

Der Weg zur Nachhaltigkeit: 10 erste Maßnahmen.

Kleine Schritte mit großer Wirkung.

Nachhaltigkeit für
KÄRNTEN

1. Best Practice Beispiele sammeln

Sammelt Best Practices aus eurer Region!

Gibt es nachhaltig arbeitende Betriebe, regionale Produzenten, Hotels mit dem Umweltzeichen oder innovative und nachhaltige Urlaubsangebote?

Diese Beispiele könnt ihr für verschiedene Zwecke nutzen:

- Als Vorarbeit für die **Umweltzeichen-Zertifizierungsunterlagen**
- Für **Blogbeiträge oder Social Media**, um das Thema Nachhaltigkeit sichtbar zu machen.
- Vorstellung bei **Veranstaltungen** oder Workshops, um weitere Betriebe und Partner:innen zu motivieren.

» Inspiration: [50 touristische Best Practice Beispiele von der ÖW](#)



2. Nachhaltigkeit im Marketing

Bindet das Marketing-Team aktiv in euer Nachhaltigkeitskonzept ein:

- Kommuniziert Nachhaltigkeit authentisch und korrekt – der **Green Claims Leitfaden** der Österreich Werbung ist hier eine hilfreiche Grundlage
- Plant zukünftige **Fotoshootings und Videos** so, dass nachhaltige Aspekte sichtbar werden (z. B. keine Einwegprodukte, respektvoller Umgang mit Natur und Tieren)
- **Sensibilisiert** alle Beteiligten wie Fotograf:innen oder Social-Media-Teams für diese Themen

» Inspiration: [Leitfaden für Fotos und Videos von Saalfelden Leogang](#) und [Green Claims Leitfaden der ÖW](#)

3. Gestaltung von Erlebnisprodukten

Integriert Nachhaltigkeit in Gästekarten und Erlebnisangebote:

- **Öffentliche Verkehrsmittel priorisieren:** Wählt Erlebnisziele, die mit Zug oder Bus erreichbar sind. Legt Treffpunkte in der Nähe von Bahnhöfen oder Haltestellen fest und orientiert euch bei der Startzeit an den Fahrplänen.
- **Kleine Gruppen bevorzugen:** Begrenzt die Gruppengröße für intensivere Erlebnisse und geringere Umweltbelastung.
- **Umweltbildung integrieren:** Informiert Teilnehmer:innen über lokale Ökosysteme, nachhaltige Praktiken und kulturelles Erbe.
- **Müllvermeidung fördern:** Bietet Mülltrennung und Wassernachfüllstationen an.



4. Werbemittelmanagement

Reduziert den Ressourcenverbrauch bei der Planung von Werbemitteln:

- **Drucksorten reduzieren:** Prüft, ob Inhalte digital umgesetzt werden können, nutzt QR-Codes für zusätzliche Informationen.
- **Recyclingmaterialien verwenden:** Setzt auf Recyclingpapier und achtet auf umweltfreundliche Verpackungen.
- **Digitale Alternativen forcieren:** Nutzt digitale Tools für Einladungen, Buchungen und Informationsmaterialien.

5. Büroalltag

Führt nachhaltige Praktiken im Arbeitsalltag ein:

- **Mobilität fördern:** Nutzt ein ÖBB-Businesskonto, bietet Firmen-E-Bikes an und unterstützt Öffi-Jobtickets oder Klimatickets.
- **Energie sparen:** Nutzt Tageslicht, stellt auf LED-Lampen um und schaltet Geräte nach Dienstschluss aus.
- **Abfallmanagement stärken:** Führt Mülltrennung mit klar gekennzeichneten Stationen ein und upcycelt alte Materialien.
- **Teamaktivitäten planen:** Organisiert jährliche Nachhaltigkeits-Kick-Offs und Rückblicke, um Erfolge zu feiern.

6. Anreise-Seite optimieren

Gestaltet die Anreiseseite der Website übersichtlich und informativ:

- **Öffentliche Verkehrsmittel zuerst:** Hebt Zug-, Bus- und Shuttleoptionen hervor. Nutzt Tools wie den ÖBB Ankunftsmonitor, den Ticketshop oder Shuttle-Widgets.
- **Alternative Mobilität:** Zeigt Fuß- und Radwege von zentralen Punkten wie Bahnhöfen inkl. Distanz- und Zeitangaben.
- **Klarheit schaffen:** Führt Flug- und Autoreisen erst am Ende der Liste an.
- **Zusatzinfos bieten:** Informiert über regionale Mobilitätsangebote wie E-Bikes, Regionalbusse oder Carsharing.

7. Verantwortlichkeiten festlegen

Eine klar definierte Zuständigkeit für Nachhaltigkeit ist essenziell:

- Bestimmt eine Person, die das Thema in der Organisation koordiniert. Diese sollte im **Organigramm** und auf der **Website** sichtbar sein.
- Stellt ausreichend **zeitliche Ressourcen** und ein eigenes **Budget** für diese Rolle bereit.
- Die Nachhaltigkeitsbeauftragte oder der -beauftragte übernimmt **zentrale Aufgaben** wie Projektsteuerung, Team-Schulung und externe Kommunikation.
- Definiert euer **Green Team:** Wer soll beim Umweltzeichen-Prozess miteingebunden werden, an wen müssen bestimmte Themen kommuniziert werden, wer ist Befürworter oder Kritiker.

» Inspiration: [CSR / Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette, Dialoggruppen von Saalfelden Leogang](#)

Must-Haves Anreiseseite:

- Bahnhof-Shuttle Kärnten von ÖBB Transfer
- Freie Fahrt mit der Gästekarte
- Nächst gelegener Bahnhof
- Taktung und Fahrtzeit aus den Hauptmärkten (z.B. 2-Std.-Takt aus Wien, Fahrtzeit 3:55 Std.)
- Verlinkung oder Widget vom Routenplaner der ÖBB oder Kärntner Linien
- Gepäckservice der ÖBB
- Verleihangebote vor Ort (z.B. Bike, Carsharing)
- E-Mobilität Lademöglichkeiten

8. Veranstaltungsplanung

Setzt euch das Ziel, regionale Tourismustage als Green Event auszurichten. Dafür solltet ihr:

- **Regionale Produkte und Mehrweg-Lösungen** für die Verpflegung nutzen.
- CO₂-Emissionen einsparen und **nachhaltige Anreisemöglichkeiten** anbieten.
- Nachhaltigkeitsthemen aktiv **ins Programm integrieren**, z. B. Workshops.
- Den **Green Event Leitfaden** verwenden, um alle Kriterien zu erfüllen.

» Inspiration: [Richtlinien Green Events und Green Meetings vom Umweltzeichen](#)

9. Nachhaltigkeit sichtbar machen

Zeigt eure nachhaltigen Angebote und Projekte klar und transparent:

- **Filter aktivieren:** Nutzt in der Feratel-Maske den Filter für Umweltzeichen-Betriebe, um diese für Gäste sichtbar zu machen.
- **Regionale Projekte präsentieren:** Stellt nachhaltige Betriebe und Initiativen auf der Website vor. Eine interaktive Karte kann diese Angebote visuell darstellen.
- **Geschichten erzählen:** Berichtet über Betriebe und Partner:innen, die Nachhaltigkeit vorleben und macht dies durch Bilder und Videos erlebbar.

10. Integration im Marken- und Strategieprozess

Nachhaltigkeit sollte bei der Entwicklung von Marken- und Strategiekonzepten eine Schlüsselrolle spielen:

- Achtet darauf, dass nachhaltige Werte und Ziele in allen **Prozessen mitgedacht** werden.
- Nutzt Nachhaltigkeit als **Wettbewerbsvorteil**, indem ihr sie konsequent in euer Branding und eure Kommunikation einbaut.
- Schafft so eine **langfristige Basis** für nachhaltigen Tourismus in der Region.

» Inspiration: [Tourismusstrategie des Landes Kärnten](#)

Link-Tipps:

- **nachhaltiges-kaernten.at** (Relaunch im Jänner 2025): B2B Informationswebsite der NDK. [Zur Seite](#)
- **Austausch mit Saalfelden Leogang:** Viele Berichte, Maßnahmen, Unterlagen und Präsentationen der Region Saalfelden Leogang und ihrem Weg zu einer nachhaltigen und zertifizierten Tourismusregion. [Zur Seite](#)
- **Österreichisches Umweltzeichen für Destinationen:** Informationen und Kriterienkatalog. [Zur Seite](#)
- **Plan T - Masterplan für Tourismus** vom Bundesministerium. [Zur Seite](#)
- **Tourismus Marke Kärnten 2025+** der Kärnten Werbung: [Zur Seite](#)
- **Newsletter der NDK:** B2B Infonewsletter, Anmeldung über maierhofer@region-villach.at