

Symposium: Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor im NÖ Tourismus



Copyright: FK Visuals

WEIT MEHR ALS UMWELTSCHUTZ

Was erwarten Gäste von nachhaltigem Tourismus? Wie gelingt es Betrieben und Regionen, diese Erwartungen in konkrete Angebote und Produkte zu übersetzen? Und wie kann Nachhaltigkeit im Tourismus nicht nur wirken, sondern auch wirksam kommuniziert werden?

Diese und weitere Fragen wurden am Donnerstag beim Symposium Nachhaltigkeit der Niederösterreich Werbung im Naturparkzentrum Ötscher-Basis in Wienerbruck im Mostviertel diskutiert. Diese Fachveranstaltung wurde bereits zum dritten Mal von der NÖ Werbung organisiert. Das Symposium "Nachhaltigkeit im Tourismus" reicht weit über das Thema Umweltschutz hinaus. Betriebe, die nachhaltige Wege gehen, übernehmen Verantwortung für ihre Regionen und Landschaften, fördern die Lebensqualität und sichern außerdem auch ihre Wettbewerbsfähigkeit. ANDREAS PURT, Geschäftsführer Mostviertel Tourismus, unterstrich die Rolle der Region als Gastgeberin: „Es ist schön, dass das Symposium Nachhaltigkeit heuer wieder hier im Mostviertel stattgefunden hat – dort, wo wir über viele Jahre die Nachhaltigkeitskonferenz aufgebaut haben. Der Naturpark Ötscher-Tormäuer und die Mariazellerbahn stehen für bewusstes Reisen und starke Partnerschaften. Gemeinsam mit der Niederösterreich Werbung führen wir diese Arbeit fort – regional verwurzelt, überregional wirksam.“

WIRTSCHAFTLICH SINNVOLL

Im ersten Themenblock des Symposiums wurden Wege vorgestellt, wie Gastgeber Nachhaltigkeit auf ökologischer, sozialer wie auch wirtschaftlicher Ebene in der Praxis leben können: von einfach umsetzbaren Quick Wins - wie etwas zur Steigerung der Energieeffizienz oder Tipps zum Wassersparen, für die Abfallwirtschaft oder den Einkauf - über Prozess- und Datenarbeit bis hin zu Strategie, Monitoring und Zertifizierungen wie etwa durch das Österreichische Umweltzeichen. Good Practice-Beispiele zeigten, dass Nachhaltigkeit betriebswirtschaftlich sinnvoll ist und die Erwartungen der Zielgruppe trifft.

TUE GUTES UND REDE DARÜBER

Der zweite Themenblock widmete sich der Wirkung von Nachhaltigkeit in der Kommunikation nach außen wie auch nach innen. Es wurden u. a. Fragen beantwortet, wie Nachhaltigkeit authentisch und verständlich erzählt wird, ohne zu übertreiben und Greenwashing zu vermeiden. Als zentrale Erfolgsfaktoren dienen konkrete Bilder statt abstrakter Begriffe, Storytelling mit Menschen und Orten sowie Transparenz in Zielen und Fortschritt.

Die Veranstaltung wurde nach den Kriterien des österreichischen Umweltzeichens als „Green Event“ ausgerichtet. Nachhaltig anreisen: Leitfaden unterstützt Tourismusmobilität Dass Nachhaltigkeit und besondere Erlebnisse Hand in Hand gehen können zeigt die Mariazellerbahn eindrucklich. Sie stand den Teilnehmern des Symposiums Nachhaltigkeit als umweltfreundliche Transportmöglichkeit zur Verfügung. Denn nach wie vor entsteht der größte CO₂-Ausstoß bei der Anreise zum Urlaubsort. Wie eine Erhebung der Statistik Austria zeigt, nutzten im 1. Halbjahr 2025 rund drei Viertel der Urlaubsreisenden in Österreich ihren PKW als Verkehrsmittel, rund 21 Prozent nutzten im selben Zeitraum den Zug.

LEITFADEN FÜR SANFTEN TOURISMUS

Die Niederösterreich Werbung bietet mit ihrem neu erschienen Leitfaden „Sanfte Tourismusmobilität in Niederösterreich“ nun eine praktische Anleitung für Gemeinden, Verbände und touristische Betriebe, die nachhaltige Mobilitätslösungen fördern und umsetzen möchten. Schon kleine Maßnahmen wie eine besser sichtbare Anreisebeschreibung auf der Website, Informationen zu Fahrplänen oder Abholservices, Kooperationen mit Taxi- oder E-Mobilitätsanbietern und ähnliches können

einen wichtigen Beitrag zur Reduktion von CO₂-Emissionen und zur Förderung des Klimaschutzes leisten. Beratung im Fokus: Unterstützung für Betriebe beim Symposium Beim diesjährigen Symposium Nachhaltigkeit wurden heuer erstmals persönliche Beratungen angeboten. In den Pausen während der Veranstaltung standen an sogenannten Impact Points verschiedene Organisationen bereit und gaben praxisnahe und individuelle Tipps für Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Vertreten waren unter anderem "Natur im Garten", das "Österreichische Umweltzeichen", "klimaaktiv", die "eNu Initiative" „Wir leben nachhaltig“, "accent" – der Inkubator des Landes Niederösterreichs sowie das Gastgebercoaching der niederösterreichischen Tourismusdestinationen. Ziele waren eine niedrigschwellige Unterstützung, Vernetzung und das Aufzeigen nächster Schritte für Betriebe.

MICHAEL DUSCHER, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, betonte: „Nachhaltigkeit ist für uns Grundhaltung und Zukunftsstrategie, die sich durch alle Bereiche des Tourismus zieht. Unser strategisches Ziel ist ein regenerativer Tourismus, der mehr zurückgibt als er verbraucht, Ressourcen schont und Regionen stärkt – das kommunizieren wir auch an unsere Zielgruppe. Entscheidend ist, dass Betriebe ins Tun kommen, Schritt für Schritt, messbar und sichtbar. Beim Symposium Nachhaltigkeit haben wir unsere Gastgeberinnen und Gastgeber dazu ermutigt und heuer erstmals auch während der Veranstaltung individuelle Beratungen angeboten.“

(mst)

NÖ Tourismus {<https://tourismus.niederoesterreich.at/>}



Copyright: FK Visuals