

Österreichisches Umweltzeichen für Destinationen

Kurzprotokoll Round Table 12.12 2019

1) Vorstellung der Grundidee und Rahmenbedingungen des Projektes

Das Österreichische Umweltzeichen ist eine mittlerweile breit etablierte und akzeptierte Zertifizierung für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Mit dem Umweltzeichen werden Produkte, Tourismusbetriebe und Bildungseinrichtungen zertifiziert, die klar definierte Anforderungen an Umweltschutz, Gesundheitsschutz und Qualität erfüllen.

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) ist vom für Umweltfragen zuständigen Ministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus mit der Erstellung und Überarbeitung der Richtlinien für das Österreichische Umweltzeichen, mit dem Informationsservice für Interessenten und zertifizierte Betriebe und mit der Administration der Lizenzen beauftragt. Zudem werden vom VKI sowohl die externen Umweltzeichen-Gutachten als auch die Einhaltung der Kriterien nach der Zeichenvergabe überprüft.

Ein Schwerpunkt des touristischen Masterplans „Plan T“ sieht vor, Österreich als „grüne Destination“ zu positionieren: „Das Bekenntnis Österreichs zu umfassender Nachhaltigkeit muss nach innen glaubhaft gelebt und nach außen klar sichtbar werden. Besonders nachhaltige Betriebe und Regionen sollen als Vorbilder fungieren und durch Auszeichnungen und freiwillige Zertifizierungssysteme, wie zum Beispiel Qualitäts- und Umweltsiegel, identifiziert werden.“ Auf Basis dieses im Plan T formulierten Ziels soll das Österreichische Umweltzeichen, welches bisher für Tourismusbetriebe und Reiseangebote angeboten wird, durch maßgeschneiderten Zugang auch in Destinationen etabliert werden.

Mit dem Round Table am 12.12.2019 starten der VKI und das BMNT einen Kommunikationsprozess, um abzuklären, inwieweit und unter welchen Bedingungen die Entwicklung einer Zertifizierung für „grüne“ bzw. nachhaltige Tourismusdestinationen sinnvoll und realisierbar ist. In einem offenen Dialog sollen Fragen zur Bedeutung nachhaltiger Destinationen diskutiert und Chancen, Nutzen und Hindernisse einer allfälligen Zertifizierung vorab im Grunde geklärt werden. Auf Basis vorhandener Zertifizierungssysteme und guter Praxisbeispiele können weiters auch schon der inhaltliche Rahmen und die praktische

Umsetzung abgesteckt werden.

Mag. Katharina Mayer-Ertl – Plan T Masterplan für Tourismus

- Nachhaltigkeit mit allen drei Dimensionen erstmals als Leitmotiv für Tourismuspolitik verankert. Neben wirtschaftlich gesunden Betrieben als Grundvoraussetzung braucht es den respektvollen Umgang mit der Natur und auch den Fokus im sozialen Bereich (Tourismusdestination als Lebensraum - Situation der Gäste UND der Einheimischen)
- Aktionsplan in 9 Handlungsfeldern -> Nachhaltigkeit soll sichtbar werden das ÖUZ wäre dafür ein gutes Instrument
- Österreichisches Umweltzeichen – wie kann der Zugang für die Tourismusbetriebe einfacher und spannender gemacht werden und gibt es eine Möglichkeit, das Österreichische Umweltzeichen auch auf touristische Destinationen umzulegen?

Dr. Regina Preslmair

- Seit über 30 Jahren werden umweltfreundliche Produkte ausgezeichnet, im Tourismus internationaler Vorreiter, seit 1996 wird im Tourismus auf betrieblicher Ebene ausgezeichnet
- Thema Destinationen ist nicht neu, seit einigen Jahren wird aber von Seiten der Destinationen verstärkt kommuniziert, dass der Wunsch nach Nachhaltigkeit und entsprechender Zertifizierung da ist. Internationaler Trend geht dorthin.
- Situation der „Bereisten“ wird immer wesentlicher, soll ebenfalls in die Diskussion und in den Prozess einfließen
- Maßnahmen sollen gut umsetzbar, vor allem auch messbar sein und natürlich einen Nutzen für die Umwelt, aber auch einen Nutzen für die Beteiligten stiften.

Dr. Angelika Liedler-Janoschik

- Im internationalen Bereich arbeitet derzeit die UNWTO an der Ausweitung des INSTO International Network of Sustainable Tourism Observatories. Hier werden Destinationen vernetzt, die zu ausgewählten Themenbereichen Daten sammeln und analysieren, wobei diese Indikatoren primär nach innen als Managementinstrument und nicht als Marketinginstrument genutzt werden. Erste grundsätzliche Überlegungen zu einer österreichischen Beteiligung werden angestellt. Ein Vorteil

wäre der internationale Austausch, nicht zuletzt im Hinblick auf Vergleichbarkeit.

- Das ETIS - Europäisches Tourismusindikatorensystem ist ein Indikatoren-Informationssystem für nachhaltige Destinationsentwicklung. Es ist seit 2013 verfügbar und kann auch in bestehende Systeme integriert werden, die Destination „misst sich“ quasi selbst und überprüft ihre Performance.
- Beide o.g. Systeme sind keine Zertifizierungen, können aber indirekt für das UWZ für Destinationen herangezogen werden!
- Auch im Plan T ist ein wichtiges Themenfeld neue Indikatoren und Kennzahlen zu schaffen. Auch für INSTO und ein mögliches UWZ für Destinationen sollten zuerst bestehende Indikatoren geprüft werden und auch bei Einführung neuer Messsysteme Synergien mit bestehenden gefunden werden.

DI Otto Fichtl, VKI Österreichisches Umweltzeichen

- VKI betreut im Auftrag des BMNT das Umweltgütesiegel
- Destinationsfrage ist nicht wirklich neu, allerdings ein sehr komplexes Thema, die betriebliche Erfahrung kann nicht 1:1 auf das Destinationsthema umgelegt werden
- Auf Grund der internationalen Entwicklung (Global Sustainable Tourism Council, Kriterien länderübergreifend für Betriebe etc. entwickelt) und dem Aufkommen mehrerer Zertifikate (z.B. Earth Check oder Green Destination) wird das Thema Destinationszertifizierung immer wichtiger
- Zertifizierungen sind oft sehr managementbasiert, dem VKI ist aber vor allem neben dem Nutzen für die Umwelt auch der Nutzen für den Gast wesentlich, dadurch könnte es besser nach außen kommuniziert werden
- Messung und Indikatoren sind jedenfalls wesentlich, daher sind Schnittstellen, z.B. ETIS, besonders wesentlich

2. Diskussionsrunde: Gibt es ein gemeinsames Bild der Nachhaltigkeit auf Destinationsebene?

Martin Stanits, ÖHV

- Nachhaltigkeit ein wesentliches Thema, v.a. im Hinblick auf die negativen Auswirkungen des Overtourism

- Destinationszertifizierung wäre sehr interessant, die Frage ist, was wird gemessen und wie wird gemessen
- Wird nur der Status Quo erhoben oder wird ein Prozess, eine Entwicklung gemessen?
- Was sind die Messwerte (Daten, Zeitreihen...)
- Viele Betriebe haben keine Ressourcen, in erster Linie hat er mit einer Zertifizierung einmal Aufwand aber noch keinen höheren Ertrag (dh die betriebswirtschaftliche Komponente ist immer mitzudenken)

Johanna Kanzian BSc, Tirol Werbung

- Thema Nachhaltigkeit ist für Touristen und Betriebe gleichermaßen wichtig
- Eigene Kompetenzstelle, die derzeit den Status Quo erhebt
- Alle drei Säulen sind wichtig, also beispielsweise auch gerechte Arbeitsbedingungen, regionale Zulieferprodukte, Tourismusbewusstsein der Bevölkerung etc.
- es ist wesentlich, zuerst ein gemeinsames Ziel im Hinblick auf das Österreichische Umweltzeichen für Destinationen zu definieren

Dr. Ariane Tockner, Österreich Werbung

- Thema ist wichtig, aber schwer zu kommunizieren - nicht, dass das Thema der Nachhaltigkeit bzw. des Umweltbewusstseins per se, möglicherweise aber – speziell im internationalen, nicht deutschsprachigen Kontext – eine Zertifizierung und deren ev. international nicht vergleichbare Botschaften.
- Besonders wichtig scheint der Einfluss von Zertifizierungsmaßnahmen auf die Produktentwicklung und in Folge auf die Bewusstseinsbildung der Destinationen zu sein.
- Wo kommt der Gast überall damit in Berührung?

Florian Größwang, Österreich Werbung

- Tourismus im Wandel – Destinationsmanagement hin zu Lebensraummanagement, daher auch andere Bereiche wie Landwirtschaft aufnehmen
- Datenauswertung wird immer wesentlicher, es werden auch Struktur- und Bewegungsdaten ausgewertet (z.B. ASFINAG, ZAMG etc.), etwa für das Thema der Mobilität oder der letzten Meile.

- In Vorbereitung hier der „Data Experience Hub“ der Österreich Werbung, der zum Beispiel sehr wichtig für das Thema Mobilität (Steuerung An- und Abreise, „Letzte Meile“, Mobilität vor Ort) sein wird.

Mag. Christoph Wolfsegger, Klima- und Energiefonds

- Schwerpunktausschreibung Klimamodellregionen & Tourismus, von neun Regionen wurden drei ausgewählt: Karnische Region, Ötztal, Zell am See-Kaprun
- Es soll in der Bewertung nicht darum gehen, Massentourismus von vornherein schlechter zu bewerten
- Z.B. Messung CO₂ Emissionen / Kopf, ist oft in den Massentourismusdestinationen etwas besser, weil Infrastruktur besser ausgelastet etc.
- Um den „Sieger“ zu ermitteln, wird nun an konkreten Maßnahmenkatalogen gearbeitet, die in den Folgejahren umgesetzt werden (Entscheidung Herbst 2020)

Mag. Daniela Kolesa, Wien Tourismus

- Vision: Lebensqualität, Standortqualität, Erlebnisqualität
- Bewusstsein schaffen und Balance ermöglichen zwischen den Bedürfnissen der Gäste und der Einheimischen
- Zahl der Umweltzeichen-Zertifizierungen soll gesteigert werden, Feedback der Betriebe ist aber manchmal, dass Zertifizierungsprozesse abgebrochen werden
- Ziel ist auch, den Model Split bei der Anreise zu verbessern und z.B. mehr Gäste auf die Schiene zu bringen oder weniger Billigairlines zu nutzen

Renate Schaffenberger, TVB Seeham

- Agenda 21 Bürgerbeteiligungsprozess u.a. Maßnahmen haben das Thema Nachhaltigkeit auf breite Basis gestellt
- Bio-Landwirtschaft, 33 zertifizierte Bio-Betriebe, Alleinstellungsmerkmal
- Großes Ziel, das „Bio-Dorf“ zertifizieren zu lassen
- Problem ist, dass das Thema jetzt sehr groß gespielt wird, kleine Destinationen haben bei weitem nicht die Ressourcen (weder personell noch finanziell), sich im Detail z.B. auch den Messungen und Indikatoren zu widmen

DI Carmen Mentil, Alpine Pearls

- Seit 2006 besteht der Verein Alpine Pearls, Nachhaltigkeit im Bereich der Mobilität und Erreichbarkeit
- Seit Oktober 2019 gibt es auch die „Kandidaten-Perle“, dh innerhalb von drei Jahren hat die Bewerberdestination die Möglichkeit, die Musskriterien zu erfüllen
- Nachfrage gibt es auch von massentouristischen Destinationen, wie beispielsweise Interlaken, die an sanfter Besucherlenkung interessiert sind
- Slowenien hat beispielsweise sehr gut kommuniziert, in Österreich sind viele Destinationen schon lange soweit, es wird aber teilweise nicht so deutlich kommuniziert (>> Geschwindigkeit ist ein Thema)
- Betriebe müssen aber nach wie vor ins Boot geholt werden, viele Betriebe sind aber immer noch nicht nachhaltig genug bzw. fehlt ihnen das Bewusstsein für einige Themen (z.B. öffentliche Erreichbarkeit)

Mag. Franz Schmidt, DMMA / inventschmidt

- Mobilität ist ein wachsend bedeutendes Thema für den Tourismus
- Wie wirkt sich das Thema Nachhaltigkeit auf die Nachfrage aus? Wie kann man das auch in der Preisgestaltung umlegen, wie preiselastisch ist das Thema
- Ist die Destinationszertifizierung eine „Summe von Zertifizierungen“? Oder gibt es andere Lösungen? Wie kann das gemessen werden? Wer übernimmt die Verantwortung vor Ort?
- Betriebe und Regionen brauchen Support für den Zertifizierungsprozess

Pamela Binder, Ferienregion Dachstein-Salzkammergut; Ausseerland Salzkammergut

- Destination zum Teil nicht gut an den ÖPNV angebunden, leiden unter dem Thema Verkehr und Overtourism
- Letzte Meile in beiden Regionen bereits gut organisiert, kostet viel Geld, Dilemma besteht auch darin, dass es sich um strukturschwache Destinationen handelt, tw. um Abgangsgemeinden, die ihrerseits mit Budgetproblemen kämpfen
- Nachhaltigkeit ist aber ein großes Thema, viele Chance ergeben sich aus den Auszeichnungen (Weltkulturerbe, Kulturhauptstadt...), allerdings müssen die TVB

immer häufiger Aufgaben (auch finanziell) für die Gemeinden übernehmen

- Leitfaden für Umsetzung eines umweltverträglichen Tourismus notwendig

Herlinde Moosbrugger, Bregenzerwald Tourismus GmbH

- Nachhaltigkeit ist seit 1990 ein Thema im Verband
- Außen- und Innensicht divergieren
- Landwirtschaft, Handwerk und Tourismus sind seit Jahren regional organisiert
- Wertigkeit der Produkte muss vor allem auch von den Einheimischen wertgeschätzt werden
- Aus der Sicht des Gastes muss es erlebbare Produkte geben, damit die Glaubwürdigkeit gewahrt bleibt (Negativentwicklung des Green Washing, kann man sich in Zeiten des Social Media nicht leisten)
- Viele Betriebe interessieren sich nicht (mehr) für Zertifizierungen

Franz Handler, Verband der Naturparke Österreichs

- Tourismus als wichtiger Wertschöpfungsfaktor
- Wie stellt sich das Thema aus Sicht der Naturparke dar, welche Kriterien können aus Sicht der Nachhaltigkeit angelegt werden
- Projekt „Destination Park“ – Austausch auf europäischer Ebene, hier stellt sich auch immer die Frage nach der Verantwortlichkeit, Ende 2020 wird hier ein Endbericht vorgelegt, der sicher inhaltlich auch interessant sein kann (vor allem auch, was Muss- und Kann-Kriterien betrifft)
- Die Destination kann nicht für sich und isoliert betrachtet werden, die Einbindung der Stakeholder ist essentiell (z.B. Mobilität, regionale Produkte)
- „Schutzgedanke“ ist sicherlich als Kriterienbündel mit einzubinden, zahlreiche, auch messbare Kriterien
- Mitarbeiterschulung wichtig für erfolgreiche Umsetzung

Dr. Wolfgang Schaeffner, Studienzentrum Saalfelden, Gastrosophie

- Greenwashing als Negativerscheinung, Natur wird „inszeniert“, um das Tourismusprodukt spannend erlebbar zu machen
- Lehrgang für ganzheitliche Ernährung, daraus haben sich viele Initiativen entwickelt

(Klimagipfel, Gastrosopicum etc.)

- Lehrgang angewandte Gemeinwohlökonomie, hier wurde eine Matrix entwickelt, um ökonomische, ökologische und soziale Einflussfaktoren zu messen, auf der Metaebene geht es um die Transformation der Gesellschaft
- Glaubwürdigkeit essentiell – Kriterien daher nicht zu sehr aufweichen

Mag. Susanne Radke, KEM Managerin Energiebereich Oberpinzgau

- Es muss vor Ort mehr passieren, dass es glaubwürdig bleibt, es müssen die Stakeholder stärker integriert werden
- Verbindung Landwirtschaft – Tourismus macht Sinn, auch die Schulen werden hier eingebunden
- In der Region ist die Bereitschaft bei den Landwirten fast größer als bei den Touristikern, es braucht mehr Anreize und eine klare Darstellung der Vorteile von Zertifizierungen
- Es braucht aber auch Manpower, es braucht Kämpfer vor Ort, die begleiten

Mag. Gregor Thenius, e5 klimaaktiv

- Vertreter der Klimaaktiv-Gemeinden, e5 ist ein Beratungs- und Zertifizierungsprogramm für Gemeinden, die Herausforderungen sind sehr ähnlich wie bei einer Destination
- Wichtig sind auch nachhaltige und langfristige Strukturen für die Begleitung der Zertifizierung
- Alles, was keinen Mehrnutzen und keinen direkten Impact hat, wird abgedreht, daher sind Synergien und Schnittstellen unbedingt zu prüfen bzw. einzubeziehen
- Manche Dinge können ev. kaum bis gar nicht beeinflusst werden, die aber für eine Zertifizierung relevant sind – wie damit umgehen (z.B. eine Großbetriebe oder Ketten)

Mag. Andreas Purt, Mostviertel Tourismus

- Destinationen sehr heterogen, mit unterschiedlichsten Anforderungen an Reisende und Bereiste sowie Rahmenbedingungen
- Nachhaltigkeit ist ein seit Jahren wichtiges Thema, auch verschiedene Zertifizierungen wurden bereits durchgeführt

- Destination ist umweltzertifiziert über die Reiseangebote (derzeit so gut wie keine Buchungen, durch das Gütezeichen), allerdings nachhaltige Inhalte gewinnen bei der Reiseentscheidung an Bedeutung)
- Entwicklungsthematik ist sehr wesentlich, sonst fehlt es an der Glaubwürdigkeit
- Größen der Destinationen sind vor allem auch aus Ressourcensicht wichtig und tun sich meist leichter, braucht aber auch Zugang für kleinere
- Wenn Kriterien definiert werden, sollte gleich überlegt werden, wo die Daten dafür hergenommen werden, das wird den weiteren Verlauf vereinfachen

DI Andreas Tschulik, BMNT Betrieblicher Umweltschutz

- Bisher der Betrieb im Fokus, bei überbetrieblichen Zertifizierungen ist der partizipative Prozess sehr wesentlich
- Des Weiteren wird es wichtig sein, bestehende Zertifizierungen mit einzubeziehen bzw. auf diesen aufzubauen
- Diskussion in und mit den Destinationen, was die Anforderungen betrifft, wird sehr wesentlich sein; Anforderungen sollen nicht zu engmaschig sein (um die Zugänglichkeit zu wahren), aber auch nicht zu weitmaschig (Stichwort Glaubwürdigkeit und Greenwashing)
- Tendenz, dass sich Nachhaltigkeit und Umweltschutz auf das Konsumentenverhalten auswirken, ist zweifelsfrei da

Dr. Regina Preslmair, BMNT Betrieblicher Umweltschutz

- Verantwortlichkeit muss geklärt werden auf Destinationsebene
- Es besteht auch ein Kontakt zum Österreichischen Gemeindebund, es soll das, was auf Gemeindeebene passiert, auch für den Tourismus nutzbar gemacht werden
- Dasselbe betrifft bestehende Zertifizierungen, auch hier müssen Synergien geschaffen und nutzbar gemacht werden
- Komplexitätsreduktion ist die wirklich große Herausforderung

Mag. Katharina Mayer-Ertl – Plan T Masterplan für Tourismus

- Tourismus-Mobilitätstage stellen seit Jahren die Schnittstellen zwischen Tourismus, Mobilität und Region/Destination in den Vordergrund

- Erfolgreich sind jene Projekte, die nicht nur Gast sondern auch Einheimische umfassen
- Kommunikation wird sehr häufig diskutiert, es gibt sehr viel Kommunikation Richtung Gast, woran es mangelt, ist die Kommunikation nach innen

DI Otto Fichtl, VKI Österreichisches Umweltzeichen

- Manpower und zeitliche Ressourcen werden bei der Ausgestaltung des Zertifizierungssystems entscheidend sein
- Was ist tatsächlich zertifizierbar, welche Daten können beispielsweise verwendet werden, weil sie ohnehin erhoben werden, Betriebe und Regionen sollten nicht überfordert werden

3) Zur weiteren Vorgehensweise: weitere Veranstaltungen, Pilotprojekte etc.

3.1 Machen weitere Veranstaltungen in den Regionen Sinn?

- Es wäre interessant, Stakeholder aus Tourismus, Gemeinden, anderen Sektoren zusammenzustellen, eventuell in verschiedenen Regionen Österreichs
- Die Landestourismusorganisationen sind auch einzubinden, müssen das Thema mittragen, wichtig sind sachliche Argumente
- Bildungsressourcen sind ebenfalls sehr wertvoll, Fachhochschulen, Tourismusschulen sind einzubinden
- Es wäre gut, bereits eine Art Grobraster zum Thema Umweltzeichen zu haben, um den Destinationen, den Gemeinden, den Stakeholdern, eine Vorstellung zu geben; aus dem Feedback durch die Destinationen können wertvolle Erkenntnisse für den Zertifizierungsprozess gewonnen werden
- Was ist das Ziel der Veranstaltung? Will man informieren? Will man vernetzen? Will man konkret Pilotdestinationen ansprechen?

3.2 Gibt es Veranstaltungen, an die man sich gegebenenfalls beteiligen könnte?

- Österreichische Tourismustage im 25.-27. Mai 2020 in Wien
- ÖHV Kongress? – zu früh, da schon im Jänner
- Mitte Oktober Konferenz in Weissensee
- BÖTM Veranstaltungen finden regelmäßig statt, hier könnte man sich anschließen

3.3 Pilotprojekte, macht es Sinn, Pilotdestinationen zu schaffen?

- Wichtig ist ein Evaluierungsleitfaden, damit man prüfen kann, was bereits vor Ort ist
- Es stellt sich auch die Frage, wie die Destination definiert wird (Größe, Struktur, Stakeholder...)
- Wenn man Pilotregionen macht, sollte man nicht nur auf Große schauen, weil die Kleinen sich dann kein Beispiel nehmen können
- Gute Ideen brauchen eine Bühne, sonst bleibt es im Geheimen
- Alle Verantwortlichen vor Ort einbinden, nicht nur Tourismus-Vertreter