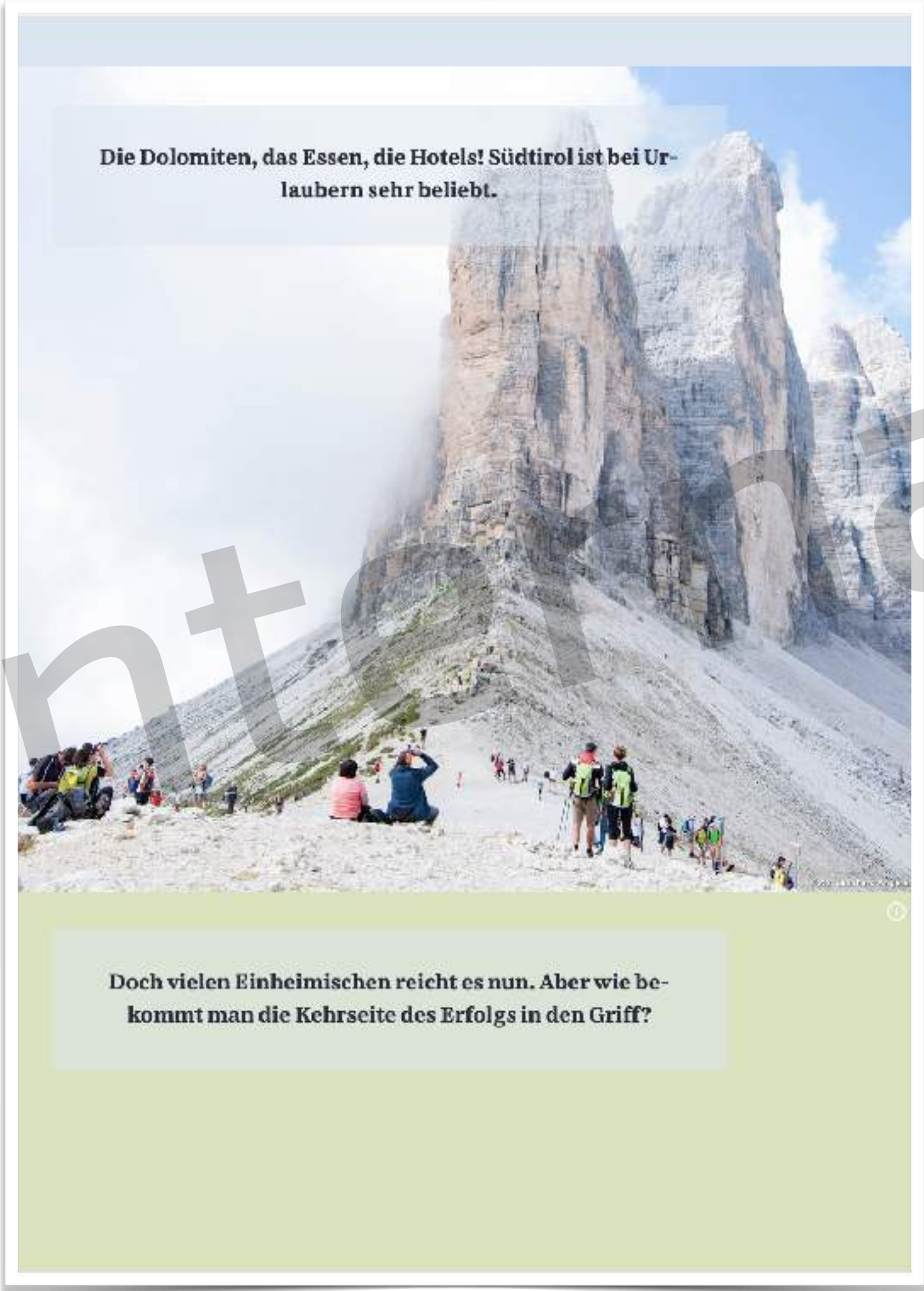
Mit den ÖW-Aussentstellen

Insights: Was bedeutet Nachhaltigkeit am Markt?



Systemwandel

Kann der Tourismus das?



Quelle: Süddeutsche Zeitung

‘Making the Earth our only shareholder’

Wohl einer der prominentesten Changemaker

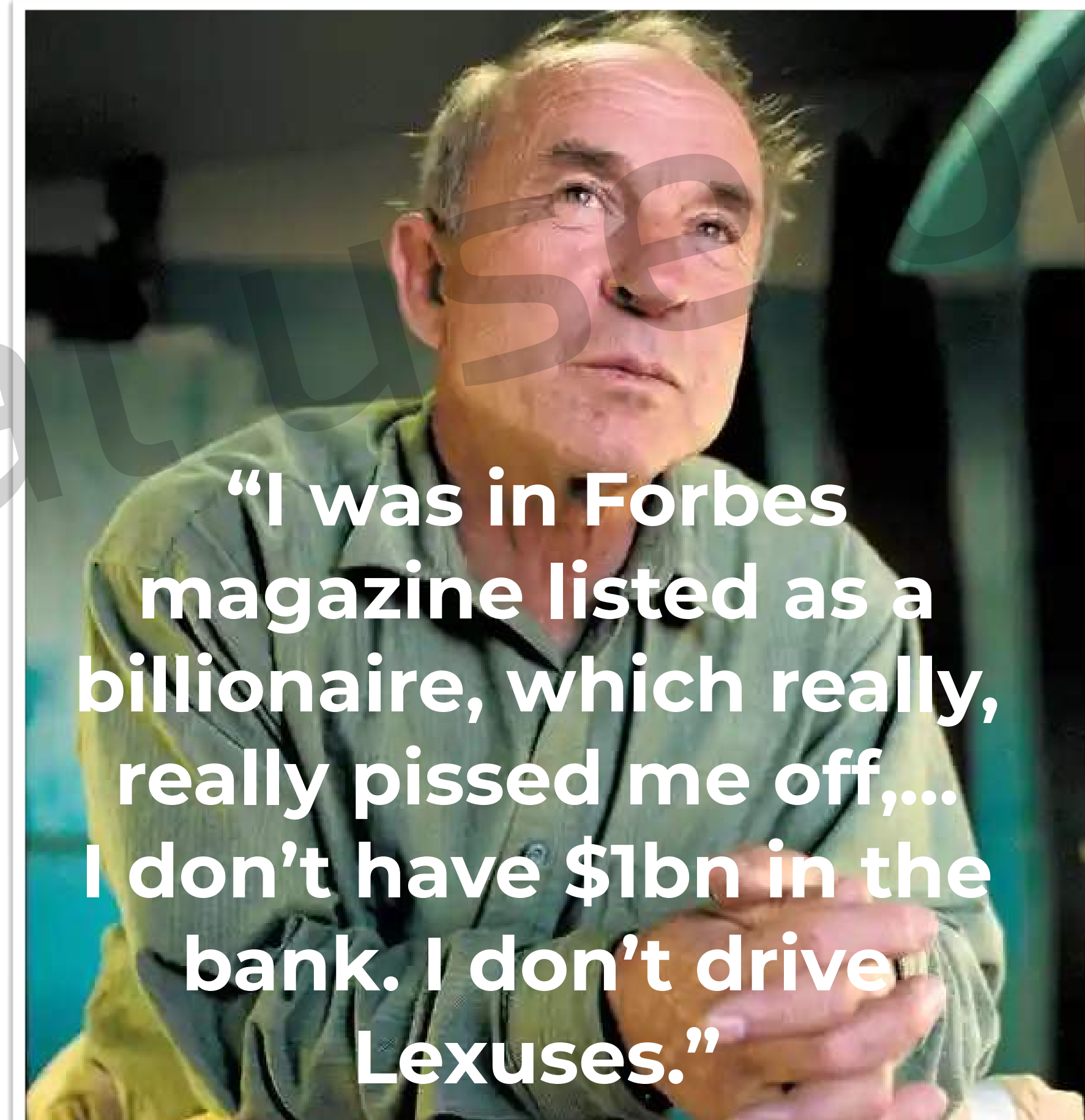
SPIEGEL Wirtschaft Abo 

Wert von etwa drei Milliarden Dollar

Patagonia-Gründer gibt Firma ab – Vermögen soll Umweltschutz dienen

Es ist ein außergewöhnlicher Schritt: Der Gründer der Outdoormarke Patagonia, Yvon Chouinard, überträgt sein Unternehmen an gemeinnützige Stiftungen – und will so beim Kampf gegen die Klimakrise helfen.

15.09.2022, 05.35 Uhr



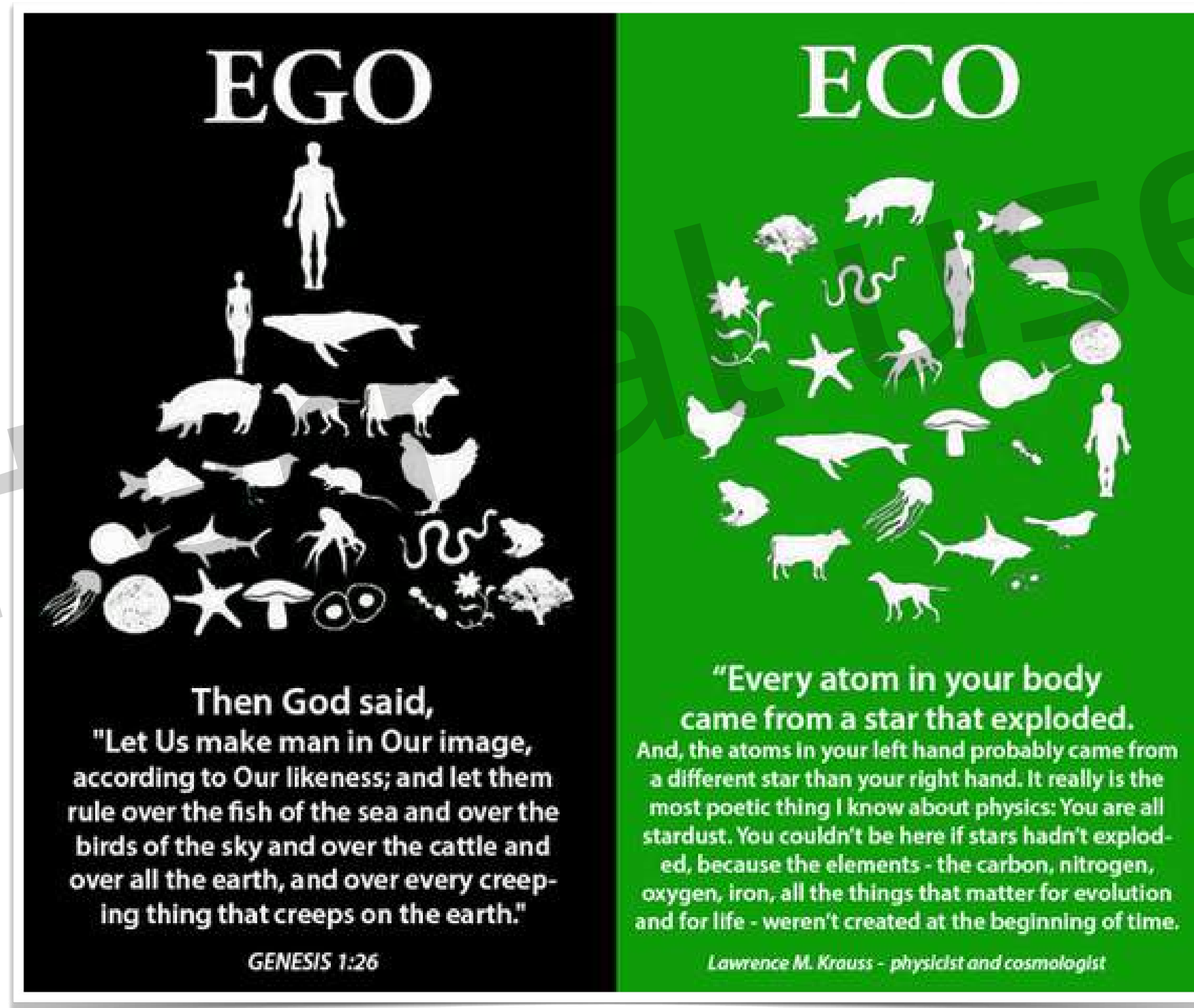
'Nachhaltig' sein ist nicht die Kür aber der Schlüssel auf dem Weg von De- zu Regeneration

Beyond Sustainability: Designing Regenerative Cultures



Weltbild

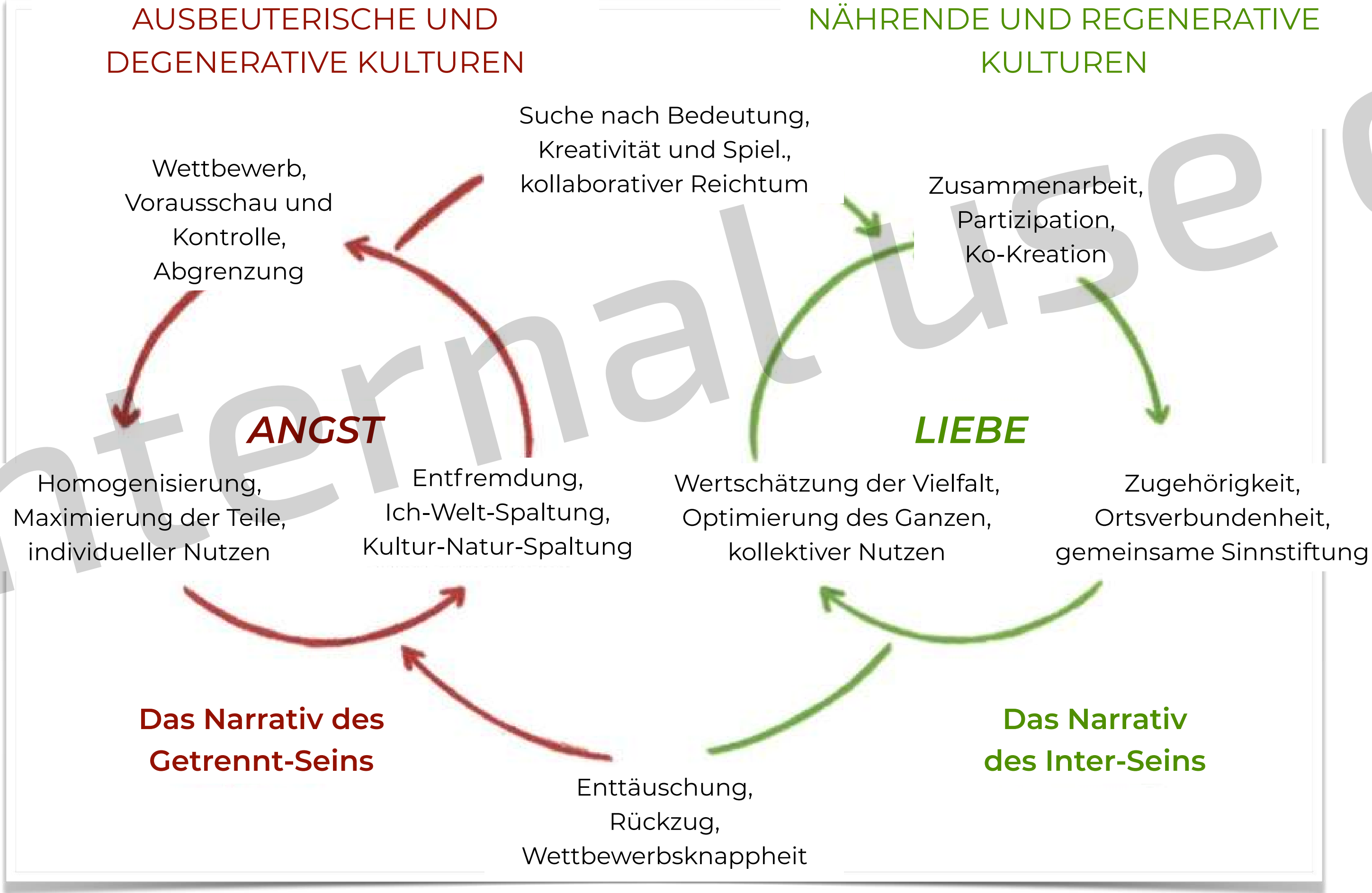
Shift von Ego zu Eco



for internal use only

Paradigmenwechsel

Von Degeneration zu Regeneration



Quelle: Designing Regenerative Cultures, Daniel Wahl, 2016, eigene Übersetzung

Der Größte Hebel: Intent

liegt in der Inneren Entwicklung

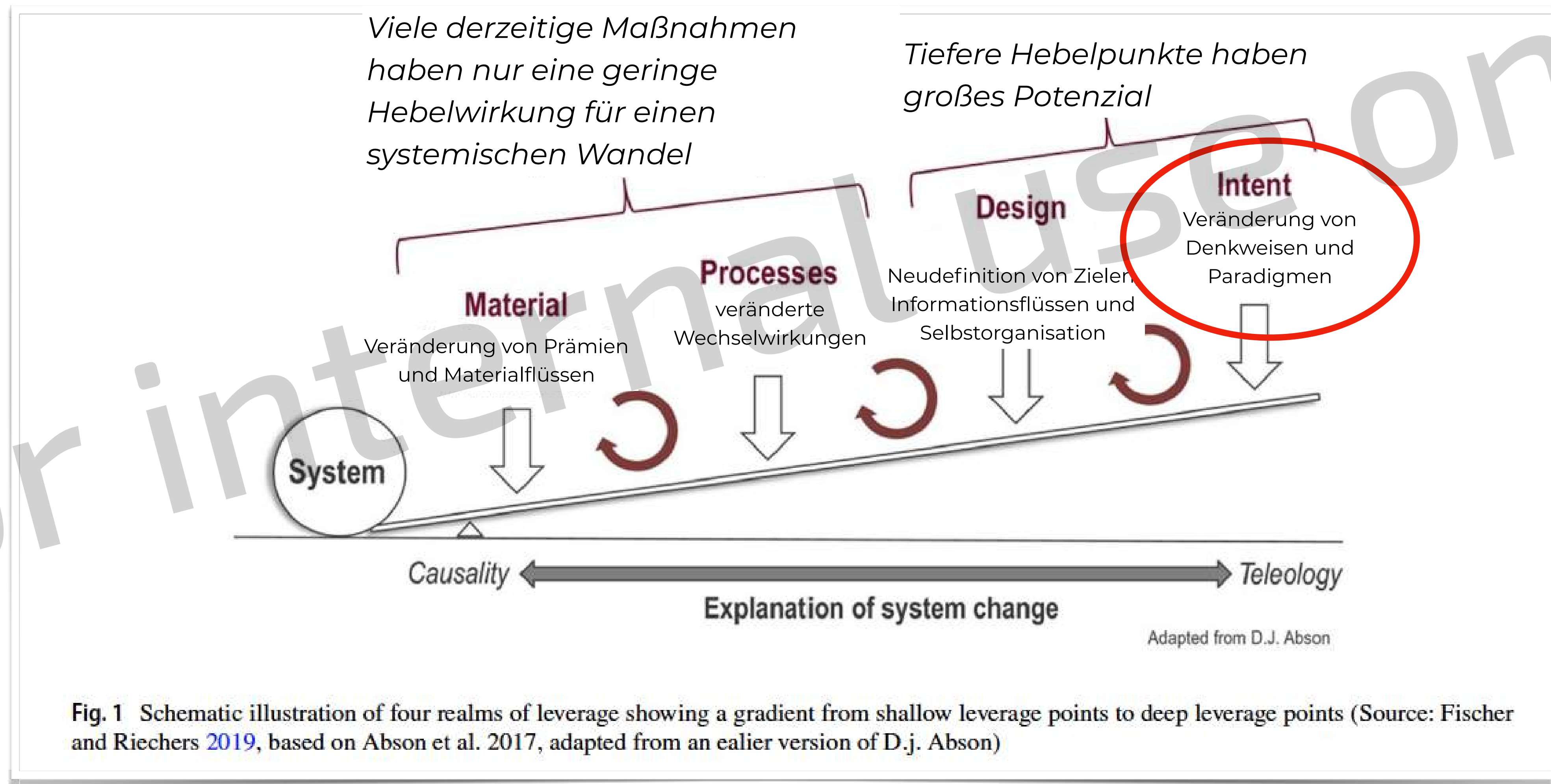


Fig. 1 Schematic illustration of four realms of leverage showing a gradient from shallow leverage points to deep leverage points (Source: Fischer and Riechers 2019, based on Abson et al. 2017, adapted from an earlier version of D.j. Abson)

Inner Development Goals

Darüber mal nachdenken!

- 1** Being — Relationship to Self
- 2** Thinking — Cognitive Skills
- 3** Relating — Caring for Others and the World
- 4** Collaborating — Social Skills
- 5** Acting — Driving Change

Know Why statt Know How

Erfolgreiches Beispiel: Der Upstalboom-Weg



for internal use only

Die Regenerative Destination

Schönes Beispiel aus den USA



Herausforderungen:

Gästesicht, Wandel gemeinsam gestalten



- **Gäste** setzen Nachhaltigkeit voraus. Wie wird das Angebot erkenn- und erlebbar?
- Nachhaltigkeit - auch wenn sie zertifiziert ist - **weiterentwickeln**
- **Regenerativer Tourismus** als Game-Changer für den System-Wandel
- Von Innen heraus: The '**Know why**'?

Und was meint ihr?

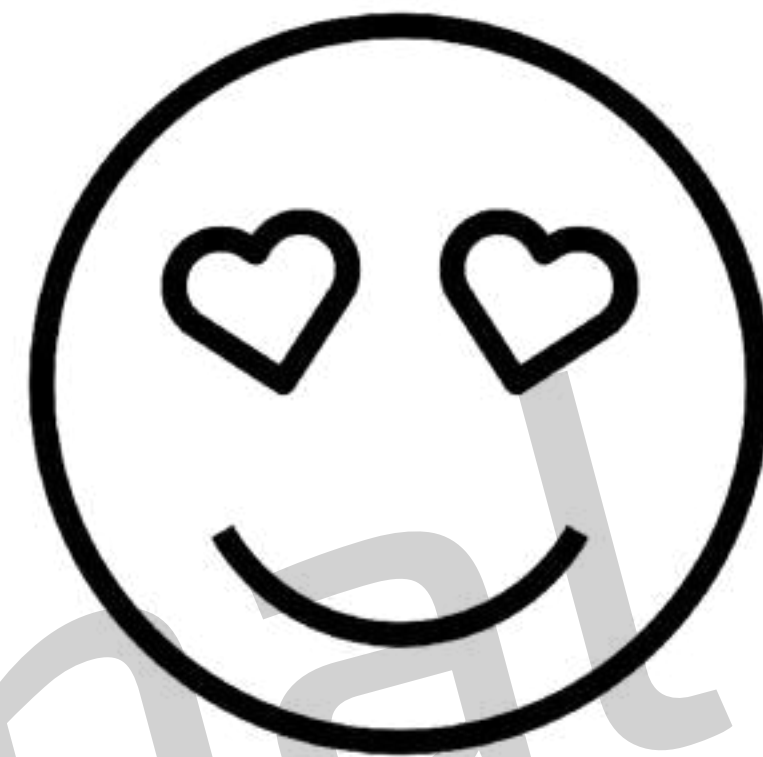
Lust mitzumachen?



OPTIMISMUS

DANKESCHÖN

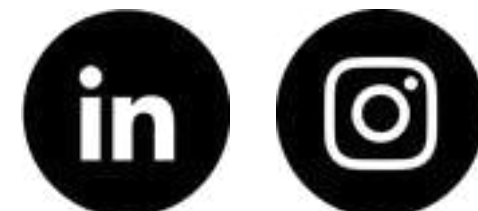
und #MAKEIMPACT



**TOURISM
IMPACT**

+41 78 785 83 44

holger@tourism-impact.com



for internal use only