

CSR- und Nachhaltigkeit **Strategie** 2024 ff

Zuversichtliche Lebensraumgestaltung auf Augenhöhe.
Tourismusverband Pillerseetal

Stand Oktober 2024

Inhaltsverzeichnis

1.	„Zuversichtliche Lebensraumgestaltung auf Augenhöhe“	3
2.	Wer wir sind	6
3.	Leitbild und Werte	10
4.	Ausgangslage IST	15
5.	Vision – Mission - Ziele	21
6.	Maßnahmenauswirkung	28
7.	Kommunikationsplan	29

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Bezeichnungen gelten für alle Geschlechter.

1. „Zuversichtliche Lebensraumgestaltung auf Augenhöhe“

In einer der schönsten alpinen Regionen Europas übernehmen wir als Tourismusdestination unternehmerische Verantwortung und integrieren Nachhaltigkeit als Querschnittsauftrag bei allen Entwicklungen und Maßnahmen in unserem Wirkungsbereich.

Nachhaltigkeit wird vom TVB PillerseeTal nicht als ein solitäres Handlungsfeld sondern als Querschnittsthema bzw. –auftrag betrachtet, welches bestmöglich bei allen Entwicklungen und Maßnahmen zu integrieren ist.

„Zuversichtliche Lebensraumgestaltung auf Augenhöhe.“

Wir sind Initiatorinnen und Prozessbegleiterinnen - die Verantwortung für die Umsetzung liegt bei den Partnern. Wir überlegen uns sinnvolle Alternativen und unterstützen bei der Gestaltung eines nachhaltigen Angebotes. Im Zuge dessen akzeptieren und tolerieren wir alle Denkweisen. Die Entwicklung mit Maß und Ziel hin zu einem nachhaltig gestalteten Lebensraum ist unser Ziel, dabei unterstützen wir uns gegenseitig auf Augenhöhe.

Wir begeistern unsere Gäste, Mitarbeiter, Mitglieder und Partner für nachhaltige Möglichkeiten im Urlaub und in deren Betrieben. Unter dem Motto „Zuversichtliche Lebensgestaltung auf Augenhöhe“ gehen wir einen aktiven Weg und setzen in den unterschiedlichsten Bereichen gemeinsam kontinuierlich unser Konzept um:

- Umweltzeichen**

Mittelfristig streben wir eine Zertifizierung zum Umweltzeichen als Tourismusdestination an.

- Mitgliedercoaching - Sensibilisierung, Information und Prozessbegleitung**

Wir bieten unseren Mitgliedsbetrieben der Region PillerseeTal beste Services zum Thema CSR-/Nachhaltigkeit an und unterstützen diese bei ihrer nachhaltigen Ausrichtung.

- Produktentwicklung**

Im Produkt- und Leistungsangebot entwickeln wir neue nachhaltige Produkte, die den Bedürfnissen der Gäste und Betriebe sowie deren Mitarbeitern entsprechen.

- **Services für Stakeholder-Regionale Zusammenarbeit stärken**

Gezielte Kooperationen mit lokalen und regionalen Produzenten/Dienstleistern werden umgesetzt und kontinuierlich weiterentwickelt, um die regionale Wertschöpfung zu fördern sowie lange Transportwege zu vermeiden.

- **Mobilität**

Wir arbeiten aktiv an regionalen Mobilitätslösungen mit und versuchen dabei überregional abgestimmte Optimierungen zu erreichen. Im internen Bereich fördern wir alternative erneuerbare Mobilität und fördern das Bewusstsein für öffentliche Verkehrsnutzung bei Gästen, Mitarbeitern und lokalen Partnern.

- **Organisation**

Im eigenen Verwaltungsbereich optimieren wir den Ressourceneinsatz an Energie, Wasser, Papier und Drucksorten sowie bei Verpackungen. In den Bereichen Wasser- und Energieverbrauch, Reinigung, Hygiene sowie Abfallsammlung und -trennung versuchen wir kontinuierlich weitere Verbesserungen zu erreichen. Die Verwendung von ausschließlich umweltverträglichen Reinigungsmitteln bis hin zu einem vollständigen Recyclingsystem sind unser Ziel.

- **Green Events**

Veranstaltungen werden so umweltverträglich und entlang der Kriterien von „Green Events Tirol“ geplant, vorbereitet und umgesetzt.

- **Services für Stakeholder**

Gemeinsam mit unseren Stakeholdern (Gemeinden, Bergbahnen, Leistungsträgern,) werden Schwerpunktthemen definiert und entlang der Nachhaltigkeitsstrategie in Bezug auf Kooperationen, Veranstaltungen, Synergien, etc. umgesetzt.

- **Employer Branding**

Der TVB entwickelt eine allgemeine Arbeitgebermarke und kümmert sich um die Umsetzung von Projekten und Initiativen entsprechend der Wünsche der Betriebe. Unseren Mitarbeitern bieten wir einen attraktiven regionalen Arbeitsplatz in einer der schönsten Region des Alpenraums und fördern kontinuierlich deren Gesundheit und Sicherheit im Unternehmen und bei Veranstaltungen.

1.1. Warum beschäftigen wir uns mit CSR- und Umweltthemen

Bereits seit den 1970er Jahren bilden Tourismuskonzepte und Leitbilder regelmäßig die zentralen Wegweiser für eine verantwortungsvolle Weiterentwicklung des Tourismus in Tirol.

Mit der aktuellen Strategie "Tiroler Weg - Perspektiven für eine verantwortungsvolle Tourismusentwicklung" wird ein neues Kapitel aufgeschlagen. Tirol will vorangehen und Modellregion für das touristische Angebot und eine nachhaltige Tourismusentwicklung sein - in einer Balance aus wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit. Damit hat Tirol einen Perspektivenwechsel eingeleitet. Der Erfolg wird künftig neu und ganzheitlicher gemessen. Neben den wirtschaftlichen werden auch gesellschaftliche, ökologische und Zufriedenheitskennzahlen entscheidend.

Der „Tiroler Weg“ definiert „Nachhaltigkeit“ konkret

Im Bereich der Nachhaltigkeit formuliert der Tiroler Weg ebenfalls klare Leitlinien: Die Tiroler Tourismuswirtschaft erhebt den Anspruch, eine wegweisende Rolle in der nachhaltigen, alpintouristischen Entwicklung auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene einzunehmen. Konkret sollen in allen Tiroler Regionen institutionalisierte Nachhaltigkeitsstandards und das neugeschaffene „Österreichische Umweltzeichen“ für Destinationen eingeführt werden.

Auf regionaler Ebene bemüht sich der Tourismusverband PillerseeTal bereits seit Jahren um eine nachhaltige Angebotsentwicklung. So nimmt die Region - sich zusammen mit den drei Partnerregionen der „Kitzbüheler Alpen Marketing GmbH“ (St. Johann in Tirol, Ferienregion Hohe Salve und TVB Brixental) – mittlerweile eine Vorreiterrolle ein, wenn es um regionsübergreifende Mobilitätslösungen geht.

Aufgrund von Problemen wie Bevölkerungswachstum, Ressourcenknappheit, Natur- bzw. Umweltkatastrophen, Klimawandel oder „Overconsumption“ wurde Nachhaltigkeit zu einem Schlagwort und führte zu erhöhtem öffentlichem Bewusstsein. Damit verbunden stieg auch der soziale Druck, sich als Unternehmen bzw. persönlich zu engagieren.

Die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung sind die politische Zielsetzung der Vereinten Nationen, die weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen sollen. Diese wurden am 25. September 2015 von 193 Staats- und Regierungschefs auf dem Gipfeltreffen der Vereinten Nationen in New York verabschiedet. Die sogenannte „Agenda 2030“ ist ein „Weltzukunftsvertrag“. Berücksichtigt werden im Rahmen dessen alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Soziales, Umwelt und Wirtschaft.

Zukünftig soll die „Agenda 2030“ mit ihren 17 Zielen für die nachhaltige Entwicklung als Wegweiser in der touristischen Produktentwicklung dienen.

2. Wer wir sind

2.1. Unternehmen - Organisation

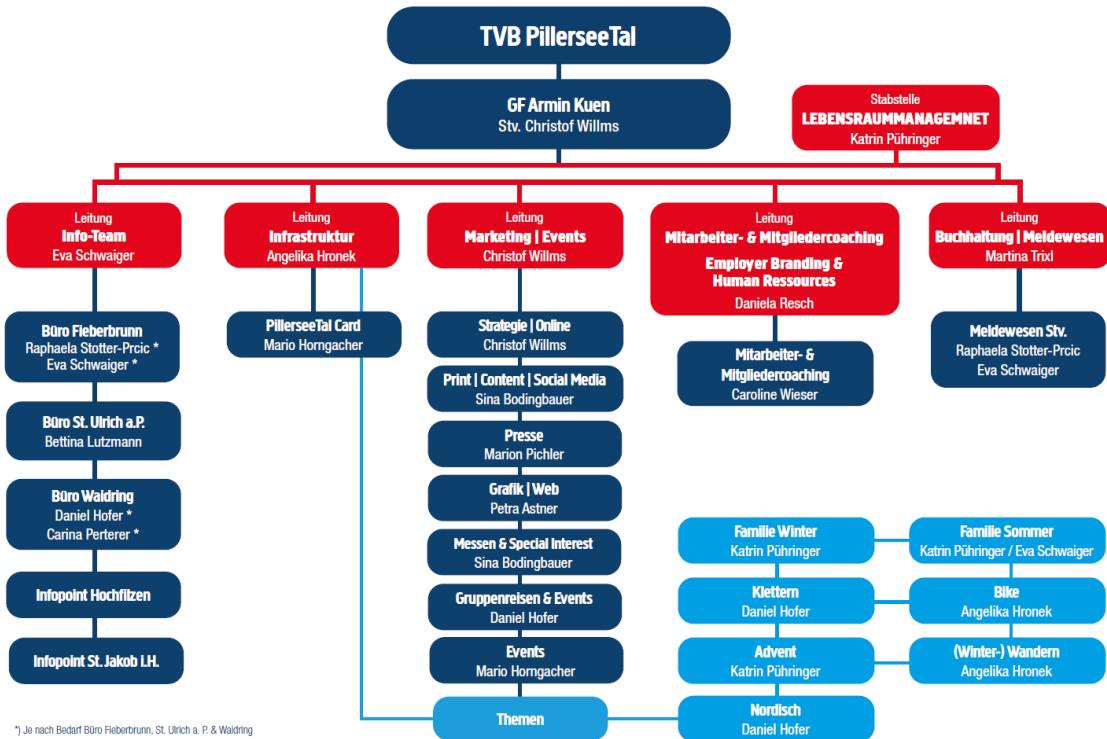
Nachhaltigkeit wird vom Tourismusverband Pillerseetal nicht als ein solitäres Handlungsfeld, sondern als Querschnittsthema bzw. – Auftrag betrachtet, welches bestmöglich bei allen Entwicklungen und Maßnahmen zu integrieren ist.

Dass sich wirtschaftlicher Erfolg und ökologische Verantwortung nicht ausschließen, wird dadurch in der Region PillerseeTal deutlich sichtbar. Die Rolle als TVB ist vielfältig und im Masterplan 2022+ definiert.

Hauptziel der nachhaltigen Ausrichtung ist es, den touristischen Raum weiterhin als Wettbewerbseinheit zu etablieren. Dabei wird dieser als Lebensraum gesehen, der von Einheimischen wie auch Gästen gleichermaßen genutzt wird. Der Tourismusverband setzt in seinen Bestrebungen darauf, attraktive Lebensräume zu schaffen, in welchen die natürlichen und kulturellen Ressourcen und Landschaften erhalten sowie entsprechend erlebbar gestaltet und dadurch regionale Wertschöpfung erzielt werden kann. Die Kernaufgabe ist neben 70% der Kommunikation nach außen (=Fokus auf Gast) und 30% nach innen (=Richtung Mitarbeiter und Betriebe) auch weiterhin Service- und Anlaufstelle für Gäste & Partner zu sein.

Im Bereich Partner-Services werden die Mitglieder hinsichtlich Preisgestaltung sensibilisiert und unterstützt. Darüber hinaus werden Zukunftsthemen aufgegriffen und entsprechend entwickelt und umgesetzt. Die zeitgemäße Weiterentwicklung der Produktqualität & Infrastruktur sowie die Stärkung bestehender Angebote und innovative Kommunikation ist ein weiterer definierter Kompetenzbereich.

2.2. Organigramm Tourismusverband PillerseeTal



2.3. Stabstelle Lebensraummanagement

Als eigene Stabstelle wurde Anfang 2022 der Bereich Lebensraummanagement personell besetzt. Verbandsintern ist die Mitarbeiterin in dieser Funktion bereichsübergreifend in direktem Austausch (Infrastruktur, Marketing, Events, Vermietercoach, Gästeinformation) und ist auch in enger Abstimmung mit Dialogpartnern auf regionaler Ebene (zB Regionsmarketing, Planungsverband, Gemeinden).

Dabei liegt vor allem die Koordinationsfunktion für die nachhaltige strategische Ausrichtung, die Ableitung von internen Zielen/Maßnahmen sowie die Definition von Kennzahlen und deren Abbildung in deren Aufgabenbereich. Für die operative Umsetzung von Bereichszielen sind die jeweiligen Bereichsleiter verantwortlich. Außerhalb der Organisation soll ein entsprechendes Netzwerk an Partnern und Akteuren aufgebaut und etabliert werden.

Zu Nachhaltigkeitsthemen der Tourismusregion PillerseeTal wurde ein eigener Bereich auf der Website eingerichtet, welche die Nachhaltigkeitsstrategie gut abbildet und sukzessive mit Content gefüllt wird.

Mehr dazu unter: <https://www.kitzbueheler-alpen.com/de/pital/aktuelles/nachhaltigkeit.html>

2.4. Standorte

Der Tourismusverband PillerseeTal ist mit dem Hauptbüro in Fieberbrunn sowie an den Standorten St. Ulrich am Pillersee und Waidring jeweils mit einem personell besetzten Tourismusbüro vertreten. In den weiteren Gemeinden Hochfilzen und St. Jakob in Haus wurden für Gäste zeitgemäße Touchpoints eingerichtet, die umfassende Informationen über die Region liefern. Vermieterseitig unterstützen in diesen beiden Orten die Mitarbeiter des Gemeindeamts.

2.5. Wichtige Partnerschaften im Tourismus

Die angestrebte regionale Wertschöpfung gelingt nur durch breiten Austausch zwischen allen relevanten lokalen und überregionalen Akteuren. Eine optimale langfristige nachhaltige Entwicklung kann nur erzielt werden, wenn gemeinschaftliche Ziele verfolgt werden und in die gleiche Richtung gearbeitet wird. Dabei hat ein Tourismusverband nur beschränkte Einwirkungsmöglichkeiten. Vielmehr kann und soll der TVB PillerseeTal als zentraler Impulsgeber für Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Destination wirken.

Wesentlich sind Partnerschaften und Kooperationen auf regionaler Ebene mit den Tourismusbetrieben, den drei Bergbahnen, den fünf Partnergemeinden (Fieberbrunn, Hochfilzen, St. Jakob in Haus, St. Ulrich am Pillersee, Waidring), diversen Vereinen und Organisationen in den Bereichen Kultur, Sport, Klima- und Energie (KEM, LEADER, CLAR, KLAR, ...), und sonstigen tourismusnahen Organisationen (z.B., Tirol Werbung, ÖW, ...).

Der Auftakt für eine gemeinsame nachhaltige Ausrichtung erfolgte im Juni 2022 mit einem ersten gemeinsamen Workshop. Detaillierte Ergebnisse dazu sind in einer eigenen Dokumentation verfügbar.

2.5.1. Regionsmarketing

Gemeinsam mit dem Verein "PillerseeTaler Wirtschaft", dem Tourismusverband PillerseeTal und der Gemeinde Fieberbrunn wurde im Juli 2021 die „ARGE Regionsmarketing PillerseeTal“ gegründet. Es agiert als zentrale Koordinations- und Kommunikationsplattform für standortbezogenes Marketing und steht für Nachhaltigkeit, Regionalität und heimische Werte. Unter dem Motto „Lebensraum verbindet“ liegt der Fokus auf Anhebung der Kaufkraft in der Region, Bewusstseinsbildung hinsichtlich heimischer Qualitäten und Stärkung des sozialen Austausches.

2.5.2. Bergbahnen

Mit den Bergbahnen (Bergbahnen Fieberbrunn, Bergbahn Pillersee, Bergbahn Steinplatte) existiert seit Jahren eine sehr enge Kooperation im Bereich Tourismusstrategie, Markt- und Produktentwicklung und vielen übergreifenden Themen. Dies zeigt sich in der themenspezifischen Zusammenarbeit beispielsweise durch Teilnahme bei diversen Angebotsgruppen wie zB Familienskiregionen, Bergerlebniswelten, etc.

Alle drei Bergbahngesellschaften agieren bereits sehr nachhaltig. Gesammelte Informationen über einzelne Maßnahmen der Liftbetreiber können auf deren Websites nachgelesen werden:

<https://www.fieberbrunn.com/pride>

<https://www.steinplatte.tirol/de/nachhaltigkeit-e-ladestationen.html>

<https://www.bergbahn-pillersee.com/de/>

2.5.3. Partnergemeinden und Regionalmanagement

Der „Planungsverband 33 – Pillerseetal“ umfasst die fünf Gemeinden Hochfilzen, Fieberbrunn, St. Jakob in Haus, St. Ulrich am Pillersee und Waidring am östlichen Rand Tirols, die über das Pillerseetal miteinander verbunden sind. Die Landschaft bezieht ihre Reize von der Gegensätzlichkeit der Gebirgsformen und der reichhaltigen naturräumlichen Ausstattung der Talräume. Herausragend ist der Pillersee mit den angrenzenden Feuchtgebieten.

Der Raum steht wirtschaftlich auf mehreren Standbeinen. Neben der stark vertretenen Landwirtschaft hat sich in der gesamten Region trotz der Randlage ein beachtlicher zweisaisonaler Tourismus entwickelt. Die Basis sind neben der schönen Erholungslandschaft drei Skigebiete – Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn, die Waidringer Steinplatte sowie die Buchensteinwand. Darüber hinaus hat auch das nordische Angebot in Hochfilzen und St. Ulrich durch die hochrangigen Biathlon-Wettbewerbe große Bekanntheit erlangt.

Die vor allem in Fieberbrunn zahlreich vertretenen Handwerks- und Gewerbebetriebe sind vorwiegend auf die regionale Nachfrage ausgerichtet. Überregionale Bedeutung haben das Unternehmen Gebro Pharma GmbH in Fieberbrunn und die Gewinnung und Verarbeitung von Magnesit in Hochfilzen durch die Fa. Veitsch- Radex GmbH. In Hochfilzen untergebracht ist auch die Regio-tech, eine von den Gemeinden des Pillerseetales getragene Gesellschaft für Regionalentwicklung.

3. Leitbild und Werte

3.1. Unternehmen / Organisation

Nachhaltigkeit als Chance für einen innovativen und verantwortungsvollen Tourismus zu sehen, muss kein Widerspruch sein, sondern ist Voraussetzung, um langfristig die Ansprüche an die Positionierung der Marke entlang der Kernwerte sicherzustellen. Zieldefinitionen dürfen sich nicht nur an wirtschaftlichen Kriterien orientieren, sondern müssen ökologische und gesellschaftliche Kriterien gleichwertig berücksichtigen. So wird ein hochwertiger Tourismus mit einer nachhaltigen Lebens-, Erholungs- und Erlebnisqualität für alle Dialoggruppen der Region auf Dauer ermöglicht.

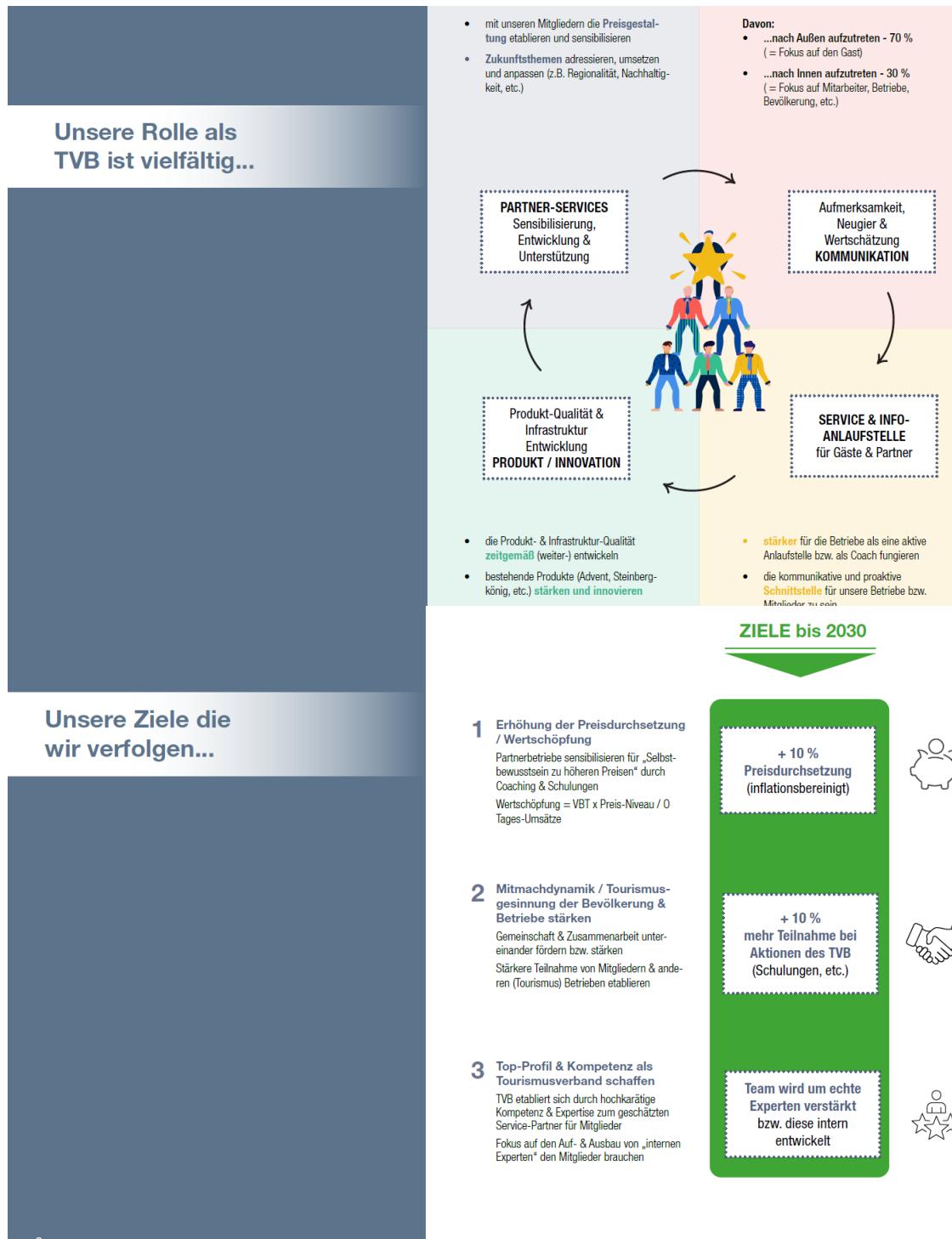
Der Tourismusverband Pillerseetal beschäftigt insgesamt 14 Mitarbeitern. Die Region mit den fünf Orten Fieberbrunn, Hochfilzen, St. Jakob in Haus, St. Ulrich am Pillersee und Waidring hat im Sommer wie im Winter viel zu bieten. Das PillerseeTal macht Lust auf Urlaub und die Lage könnte dabei nicht besser sein: Eingebettet zwischen der Steinplatte, den Loferer Steinbergen und mitten in den Kitzbüheler Alpen. Der smaragdgrüne Pillersee im Herzen des Tales und die traumhaften Aussichtsberge rundherum - das PillerseeTal bietet eine Vielfalt von überraschenden Bergerlebnissen und ist eine Region für Familien und Aktivurlauber. Zu jeder Jahreszeit hält das PillerseeTal viele Abenteuer bereit. Das vielfältige Angebot an Sport- und Freizeitmöglichkeiten bietet ein schier grenzenloses Abenteuer und Erlebnisse im Sommer wie im Winter. Natur und Genuss stehen im PillerseeTal ebenso im Fokus. Ausgezeichnete Kulinarik, zahlreiche Veranstaltungen in freier Natur, echte Erholung und eine Vielzahl an Aktivitäten das ganze Jahr über. Zahlreiche Sportveranstaltungen wie Biathlon Weltmeisterschaft, Biathlon Weltcup, Österreichs längster Ultra Trail, Freeride Weltmeisterschaften sind kein Zufall, da die Herzlichkeit und Gastfreundschaft in der Region tief verwurzelt ist. Mit zwei Bahnhöfen in Fieberbrunn und Hochfilzen, sowie dank moderner Bahninfrastruktur und gut ausgebautem Regionalverkehr geht Urlaub im PillerseeTal auch ganz ohne Auto.

3.1.1. Stabstelle Nachhaltigkeit

Seit Herbst 2022 ist der Bereich Nachhaltigkeit als Stabstelle im Organigramm des TVB PillerseeTal verankert, da Nachhaltigkeit nicht als ein solitäres Handlungsfeld, sondern als Querschnittsthema bzw. -Auftrag betrachtet wird, welches bestmöglich bei allen Entwicklungen und Maßnahmen zu integrieren ist. Darüber hinaus stehen der kontinuierliche Austausch und die enge Abstimmung mit Dialogpartnern auf regionaler Ebene im Vordergrund. Erstmalig ist im Wirtschaftsjahr 2023 ein eigener Budgetposten „Nachhaltigkeit“ mit EUR 40.000 Planbudget vorgesehen.

3.2. Leitbild, Strategie, Ziele zum Thema Nachhaltigkeit

Angelehnt an den Masterplan 2022+ sind die Kernaufgaben folgendermaßen definiert:



3.3. Leistungen und Kernaufgaben des TVB Pillerseetal

Zu den Aufgaben des Tourismusverbandes PillerseeTal zählen insbesondere die tourismusstrategische Planung für das Verbandsgebiet (mit Integration nachhaltigkeitsrelevanter Schwerpunkte), das touristische Marketing, die infrastrukturelle Attraktivierung sowie die Unterstützung der Mitglieder bei der Schaffung eines marktgerechten Angebotes, die Gästebetreuung und das Veranstaltungsmanagement.

3.4. Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie

Erarbeitung eines CSR-/Nachhaltigkeitskonzeptes und mittelfristig Zertifizierung zu einer Österreichischen Umweltzeichen-Destination.

3.4.1. Touristisches Marketing

Ansprechen und Gewinnen neuer Gästezielgruppen mit nachhaltigen Interessen und Bedürfnissen. Dazu gehören klassische Marketingaktivitäten sowie die Bearbeitung der definierten Zielmärkte, das Branding, die Positionierung sowie einzelne Markenbotschaften. Darüber hinaus wird die Unterstützung der Betriebe bei Marketing und Öffentlichkeitsarbeit zu nachhaltigen Themen angeboten. Mittelfristig wird die Einrichtung einer eigenen Website und einer eigenen Marketing-Kategorie für umweltfreundliche und zertifizierte Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe angestrebt.

3.4.2. Infrastrukturelle Attraktivierung

Achtsame und möglichst umweltfreundliche Errichtung und Gestaltung von touristischer Infrastruktur (zB Wege, Bikestrecken, bauliche Maßnahmen)

Mobilität: Schaffung von nachhaltigen Angeboten (Verbesserung öffentliche Angebote für PillerseeTal, Förderung von alternativer erneuerbarer Mobilität und Ladeinfrastruktur in der Region, Abstimmung auf überregionaler Ebene, Zusammenarbeit mit nachhaltigen Kooperationspartnern, Mobilitätskonzepte bei Veranstaltungen, Förderung von Geh-, Wander- und Bikewegen)

3.4.3. Unterstützung der Mitglieder

- Ausbau von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben mit Umweltzeichen
- Nachhaltige Reiseangebote mit öffentlicher Anreise (Alpliner, Autofreie Anreise)
- Produkt „Autofreie Anreise“ mit lokalem Transportunternehmen (Dödlinger Touristik) in allen Kampagnen integrieren und ganzjährig anbieten
- Kooperation mit ÖPNV (z.B. Reisepakete mit ÖBB, ÖBB als Kooperationspartner bei Veranstaltungen)
- Produktentwicklung von nachhaltigen Angeboten in der Region
- Klimabündnis-Partner mit Regionsmarketing forcieren

3.4.4. Gästebetreuung

- Mobile Gästekarte mehr kommunizieren
- „Autofreie Anreise“ in alle Verkaufskanäle integrieren (Buchungsbestätigungen, Pre-Check-in)
- Contwise Map (interaktive Karte) stärker bewerben
- QR-Code für Ruhetagsliste verwenden
- QR-Code für Bewerbung der Veranstaltungen verwenden
- Shop: Produkte überdenken – Fokus auf regional und nachhaltig
- Merchandise: nachhaltige Beschaffung bzw. regional
- IT: Touchscreens

3.4.5. Veranstaltungsmanagement

Darüber hinaus werden zahlreiche Veranstaltungen mit dem TVB als Hauptorganisator ausgetragen.

- Zertifizierung von Green Events und Green Meetings bei allen Veranstaltungen, die vom TVB organisiert und verantwortet werden
- Ausarbeitung eines Leitfadens für die Umsetzung von plastikfreien und nachhaltigen Veranstaltungen, für alle Events im Verbandsgebiet
- Abstimmung mit Gemeinden, diese Kriterien als Ergänzung in den Veranstaltungsbescheid aufzunehmen
- Berücksichtigung gesellschaftlicher und Umweltaspekte bei Großveranstaltungen
- Bei Großevents: eigenes Mobilitäts- und Abfallwirtschaftskonzept
- Sinnvolle umweltverträgliche Alternativen schaffen (zB Hubschreibereinsatz bei FWT überdenken stattdessen Droneneinsatz für Video- und Bildmaterial)

Sommer

Bummelnacht Fieberbrunn, Seeleuchten in St. Ulrich am Pillersee, div. Platzkonzerte in allen Orten der Region, Markthoangascht

Winter

Biathlon Weltcup, Freeride World Tour, Advent im PillerseeTal, Nordic Spirit, Europäische Winterwandertage

3.4.6. Wichtige Dialoggruppen in der Tourismusregion

Übersicht CSR-/Nachhaltigkeitsrelevanter Dialoggruppen des TVB Pillerseetal und nahestehender Organisationen (zB für Veranstaltungen)

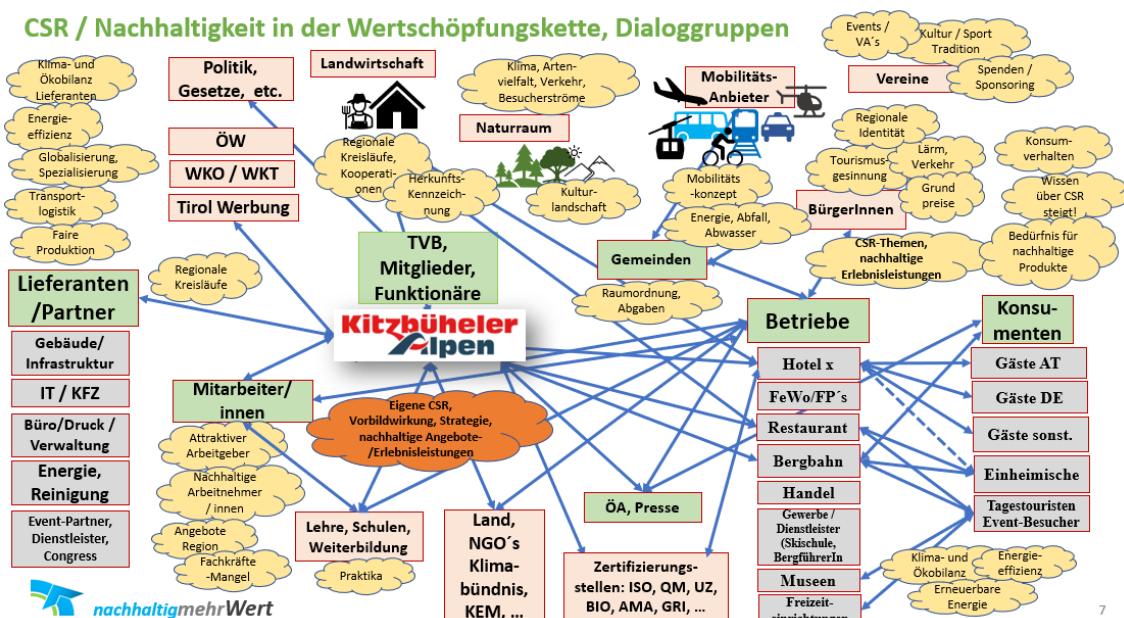


Abb. 01 — Grafik touristische Wertschöpfung in der Region Pillerseetal

4. Ausgangslage IST

4.1. Was wurde bereits realisiert?

Als regionale Organisation im Bundesland Tirol mit seiner einzigartigen Natur hat die Region PillerseeTal immer schon auf ein ausgewogenes Leben und Arbeiten und einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen gesetzt. So wurden durch den TVB PillerseeTal in vielen Bereichen bereits umwelt- und gesellschaftlich relevante Aspekte umgesetzt:

4.1.1. Produkte/Leistungen mit Nachhaltigkeitsbezug

- **2022**

Entwicklung und Integration des Themas „Nachhaltigkeit“ im Markenbildungs- und Strategieprozess („Nachhaltigkeit“ als Querschnittsauftrag)

Start Entwicklung CSR-/Nachhaltigkeitskonzept für eigene Tourismusverbandsbüros und Destination PillerseeTal

- **2022/23**

Betriebs-Check Nachhaltigkeit (mit 10 Leitbetrieben der Region)

Entwicklung der Online-Plattform „Marktplatz PillerseeTal“ zur Förderung regionaler Betriebe und Produkte aus Landwirtschaft und Verarbeitung

- **2023**

Teilnahme der Nachhaltigkeitskoordinatorin am Lehrgang zur Klimabeauftragten vom Klimabündnis Tirol

Unterstützung zur Zertifizierung zum Österreichischen Umweltzeichen von einem Beherbergungsbetrieb sowie einem Reisebüro in der Region (Haus in der Sonne, Reisebüro Dötlinger)

Umsetzung der ersten Veranstaltung entlang der Kriterien von „Green Events Tirol“ (Markthoangascht)

- **2024**

Teilnahme der Nachhaltigkeitskoordinatorin am Lehrgang Nachhaltigkeitsmanagement - Ausbildungsprogramm für TVB Nachhaltigkeitskoordinatoren der WKO Tirol

Unterstützung zur Zertifizierung zum Österreichischen Umweltzeichen von drei Beherbergungsbetrieben in der Region (fairhotel, Landhaus Tirolerherz, TUI Blue Fieberbrunn)

Umsetzung von Veranstaltungen als zertifizierte Green-Events (Advent im Pillerseetal)

- **2025**

Start Zertifizierungsprozess zum Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen

Unterstützung zur Zertifizierung zum Österreichischen Umweltzeichen von drei Beherbergungsbetrieben in der Region (fairhotel, Landhaus Tirolerherz, TUI Blue Fieberbrunn)

Umsetzung von weiteren Veranstaltungen als zertifizierte Green-Events (Advent im Pillerseetal, Bummelnacht, Seeleuchten)

4.1.2. Art der Energieversorgung und Energieeinsatz

Nachfolgend werden die TVB-Standorte Fieberbrunn, Waidring und St. Ulrich am Pillersee beleuchtet, wobei hier zu beachten ist, dass es sich um gemietete Räumlichkeiten handelt.

- **Thermische Energieversorgung**

nicht beeinflussbar, da gemietete Büros

- **Beleuchtung**

fast zur Gänze auf LED umgestellt, weiterer Austausch erfolgt laufend

- **Wassereinsatz**

Durchflussbegrenzer bei Großteil der Wasseranlagen bei Events (Organisation und Bereitstellung durch Gemeinden, Bergbahn, Bauhof)

- **Mobilität**

Intern:

- Alternative Antriebsformen bei Firmen-KFZ (Elektro, Wasserstoff, Hybrid), zB Kooperationen mit Firma EcoDrive Waidring
- E-Bike für Mitarbeiter als Dienstfahrzeuge und bei Bedarf auch für Privatnutzung
- Elektro-Ladestationen (öffentliche) für E-Bikes
- Elektro-Ladestationen (öffentliche) für PKW
- Mobilität MitarbeiterInnen (für Geschäftsreisen: VVT-Monatsticket)

Extern:

- Entwicklung und Umsetzung „Abendshuttle“ als Regionslösung – für Gäste und Einheimische (in Zusammenarbeit mit Dödlinger Touristik und 5 Gemeinden)
- Winter: Skibus
- Sommer: Wanderbus
- Mobilitätskonzept für alle TVB-Veranstaltungen („Abendshuttle“ für Green Events)
- Parkplatz- und Shuttledienste mit Veranstalter, Bergbahnen, etc.
- Anreisereisetipps mit Hinweis auf das öffentliche Regio-Bus-Angebot oder Link zu Tiroler Verkehrsbetrieben (VVT)

• **Abfallwirtschaft / Reinigung**

Intern:

- Bewusster Einkauf von verpackungssarmen Produkten (Mehrwegverpackung, unverpackte Produkte, Glas, Metall, keine Kunststoffverpackungen)
- Strikte Mülltrennung in fast allen Bereichen und Zuführung zur Wiederverwertung
- Vorausschauende Einkaufsplanung für wenig Abfälle
- Vermeidung bzw. Reduzierung von erdölbasierten Kunststoffen jeder Art
- Stoff- bzw. Papiertaschen aus erneuerbaren, natürlichen Materialien
- Keine Getränkedosen im Betrieb
- Abfall- und Kartonpresse (Bauhof)
- Nutzung von Reinigungsmitteln aus Umweltzeichen-Positivliste (bei Fremd reinigung Anforderung an Drittanbieter stellen)

Bei Events/Veranstaltungen:

- Abfallwirtschaftskonzepte für Events (analog Green Events - Kriterien)
- Für Großevents (z.B. Biathlon Hochfilzen) Abfallwirtschaftskonzept
- Papiertaschen
- Vorzugsweise Einsatz von Mehrweg-Pfandsystem über Firma LC Gastroservice Hochfilzen, Alternativen für Getränkedosen schaffen, rechtliche Anforderungen bei Events sind zu berücksichtigen (z.B. keine Glasflaschen erlaubt)

• **Regionale Kreisläufe**

- Vorzugsweise lokale und regionale Lieferanten als Partner (zB Hutter Druck)
- Durchwegs lokale/regionale Handwerker bei Ausführungen
- Alternativ Lieferanten/Partner aus vernetzten angrenzenden Regionen
- Lokale und BIO-Produkte im Warenkorb (zB PillerseeTaler bei Gästeehrungen, Gewinnpreise (zB Holzschuhe bei Freeride-Worltour), Mitarbeiter-Aktionen, Milchprodukte, Jause (zB mit regionalen Betrieben gemeinsam))

- Lokale und regionale Produzenten werden bei Produktbeschreibungen bzw. am „Marktplatz PillerseeTal“ erwähnt (Blog, Kurzvideos, Partnerschaften / Netzwerke)
- Auch bei Großhandelseinkäufen werden regionale ökologisch gute Produkte je nach Verfügbarkeit bevorzugt (für Veranstaltungen, zB Glühwein)
- Bei Veranstaltungen werden regionale Produkte / Cateringleistungen angeboten
- Förderung lokaler / regionaler Kultur und Kunst durch das Unternehmen (Aussteller Adventmarkt, Markthoangascht)
- Einsatz regionaler Materialien (Holz, Stein, Stoffe, ...), z.B. Büroeinrichtungen, Arbeitskleidung, Give-Aways, ...
- Kennen und Einbinden aller wesentlichen identifizierten Dialoggruppen in der Wertschöpfungskette (Übersicht)
- Vernetzung KLAR / LEADER / Klima- und Energieorganisationen
- Abstimmung hinsichtlich neuer Projekte mit Bergbahnen (Mobilität, Energie, etc.)
- Unterstützung von Vereinen / Projekten

- **Artenvielfalt**
 - Kein Herbizid- und Pestizideinsatz am Betriebsgelände der TVB's (in Miete, keine großen Grünflächen vorhanden)
 - Nur heimische Gewächse/Blumenschmuck am Betriebsgelände
 - Kennen naturschutzrelevanter Gebiete der Region (in Planung, Produktentwicklung angedacht)
 - Naturdenkmäler
 - Naturwanderungen
- **Büro- und Verwaltungsbereich**
 - Viele Drucksorten schon digital verfügbar oder bereits auf umweltverträglichem Papier – massive Reduktion der Produktion von Drucksorten, Fokus auf QR-Codes und Verweis auf interaktive Informationsquellen (interaktive Karte, Online-Auftritte)
 - Energieeffiziente Geräte (PC's, Server, Steuerungen alles neuester Stand der Technik, Labels für energieeffiziente Geräte werden bevorzugt)
 - Klare Mülltrennung in Büro
 - Kaffee und Tee aus fairtrade bzw. biozertifiziert
- **Mitarbeiter / Personalentwicklung / Aufbau Arbeitgebermarke (Employer Branding)**
 - Mitarbeiter entwickeln für Mitarbeiter Initiativen und Programme, um Mitarbeitern die Menschen und Möglichkeiten im PillerseeTal näher zu bringen (WIR. Mitarbeiter für Mitarbeiter)

- Aktionen sollen es den Mitarbeitern ermöglichen, mit anderen Kollegen aus den Tourismusbetrieben zusammenzukommen, um gemeinsam inspirierende Momente zu erleben (WIR. Gemeinsame inspirierende Momente)
- Mitarbeitern einen verbesserten Zugang zu attraktiven Dienstleistungen und Produkten aus der Region ermöglichen (WIR. Benefits)
- Workshops für Betriebe der Region zur Entwicklung und Aufbau von Arbeitgebermarke
- Unterstützung von und bei Schulprojekte der angesiedelten Schulen (Lehrlingsmesse an der NMS Fieberbrunn), Maturaarbeiten, Bachelor-/Masterarbeiten
- Wertschätzende Führungskultur und regelmäßiger Austausch und Feedback zwischen Geschäftsführung und Abteilungsleitern/Mitarbeitern
- Klare Aufbau- und Ablauforganisation mit transparenten Verantwortungs- und Zuständigkeitsbereichen
- Prozessbeschreibungen wesentlicher Prozesse
- Keine Diskriminierung (nach Geschlecht, Herkunft, Religion, Ausbildungslevel, Alter, ...)
- Employer Branding – Prozessstart 2023
- Laufende Schulungs- und Personalentwicklungsmaßnahmen individuell möglich (Übernahme Kosten)
- Teilnahme an regionalen Schulungsprogrammen
- Faire Gehälter, Bezahlung durchwegs über Kollektiv
- Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen
- Flexible bzw. individuelle Arbeitszeitmodelle (Berücksichtigung work-life-balance, Familienfreundlichkeit für unterschiedliche Zielgruppen)
- Gleitzeit
- Home-Office Regelung
- Arbeitsplatzgestaltung (Berücksichtigung von ergonomischen, technischen oder für das Betriebsklima relevanten Faktoren)
- Aktive und präventive betriebliche Gesundheitsvorsorge (zB finanzielle Unterstützung im Fitness-Studio Alpengains)
- strukturierte Praktikantenbetreuung
- Öffi-Förderung für Mitarbeiter durch Kostenübernahme von übertragbarem VVT-Monatsticket
- Förderung von Fahrgemeinschaften oder Mitarbeiter-Parkplätze
- Private kostenlose Nutzung von betrieblichen Einrichtungen (E-Auto, E-Bikes, ...) durch MitarbeiterInnen
- Vergünstigte Saisonkartenpreise für Mitarbeiter sowie Nutzung regionaler Infrastruktur (zB Mitarbeiter-Card) von Partnerbetrieben der Region
- Nachhaltige Mitarbeiterbekleidung

- **Tourismusgesinnung**

- Inspiration für Mitarbeiter, sich auf Basis der Weiterbildungsangebote weiterzuentwickeln (WIR.Entwickeln)
- Entwicklung inspirierender Führungskräfte (WIR.Führen)
- Wir helfen Betrieben, die besten Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten (WIR. Gewinnen die Besten)
- Pillerseetal-Betriebe und Mitarbeiter entwickeln ein starkes WIR-Gefühl und schaffen gemeinsam die Basis für ein stimmiges Urlaubsgefühl (WIR.Gemeinsam)

- **Gesellschaftliches Engagement**

- Barrierefreie Zugänge bei Green Events
- Unterstützung lokaler Vereine (Kultur, Sport, Jugend, Umwelt) und sozialer Hilfsorganisationen
- Ausbildungsunterstützung durch aktives Praktikantenmanagement
- Lehrlingsangebote
- Koordinationsfunktion TVB für viele gesellschaftlich und wirtschaftlich relevante Themen

4.2. Überblick CSR-Organisation, Kennzahlen, Benchmark

4.2.1. Zuständigkeiten und Verankerung in der Organisation

Die Zuständigkeiten zu CSR- bzw. umweltrelevanten Themen im TVB PillerseeTal wurden festgelegt.

Alle CSR- und umweltrelevanten Themen werden durch die Nachhaltigkeitskoordinatorin einmal jährlich überprüft. Festgelegte Ziele werden auf ihren Zielerreichungsgrad überprüft, der Umsetzungsstatus von Maßnahmen (Aktionsprogramm und CSR-Maßnahmenkatalog kombiniert) gemessen und Kennzahlen ermittelt (IST-Stand, Planerreichung, Abweichungen, Abweichungsgründe). In einem Regelkreis führt dieser Prozess zu kontinuierlichen Überprüfungen und zur Festlegung weiterer Ziele und notwendiger Maßnahmen. Für die Kennzahlen aus dem CSR-Bereich müssen noch notwendige Datenbasenermittlungen geschaffen und dann die erforderlichen Kennzahlen festgelegt werden.

Auch kontinuierlich stattfindende Partner-/Lieferantengespräche werden genutzt um Nachhaltigkeitsthemen, Qualitätsanforderungen oder Verpackungsthemen (zB Art der

Verpackung, Verpackungseinheiten, regional, Bio, fairtrade) zu besprechen und Ziele für das kommende Jahr festzulegen.

5. Vision – Mission - Ziele

5.1. Vision

Wer sind wir in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft?

Zuversichtliche Lebensraumgestaltung auf Augenhöhe.

Der TVB PillerseeTal ist eine ökologisch und gesellschaftlich verantwortungsvolle touristische Leitorganisation in der Region PillerseeTal, welche durch ihre bedeutende Rolle als Tourismusverband einer großen Tourismusdestination auch eine wesentliche Rolle für die nachhaltige Ausrichtung der gesamten Wirtschaft, Gesellschaft aber auch der eigenen betrieblichen Organisation Inne hat. Die gesamte Organisation des TVB PillerseeTal ist sich dieser Rolle bewusst und möchte diese nachhaltige Ausrichtung fördern und weiter ausbauen. Denn auch den nachfolgenden Generationen soll die Natur noch erhalten bleiben. Der TVB agiert weg von der Aussichtlosigkeit und versucht machtbare Umsetzungswege aufzuzeigen sowie positive Herangehensweisen in den Vordergrund zu stellen. Weg von Schein-Aktionismus hin zu sinnvollen nachhaltigen Alternativen. Dabei werden auch vielfältige Werteorientierungen akzeptiert und die Gemeinsamkeit gestärkt.

5.2. Mission

Was machen wir?

Was wollen wir erreichen?

Wir sind Initiatorinnen und Prozessbegleiterinnen - die Verantwortung für die Umsetzung liegt bei den Partnern. Wir überlegen uns sinnvolle Alternativen und unterstützen bei der Gestaltung eines nachhaltigen Angebotes. Wir akzeptieren und tolerieren alle Denkweisen und betreiben die Entwicklung mit Maß und Ziel hin zu einem nachhaltig gestalteten Lebensraum. Dabei unterstützen wir uns gegenseitig und auf Augenhöhe.

Bei unseren Entscheidungen orientieren wir uns an den Prinzipien der Nachhaltigkeit und schaffen so Mehrwert in ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Hinsicht.

- Alle in der Organisation achten bewusst auf einen schonenden Einsatz von Ressourcen und Energie, schützen wertvolle Naturräume, unterstützen sanfte Mobilitätsformen,

reduzieren Abfälle auf ein Mindestmaß und verbessern die Artenvielfalt in unserer direkten Umgebung.

- Wir schaffen für Mitarbeiter ein attraktives Arbeitsumfeld mit fairen und motivierenden Arbeitsbedingungen. Wir sensibilisieren unsere Mitarbeiter laufend zu einem umweltfreundlichen Verhalten und organisieren Informationsblöcke und Workshops zu Themen der Nachhaltigkeit im Betrieb.
- Wir arbeiten mit unseren Partnern auf Augenhöhe und entwickeln nachhaltige lokale und regionale Beziehungen.
- Wir kennen unsere Anspruchsgruppen und definieren soziale/gesellschaftliche Anspruchsgruppen und solche mit Umweltbezug. Auf diese Anspruchsgruppen abgestimmt werden laufend wesentliche Themen mit CSR-/Umweltrelevanz festgelegt, priorisiert (auf Wichtigkeit, Dringlichkeit und Umsetzbarkeit) und in Folge einer effizienten Umsetzung zugeführt.
- Der TVB PillerseeTal nimmt sich neben Kernthemen wie der wirtschaftlichen Entwicklung der Tourismusregion auch aktiv Themen mit ökologischem oder gesellschaftlichem Bezug an und übernimmt koordinierende und vernetzende Rollen in der Region PillerseeTal.

5.3. Strategische Ausrichtung

Welche nachhaltigen Innovationen sind erfolgreich?

Bieten wir die richtigen Leistungen?

Sind Prozesse richtig umgesetzt?

Im TVB PillerseeTal wird Nachhaltigkeit als Querschnittsauftrag gesehen und orientiert sich bei der Umsetzung an den strategischen Handlungsfeldern Kunde/Vertrieb/Markt, Finanzen, Prozessen und Mitarbeiter. Der Bereich CSR/Nachhaltigkeit/Umwelt wird in die strategische Ausrichtung und den nachhaltigen Zielsetzungen integriert.

5.4. Mittelfristige Ziele (2024 bis 2026)

- dauerhafte Verankerung CSR- und Umweltpolitik im Unternehmen und in der Tourismusdestination Pillerseetal
- Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Tourismusdestinationen - Projektstart 2025
- Vorzeigebetrieb in CSR- und umweltrelevanten Themen in der Region (Vorbildfunktion für touristische Mitgliedsbetriebe)
- Stärkung der Achtsamkeit (Bewusstsein) bei Geschäftsführung, Funktionären, Mitgliedern, Mitarbeitern, Betrieben der Region und Gästen

- Sich aktiv der Diskussion der Veränderung des Lebensraums stellen und sich in verschiedenen Konstellationen einbringen. Bei Nutzungskonflikten als Vermittler seine Expertise einsetzen
- Verringerung Schadstoffausstoß: Interne Neufahrzeuge, die für den Transport gekauft oder gemietet werden, müssen elektrisch betriebene Fahrzeuge sein oder zumindest den neuesten Euronorm-Standards entsprechen
- Stärkung bestehender Marken mit Bezug zu Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, ökologisch, gesellschaftlich) und Regionalität
- Langfristig „Green Event“ als Standard - auch Großveranstaltungen entlang der Kriterien von „Green Events Tirol“ durchführen, Chance als Vorreiter wahrnehmen
- Angebote Bahnanreise ausbauen
- Mikromobilität vor Ort weiterentwickeln (Integration Bahnhof, „Letzte Meile“-Themen, Abendshuttle)
- Touristisches Mobilitätskonzept für die Region weiter vorantreiben (Abstimmung mit Gemeinden, Bergbahnen, ÖPNV, Mikro-Mobilitätsanbietern)
- Unterstützung Projekte/Initiativen zum Erhalt der Artenvielfalt (Bienen, Insekten, Schutzgebiete, ...)

5.5. Kurzfristige Ziele (2022/23)

- Erarbeitung eines CSR-/Nachhaltigkeitskonzeptes
- Verankerung wesentlicher CSR-Themen in Organisation und Prozessen
- Struktur und klare Ansprechpartner (in TVB, Gemeinde, Sonstige)
- Ressourcen (Zeit- und Budgetplanung)
- Identifizierung aller wesentlicher Dialoggruppen mit ökologischer oder gesellschaftlicher Relevanz, bessere Vernetzung bestehender Netzwerke zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus
- Erarbeitung Abfallwirtschaftskonzept für TVB-Büros und alle Veranstaltungen (Kriterien „Green Events Tirol“)
- Priorisierung und Festlegung Maßnahmenkatalog
- Festsetzung erster Maßnahmen im Bereich CSR/Nachhaltigkeit
- Einkauf/Beschaffung: Auswahl der Partner und Zulieferer nach nachhaltigen Gesichtspunkten und einfordern konkreter Maßnahmen
- Aufbau und Weiterentwicklung Controlling (Kennzahlenbericht, Ermittlung Berechnungsbasis, Vorbereitung Kennzahlen für Zertifizierung zum Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen)
- Betriebseffizienz-Check Nachhaltigkeit 2022/23 (Unterstützung touristischer Betriebe beim Einstieg in Nachhaltigkeitsthematik bzw. Vorbereitung zu einer Zertifizierung zum UZ bzw. EU-ECO Label)
- Evaluierung bestehender Drucksorten und ggf. Reduktion mit Berücksichtigung der digitalen Strategie

- Umsetzung Climate-Partnerschaft (CO2-Bilanz, Reduktion Emissionen, Rest Kompensation)
- Mobilität: touristisches Gesamtkonzept Region vorantreiben (über Planungsverband, mit Gemeinden, Bergbahnen, ÖPNV)
- Nutzung Online-Meetings, wo sinnvoll (Reduzierung direkte Meetings auf das Wesentliche)
- Weiterentwicklung und Stärkung Landwirtschaft als Partner
- HR-Management/Personalführung: Die Ziele dienen vorrangig dem Aufbau von Image und Reputation als Arbeitgebermarke und decken sich damit sehr gut mit den Zielsetzungen des CSR-Konzeptes. Entscheidend ist, dass die Ziele nachhaltig, ehrlich und transparent in der Organisation verankert und vor allem gelebt werden. Damit kann eine gute Unternehmenskultur oder Stärken des Unternehmens innen wirken aber auch nach außen sichtbar werden. Basis dafür ist eine faire, geschlechterneutrale Bezahlung und ein diverses Team (Alter, Geschlecht, Herkunft)

5.6. Erstellung Kommunikationsplan

- Nachhaltigkeit und dazugehörige Maßnahmen in bestehende Kommunikationsformen miteinbeziehen, ohne dabei missionarisch mit erhobenem Zeigefinger zu arbeiten
- Neue Website zu Nachhaltigkeit weiterentwickeln - Integration Strategie, Ziele und Maßnahmen
- Eigene Vermarktungskategorie „Umweltzeichenbetriebe“ – in Zusammenarbeit mit Feratel
- Dialoggruppenorientierte Kommunikation (echt, ehrlich, kein „greenwashing“ betreiben)
- Sichtbarkeit der Maßnahmen (Wahrnehmung) stärken
- Intern: Workshop mit MitarbeiterInnen / Funktionär:innen
- Extern: Blog, Podcasts, Interviews, Workshops, Presse, Artikel im Regionsmagazin „Bühne frei“ bzw. „Fünf“ (ab 2025)
- Fokussierung und Priorisierung der Themen
- Blogbeiträge zum Thema nachhaltiges Reisen und nachhaltige Betriebsführung
- Kurzvideos zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen im Hotel und in der Region (Warum Umweltschutz auch im Urlaub wichtig ist, Wasserreduzierung mit Story zu Herkunft Trinkwasser, Vermeidung Kunststoff (Mehrweg statt PET-Flasche, Trinkwasser aus dem Wasserhahn trinken), Vermeidung Essensabfälle (kleinere Portionen beim Buffet), Verhalten in der Region (mit Hunden, Kühen, Bike, auf Wanderwegen, Müll auf Wanderungen, ...)

5.7. Messgrößen/Kennzahlen

Diese werden nach Bekanntgabe der Kriterien zur Zertifizierung zum Umweltzeichen Tourismusdestinationen final festgelegt.

Vorschläge für Kennzahlen aus dem Bereich CSR-/Nachhaltigkeit für den TVB Pillerseetal wären beispielsweise:

- **Produkte und Dienstleistungen**

- Produkte und Dienstleistungen mit Nachhaltigkeitsbezug
- Anteil von Produkten und Dienstleistungen mit positivem Umweltbezug an Gesamtprodukten/Leistungen (Innovationen im Bereich Nachhaltigkeit)
- Umwelt- oder klimaschädliche Produkte oder Dienstleistungen im Angebot (zB motorisierte Freizeitaktivitäten wie Skidootouren, Hubschrauberrundflüge, etc.)
- Kritische Produkte in Bezug auf Fairness im Angebot prüfen (kritische Herkunftsänder/Produktionsbedingungen, zB Textilien, Kinderspielzeug, Rohstoffe, Give-Aways, etc.)

- **Events und Veranstaltungen**

- Anzahl der Veranstaltungen
- BesucherInnen gesamt
- davon Anzahl der „Green Event“-zertifizierten Veranstaltungen
- Anzahl der Besucher bei „Green Event“- zertifizierter Veranstaltung
- Anteil der Besucher gesamt bei Veranstaltungen
- Verpackungsmaterialien bei Veranstaltungen
- Verpackungsmengen je Art
- Trennung und Verwertbarkeit von Abfall (zB bei Großevents)

- **Energie / Ressourcen / Abfall / Emissionen / Abwasser**

- Art der thermischen Energie (Anteil erneuerbar)
- Energieverbrauch thermisch und elektrisch (Gesamt und KWh/m2 Fläche Gebäude)
- Wasserverbrauch (Gesamt und in lt. je Outputeinheit)
- Abfallaufkommen (nach Sorten, Gesamt und je Outputeinheit)
- Chemikalieneinsatz (Gesamt, kg je Outputeinheit und je m2 Fläche Gebäude, Anteil Umweltzeichenliste)
- Anteil der Niedrigenergielampen an Gesamtbeleuchtungsmittel (LED, Sparlampen)
- Papier und Printmedien (Anteil Umweltzeichenpapier)

- **Mobilität**

- Fuhrpark gesamt
- Interne Fahrleistung in km (mit Verbrennungsmotoren, elektrisch, ...)
- Verbrauch Kraftstoffe gesamt
- Emission klimaschädlicher Emissionen (CO2, NOx, Feinstaub, etc.)
- Durchschnittlicher Verbrauch je 100 km (Flottenverbrauch), evtl. Benchmark möglich?
- Fahrzeuge mit umweltfreundlichem Antrieb im Unternehmen
- Anteil umweltfreundlicher Fahrzeuge an Gesamtfuhrpark
- Mitarbeitermobilität (Bewusstsein für Rad, Öffis, Fahrgemeinschaften, Unterstützung für Nutzung Öffis, eigene Betriebsfahrräder, ...)
- Bei Veranstaltungen: Einsatz öffentliche Verkehrsmittel (Zubringer und Shuttledienste, Pakete mit Bus oder Bahn, ...)
- Regionale Kreisläufe: Anzahl der lokalen und regionalen Lieferanten – langfristiges Ziel: Erhöhung des Anteils an regionalen Lieferanten (Definition Begriff „regional“ – im Umkreis von 200 km)
- Einkaufsvolumen gesamt
- Einkaufsvolumen lokale und regionale Lieferanten
- Einkaufsvolumen lokale und regionale Lieferanten in % Einkauf
- Einkäufe für Veranstaltungen (davon regionale Produkte)

- **Artenvielfalt / biologische Diversität**

- Projekt zur Förderung der Artenvielfalt in Umgebung des Unternehmens (Unterstützung Teilnahme der Partnergemeinden am Projekt „BürgerInnen-Biotop vom Land Tirol)
- Kooperation mit lokalem Verein der Bienenfreunde im Pillerseetal
- Führungen zum Thema Artenvielfalt bei Flora und Fauna für Gäste und Einheimische (Produkte für Wander-, Bergführer, Jägerschaft, Imker, bei Erlebnisstationen (Bewusstsein für Artenvielfalt, Flora und Fauna, Klimawandel, etc. schaffen), Naturwanderungen)
- Anteil regionaler Pflanzen am Betriebsgelände
- Einsatz von Insektiziden oder Herbiziden an den Standorten
- Angebote für Betriebe schaffen (zB Samen für Bienenweiden bei Hotels gemeinsam mit Gemeinden, Kräutergartenanlage (Workshops gemeinsam mit Gartenbauverein)

- **Gesellschaftliches Engagement**

- Liste mit Spendenempfängern
- Höhe Spenden an Social Profit Organisationen (Sozial, Kulturell, Sport, Umweltinitiativen, Jugend), zB Bergrettung, Skiclub
- Projekte mit zB Inklusionsschwerpunkt (z.B. Giveaways, Produkte, Lebenshilfe)
- Anzahl Projekte / Veranstaltungen gemeinsam mit lokalen Organisationen
- Unterstützung Projekte und Initiativen zur Förderung sozialer Standards und fairer Arbeitsbedingungen (speziell auf globalem Level) – zB Fairtrade-Produkte

- **Mitarbeiter / HR / Personalentwicklung**

- Anzahl Beschäftigte (VZÄ's), lokale Arbeitsplätze
- Ausgaben für Weiterbildung und Personalentwicklung gesamt p.a. (ohne Recruiting) und je VZÄ
- Anteil Teilzeit / flexible Arbeitszeit an gesamt
- Anzahl Lehrlinge (Jahresschnitt)
- Anzahl Praktikantinnen (Jahresschnitt)
- Anzahl Arbeitsunfälle p.a. (inkl. VA's)
- Anzahl Krankenstandstage (Gesamt und Durchschnitt je VZÄ)
- Fluktuation in % (eventuell aus Lohnbüro erhältlich)
- Einhaltung Kollektivverträge (evtl. Überbezahlung in % auswerten)
- Mitarbeiter-Zufriedenheit (einfache Befragung evtl. alle 2 Jahre, Feedback zu Verbesserungen nutzen)
- Höhe freiwillige Zusatzleistungen (z.B. Verpflegung, Personalunterkünfte, Transfers, Nutzung betriebliche Fahrzeuge, Zusatzpensionen, Boni, etc.)
- Betriebliche Unterstützung zur Kinderbetreuung
- Ausgaben für Sicherheit (zB Arbeitsschutzkleidung bei Events) und aktive Gesundheitsvorsorge am Arbeitsplatz

- **Wirtschaft (Region)**

- Entwicklung Umsatz, Nächtigungen
- Entwicklung Auslastung
- Preisentwicklung (je Kategorien)
- Entwicklung Wertschöpfung des Tourismus für die Region
- Keine unlautere, ethisch bedenkliche oder sexistische Werbung
- Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption (Lieferantenbeziehungen, Zahlungen), IKS (Einrichtung Internes Kontrollsysteem)
- Keine offenen Steuerschulden
- Erhaltene Förderungen (Umwelt, Investitionen, Events, Projekte, etc.)

- EUR für signifikante Straf- oder Bußgelder für Nicht-Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften
- Kundenzufriedenheitsanalyse (Sammlung und Auswertung Reklamationen)

6. Maßnahmenauswirkung

Jene Einzelmaßnahmen, die von größerer Umweltrelevanz für den TVB Pillerseetal sind, werden in die Maßnahmendatenbank des Unternehmens aufgenommen. Für diese durchgeführten und geplanten Maßnahmen sind indirekt Einsparungen an klimarelevanten Emissionsreduzierungen zu erwarten, vor allem, weil Tourismus- und tourismusnahe Betriebe aktiv motiviert und angesprochen werden, Maßnahmen zu Umwelt- und Klimaschutz zu ergreifen. Der Tourismusverband agiert sehr stark bewusstseinsbildend und bietet den Mitgliedern konkrete Unterstützung, Lösungsansätze und Öffentlichkeitsarbeit an:

Maßnahme 1: Erstellung CSR-/Nachhaltigkeitskonzept für TVB und Region

Maßnahme 2: Zertifizierung Umweltzeichen für Tourismusdestinationen

Maßnahme 3: Unterstützung der Mitglieder bei Zertifizierung Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe

Maßnahme 4: Zertifizierung von TVB-Veranstaltung als Green Events

Aus den gesamten kurz- bis mittelfristigen Maßnahmen ist jedoch eine weitere Reduktion an klimaschädlichen Auswirkungen zu erwarten, aus heutiger Sicht aber schwierig einzuschätzen. Im Speziellen werden aus den oben angeführten Maßnahmen deutliche Optimierungen im Mobilitätsbereich der Region, im betrieblichen Umweltmanagement und Energie, im Bereich regionaler Einkauf, im Ressourcen- und Wasserbereich, im Verpackungs- bzw. Abfallaufkommen sowie im Mobilitätsverhalten von Betrieben, Gästen und MitarbeiterInnen oder Unternehmenspartnern erwartet.

Durch die Teilnahme zur Zertifizierung zum Umweltzeichen Tourismusdestination sowie durch Optimierungen in der internen und externen Kommunikation ressourcen- und umweltrelevanter Themen an Mitarbeiterinnen, Tourismusbetrieben der Region PillerseeTal, Gästen und Partnern wird in allen Kategorien eine sukzessive Verbesserung in vielen Bereichen erwartet. Aus der Durchführung der Betriebseffizienz-/Nachhaltigkeitschecks 2022 sollen weitere Betriebe der Region zur Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Tourismus motiviert werden. Die Verfolgung und das Monitoring der Entwicklung durch entsprechende Kennzahlen werden die Messbarkeit und damit Erfolge von gesetzten Maßnahmen aufzeigen.

7. Kommunikationsplan

7.1. Warum zu CSR-Themen kommunizieren?

Wir möchten mit unseren Kommunikationsmaßnahmen sowohl Mitgliedsbetriebe, Mitarbeiter, Geschäftspartner, Gäste als auch weitere Anspruchsgruppen über die Bedeutung und die Wichtigkeit des Nachhaltigkeits- und Umweltgedankens informieren.

• Allgemeines

- Weitere Integration des CSR-/Umweltgedankens in das Unternehmensleitbild
- Integration in alle Drucksorten und Printmedien (Umweltzeichenpapier, klimaneutraler Druck, etc.) sowie digitale Medien (Website, Social Media)
- Bewusstseinsschaffung im Betrieb – bei Mitarbeitern, Funktionären, Mitgliedern, Gästen und Partnern
- Weitere Verstärkung von regionalen Aktivitäten und Berichterstattung darüber
- Planung Nachhaltigkeitsbericht
- Ausweisen von Umweltzeichen Betrieben der Region in Form einer Marketinggruppe
- Verankerung des Themas auf eigenen Webseiten Bereich
- Blogartikel zum Thema Nachhaltigkeit

• Mitarbeiter

- Bei Onboarding: Integration CSR-/Nachhaltigkeitsthemen
- Leitsatz und Unternehmensmotto „Zuversichtliche Lebensgestaltung auf Augenhöhe“
- Regelmäßige Workshops mit Mitarbeitern
- Wöchentlicher Tagesordnungspunkt im „Bereichsleiter-Jour fixe“ jeden Dienstag
- Integration von Nachhaltigkeitsthemen in Trainings

• Mitglieder/Gäste

- Website – Überarbeitung Nachhaltigkeitsteil - Themenschwerpunkte
- Stories zu Nachhaltigkeitsthemen im Regionsmagazin „Fünf“
- Bewusstseinsbildung an Kontaktpunkten (Drucksorten, Kurzvideos, Image-Folder, Social Media, Website, direkt durch Mitarbeiter)
- Hervorheben der Regionalität, der Produkte und der Betriebe, die hinter dem Thema Regionalität/Klimaschutz/Artenvielfalt stehen
- Newsletter
- Presseaussendungen bei Anlässen/Verleihung von Auszeichnungen, Zertifizierungen (zB Umweltabzeichen, Klimabündnispartner)
- Social Media – Kommunikation über Facebook & Instagram, etc.
- Kurzvideos zu Umweltthemen im Betrieb für diverse Kommunikationskanäle