

NACHHALTIGER UND REGENERATIVER TOURISMUS + IN DER PRAXIS

ORIENTIERUNGSHILFE FÜR
NIEDERÖSTERREICHISCHE
BEHERBERGUNGSBETRIEBE



WIRTSCHAFTSAGENTUR
NIEDERÖSTERREICH

NIEDERÖSTERREICH
Einfach erfrischend.



VORWORTE



**Landeshauptfrau
Johanna Mikl-Leitner**

GEMEINSAM FÜR NIEDERÖSTERREICH

Nachhaltigkeit ist längst kein Schlagwort mehr, sondern ein entscheidender Erfolgsfaktor – auch im Tourismus. Immer mehr Gäste legen bei ihrer Urlaubsplanung Wert darauf, wie ein Beherbergungsbetrieb in ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht aufgestellt ist. Eines unserer stärksten Argumente für einen Urlaub in Niederösterreich ist unsere facettenreiche Natur- und Kulturlandschaft. Sie ist vielfältig, erholsam und zugleich sensibel. Um diese besonderen Qualitäten zu bewahren und weiterzuentwickeln, braucht es langfristig gedachte Konzepte, die Natur, Region und Gesellschaft im Blick haben.

Nur gemeinsam können wir in dieser schnelllebigen und herausfordernden Zeit innovative Impulse für unseren Standort setzen, die unsere Tourismusdestination nachhaltig stärken. Hier leisten Sie als Beherbergungsbetrieb einen wichtigen Beitrag. Unsere Gastgebercoaches begleiten Sie auf diesem Weg – mit viel Erfahrung und praktischem Know-how. Als Bindeglied zwischen Ihnen und der jeweiligen Destination geben sie wertvolle Impulse und zeigen neue Möglichkeiten auf.

Diese Arbeitsunterlage soll Ihnen dabei eine kompakte Hilfestellung sein, damit wir Sie zu den Themen Nachhaltigkeit und regenerativer Tourismus bestmöglich unterstützen können. Zusammen mit den Gastgebercoaches können Sie Ansätze finden, den Tourismus noch nachhaltiger zu gestalten – wovon Betriebe, Gäste und Regionen gleichermaßen profitieren. Miteinander können wir in Niederösterreich zu Vorreitern werden, die ihr Erbe nicht nur bewahren, sondern aktiv für nächste Generationen weiterentwickeln.



ecoplus Geschäftsführer
Helmut Miernicki

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM NACHHALTIGEN BETRIEB

Als Wirtschaftsagentur des Landes Niederösterreich bietet ecoplus ein breites Spektrum an Unterstützungsleistungen für unseren Wirtschaftsstandort und die niederösterreichischen Betriebe. Mit unserer Regionalförderung unterstützen wir Investitionen in die wirtschaftsnahe und touristische Infrastruktur sowie touristische Leitprojekte, die einen besonderen Beitrag zur regionalwirtschaftlichen Entwicklung leisten.

Um die positive Entwicklung im Tourismus zu stärken, haben wir das Gastgebercoaching gestartet. Im Fokus steht die Stärkung des Nächtigungstourismus. Dazu gehört es auch, immer am Puls der Zeit zu sein und die Herausforderungen, mit denen die Beherbergungsbetriebe konfrontiert sind, zu erkennen. Die Auseinandersetzung mit nachhaltigem bzw. regenerativem Tourismus gehört hier zweifelsfrei dazu.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, mit dem Prozess zu starten und mit kleinen Schritten den eigenen Betrieb nachhaltiger und damit zukunftsfähig zu gestalten – unabhängig von der Ausgangslage des Betriebes. Es geht nicht darum, alles auf einmal anzugehen, sondern sich Schritt für Schritt mit kleinen Maßnahmen vorwärtszubewegen. Dieses Handbuch soll eine Anleitung sein, um Betriebe zur Mitgestaltung eines zukunftsfähigen Tourismus zu inspirieren und praxisnah zu unterstützen.



INHALT

1. NACHHALTIGKEIT – BASIS FÜR DEN TOURISMUS	6
1.1. WARUM IST NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS WICHTIG?	7
1.2. DIE DREI DIMENSIONEN DER NACHHALTIGKEIT	7
1.3. NACHHALTIGER TOURISMUS IN DER PRAXIS	8
1.4. RELEVANZ VON NACHHALTIGKEIT FÜR TOURISMUSBETRIEBE	9
2. LANGFRISTIGE STRATEGIE – VOM NACHHALTIGEN ZUM REGENERATIVEN TOURISMUS	10
2.1. ERSTE SCHRITTE ZUM NACHHALTIGEN TOURISTISCHEN BETRIEB	10
2.2. WARUM NACHHALTIGER TOURISMUS ALLEIN NICHT GENÜGT	12
2.3. REGENERATIVER TOURISMUS ALS VISION IN NIEDERÖSTERREICH	13
2.4. UMSETZUNG VON REGENERATIVEN PRINZIPIEN	15
2.5. NACHHALTIGER UND REGENERATIVER TOURISMUS? KLINGT GUT, ABER ... – MYTHEN UND REALITÄT FÜR BETRIEBE	16
3. MASSNAHMEN FÜR TOURISMUSBETRIEBE – NACHHALTIGES UND REGENERATIVES HANDELN	18
3.1. PRAKTISCHE TIPPS UND QUICK WINS	19
3.2. MASSNAHMEN ZUR NACHHALTIGKEIT	19
3.3. ZERTIFIZIERUNGEN ALS ORIENTIERUNGSHILFE UND BESTÄTIGUNG	23
4. ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN – GUTES TUN UND DARÜBER SPRECHEN	24
5. REGENERATION – BASIS FÜR LANGFRISTIGEN ERFOLG	26
GLOSSAR – NACHHALTIGKEITSBEGRIFFE	28
FRAGEN ZUR NACHHALTIGKEIT – ANSPRECHPARTNER	33

NACHHALTIGKEIT + ALS BASIS FÜR DEN TOURISMUS

1

1.1. WARUM IST NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS WICHTIG?

Die Tourismusbranche befindet sich – wie auch andere Branchen – an einem entscheidenden Wendepunkt. Unsere Art zu verreisen hat Auswirkungen auf die Umwelt und auf die Einwohner der bereisten Orte und deren Kultur. Um auch in Zukunft Tourismus betreiben zu können, müssen wir umdenken.

Nachhaltige Maßnahmen im Tourismus sind dafür ein wichtiger Grundstein. Mittlerweile ist nachhaltiges Wirtschaften keine Option und kein Alleinstellungsmerkmal mehr. Es ist eine Voraussetzung und zur Selbstverständlichkeit geworden. Gäste erwarten verantwortungsbewusstes Handeln, Gesetze stecken anspruchsvollere Richtlinien ab. Betriebe, die das nicht mitdenken, laufen Gefahr, dies in Zukunft wirtschaftlich zu spüren.

WARUM BETRIFFT DAS IHREN BETRIEB?

+ **Gäste achten auf Nachhaltigkeit**

nicht als Buchungsgrund, sondern als Grundvoraussetzung.

+ **Gesetzliche Vorgaben werden strenger**

wer jetzt handelt, geht mit der Zeit und vermeidet später hohe Kosten.

+ **Nachhaltigkeit spart langfristig Geld**

ob durch Energieeffizienz, beim Wasserverbrauch, durch Vermeidung von Abfall, Schonung der Ressourcen, weniger Fluktuation oder verlässlichere, lokale Lieferketten.

+ **Nachhaltige Betriebe sind attraktivere Arbeitgeber**

Mitarbeitende schätzen Betriebe mit klarem Werteverständnis, fordern eine faire und zukunftsgerichtete Anstellung und umweltfreundliche Maßnahmen.

Es geht darum, die Zukunft des Tourismus aktiv zu gestalten – für die Betriebe, die Gäste und die Region.

1.2. DIE DREI DIMENSIONEN DER NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit umfasst drei eng miteinander verbundenen Dimensionen, die nur gemeinsam eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen:



Ökologie

Der Schutz natürlicher Ressourcen, Landschaften und Ökosysteme ist essenziell für einen funktionierenden Tourismus. Dafür ist es wichtig, wie wir mit Wasser, Energie, Böden, Abfällen und Emissionen umgehen. Ressourcen und Ökosysteme müssen bewahrt und Verschmutzung muss minimiert werden, um langfristig touristische Angebote sicherzustellen.



Soziales

Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Umweltthema. Es geht darum, den sozialen Nutzen für die lokale Gemeinschaft zu maximieren und negative Auswirkungen zu minimieren. Dazu gehören Themen wie gute Arbeitsverhältnisse, Gleichberechtigung und die Unterstützung der lokalen Gemeinschaft. Denn nur wenn die Menschen vor Ort vom Tourismus profitieren, kann eine nachhaltige Entwicklung gesichert werden.



Wirtschaft

Damit die lokale Gemeinschaft wirtschaftlich vom Tourismus profitiert, ist es wichtig, dass der Betrieb lokale Beschäftigung und regionale Wertschöpfung fördert und lokale Unternehmen unterstützt. Ein wirtschaftlich stabiles Umfeld und Netzwerk ist die Basis für einen resilienten Tourismus.



Modell 1.: Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

1.3. NACHHALTIGER TOURISMUS IN DER PRAXIS

Nachhaltigkeit ist kein abstraktes Konzept. Sie funktioniert dann, wenn sie konkret in den Betriebsalltag integriert wird.



Nachhaltiger Tourismus
wird definiert als

„Tourismus, der seine gegenwärtigen und zukünftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen in vollem Umfang berücksichtigt und dabei die Bedürfnisse der Besucher, der Branche, der Umwelt und der Gastgemeinden berücksichtigt.“

(UN Tourism)

DER BLICK DURCH DIE NACHHALTIGKEITSBRILLE:

- + Welche positiven Effekte hat Ihr Betrieb auf Natur, Gesellschaft und Wirtschaft?
- + Wo entstehen negative Auswirkungen und wie lassen sich diese reduzieren?
- + Welche kleinen Schritte können wir sofort umsetzen?

PRAXISBEISPIELE:

- + **Regionale Lebensmittel beziehen** > unterstützt Landwirtschaft und Produzenten aus der Region.
- + **Energie und Ressourcen sparen und effizient nutzen** > LEDs, Bewegungsmelder, Ökostrom, Wassersparer, Wassernutzung.
- + **Gäste einbinden** > Tipps zur umweltfreundlichen Anreise geben, zu nachhaltigen Angeboten informieren, Mehrwegoptionen anbieten.
- + **Faire Arbeitsbedingungen schaffen** > zufriedene Mitarbeitende = besserer Service.
- + **Regionale Wertschöpfung schaffen** > lokale Partner empfehlen, lokale Dienstleister beauftragen.

Fazit: Nachhaltigkeit beginnt nicht mit Perfektion, sondern mit dem ersten Schritt. Jede Maßnahme zählt und bringt Vorteile für Ihren Betrieb!

1.4. RELEVANZ VON NACHHALTIGKEIT FÜR TOURISMUSBETRIEBE

+ Zufriedene Gäste:

Nachhaltigkeit wird als Qualitätsstandard gesehen. Wer sich nicht positioniert, wird übersehen.

+ Motivierte Mitarbeitende:

Wer nachhaltiger wirtschaftet, ist als Arbeitgeber attraktiver.

+ Kostenersparnis und Förderungen:

Nachhaltige Investitionen senken langfristig Betriebskosten und eröffnen Zugang zu Fördergeldern.

+ Wettbewerbsvorteil:

Wer sich früh positioniert, bleibt langfristig erfolgreich.

Fazit: Nachhaltigkeit ist kein Extra, sondern eine Grundvoraussetzung für erfolgreiche Tourismusbetriebe. Sie sichert wirtschaftliche Stabilität und hilft, langfristig am Markt zu bestehen.



LANGFRISTIGE STRATEGIE + VOM NACH- HALTIGEN ZUM REGENERATIVEN TOURISMUS

2

2.1. ERSTE SCHRITTE ZUM NACHHALTIGEN TOURISTISCHEN BETRIEB

Seit 2015 gibt es die Sustainable Development Goals (SDGs) – 17 Ziele, die zeigen, wo wir als Gesellschaft besser werden müssen, damit wir auch in Zukunft gut leben und wirtschaften können. Sie sind keine trockene Vorschrift, sondern eine Art Baustellenliste für die Menschheit und umfassen saubere Energie, faire Arbeitsbedingungen, weniger Verschwendung, intakte Natur, Gesundheit, Wohlstand und vieles mehr.

WAS HAT IHR BETRIEB DAMIT ZU TUN?

Tourismus nutzt Natur, Kultur und Menschen vor Ort – und hat damit eine Verantwortung.

Die SDGs helfen, einen Betrieb zukunftsfähig zu machen. Sie zeigen, welche Maßnahmen gesetzt werden können, um Ressourcen zu sparen, Mitarbeitende zu halten und Gäste zu begeistern.

Es müssen nicht alle 17 Ziele auf einmal umgesetzt werden. Aber jeder Schritt – weniger Lebensmittelverschwendung, faire Löhne, regionale Kooperationen – macht einen Unterschied.

BEISPIELE AUS DEM ARBEITSALLTAG IM TOURISMUS:

- + SDG 12 – Nachhaltiger Konsum: Statt Einwegplastik auf wiederverwendbare Produkte setzen.
- + SDG 8 – Faire Arbeit: Arbeitsplätze schaffen, die Menschen langfristig behalten wollen.
- + SDG 13 – Klimaschutz: Weniger Energieverbrauch bedeutet geringere Kosten und reduzierte Treibhausgasemissionen.

Fazit: Die SDGs sind nicht verpflichtend, aber sie sind eine Chance. Sie helfen dabei, klug zu wirtschaften, Geld zu sparen und als verantwortungsvoller Betrieb wahrgenommen zu werden.



Die 17 Ziele der Sustainable Development Goals (SDG)

2.2. WARUM NACHHALTIGER TOURISMUS ALLEIN NICHT GENÜGT

Die SDGs zeigen den Weg in eine Zukunft, in der wir weiterhin guten Tourismus betreiben können. Sie helfen uns, aus einer degenerativen – also sich selbst zerstörenden – Entwicklung auszusteigen, in der fossile Energien und andere Ressourcen unwieder-

bringlich verbraucht werden. Nachhaltigkeit bedeutet bereits einen Fortschritt gegenüber konventionellem Wirtschaften, ist jedoch nur eine Etappe auf dem Weg hin zu einer regenerativen Entwicklung.

Langfristig müssen wir lernen, wieder mit den Kreisläufen der Natur zu arbeiten, statt sie zu erschöpfen. Regenerativ bedeutet, nicht nur Schäden zu minimieren, sondern aktiv zur Erneuerung natürlicher und sozialer Systeme beizutragen.



Modell 2.: Entwicklungsgraph nachhaltige und regenerative Kulturen (Eigene Darstellung nach Daniel Wahl, 2016)

2.3. REGENERATIVER TOURISMUS ALS VISION IN NIEDER- ÖSTERREICH

Die Niederösterreich Werbung hat gemeinsam mit den sechs Destinationen eine nachhaltige Strategie entwickelt und dabei regenerativen Tourismus als Vision und Mission formuliert. Der Tourismus in Niederösterreich wird dadurch zwar nicht automatisch regenerativ und wird es auch nicht zu 100 % werden. Das ist in den Systemen, in denen wir derzeit leben, gar nicht möglich.

Allerdings bietet Niederösterreich ideale Voraussetzungen, um den Tourismus als Motor für eine nachhaltige und regenerative Entwicklung zu nutzen.

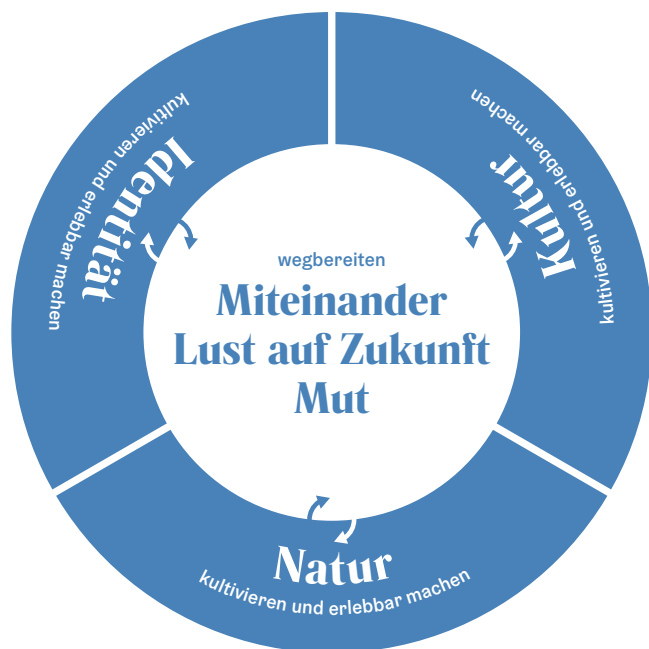
- + **Kultivieren** bedeutet, etwas zu pflegen und zum Wachsen zu bringen – ganz ähnlich, wie es die Natur selbst vormacht und so wie Weinbauern und Landwirte unsere Kulturlandschaft pflegen und Rebstöcke und andere Nutzpflanzen gedeihen lassen. Als Kultivierer dürfen sich Beherbergungsbetriebe als Gestalter sehen und mutig Neues ausprobieren.
- + **Erlebbar machen** heißt, nicht nur viel über Nachhaltigkeit zu reden, sondern sie so zu leben, dass Gäste und Besucher das auch fühlen.
- + Zum **Wegbereiter** wird man, wenn die richtigen Bedingungen für Regeneration gesetzt werden – gemeinsam und füreinander.



„Wir sind Kultivierer, Erlebbarmacher und Wegbereiter und leben Tourismus als Treiber von Regeneration.“

Die Vision und Mission für einen regenerativen Tourismus in Niederösterreich

Als Wegweiser hilft dabei ein strategischer Kompass, der drei für Niederösterreich wichtige Handlungsfelder zeigt. Er gibt Orientierung bei der Ausrichtung aller touristischen Angebote und ruft dazu auf, miteinander und getrieben von der Lust auf die Zukunft mutig Wegbereiter zu sein und unser schönes Land in den drei Feldern Identität, Natur und Kultur zu kultivieren und erlebbar zu machen.



Modell 3.: Der strategische Kompass zum regenerativen Tourismus in Niederösterreich
(Quelle: Niederösterreich Werbung)



2.4. UMSETZUNG VON REGENERATIVEN PRINZIPIEN

Die Natur bewahren und ein gutes Leben für alle sichern

- + Ressourcenverbrauch anpassen: Energie, Wasser und Materialien bewusst einsetzen.
- + Lokale Gemeinschaften aktiv einbinden und faire Bedingungen schaffen.

Langfristige Perspektive einnehmen

- + Nicht nur kurzfristige Gewinne, sondern nachhaltige Geschäftsmodelle entwickeln.
- + Investitionen in erneuerbare Energien, Kreislaufwirtschaft und umweltfreundliche Prozesse tätigen.

Fortschritt schrittweise und qualitativ messen

- + Nicht nur Wachstum zählt: Erfolg auch anhand von Umwelt- und Sozialkriterien bewerten.
- + Nachhaltigkeitsmaßnahmen und Meilensteine regelmäßig überprüfen und schrittweise verbessern.

Mensch als Teil der Natur begreifen

- + Tourismusangebote schaffen, die mit der Natur arbeiten, nicht gegen sie.
- + Biodiversität schützen, natürliche Landschaften bewahren, nachhaltige Mobilität fördern.

Alles ist verbunden und beeinflusst sich gegenseitig

- + Nachhaltigkeit nicht isoliert betrachten, sondern alle Aspekte des Betriebs vernetzt denken.
- + Kooperationen mit lokalen Betrieben, Produzenten und Gemeinden eingehen.

Die richtigen Dinge tun, statt nur Dinge richtig tun

- + Nachhaltigkeit nicht als Checkliste, sondern als strategische Ausrichtung sehen.
- + Mut zu neuen Geschäftsmodellen, die einen positiven Beitrag zur Regeneration leisten.

Kreativ statt nur reaktiv handeln – aktiv gestalten

- + Chancen für regenerative Konzepte erkennen und innovativ umsetzen.
- + Tourismus als Werkzeug nutzen, um Natur, Kultur und regionale Wirtschaft zu stärken.

Diese Prinzipien unterstützen dabei, nicht nur nachhaltiger zu handeln, sondern regeneratives Wirtschaften zu lernen, also aktiv zur Verbesserung der jeweiligen Destination beizutragen, anstatt nur negative Auswirkungen zu reduzieren.

2.5. NACHHALTIGER UND REGENERATIVER TOURISMUS?

KLINGT GUT, ABER ... –

MYTHEN UND REALITÄT FÜR BETRIEBE

MYTHOS 1: „Nachhaltigkeit und Regeneration sind zu teuer!“

REALITÄT:

- + Regenerativer Tourismus senkt langfristig Kosten und macht Betriebe widerstandsfähiger.
- + Energieeffiziente Maßnahmen sparen Strom und Heizkosten.
- + Regionale Kooperationen stärken lokale Wirtschaftskreisläufe und reduzieren Abhängigkeiten.
- + Förderungen und finanzielle Anreize helfen bei der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen.

MYTHOS 2: „Die Gäste interessieren sich nicht für Nachhaltigkeit.“

REALITÄT:

- + Nachhaltigkeit ist längst kein Nischenthema mehr. Studien zeigen: Immer mehr Reisende achten auf nachhaltige Angebote.
- + Authentische, umweltfreundliche Erlebnisse steigern die Zufriedenheit und wirken sich auf die Weiterempfehlungsrate aus. Gäste sind bereit, für nachhaltigen Urlaub mehr zu zahlen, wenn sie den Mehrwert erkennen.

MYTHOS 3: „Ich habe keine Zeit, mich damit zu beschäftigen.“

REALITÄT:

- + Schon kleine Schritte bringen viel und zahlreiche Maßnahmen sparen langfristig Zeit.
- + Ein einfacher Nachhaltigkeits-Check zeigt sofort Potenziale für schnelle Verbesserungen auf.
- + Viele Maßnahmen lassen sich ohne großen Mehraufwand direkt in den Arbeitsalltag integrieren.
- + Nachhaltigkeit kann Prozesse effizienter machen (z. B. weniger Lebensmittelverschwendung).

MYTHOS 4: „Ich will nicht mit Greenwashing in Verbindung gebracht werden.“

REALITÄT:

- + Ehrliche, transparente Kommunikation ist der Schlüssel.
 - + Betriebe müssen nicht „perfekt“ sein, sondern glaubwürdig zeigen, was sie tun.
 - + Gäste schätzen ehrliche Einblicke mehr als übertriebene Werbeversprechen.
 - + ecoplus und die Niederösterreich Werbung bieten Hilfestellungen, um Nachhaltigkeitsmaßnahmen richtig zu kommunizieren.
-



MYTHOS 5: „Ich bin ein kleiner Betrieb, das bringt mir nichts.“

REALITÄT:

- + Gerade kleine Betriebe profitieren von regenerativen Ansätzen.
- + Nachhaltige Betriebe haben oft sehr treue Stammgäste.
- + Regionale Kooperationen sparen Kosten und stärken den lokalen Markt.
- + Selbst minimale Maßnahmen, die oft wenig Aufwand verursachen, machen einen großen Unterschied.

Fazit: Niederösterreich zeigt, dass nachhaltiger und regenerativer Tourismus aus wirtschaftlicher Sicht Sinn ergibt!

- + Mehr zufriedene Gäste
- + Langfristige Kosteneinsparungen
- + Neue Fördermöglichkeiten und finanzielle Vorteile
- + Stärkere regionale Zusammenarbeit und bessere Marktpositionierung
- + Hohe Resilienz für eine gute Zukunft

Nachhaltiger und regenerativer Tourismus bedeutet nicht, dass alles teurer oder komplizierter wird. Es bedeutet, Tourismus intelligenter, widerstandsfähiger und gemeinsam erfolgreicher zu machen.

3

MASSNAHMEN FÜR TOURISMUSBETRIEBE + **NACHHALTIGES UND REGENERATIVES HANDELN**



3.1. PRAKTISCHE TIPPS UND QUICK WINS

In diesem Kapitel werden praktische Tipps und Tricks zur einfachen Umsetzung vorgeschlagen. Jeder Betrieb ist unterschiedlich – insofern lassen sich möglicherweise nicht alle dargestellten Maßnahmen sofort realisieren. Die Aufstellung soll Ihnen als Inspiration dienen und Sie motivieren, mit ersten, kleinen Schritten ins „Tun“ zu kommen!

ERSTE SCHRITTE ZU MEHR NACHHALTIGKEIT SETZEN

Machen Sie sich bewusst, welche Maßnahmen in Bezug auf Nachhaltigkeit schon umgesetzt werden. Besteht die Speisekarte größtenteils aus saisonalen und regionalen Gerichten? Werden ökologische Reinigungsmittel, wie z. B. Essigreiniger, anstelle von chemischen Badreinigern verwendet? Wird der lokale öffentliche Verkehr genutzt und Gäste darüber informiert? Haben Gäste die Möglichkeit, Fahrräder zu leihen?

3.2. MASSNAHMEN ZUR NACHHALTIGKEIT

Es gibt sehr viele Maßnahmen, um die Nachhaltigkeit in den drei Dimensionen (Ökologie, Ökonomie und Soziales) zu fördern. Der strategische Kompass (siehe Kapitel 2.3) hilft bei der Orientierung. Wir empfehlen für jedes der drei Handlungsfelder jeweils sechs Maßnahmen, mit denen direkt gestartet werden kann, um der Mission des niederösterreichischen Tourismus gemeinsam zu folgen:



*„Es ist nicht wichtig,
wie groß der erste Schritt ist,
sondern in welche Richtung
er geht.“*



IDENTITÄT

Identität kultivieren und erlebbar machen – und zwar durch die Pflege und Weiterentwicklung des „Niederösterreichischen“ an Werten, Merkmalen, Genuss, Traditionen und Bräuchen. Für Gäste wird das im Angebot spürbar, indem Sie zum Beispiel

1. lokale und regionale Partner und Lieferanten bevorzugen und in allen Bereichen, wo möglich, heimische Produkte einkaufen.
2. bei Renovierungen, Um- und Anbauten etc. auf heimisches Design, heimische Materialien und lokale Auftragnehmer setzen.
3. lokales Brauchtum, Veranstaltungen und Vereine fördern. Informieren Sie Gäste über diese regionalen Traditionen und bestärken sie darin, Veranstaltungen in der Umgebung zu besuchen.
4. lokale und regionale Spezialitäten zum Frühstück oder im Restaurant anbieten und Ihren Gästen näherbringen (z. B. Weitergabe von Rezepten).
5. Mitarbeitenden lokale und regionale Traditionen, Besonderheiten und Tipps vermitteln. Das bringt sie mit dem Ort in Verbindung, an dem sie arbeiten und nutzt ihnen zudem in der Kommunikation mit den Gästen.
6. aktiv am Geschehen im Ort und in der Region teilnehmen, sich für Gesellschaft, Gemeinden und Vereine engagieren und mit anderen Menschen aus der Region vernetzen, um gemeinsam den Lebensraum zukunftsfit und lebenswert zu erhalten.

KULTUR

A woman with long brown hair, wearing a green and white patterned top and a brown leather watch, holds a glass of white wine in the foreground. The background shows a large, ornate wooden building with a green roof and multiple chimneys, likely a historic hotel or restaurant in a mountainous region. The scene is set outdoors with a clear blue sky.

Kultur kultivieren und erlebbar machen heißt, Geschichten, Kunst, Kunsthandwerk, Kulinarik, Musik – das gesamte kulturelle Erbe – zu pflegen, weiterzuentwickeln und weiterzugeben, indem Sie

1. lokale Kultureinrichtungen und -veranstaltungen für Gäste sichtbar machen, z. B. durch Programmhinweise oder Empfehlungen für Museums-, Schloss- oder Stadtführungen.
2. lokale Kultureinrichtungen und -veranstaltungen durch freiwillige Mitarbeit oder finanziell unterstützen.
3. sich und Mitarbeitende sowohl mit dem materiellen (z. B. kulturelle Einrichtungen, Museen, Gärten, Schlösser, Architektur) als auch mit dem immateriellen Kulturerbe (z.B. traditionelle Tänze und Musik, mündlich überlieferte Geschichten und Legenden, Handwerkstechniken wie Töpferei oder Weberei, Feste und Rituale) der Region vertraut machen. Informieren Sie Gäste darüber, geben Sie Geschichten weiter und genauso Tipps und Empfehlungen.
4. lokales Kunsthandwerk unterstützen, z. B. durch den Verkauf authentischer Mitbringsel im Hotelshop oder an der Rezeption.
5. lokalen Kunschtchaffenden für Ausstellungen Räume zur Verfügung stellen oder deren Werke zum Kauf anbieten.
6. Gästen lokale Märkte, Bauernmärkte und Feste empfehlen oder sie aktiv dorthin begleiten.

NATUR



Natur kultivieren und erlebbar machen meint, diese zu respektieren, zu schützen, zu nutzen und den Gästen in angemessenem Rahmen und mit positiver Wirkung zugänglich zu machen, indem Sie

1. die Gäste auf naturnahe und umweltverträgliche Angebote aufmerksam machen, diese weiterempfehlen oder direkt vermitteln.
2. umweltverträgliche Baustoffe und Materialien, Textilien, Lebensmittel und Verbrauchsmittel wie z. B. Putzmittel, Schmierstoffe, Lacke und Farben verwenden.
3. Wasser als wertvolle Ressource schützen und Gästen dessen Bedeutung und Qualität als Trinkwasser erklären. Eine große Auswirkung hat auch der Einbau von Durchflussbegrenzern in Duschen und Handwaschbecken, weil gleichzeitig Wasserverbrauch und Energieverbrauch (warmes Wasser) reduziert werden.
4. auf eine energiesparende Beleuchtung (LED, Bewegungsmelder), energiesparende elektronische Geräte und optimierte Heizung achten und auf Klimaanlage genauso verzichten wie auf das Beheizen von Terrassen und sonstigen Außenflächen.
5. Abfall, wo es nur geht, vermeiden – sei es im Büro oder in der Küche (Stichwort „Foodwaste“), Materialien und Stoffe, wenn möglich, wiederverwenden und Einrichtungen upcyclen.
6. Gästen die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs nahelegen und sie über Verbindungen informieren (z. B. über gut mit dem ÖPNV erreichbare Ausflugsziele und Aktivitäten, Gästekarten und sonstige Mobilitätsangebote wie Fahrradverleihe, Ruftaxis etc.).

3.3. ZERTIFIZIERUNGEN ALS ORIENTIERUNGSHILFE UND BESTÄTIGUNG

VORTEILE VON ZERTIFIZIERUNGEN ERKENNEN

Nachhaltigkeitszertifizierungen sind eine freiwillige Bestätigung eines ökologischen, sozialen und ökonomisch verantwortungsvollen Handelns. Das Engagement für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus wird dadurch sichtbar und das Vertrauen von Gästen, Mitarbeitenden und der einheimischen Bevölkerung gestärkt.

Nutzen Sie die Kriterien und Standards von Zertifizierungen für einen Überblick und als Ideengeber für weitere Maßnahmen. Sie stehen öffentlich abrufbar zur Verfügung, wie zum Beispiel:

- + Österreichisches Umweltzeichen
www.umweltzeichen.at
- + EU Ecolabel
eu-ecolabel.de
- + Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
www.gstc.org

Zertifizierungen:

- + geben eine Orientierungshilfe zu nachhaltigen Kriterien und wie diese im Betrieb angewendet werden können.
- + tragen zu einem höheren Bewusstsein für umweltfreundliche, faire und wirtschaftlich sinnstiftende Produkte und Dienstleistungen bei.
- + können helfen, innerbetriebliche Abläufe zu verbessern und effizienter zu gestalten.
- + können in der Außenkommunikation eingesetzt werden und so Gästen und Partnern eine wichtige Entscheidungsgrundlage bieten.
- + können Grundlage sein, um sich für Förderungen und Subventionen zu bewerben.

4

ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN + GUTES TUN UND DARÜBER SPRECHEN



Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn man sie lebt – und darüber spricht. Viele Betriebe setzen bereits nachhaltige Maßnahmen um, doch oft erfahren Gäste nichts davon. Schade, oder? Denn wer offen und ehrlich zeigt, was er tut, schafft Vertrauen und inspiriert andere.

WO SOLLEN SIE ANFANGEN?

- + Sprechen Sie über das, was bereits umgesetzt wird. Nutzen Sie regionale Produkte? Setzen Sie auf Ökostrom? Achten Sie auf faire Arbeitsbedingungen? Dann erzählen Sie davon: authentisch, nahbar und ohne Werbefloskeln.
- + Gäste schätzen Ehrlichkeit mehr als Perfektion. Ein Betrieb muss nicht zu 100 % nachhaltig sein. Wichtig ist jedoch, dass Fortschritte gezeigt werden.

WIE KANN NACHHALTIGKEIT ZU DEN GÄSTEN GEBRACHT WERDEN?

- + Nachhaltigkeit sichtbar machen: Klären Sie Gäste darüber auf, was sie selbst tun können (z. B. Abfall trennen, öffentliche Verkehrsmittel nutzen, das vegetarische Menü probieren etc.). Nutzen Sie dafür Hinweisschilder, Gästemappen oder eine kleine Infowand im Eingangsbereich.
- + Kommunizieren Sie überall dort, wo Gäste es wahrnehmen: online, auf Buchungsbestätigungen, auf Speisekarten und vor allem in persönlichen Gesprächen. Maßnahmen sollten in jeder Interaktion für den Gast spürbar sein.

- + Erzählen Sie Geschichten statt Schlagworte: „Unsere Eier kommen vom Hof nebenan, weil uns kurze Transportwege wichtig sind“ kommt besser an als „Wir setzen auf Nachhaltigkeit“.

TEAMMITGLIEDER SIND DIE WICHTIGSTEN BOTSCHAFTER

- + Begeisterte Teammitglieder sind die besten Multiplikatoren. Sie tragen die Botschaft nach außen und kommunizieren sie den Gästen und potenziellen neuen Mitarbeitenden.
- + Sprechen Sie regelmäßig im Team über Nachhaltigkeitsmaßnahmen, sammeln Sie neue Ideen und zeigen Sie Wertschätzung für den Einsatz aller.

GREENWASHING GEKONNT VERMEIDEN

- + Übertreiben Sie nicht. Kommunizieren Sie transparent, nachweisbar und konkret.
- + „Wir sind das nachhaltigste Hotel der Region“ klingt schön, ist aber schwer zu beweisen. „Wir beziehen unser Gemüse von Bauernhöfen im Umkreis von 20 km“ ist glaubwürdig und greifbar.
- + Gäste haben ein feines Gespür für leere Versprechen – bleiben Sie authentisch!

Fazit: Wer nachhaltig handelt, darf und soll das auch zeigen. Ehrliche, offene Kommunikation schafft Vertrauen, begeistert Gäste und motiviert das gesamte Team.

A couple is sitting on a grassy hill, looking out over a vast mountain range at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. The couple is seen from behind, with their silhouettes against the bright light. The foreground is filled with tall grass and small white flowers. The background shows layers of mountains fading into the distance.

5

REGENERATION + BASIS FÜR LANGFRISTIGEN ERFOLG

DIE ZUKUNFT DES TOURISMUS
IST REGENERATIV UND SIE
SIND EIN TEIL DAVON!



Die gute Nachricht? Man muss nicht perfekt sein, um anzufangen. Jeder Schritt zählt. Jede Entscheidung für mehr Nachhaltigkeit und Regeneration ist eine Investition in die Zukunft.

Packen Sie also an – für Sie selbst, für Ihre Gäste und für eine lebenswerte Zukunft.

Nachhaltigkeit im Tourismus ist kein Trend, sondern die Basis für langfristigen Erfolg. Doch es geht um mehr als nur Schadensbegrenzung, sondern darum, aktiv einen positiven Beitrag zu leisten. Regenerativer Tourismus bedeutet, nicht nur zu erhalten, sondern aktiv zu gestalten, zu stärken und die Orte, an denen Sie wirtschaften und leben, resilient, zukunftsfähig und lebenswert zu machen.

Ihr Betrieb kann den Unterschied machen:

+ Nachhaltig wirtschaften heißt klug wirtschaften.

Denn das senkt den Ressourcenverbrauch und führt zu stabileren Lieferketten, zufriedenen Gästen und motivierten Mitarbeitenden.

+ Regeneration macht krisenfester.

Wer seine Region, sein Team und seine Umwelt stärkt, sichert sich eine stabile Zukunft.

+ Gäste und Mitarbeitende erwarten Verantwortung.

Sie wollen nicht nur konsumieren, sondern erleben, wie sich Betriebe engagieren – nutzen Sie die Chance!

GLOSSAR + NACHHALTIGKEITS- BEGRIFFE



Wir erklären Ihnen hier kurz und knapp einige der am häufigsten vorkommenden Begriffe zum Thema Nachhaltigkeit.

Begriff	Erklärung
Biodiversität	Biodiversität beschreibt die biologische Vielfalt auf unserer Erde und ist die Basis für alle Lebenssysteme, also auch für menschliches Leben.
Corporate Social Responsibility (CSR)	Unter Corporate Social Responsibility (CSR) wird die freiwillige gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen gegenüber der Umwelt und der Gesellschaft verstanden.
Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)	Die CSRD – die „Richtlinie über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen“ – beschreibt die Berichtlegungspflicht von Unternehmen innerhalb der Europäischen Union über ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen.
CO₂-Fußabdruck	Beim CO ₂ -Fußabdruck wird die Gesamtmenge an CO ₂ -Emissionen, die durch menschliche, industrielle oder unternehmerische Aktivitäten verursacht wird, gemessen. Der Corporate Carbon Footprint bezieht sich nur auf die CO ₂ -Bilanz eines Unternehmens.
Environmental Social Governance (ESG)	Die Abkürzung ESG steht für die drei Bereiche der Nachhaltigkeit: Environmental (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung).
Erneuerbare Energien	Erneuerbare Energieträger regenerieren sich im Gegensatz zu fossilen Energieträgern wie Kohle, Erdöl oder Erdgas von selbst oder stehen praktisch unbegrenzt zur Verfügung, wie etwa Wind- und Wasserkraft sowie Sonnenenergie.
EU-Taxonomie	Die EU-Taxonomie ist ein Klassifizierungssystem, das wirtschaftliche Aktivitäten anhand ihrer ökologischen Nachhaltigkeit bewertet. Es soll Investoren und Unternehmen dabei unterstützen, fundierte nachhaltige Entscheidungen zu treffen und Greenwashing zu vermeiden.

Gemeinwohlökonomie	Die Gemeinwohlökonomie ist ein ethisches Wirtschaftskonzept, bei dem Mensch und Umwelt an oberster Stelle stehen. Sie basiert auf den Werten Nachhaltigkeit, Menschenwürde, Solidarität, ökologische Verantwortung und demokratische Mitbestimmung.
Global Sustainable Tourism Council (GSTC)	Das GSTC ist eine globale Organisation, die Standards für nachhaltige Reise- und Tourismuspraktiken festlegt und fördert, um weltweit eine umweltfreundliche und sozial verantwortliche Tourismusentwicklung zu unterstützen.
Green Deal	Mit dieser Initiative der Europäischen Union soll die europäische Wirtschaft klimafreundlicher und nachhaltiger gestaltet werden. Ziel ist es, Europa bis 2050 zum klimaneutralen Kontinent zu machen.
Greenwashing	Unter Greenwashing werden unklare, unrichtige oder irreführende Aussagen eines Betriebes zu seinen Nachhaltigkeitsmaßnahmen verstanden – meist aufgrund unzureichender Beweise oder Informationen.
Klimaneutralität	Klimaneutralität bezeichnet das Ziel, sämtliche Treibhausgasemissionen – einschließlich CO ₂ – so weit wie möglich zu reduzieren und verbleibende Emissionen durch Klimaschutzmaßnahmen auszugleichen. In der Praxis ist jedoch nichts vollständig klimaneutral, da immer Restemissionen bestehen bleiben.
Kreislaufwirtschaft	Im Gegensatz zur Wegwerfwirtschaft wird bei der Kreislaufwirtschaft die Lebensdauer von Produkten verlängert, und zwar durch Maßnahmen wie Wiederverwenden, Reparieren, Teilen und Recyceln.
Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz (LkSG)	Das Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz verpflichtet Unternehmen dazu, entlang ihrer Lieferkette Sorgfaltspflichten in Bezug auf Menschenrechte und Umweltauswirkungen einzuhalten.

Ökologischer Fußabdruck	Der ökologische Fußabdruck zeigt, wie viele natürliche Ressourcen ein Mensch oder eine Gesellschaft verbraucht und ob dieser Konsum innerhalb der regenerativen Kapazitäten der Erde liegt. Er wird in globalen Hektar (gha) gemessen und vergleicht den Ressourcenverbrauch mit dem, was die Natur nachhaltig bereitstellen kann.
Sustainable Development Goals (SDGs)	Die SDGs der Agenda 2030 der Vereinten Nationen umfassen 17 Ziele, 169 Vorgaben und 231 Indikatoren zur nachhaltigen Entwicklung und sollen bis 2030 erreicht werden.
United Nations World Tourism Organisation (UN Tourism)	Die UN Tourism als Sonderorganisation der Vereinten Nationen befasst sich mit der Förderung von verantwortungsbewusstem, nachhaltigem und allgemein zugänglichem Tourismus weltweit.
Zero Waste	Das Konzept von Zero Waste sieht die Vermeidung bzw. bestmögliche Reduktion von Abfällen (Lebensmittelabfälle, Verpackungen etc.) und die Wiederverwertung von Materialien vor.



© Niederösterreich Werbung / Florian Lierzer



© Niederösterreich Werbung / @studiodraussen



© Niederösterreich Werbung / Stefan Fierbauer



© Niederösterreich Werbung / Kathrin Baumann

FRAGEN ZUR NACHHALTIGKEIT + ANSPRECHPARTNER

Gastgebercoaches der Destinationen in Niederösterreich
www.tourismus.niederoesterreich.at/gastgebercoaching

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur:
www.ecoplus.at

Niederösterreich Werbung:
www.tourismus.niederoesterreich.at/nachhaltigkeit

IMPRESSUM

Inhalt:
conos GmbH



Tourism Impact



Lektorat wortstil, Mag. Dr. Barbara Krautgartner
Grafische Gestaltung: DESIGN Sigrid Pürzl



LINKS ZU WEITERFÜHRENDEN INFORMATIONEN

Hier finden Sie eine Auswahl an Leitfäden, Dokumente und Checklisten, die wir aus unserer Sicht empfehlen können und die Sie auf dem Weg begleiten:



Leitfaden „Regenerativer Tourismus in Niederösterreich“
der Niederösterreich Werbung



Leitfaden „Sanfte Mobilität in Niederösterreich“
der Niederösterreich Werbung



Leitfaden „Green Claims im Tourismus“
der Österreich Werbung



Nachhaltigkeits-Check
von Green Destinations
10 Werte durch 23 Ja-/Nein-Fragen
für Beherbergungsbetriebe entlang
der GSTC-Kriterien



Online-Leitfaden „Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie“
des BMAW



Selbstcheck „Wo steht mein Betrieb“
des Bundesministeriums für Klimaschutz,
Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und
Technologie



„Nachhaltigkeit in Österreich. Touristische Vorzeigeprojekte“
der Österreich Werbung



„CO₂-Schnellcheck 2030“
der Wirtschaftskammer



Tipps „Abfallvermeidungsmaßnahmen in Hotels“
von Zero Waste Austria



ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH

Niederösterreich-Ring 2, Haus A, 3100 St.Pölten

T: +43 2742 9000-19600, E: headoffice@ecoplus.at

 www.facebook.com/ecoplus.noel

 www.instagram.com/ecoplus.noel

 at.linkedin.com/company/ecoplus-noel

 www.youtube.com/user/ecoplusnoel

ecoplus.at

NIEDERÖSTERREICH
Einfach erfrischend.

