

Management

Pos	Frage / Antwort	Ja / Nein
1	Einführung / Hilfe Prozess & Management	
2	<p>Gibt es im Tourismusverband (TVB) eine Nachhaltigkeitskoordination bzw. ein Team, die für das Thema Nachhaltigkeit zuständig ist und es operativ bearbeitet?</p> <p>Prozess & Management</p> <p><i>Es gibt eine oder mehrere Personen, die für Nachhaltigkeit zuständig sind, aber auch andere Aufgaben im TVB wahrnehmen.</i></p>	
3	<p>Verfügt diese zuständige Person bzw. das Team über eine spezifische Ausbildung im Bereich Nachhaltigkeit?</p> <p>Prozess & Management</p>	Nein
4	<p>Bitte beschreibe die Tätigkeit der Nachhaltigkeitskoordination (Team oder Person) im TVB.</p> <p>Prozess & Management</p> <p>Mit welchen Themen beschäftigt sie sich, was sind die Schwerpunkte der Tätigkeit?</p> <p><i>Nachhaltigkeitsteam Wilder Kaiser: Mobilitätsbeauftragte: Öffentliche Mobilität (Linienbusse, Ski- & Wanderbusse), Radwegenetz Assistenz der Geschäftsführung: Nachhaltigkeitskontrolling, -berichtswesen (ESG-Bericht, diesen NH-Check, CO2-Bilanz TVB) Nachhaltigkeitskoordinatorin: Schnittstelle zu anderen TVBs, Bergbahnen, KLAR-Managerin, Reionalmanagement, TW, ÖW und weiteren Systemmpartnern. Div. Projekte von Green Event bis "Ganz klar kostbar" (Wasserprojekt) MA "Arbeiten am Wilden Kaiser": Arbeitsplatzqualität & Mitarbeiterzufriedenheit, Verein Kaiserschaff Geschäftsführung: Strategische Führung der Destination mit Lebensraumfokus. Organisationsentwicklung TVB Richtung "Nachhaltige Lebensqualität durch erfolgreichen Tourismus"., Schnittstelle zu dna (Lebensraum Lab). Flurwächter: sorgt für ein gutes, naturveträgliches Miteinander in der Region uvm</i></p> <p>Verfügt sie über ein eigenes Budget?</p> <p><i>ja</i></p> <p>Wem ist sie direkt unterstellt bzw. verantwortlich (Geschäftsführung, Vorstand, Abteilungsleitung)?</p> <p><i>Nachhaltigkeitskoordinatorin ist glz. die Tourismusmanagerin in Going und damit direkt der Geschäftsleitung unterstellt, ebenso die Assistenz der Gf. MA Mobilität & Arbeiten sowie Flurwächter sind der Abteilungsleitung "Angebot &</i></p>	

Lebensraum" unterstellt. Derzeit übt die GF (Krösslhuber) auch die Rolle des Abteilungsleiters aus.

Mit welchen Partner:innen arbeitet sie zusammen (z.B. Gemeinden, Unternehmen, Behörden etc.)?

Gemeinden (Planungsverband), umliegende TVBs, Bergbahnen, KLAR-Managerin, Regionalmanagement, Gen. Kufstein mobil, Tirol Werbung, Destinationsnetzwerk Österreich/dna (dort als Präsidiumsmitglied auch Teil der Projektgruppe "Tourismus mit Lebensraumfokus")

Orientiert sie sich am „Rahmenkonzept für Nachhaltigkeit“ der Tiroler Destinationen mit den dort definierten Handlungsfeldern?

nein

Welche Handlungsfelder werden bearbeitet bzw. bilden Schwerpunkte der Tätigkeit? Welche werden nicht bearbeitet und warum?

Bearbeitet werden:

Klimaschutz & Mobilität (eigene MA)

Abfall nur im Unternehmen TVB (Papierreduktion, Mülltrennung bei Events), nicht regional Mitarbeitende (eigene MA)

Lokale Bevölkerung

Regionalität (in Ansätzen)

Barrierefreiheit (in Ansätzen - hier fehlen uns Ressourcen & Interesse von Dritten)

Angebot- Nachfrage - Wertschöpfung

Nicht bearbeitet werden:

Abfall regional: ist nicht unser Aufgabenbereich

(Ab)Wassermanagement: ist nicht unser Aufgabenbereich

Bioverität: ist nicht unser Aufgabenbereich (Wir kooperieren mit dem Naturschutzgebiet Kaisergebirge)

Werden (wurden) auch andere, weitere Handlungsfelder (außerhalb des Rahmenkonzepts) definiert und bearbeitet?

-> Petra, bitte beantworte das Du

Werden pro Handlungsfeld Ziele und Maßnahmen definiert und wird die Zielerreichung bzw. Maßnahmen-Realisierung regelmäßig kontrolliert (Monitoring)?

Ja, es werden sowohl im Rahmen der Vier-Jahres-Strategien als auch kurzfristiger Ziel gesetzt und deren Erreichung kontrolliert. So hat jeder Abteilungsleiter 3-5 strategische Projekte, über deren Fortschritt er quartalsmäßig berichten muss.

Leider sind nur wenige dieser Ziele quantifizierbar. Wir haben etliche Zufriedenheitsziele definiert (der Touristiker, Mitarbeitenden, Einheimische, Gäste), haben aber die "Nullmessung 2025" noch nicht geschafft.

5 **Gibt es in deiner Destination ein Gremium, welches das Thema Nachhaltigkeit steuert, konkrete Inhalte, Ziele und Maßnahmen festlegt und dabei Entscheidungsträger:innen zentraler Stakeholder (z. B. Gemeinden, Tourismusverband, Unternehmen, Berufsverbände) einbindet – etwa in Form eines Sustainability Boards oder einer Steuerungsgruppe?**

Ja

Welche Stakeholder sind mit welchen Personen vertreten?

Es ist eine eigene Genossenschaft "Lebensraum Wilder Kaiser" in Vorbereitung. Es gibt 2 Genossenschafter, den Planungsverband Wilder Kaiser (mit den 4 Gemeinden) und den Tourismusverband Wilder Kaiser (mit den gleichen 4 Orten).

Gen. wurde bereits gegründet, wartet aber auf Förderzusage (aus dem LIN-Fördertopf). Go live (=MitarbeiterEinstellung) nur wenn Förderzusage kommt (Erwartet bis März 2026)

Wer führt den Vorsitz, wer moderiert Sitzungen, wer protokolliert?

Vorsitz: Obmann des TVBs

Sitzungsmoderation: GF der Genossenschaft

Protokoll: GF des TVBs

Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeitskoordination des TVB in diesem Gremium?

Wird sie mit der Ausarbeitung von Nachhaltigkeitszielen und -maßnahmen sowie dem Monitoring beauftragt? Gibt es eine klare Aufgaben- und Kompetenzverteilung zwischen diesem Gremium und der Nachhaltigkeitskoordination?

*Der/ die Gf der Genossenschaft soll der/ die Nh-Koordinator*in für die Region werden.*

Er/sie wird mit der Ausarbeitung von Nachhaltigkeitszielen und -maßnahmen sowie dem Monitoring beauftragt. ? Aufgaben- und Kompetenzverteilung zwischen diesem Gremium

und der Nachhaltigkeitskoordination: Gremium (Vorstand) gibt Strategie vor, Nh-Koor setzt um.

Wie oft finden Sitzungen statt: Welche Themen werden besprochen?

geplant: 4-6 Sitzungen pro Jahr.

Welche Beschlüsse werden gefasst und wie werden diese an welche Stakeholder kommuniziert?

tba

Gibt es ein gemeinsames Bekenntnis dieses Gremiums zur nachhaltigen Entwicklung der Destination?

Ja, sonst hätte man die gemeinsame Genossenschaft nicht gegründet.

Deren inhaltlichen Schwerpunkte sind:

a) Erarbeitung, Anpassung und Begleitung der Umsetzung einer gemeinsamen (nachhaltigen) Regionsstrategie;

b) Operative Umsetzung von Schnittstellenthemen wie Mobilität inkl. Fuß- und Radmobilität, Regionale Kreisläufe und Produkte

c) Monitoring und Reporting betreffend (regionaler) Ziele & KPIs;

d) Regionale Infrastruktur: Konsensfindung, vorausschauende Planung und Standortfindung (Energieversorgung, Energiegemeinschaften, Freizeitinfrastruktur);

e) Organisation von Dialog und Austausch im Spannungsfeld „Tourismus & Lebensraum“ (z.B. zu den Themen „naturverträglicher Bergsport“, „Regionalkultur und Tourismus“)

6 Wie hoch ist der Frauenanteil im TVB?

KPI Prozess & Management

Anzahl der Mitarbeitenden im TVB insgesamt / davon Frauen (in absoluten Zahlen)

Gesamtanzahl

Anzahl Frauen

50

40

80 %

Anzahl der Vorstandsmitglieder insgesamt / davon Frauen (in absoluten Zahlen)

Gesamtanzahl

Anzahl Frauen

4

0

0 %

Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder insgesamt / davon Frauen (in absoluten Zahlen)

Gesamtanzahl

Anzahl Frauen

12

6

50 %

Anzahl der Mitarbeitenden in der Geschäftsführung insgesamt / davon Frauen (in absoluten Zahlen)

Gesamtanzahl

Anzahl Frauen

1

0

0 %

Anzahl der Obleute insgesamt / davon Frauen (in absoluten Zahlen)

Gesamtanzahl

Anzahl Frauen

1

0

0 %

7 Gibt es einen Plan/eine Strategie mit Zielen zur Nachhaltigkeit und werden Maßnahmen und Projekte definiert, um diese Ziele zu erreichen bzw. ist eine solche Nachhaltigkeitsstrategie in Arbeit?

Ja

Prozess & Management

Bitte lade das entsprechende Dokument hoch oder teile den öffentlich zugänglichen Link.

<https://tvb.wilderkaiser.info/de/strategie-2028.html>

Dateien und Dokumente

[tvb-strategiecheck-q1-2025.docx](#)

[tvb_wilder_kaiser-selbstverstaendnis_strategie-2028_v22.docx](#)

8	<p>Werden die gesetzten Ziele und Maßnahmen neben dem NH-Check zusätzlich regelmäßig auf ihr Erreichen bzw. ihre Umsetzung überprüft und werden dazugehörige Kennzahlen (KPIs) im Rahmen eines laufenden Monitorings erhoben?</p> <p>Prozess & Management</p> <p>Wie wird dabei vorgegangen, wer ist zuständig und wie häufig findet das Monitoring statt?</p> <p><i>siehe Anhang Frage 7</i></p>	Ja
9	<p>Gibt es eine klare Information über die Aktivitäten der Destination zur Nachhaltigkeit an alle Stakeholder (Leistungspartner:innen, Bevölkerung, Gäste, Behörden, Politik, gesamte Öffentlichkeit) durch z.B. einen Nachhaltigkeitsbericht o.ä.?</p> <p>Prozess & Management</p>	Nein
10 KPI	<p>Gibt es eine Übersicht zu zertifizierten Unterkünften in der Destination? (Österreichisches Umweltzeichen, EU Ecolabel, GreenKey)</p> <p>Prozess & Management</p> <p>Wie viele zertifizierte Betriebe gibt es?</p> <p>7</p> <p>Gibt es Maßnahmen des TVB, um Betriebe im Zertifizierungsprozess zu unterstützen bzw. sind Maßnahmen geplant?</p> <p><i>Der Tourismusverband Wilder Kaiser fördert alle Betriebe finanziell und organisatorisch (Begleitung), die sich mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifizieren lassen wollen.</i></p> <p>Persönliche Notiz</p> <p><i>Österreichisches Umweltzeichen: Stanglwirt, Postwirt Söll, Kaisermoments, Hotel Kaiser, Kaiserlodge, Apartments Hubenhof, Apartementaus Residenz Theresa</i></p>	Ja
11	<p>Wurde (wird) analysiert, in welcher Form der zu erwartende Klimawandel die Entwicklung der Destination beeinflusst?</p> <p>Prozess & Management</p> <p>Existiert ein Maßnahmenpaket (oder ist eines geplant), welches die Anpassung an die zu erwartenden Folgen des Klimawandels vorantreibt?</p> <p><i>in zwei Bereiche ja:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1. Umgang mit zunehmender Hitze im Sommer</i> <i>2. Absicherung des tour. Geschäftsmodells bei Rückgang der Naturschneemengen /-tagen</i> <p>Welche Stakeholder waren (sind) an der Erarbeitung einer solchen Klimawandelanpassungsstrategie beteiligt?</p> <p><i>Gemeinden, Berbahnen, TVB</i></p> <p>Sind Risiko-, Krisenmanagement- und Notfallpläne Teil dieser Strategie?</p>	Ja

nein, diese liegen zu 100% bei den Gemeinden bzw. Bergbahnen
TVB hat bei Geosphere Austria eine lokale Klimastudie mit Fokus Schneehöhen bis 2090 in Auftrag gegeben und bereits erhalten. Diese dient zu für Investitionsentscheidungen (Loipengeräte neu)

An welche Stakeholder wird (wurde) diese Klimawandelanpassungsstrategie kommuniziert?

ad 1) Alle Menschen in der Region (Bürger, Zweitwohnbesitzer, Saisonarbeiter, Gäste)
ad 2) die tour. Mitglieder des TVBs

12 Möchtest du weitere Good Practice Beispiele oder Inspirationen für andere Tourismusverbände in der Kategorie Management teilen?

Sonstige

Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit

Pos	Frage / Antwort	Ja / Nein
1 KPI	<p>Wie hat sich die Bettenanzahl in den letzten Jahren entwickelt? Angebot</p> <p>Entwicklung der Betten 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024 in %)</p> <p>6,7 %</p> <p>Entwicklung der Betten nach Unterkunftsart (1984 bis 2024)</p> <p><i>Ferienwohnungen: 28,7%</i> <i>4/5 Stern Hotel: 22,1 %</i> <i>3 Stern Hotel: -28,7%</i> <i>2/1 Stern Hotel: -16%</i> <i>Privatquartier: -29,9%</i> <i>Übrige Unterkünfte: -45,1% (statistischer Effekt)</i></p>	
2 KPI	<p>Wie haben sich die Nächtigungen in den letzten 10 Jahren entwickelt? Nachfrage</p> <p>Entwicklung der Nächtigungen 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024 absolut)</p> <p>101283</p> <p>Entwicklung der Nächtigungen 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024 in %)</p> <p>5,3 %</p>	
3 KPI	<p>Wie hat sich die Auslastung in den letzten 10 Jahren entwickelt (Winter/Sommer/Gesamtjahr)? Nachfrage</p> <p>Stand der Auslastung in Vollbelegstagen 2024 (absolut)</p> <p>147</p> <p>Entwicklung der Auslastung Sommer (in Vollbelegstagen) 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024)</p> <p>7</p>	

Entwicklung der Auslastung Winter (in Vollbelegtagen) 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024)

-11

Entwicklung der Auslastung (in Vollbelegtagen) Tourismusjahr 10 Jahre (Basis 2014/15/16 zu 2024)

-4

4 Stand des Beherbergungsumsatzes

KPI Nachfrage

Anteil am Beherbergungsumsatz Tirols (in %) 2024

4,6

Beherbergungsumsatz (in €) pro Nacht 2024

88

Beherbergungsumsatz (in €) pro Bett 2024

13231

5 Gesamthafte Einschätzung zum wirtschaftlichen Erfolg

Wertschöpfung

Welche Bereiche (Nächtigungen, Betten(struktur), Auslastung, Umsatz) sieht der TVB als Stärke, welche als Schwäche?

Stärken:

Bettenstruktur (viele Privatvermieter, aber auch etliche 4s- und 5-Stern-Häuser)

Überdurchschnittlich gute Auslastung im Mai/ Juni & September/ Oktober

Gute Sommerauslastung, Steigerung der Wertschöpfung pro Nacht in den letzten 10 Jahren

Wirtschaftlich sehr gut aufgestellte Bergbahnen mit langen Öffnungszeiten

innere regionale Mobilität

Schwächen:

Schlechte und weiter rückläufige Auslastung im Dezember und im März, damit bedrohliche Verkürzung der Skisaison

Bis auf wenige Ausnahmen kaum Differenzierung im Beherbergungsbereich

Starke Abhängigkeit vom deutschen Markt (Sommer > 82%)

Sinkende Gastroplätze pro Bett ohne Halbpension

Wie schätzt der TVB die Entwicklung der Wettbewerbsfähigkeit bzw. Positionierung der Destination bis heute und in den nächsten Jahren ein?

Sehr gute Wettbewerbsfähigkeit:

Sommertourismus (Erreichbarkeit, Angebot für Wanderer, Familien, Sommerfrischler).

Alleinstellungsmerkmal & -urlaubsthema "Bergdoktor", Marke & Profilierung: Durchschnitt
Übergabe an nächste Generation in den Leitbetrieben gesichert

Schlechte Wettbewerbsfähigkeit

Skitourismus (Klimawandel, fehlende Höhe und Natuschnee), kurze Saison (Anm: positiv ist das zweite Standbein Tagesgäste Bergbahn).

Gesamt: Ziel: Nicht Ganzjahrestourismus, sondern zwei starke Saisonen; Touristiker sind größtenteils satt

Mit welchen Maßnahmen plant der TVB, die Wettbewerbsfähigkeit der Destination auch in Zukunft zu sichern? Nenne dazu die zentralen Projekte.

Winter: Thema Skifahren absichern (durch Internationalisierung - Irland, Slowakei, Tschechien, Polen) & Spezialisierung (Gemeinsames Erlebnis statt sportliche Höchstleistungen)

MärzPLUS: Hybrides Angebot "Winter am Berg - Frühling im Tal"

Sommer: Intensivere Nutzung des USP Themas "Bergdoktor" (Filmmuseum, Hans Sigl als Testimonial)

Ganzjährig: Investition in die Markenkernschärfung, u.a. durch Investitionen in noch bessere Vor-Oet-Mobilität

Welche Chancen und Gefahren sieht der TVB für den wirtschaftlichen Erfolg, insbesondere auch in Bezug auf Aspekte der Nachhaltigkeit (z.B. Klimawandel, Biodiversitätsverlust, Verfügbarkeit von Arbeitskräften, Tourismusakzeptanz, Betriebsnachfolge)?

Siehe dazu: tvb.wilderkaiser.info/strategie

Welche gesamthafte Einschätzung zum wirtschaftlichen Erfolg ergibt sich aus den zentralen Kennzahlen?

Perspektive für Beherbergung und touristische Dienstleister bzw. schneeunabhängigen Tourismus sind gut

Perspektive für schneeabhängigen Tourismus und die damit verbundenen Anbieter (Bergbahnen, Skiverleih, Skischulen, Skihütten) ist neutral bis schlecht

6

Tourismuseinstellung Bevölkerung

KPI

Wie hoch ist die Tourismusintensität (durchschnittliche Übernachtungen pro Einwohner:in) in der Destination?

2024

197

Wie hoch ist die Tourismusakzeptanz in der Destination (Tourismusakzeptanz-Index)?

2024

70,75

Welche Rückschlüsse ziehst du aus diesen beiden KPIs?

Da sich der TVB Wilder Kaiser seit 2017 glaubhaft für einen "Tourismus mit Verantwortung und Lebensraum-Fokus" einsetzt, erachte ich die Tourismusgesinnung in der Region als gut. Gutes Beispiel dafür ist die sehr sachliche und wertschätzend geführte Diskussion im Vorfeld der Bürgerbefragung zu einem Hotelprojekt, die mit einem knappen "Ja" für die Weiterverfolgung des Projektes geendet hat.

Die Aufrechterhaltung des Lebensraumfokus in den nächsten Jahren, in denen die ökonomische Säule des Tourismus mehr Aufmerksamkeit brauchen wird, ist sicher herausfordernd.

7 Wie wird die lokale Bevölkerung vom TVB zum Thema Nachhaltigkeit informiert?

Tourismuseinstellung Bevölkerung

über folgende Kanäle:

Eigenen "Dahoam-Newsletter"

Monatliche Kolummne in der Ellmauer Zeitung

Lokale Pressearbeit

Social Media Arbeit (LinkedIn, Facebook, Instagram)

regelmäßige Postwürfe

unregelmäßige Informationsveranstaltungen

Plakate bei 6 Bushaltestellen in der Region - wechselnd alle 6 Monate

Wilder Kaiser TV im lokalen Kabelnetz

8 Welche Möglichkeiten zur Teilhabe an Nachhaltigkeitsinitiativen werden der lokalen Bevölkerung angeboten?

Tourismuseinstellung Bevölkerung

Über die von TVB organisierte BürgerCard steht der lokalen Bevölkerung (und über die StaffCard den Mitarbeitenden) die Teilnahme an allen Aktivprogrammen offen.

Zu konkreten Konfliktthemen (z.B Lautstärke von Events) werden die Bürger eingeladen

9 Tourismuseinstellung Bevölkerung

Welcher Mehrwert bzw. Nutzen ergibt sich für die lokale Bevölkerung bei der Nutzung der (kommunalen bzw. tourismusfinanzierten) Freizeitanlagen (z.B. Jahreskarten, spezielle Rabatte etc.)?

Den Mehrwert bzw. Nutzen durch die Nutzung der (kommunalen bzw. tourismusfinanzierten) Freizeitanlagen, muss jeder Bürger für sich bewerten.

Mit der BürgerCard erhalten Bürger die gleichen Rabatte wie die Gäste mit der Gästekarte.

Darüber hinaus können sich Bürger 10x pro Jahr beim TVB kostenlos ein VVT-Ticket für ganz Tirol ausleihen.

Für Familien gibt es in Zusammenarbeit von Bergbahnen & Gemeinden das kostengünstige "Aus&Raus-Ticket" für Freizeiteinrichtungen.

Wie wird der Mehrwert/Nutzen der lokalen Bevölkerung gezielt kommuniziert?

ja (ausgenommen Aus&Raus-Ticket)

10 Wie wird die lokale Bevölkerung in die Entwicklung des Tourismus in der Destination einbezogen? Beschreibe die entsprechenden Aktivitäten und Initiativen (z.B. durch

	<p>Befragungen, Workshops etc.). Tourismuseinstellung Bevölkerung</p> <p><i>Prozess "Lebensqualität am Wilden Kaiser"</i> <i>siehe auch: https://tvb.wilderkaiser.info/de/dahoam.html</i></p>													
11	<p>Gibt es Maßnahmen zur Rekrutierung und Unterstützung der Beschäftigten („Employer Branding“) bzw. sind solche vom TVB geplant? Mitarbeitende</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p><i>Für den Bereich "Arbeiten am Wilden Kaiser/ regionales Employer Branding" gibt es eine eigene Mitarbeitern (20h), die auch die Angebotsgruppe "Kaiserschaft - attraktives Arbeiten im Tourismus" und die StaffCard betreut.</i> <i>siehe dazu: https://tvb.wilderkaiser.info/de/arbeiten.html</i></p> <p><i>Wir sind auch wichtiger Partner beim "Tag der offenen Betriebetür" in Ellmau & Going mit 500 Schülern</i></p>	Ja												
12 KPI	<p>Wie hat sich die Zahl der Erwerbstätigen im Tourismus in den letzten 10 Jahren entwickelt? Mitarbeitende</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>2011</th> <th>2021</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">805</td> <td style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">1129</td> <td style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;">1054</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Entwicklung von 2011 auf 2021</td> <td>Entwicklung von 2021 auf 2022</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px;">40 %</td> <td style="border: 1px dashed black; border-radius: 10px; padding: 5px;">-7 %</td> </tr> </tbody> </table>	2011	2021	2022	805	1129	1054	Entwicklung von 2011 auf 2021		Entwicklung von 2021 auf 2022	40 %		-7 %	
2011	2021	2022												
805	1129	1054												
Entwicklung von 2011 auf 2021		Entwicklung von 2021 auf 2022												
40 %		-7 %												
13	<p>Gibt es seitens des TVB Maßnahmen zur Bereitstellung attraktiver Unterkünfte für Mitarbeitende bzw. sind diese geplant? Mitarbeitende</p> <p>Bitte beschreibe die diesbezüglichen Aktivitäten auf TVB/unternehmerischer/kommunaler oder kooperativer Ebene.</p> <p><i>Reine Vermittlungstätigkeit von Personalunterkünften im Partnerportal</i></p>	Ja												
14	<p>Einführung / Hilfe Sonstige</p>													
15 KPI	<p>Regionalität</p> <p>Wie viele Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe mit gastronomischem Angebot in der Destination nehmen an Regionalitäts-Initiativen wie „Bewusst Tirol“, „AMA - QHS für die Gastronomie“ oder „Bio Austria“ teil?</p> <p>11</p> <p>Werden die Initiativen zur Verwendung regionaler Produkte und freiwilligen Herkunftskennzeichnung aktiv unter den Betrieben beworben?</p>													

Ja, über das Projekt "Marktplatz" www.wilderkaiser.info/de/region/marktplatz.html werden Produzenten und Betriebe vernetzt. Es wurde eine WhatsApp-Gruppe gegründet, in der sich Produzenten und Betriebe unkompliziert austauschen können. So können die Küchenchefs direkt mitteilen, was sie gerade brauchen, und die Produzenten informieren, welche Produkte wann verfügbar sind. Auf diese Weise wird der direkte Draht zwischen Landwirtschaft und Gastronomie gestärkt, Transportwege werden verkürzt, und regionale Produkte kommen noch leichter in die Küchen der Betriebe.

Eine b2b Regionalitätmesse in Kooperation mit den Initiativen KochART & Kaiserweis ist in Vorbereitung

Werden die Initiativen zur Verwendung regionaler Produkte und freiwilligen Herkunftskennzeichnung aktiv für die Gäste beworben?

Ja, Auf unserer Website wird über die Initiativen zur Verwendung regionaler Produkte informiert: <https://www.wilderkaiser.info/de/region/marktplatz.html>

Mit der Plattform „Marktplatz Wilder Kaiser“ geben wir Gästen und Einheimischen eine einfache Möglichkeit, herauszufinden, wo, wann und bei wem regionale Produkte erhältlich sind. Zudem werden die Anbieter*innen und ihre innovativen Betriebe laufend portraitiert und aktiv beworben, um die Wertigkeit regionaler Produkte für Gäste erlebbar zu machen und die Herkunft transparent sichtbar zu machen.

Zusätzlich bietet der TVB geführte "Genuss-Wanderungen&Radtouren" (und Radtouren) an, bei denen die Anbieter ihre Produkte vorstellen.

16	<p>Gibt es Initiativen und Unterstützungsmaßnahmen zur Erhöhung des Anteils regionaler (tiroler, österreichischer) Produkte in der Hotellerie und Gastronomie oder sind entsprechende Maßnahmen geplant?</p> <p>Regionalität</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p>Ja, über das Projekt Marktplatz werden Produzenten und Betriebe vernetzt. Es wurde eine WhatsApp-Gruppe gegründet, in der sich Produzenten und Betriebe unkompliziert austauschen können. So können die Küchen direkt mitteilen, was sie gerade brauchen, und die Produzenten informieren, welche Produkte wann verfügbar sind. Auf diese Weise wird der direkte Draht zwischen Landwirtschaft und Gastronomie gestärkt, Transportwege werden verkürzt, und regionale Produkte kommen noch leichter in die Küchen der Betriebe.</p>	Ja
17	<p>Welche Initiativen gibt es zur Förderung und Unterstützung bäuerlicher Direktvermarktung wie Bauernmärkte oder Hofläden?</p> <p>Regionalität</p> <p>Projekt Marktplatz: die Anbieter*innen und ihre innovativen Betriebe werden laufend portraitiert und aktiv beworben, um die Wertigkeit regionaler Produkte für Gäste erlebbar zu machen und die Herkunft transparent sichtbar zu machen. Es gibt Routenvorschläge und geführte Touren sowie Frühstückskörbe.</p>	
18	<p>Wie wird Inklusion und Barrierefreiheit in der Entwicklung deiner Destination priorisiert? Welche Maßnahmen ergreift der TVB, um eine inklusive Umgebung für alle Gruppen an Besuchenden zu gewährleisten?</p> <p>Barrierefreiheit</p>	

In der Vergangenheit haben wir Betriebe organisatorisch und finanziell bei der Umsetzung und Zertifizierung im Bereich Barrierefreiheit unterstützt. Dieses Projekt ruht (aus Kapazitätsgründen) aber derzeit.

Wir bemühen uns über Bilder und Piktogramm die vorhandene bzw. nicht vorhandene Barrierefreiheit von touristische Infrastruktur darzustellen.

Unsere Infobüros und unsere Website sind barrierefrei.

19 Bietet die Destination inklusive Angebote für...

Barrierefreiheit

Menschen mit körperlichen Behinderungen?

Auf unserer Website wird über Barrierefreiheit am Wilden Kaiser informiert:

<https://www.wilderkaiser.info/de/service/barrierefreiheit-am-wilden-kaiser.html>

Es gibt barrierefreie Unterkünfte, Restaurants, Transportmittel, Ausflugsziele und Wanderwege

Menschen mit Hörbehinderung/Gehörlosigkeit?

nein

Menschen mit Sehbehinderung/Blindheit?

barrierefreie Website des TVBs

Menschen mit Lernschwierigkeiten?

nein

Menschen mit psychosozialen Beeinträchtigungen?

nein

20 Wie wird digitale Barrierefreiheit im TVB umgesetzt?

Barrierefreiheit

Inwieweit wurde bei der Gestaltung der Website des TVB darauf geachtet, dass die Inhalte für alle Nutzer:innengruppen, einschließlich Personen mit Einschränkungen, leicht zugänglich und gut verständlich sind?

*Unsere Website entspricht allen gesetzlichen Voraussetzungen bzgl. Barrierefreiheit. Es wurde gezielt darauf geachtet, dass die Inhalte für alle Nutzer*innengruppen, einschließlich Personen mit Einschränkungen, leicht zugänglich und gut verständlich sind. Es wurden übersichtliche Strukturen, klare Navigationselemente und eine einfache Sprache eingesetzt, um die Inhalte auch für Menschen mit kognitiven Einschränkungen oder geringer Online-Erfahrung zugänglich zu machen.*

Zudem wird auf Barrierefreiheit geachtet, indem beispielsweise kontrastreiche Darstellungen, gut lesbare Schriftgrößen und eine mobile Optimierung verwendet werden. Ziel ist es, allen Gästen die Information über die Angebote und Initiativen des TVB Wilder Kaiser unabhängig von individuellen Einschränkungen zugänglich zu machen und eine einfache Nutzung zu ermöglichen.

	<p>Kann auf der Website/Buchungsplattform der Destination zielgerichtet nach Angeboten für Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen (körperliche Behinderung, Hörbehinderung/Gehörlosigkeit, Sehbehinderung/Blindheit, Lernschwierigkeiten, psychosoziale Beeinträchtigungen) gefiltert werden?</p> <p><i>Ja: https://www.wilderkaiser.info/de/service/barrierefreiheit-am-wilden-kaiser.html</i></p>	
21	<p>Welche Maßnahmen und Initiativen gibt es bzw. sind geplant, um die Destination inklusiver zu gestalten? Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p>Barrierefreiheit</p> <p><i>Es ist die Gründung einer Lebensraum Genossenschaft (TVB & Gemeinden) in Vorbereitung, die sich u.a. um das Thema Barrierefreiheit für Einheimische und Gäste kümmern soll.</i></p>	
22	<p>Möchtest du weitere Good Practice Beispiele oder Inspirationen für andere Tourismusverbände in der Kategorie sozio-ökonomische Nachhaltigkeit teilen?</p> <p>Sonstige</p> <p><i>Die #wirzusammen-Philosophie bzw. Kampagne des TVBs www.wilderkaiser.info/wirzusammen</i></p>	

Kulturelle Nachhaltigkeit

Pos	Frage / Antwort	Ja / Nein
1	<p>Leistet der TVB einen Beitrag zum Schutz, zur Erhaltung und Verbesserung von Kulturstätten und Traditionen?</p> <p>Kultur</p> <p>Welchen Beitrag leistet der TVB (Förderungen/Subventionen/Projekte)?</p> <p><i>Veranstalter von Handwerkskunstmarkt, Almatrieb, Weihnachtsmärkten, Dorfabenden, Konzerten....</i></p> <p><i>Veranstalter Herztakt-Festival</i></p> <p><i>Zuschüsse und Sponsoring für Vereine, Kirche- und Denkmalpflege</i></p> <p><i>Mitglied und Sponsor der Initiative netzwerkHandwerk</i></p>	Ja
2	<p>Verfügt der TVB bzw. die Destination über ein eigenes Verzeichnis bedeutender Kulturgüter aus der eigenen Region?</p> <p>Kultur</p> <p>Wie bzw. über welche Kanäle werden diese kommuniziert (z.B. TVB-Website, Prospekte o.ä.)?</p> <p><i>Website www.wilderkaiser.info, Folder Kapellenweg</i></p>	Ja
3	<p>Wird das immaterielle Kulturerbe in der Destination aktiv geschützt und gepflegt?</p> <p>Kultur</p> <p>Welche Maßnahmen werden dafür ergriffen oder sind geplant?</p> <p><i>Neues Projekt: REvitalisierung der 100jährige und seit 30 Jahren verlassenen Sennerei im Söller Ortsken inkl. interaktiver Ausstellung zum Thema Söll - Landwirtschaft - Tourismus</i></p> <p><i>Handwerkskunstmarkt (nahezu vergessene Handwerke wie Pilotenschlagen, Federkielsticken, Dogglmachen oder Drechseln werden gepflegt und erhalten).</i></p> <p><i>Platzkonzerte der Blasmusikkapellen</i></p> <p><i>Div. Aktivprogrammpunkte (Almpfleger, Besuch beim Biobauern, artenreich, Waldbaden...)</i></p>	Ja
4	<p>Arbeitet der TVB mit Kulturschaffenden zusammen, um regionale Traditionen, Veranstaltungen und Kulturinitiativen in den Tourismus einzubinden und sichtbar zu machen?</p> <p>Kultur</p> <p>Werden solche Kulturinitiativen finanziell oder kommunikativ unterstützt, um ihre Reichweite und Wirkung zu verstärken?</p> <p><i>Mehrtägige Veranstaltung Herztak in Zusammenarbeit mit Kapellmeister Norbert Amann</i></p> <p><i>Zusammenarbeit mit der Ortschronisitin von Ellmau Sabina Moser zur Ausstellung "Filmdorf</i></p>	Ja

	<i>Ellmau"</i>	
5	<p>Werden seitens des TVB Maßnahmen zum Schutz des Ortsbildes, zur Baukultur und zur Raumqualität (ästhetisches Gesamtbild) ergriffen oder unterstützt?</p> <p>Kultur</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen. Wird dabei mit den Gemeinden zusammengearbeitet?</p> <p><i>Autofreie Ortszentren</i></p> <p><i>Beim Bau neuer TVB-Büros (aktuell Going und Söll) wird gezielt darauf geachtet, dass Architektur und Materialwahl zur regionalen Baukultur und zum gewachsenen Ortsbild passen.</i></p> <p><i>Architekturwettbewerb zum (nicht realisierten) Projekt "wirzusammen-Haus"</i></p> <p><i>Revitalisierung der Alten Sennerei in Söll</i></p>	Ja
6	<p>Möchtest du weitere Good Practice Beispiele oder Inspirationen für andere Tourismusverbände in der Kategorie kulturelle Nachhaltigkeit teilen?</p> <p>Sonstige</p> <p><i>Errichtung funktionaler, nachhaltiger und ästhetischer Bushaltestellen in Zusammenarbeit mit der Tirol Werbung und snohetta</i></p>	

Ökologische Nachhaltigkeit | Schutz von Natur und Landschaft

Pos	Frage / Antwort	Ja / Nein
1	<p>Gibt es in der Destination Maßnahmen zur Besucherlenkung (z.B. durch Dynamic Pricing, Einlassregulierung, etc.) oder sind solche geplant?</p> <p>Biodiversität & Landschaftsschutz</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p><i>Fahrverbote und (vorausschauende) temporäre Straßensperren im Bereich Hintersteiner See</i></p> <p><i>Kommunikationsstrategie an Gäste vor Ort zur besseren räumlichen & zeitlichen Verteilung (Bsp. Ausflugsziel Hintersteiner See wir vor Ort NICHT vorgeschlagen)</i></p>	Ja
2	<p>Gibt es eine Zusammenarbeit mit Naturschutzakteur:innen?</p> <p>Biodiversität & Landschaftsschutz</p> <p>Mit welchen Naturschutzakteur:innen verfolgt ihr welche Kooperationen / Maßnahmen / Ziele?</p> <p><i>* Flurwächter</i></p> <p><i>* Wir haben mit den Naturschutzbetreuern vom Land Tirol zusammengearbeitet, leider sind die Stellen momentan nicht besetzt.</i></p> <p><i>* Zusammenarbeit mit Bundesforste</i></p> <p><i>* Zusammenarbeit mit KLAR (zB hatten wir im Frühjahr ein Veranstaltung zur Aufklärung bzgl. Hagelschäden)</i></p> <p><i>* Alpenverein (Videos zur Sicherheit am Berg)</i></p> <p><i>* Organisation von Moorführungen und Almpflege Projekten</i></p> <p><i>* Bildungsangebote wie Besuch von Biobauernhof und artenreich</i></p>	Ja
3 KPI	<p>Wie hoch ist der Anteil der Schutzgebietsflächen (in %) an der Gesamtfläche der Destination? (Jahr 2024)</p> <p>Biodiversität & Landschaftsschutz</p> <p>16,8 %</p>	

4	<p>Werden Informationen über gefährdete Tier- und Pflanzenarten in der Region vom TVB proaktiv kommuniziert?</p> <p>Biodiversität & Landschaftsschutz</p> <p>Wie bzw. über welche Kanäle werden diese kommuniziert (z.B. TVB-Website, Prospekte o.ä.)?</p> <p><i>Broschüre: Naturschutzgebiet Kaisergebirge gemeinsam mit TVBs Kufsteinerland, Kaiserwinkl, St. Johann</i></p> <p><i>Diverse SoMe Beiträge</i></p>	Ja
---	---	----

5 KPI	<p>Biodiversität & Landschaftsschutz</p> <p>Wie entwickelt sich die Almfutterfläche absolut (in ha) in der Destination?</p> <p style="text-align: center;">Almfutterfläche in ha</p> <table border="0"> <tr> <td style="width: 100px;">2017</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; width: 150px; text-align: center;">1394 ha</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2018*</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1397 ha</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2019*</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1380 ha</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2020*</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1360 ha</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2021*</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1361 ha</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2022*</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1361 ha</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2023</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1389 ha</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td style="border: 1px solid gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1389 ha</td> <td></td> </tr> </table> <p>Wie entwickelt sich die Almfutterfläche prozentual (in %) in der Destination?</p> <table border="0"> <thead> <tr> <th style="width: 100px;"></th> <th style="text-align: center; border-bottom: 1px dashed gray;">Almfutterflächen in ha</th> <th style="text-align: center; border-bottom: 1px dashed gray;">Entwicklung der Almfutterfläche zum Vorjahr</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2017</td> <td style="border: 1px dashed gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1394 ha</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2018*</td> <td style="border: 1px dashed gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1397 ha</td> <td style="border: 1px dashed gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">0 %</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> <tr> <td>2019*</td> <td style="border: 1px dashed gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">1380 ha</td> <td style="border: 1px dashed gray; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">-1 %</td> <td style="padding-left: 20px;">optional</td> </tr> </tbody> </table>	2017	1394 ha		2018*	1397 ha	optional	2019*	1380 ha	optional	2020*	1360 ha	optional	2021*	1361 ha	optional	2022*	1361 ha	optional	2023	1389 ha		2024	1389 ha			Almfutterflächen in ha	Entwicklung der Almfutterfläche zum Vorjahr		2017	1394 ha			2018*	1397 ha	0 %	optional	2019*	1380 ha	-1 %	optional
2017	1394 ha																																								
2018*	1397 ha	optional																																							
2019*	1380 ha	optional																																							
2020*	1360 ha	optional																																							
2021*	1361 ha	optional																																							
2022*	1361 ha	optional																																							
2023	1389 ha																																								
2024	1389 ha																																								
	Almfutterflächen in ha	Entwicklung der Almfutterfläche zum Vorjahr																																							
2017	1394 ha																																								
2018*	1397 ha	0 %	optional																																						
2019*	1380 ha	-1 %	optional																																						

2020*	1360 ha	-1 %	optional
2021*	1361 ha	0 %	optional
2022*	1361 ha	0 %	optional
2023	1389 ha	2 %	
2024	1389 ha	0 %	
Entwicklung 2017 bis 2024		0 %	

Persönliche Notiz

Beim Nachhaltigkeits-Check für 2023 wurden die Zahlen „nach Betriebsitz“ verwendet (nicht wie in der Erläuterung erklärt nach „Almen“ Zeile 80 der Spalte B). Daher habe ich alle Zahlen neu eingefügt.

6 KPI Wie viele landwirtschaftliche Betriebe gibt es in der Region? (absolute Anzahl im Zeitverlauf 2010 - 2020)
Biodiversität & Landschaftsschutz

2010	2020
346	347
Entwicklung von 2010 auf 2020	
0 %	

7 Maßnahmen zur Unterstützung der Landwirtschaft in der Destination (neben den Regionalitätsmaßnahmen)
Biodiversität & Landschaftsschutz

Wird die Alpfung (gemeindeeigen oder privat bzw. genossenschaftlich) unterstützt, um Almfutterflächen stabil zu halten?

Ideel, aber nicht finanziell

Gibt es Programme oder Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit (nicht nur touristisch bewirtschafteten) Almen, wie Führungen, Tage der offenen Stalltür oder Almwanderungen? Wie werden diese Aktivitäten finanziell abgegolten?

*Von KLAR organisiert und vom TVB finanziert: Ein Vormittag als Almpfleger*in. Die Aktivität ist für Gäste kostenlos. (wird über KLAR! organisiert).*

vom TVB beworben:

Alm Weiß - Silleralm Käsegenuss Tour

Schnapsverkostungen

Besuch im AlmVieh-Theater

Viele (Lehr)angebote im Hexenwass (von Bienenstock bis Regenwurm)

Werden Abgeltungen im Zusammenhang mit Tourismus- und Freizeitnutzung an Landwirt:innen ausbezahlt und wofür (z.B für Bikestrecken - Tiroler Mountainbikemodell, (Winter)Wanderwege oder Loipen etc.)?

Ja, es werden Abgeltungen an Landwirt:innen (Grundbesitzer) für Bikestrecken, Winterwanderwege und Loipen bezahlt.

Besteht ein Dialog des TVB mit Landwirt:innen (institutionalisierter, persönlicher Austausch o.ä.)?

Nein

Anm: 2023 wurde aber eine umfangreiche Studie zur "Tourismusgesinnung von Landwirten (durchgeführt von Theresa Mitterer-Leitner) in Auftrag gegeben.

8 KPI Wie hoch ist der Anteil der Flächeninanspruchnahme (in %) am Dauersiedlungsraum der Destination? (Jahr 2022)

Biodiversität & Landschaftsschutz

18 %

9 KPI Wie hoch ist der Anteil der versiegelten Fläche (in %) am Dauersiedlungsraum? (Jahr 2022)

Biodiversität & Landschaftsschutz

11 %

10 Wird die Nutzung der Gebäude in den Gemeinden der Destination (periodisch) erfasst und lässt sich daraus das Ausmaß der Flächeninanspruchnahme für Gebäude für die Beherbergung von Gästen ableiten?

Biodiversität & Landschaftsschutz

nein, aber wir versuchen die vorhandenen Flächen bestmöglich zu nutzen indem:

* wir die Auslastung von Gästebetten erhöhen

* Freizeitwohnsitzler ermutigen/ unterstützen ihre Wohnung zu vermieten, wenn sie nicht da sind

* Wir Besitzer geschlossener oder unprofitabler Berherbergungsbetrieb unterstützen, daraus Mitarbeiterwohnungen zu machen

* Wir grundsätzlich die Privatvermietung durch breite Beratung (inkl. 2 VZ-Vermietercoaches) zu unterstützen.

11 Werden gezielte Maßnahmen zur nachhaltigen Vor-Ort-Mobilität im TVB umgesetzt?
Klimaschutz & Mobilität

Ja

Bitte beschreibe die Maßnahmen zur Reduktion des PKW-Verkehrs in der Destination (Parkraumbewirtschaftung, Straßensperrungen etc.).

Parkraumbewirtschaftung an den Wanderstartplätzen

Straßensperre am Hintersteiner See (in der Hauptsaison)

Konzept für 20 neue, attraktive Bushaltestellen (in Zusammenarbeit mit TW), 2 schon umgesetzt

Optimierung des Linienverkehrs mit VVT (Taktung, Direktverbindungen)

Regionärer Ellmau (30 Min kostenlos) - Projekt 2025 wegen Erfolglosigkeit eingestellt

Bitte beschreibe die Maßnahmen zur Nutzung des ÖPNV (Linienverkehr, tour. Sonderbusse, Rufbusse, Anrufsammeltaxi etc.).

Kostenlose Vor-Ort-Mobilität für alle Gäste, Mitarbeiter und Einheimische (mit Gäste-, Bürger-, StaffCard): Kaiserjet, Wanderbusse, Skibusse

Taxi-Gutscheine in der Nebensaison (auf GästeCard)

Kostenlose Nutzung der Öffis in der Region (Kufstein, Wörgl, St. Johann, Kitzbühel) mit der GästeCard

kostenloser Verleih VVT Tickets für Einheimische und Staff

Bitte beschreibe die Lösungen für die letzte Meile (Hotelshuttle, Taxiunternehmen, Bahnhofshuttle etc.).

Angebot: Shuttle-Transfer zur Unterkunft und zurück zum Bahnhof (bei Buchung der Grünen Anreise in über 150 Betrieben kostenlos)

ostenlose Nutzung der Öffis in der Region (Kufstein, Wörgl, St. Johann) mit der GästeCard, auch bei Anreise

12 Gibt es ein schriftlich verfasstes Mobilitätskonzept, das einen Zielpfad inklusive Maßnahmen zur Reduktion des (touristischen) Verkehrs verfolgt?
Klimaschutz & Mobilität

Ja

Wo ist dieses Konzept öffentlich einsehbar? (Link)

<https://tvb.wilderkaiser.info/de/strategie-2028.html>

13 Wie ist die Bevölkerung mit dem öffentlichen Verkehr angebunden? (in ÖV-Güteklassen - Jahr 2024)

KPI

Klimaschutz & Mobilität

Güteklasse A (Hochrangige ÖV-Erschließung)

Anzahl Personen

Güteklasse B (Hochrangige ÖV-Erschließung)

Anzahl Personen

Güteklasse C (Sehr gute ÖV-Erschließung)

Anzahl Personen

<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0 %"/>
--------------------------------	----------------------------------

Güteklasse D (Gute ÖV-Erschließung)

Anzahl Personen

<input type="text" value="388"/>	<input type="text" value="4 %"/>
----------------------------------	----------------------------------

Güteklasse E (Sehr gute Basiserschließung)

Anzahl Personen

<input type="text" value="2026"/>	<input type="text" value="20 %"/>
-----------------------------------	-----------------------------------

Güteklasse F (Gute Basiserschließung)

Anzahl Personen

<input type="text" value="2587"/>	<input type="text" value="25 %"/>
-----------------------------------	-----------------------------------

Güteklasse G (Basiserschließung)

Anzahl Personen

<input type="text" value="3250"/>	<input type="text" value="32 %"/>
-----------------------------------	-----------------------------------

keine Abdeckung

Anzahl Personen

<input type="text" value="1976"/>	<input type="text" value="19 %"/>
-----------------------------------	-----------------------------------

14	Wird die Verkehrsmittelwahl der Gäste (Anreise und/oder Vor-Ort-Mobilität) standardisiert erhoben (z.B. durch T-Mona)?	Ja
-----------	---	-----------

KPI
Klimaschutz & Mobilität

Wie wird die Verkehrsmittelwahl der Gäste erhoben?

Alle 4 Jahre in der T-Mona Umfrage

Wie hoch ist der Anteil von öffentlichen Verkehrsmitteln (in %) bei der Anreise?

<input type="text" value="86 %"/>	PKW
-----------------------------------	-----

<input type="text" value="2 %"/>	Organisierter Reisebus
----------------------------------	------------------------

0 %	Fernbus/Linienbus
4 %	Flugzeug
4 %	Bahn
2 %	Wohnwagen/Wohnmobil
1 %	Motorrad
1 %	Anderes

Wie hoch ist der Anteil der Verkehrsmittelnutzung (in %) vor Ort?

72 %	PKW
1 %	Mietwagen
25 %	Öffentliche Nahverkehrsmittel (Linienbus, U-Bahn, Straßenbahn)
58 %	Touristische Mobilitätsangebote (Skibus, Wanderbus etc.)
16 %	Taxi
4 %	Öffentliches Fahrradverleihsystem

Persönliche Notiz

2024 keine T-Mona Umfrage, 2025 wieder

15 Werden nachhaltige Mobilitätsangebote durch den TVB aktiv beworben?

Ja

Klimaschutz & Mobilität

Wie und wo werden die Mobilitätsangebote beworben (Website, Broschüren etc.)?

Auf unserer Website: <https://www.wilderkaiser.info/de/mobilitaet/mobilitaet-am-wilden-kaiser.html>

Bewerbung von Naturtrip ([wilderkaiser.naturtrip.app](https://www.wilderkaiser.naturtrip.app))

Auf den Screens der Bushaltestellen

Im Wilder Kaiser TV

16 Sind Mobilitätsangebote in der Gästekarte inkludiert?

Ja

Klimaschutz & Mobilität

Welche Mobilitätsangebote sind in der Gästekarte inkludiert?

ganzjährig: Öffentliche Linienbusse

Sommer: Kaiserjet, Dorfabendbus und Wanderbusse

Winter: Kaiserjet und Skibusse

Nebensaison: Taxi-Gutscheine

Gibt es eine Bezahlkarte oder sind die Leistungen über die Ortstaxe inkludiert?

Nein, die Leistungen sind über die Ortstaxe inkludiert.

Gibt es einen Unterschied zwischen Sommer- und Wintergästekarte?

ganzjährig: Öffentliche Linienbusse

Sommer: Kaiserjet, Dorfabendbus und Wanderbusse

Winter: Kaiserjet und Skibusse

Nebensaison: Taxi-Gutscheine

17 Besteht bereits ein an der Nachfrage orientiertes Netz des öffentlichen Verkehrs für Aufenthaltsgäste, oder sollte ein solches bis zu einem bestimmten Zeitpunkt geschaffen bzw. ausgebaut werden?

Ja

Klimaschutz & Mobilität

Bitte beschreibe die bisherigen Planungen, Umstellungen und Maßnahmen.

Folgende Maßnahmen waren bereits sehr weit geplant, sind aber an der Finanzierungsbereitschaft der Umlandgemeinden/ -städte gescheitert:

Verstärkung der ÖPNV-Taktung

Bessere Anbindungen in den Randzeiten

Bessere Taktung an Sonn- und Feiertagen

Erreicht werden konnte:

Verbesserte Anbindung an Kufstein (ohne Umsteigen)

Verbesserte Taktung am Abend und am Samstag zw. Kufstein & St. Johann

18 Werden gezielte Maßnahmen zur E-Mobilität im TVB umgesetzt (z.B. Erhebung der KPI Ladeinfrastruktur, E-Carsharing, Kommunikation)?

Ja

Klimaschutz & Mobilität

Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.

Ausschreibung des gesamten touristischen Verkehrs 2026 - 2034. Ziel: 50% E-Mobilität (Rest HVO)

dafür notwendig: Planung und Errichtung von E-Bus Ladeinfrastruktur (Lead TVB)

Absprache mit Gemeinden für die E-Ladestationen (für PKW)

Firmen-Pool-Fahrzeug: E-Mini

Welche Schritte wurden bereits unternommen, um den ÖPNV für Aufenthaltsgäste zu dekarbonisieren und wie sieht der Zeitplan für eine vollständige Umstellung auf Elektroantriebe aus?

Eigene Studie wurde erstellt. Umsetzungsstart 2026, Ziel 2028 50% E-Mobilität bei Ski- & Wanderbussen (gemessen an Fahrzeugen und Passagierkilometern)

Welche Maßnahmen sind bislang zur Einrichtung einer Ladeinfrastruktur für Elektrobusse in der Destination umgesetzt worden, und welche weiteren Schritte sind geplant?

Vereinbarungen mit Grundstückseigentümern getroffen. Planungen für die Errichtung der Ladeinfrastruktur vergeben (Stadtwerke Kufstein). Anschlusswerte bei Tinetz angefragt. Tankstellenbesitzer wg. weiterer Lademöglichkeiten angefragt/ informiert.

Wie hoch ist der Elektrobusanteil in der Region?

Anzahl Busse

Anzahl Elektrobusse

21

2

10 %

optional

Wie hoch ist der Elektroanteil im TVB-eigenen Fuhrpark?

Anzahl Fahrzeuge

Anzahl Elektrofahrzeuge

2

2

100 %

optional

Wie viele öffentliche Ladepunkte gibt es für PKWs in der Region?

68

optional

Wie viele private Lademöglichkeiten gibt es in der Region (bei Hotelbetrieben)?

66

optional

19 Gibt es seitens des TVB Maßnahmen zur Minimierung der Lärmbelästigung, der Licht- und/oder Luftbelastung und werden diese an die Gäste kommuniziert?

Klimaschutz & Mobilität

Bitte beschreibe die Maßnahmen zur Minimierung der Lärmbelästigung.

Kostenlose Vor-Ort-Mobilität

Ziel bis 2028: Umstellung auf E-Mobilität (50 %).

Bonus bei Grüner Anreise: Ermäßigung auf E-Bikes

Parkplätze am Ortsrand (weniger Verkehr im Zentrum)

Straßensperre am Hintersteiner See

Teilweise autofreie Ortszentren

Bitte beschreibe die Maßnahmen zur Minimierung der Lichtbelastung.

Umstellung von Beleuchtungen im Pistenbereich nach ÖNORM und darüber hinaus

Bitte beschreibe die Maßnahmen zur Minimierung der Luftbelastung.

Ziel bis 2028: Umstellung auf E-Mobilität (50 %), die restlichen 50% sollen ggf. mit HVO betankt werden.

E-Car-Sharing Angebot in Söll (Bee-Car)#

P&R Angebot in Scheffau (Hintersteiner See)

<p>20 KPI</p>	<p>Wie hoch ist der jährliche Energieverbrauch (in kWh) aus der Wärmebereitstellung mittels fossiler Energiequellen in TVB-Gebäuden und Infrastruktur im Jahr 2024?</p> <p>Klimaschutz & Mobilität</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> kWh optional </div>	
<p>21</p>	<p>Mit welchen Maßnahmen beabsichtigt die Destination, die Treibhausgasemissionen durch Umstellung von fossiler auf regenerative Wärmebereitstellung zu senken? Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen bzw. Projekte.</p> <p>Klimaschutz & Mobilität</p> <p>Besteht ein Biomasse-Nahwärmenetz bzw. bestehen Pläne für dessen Errichtung und in welchem Zeitrahmen ist dessen Inbetriebnahme geplant?</p> <p><i>In Söll besteht ein Biomasse-Fernheizwerk</i></p> <p>Wie viele touristisch relevanten Gebäude sind bereits angeschlossen bzw. sollen in welchem Zeitraum angeschlossen werden?</p> <p>?</p> <p>Wurden die (Groß-)Restaurants am Berg bereits für regenerative Wärmebereitstellung optimiert bzw. besteht dafür ein konkreter (Zeit-)Plan?</p> <p><i>Die Restaurants bei den Gondle-Bergstationen werden mit der Abwärme des Gondelbetriebes geheizt.</i></p> <p>Gibt es eine Vermittlung zur Beratung der Tourismusbetriebe zwecks Optimierung bzw. Umstellung der Wärmebereitstellung auf regenerative Energiequellen und wer ist dafür zuständig (z.B. die Nachhaltigkeitskoordination des TVB)?</p> <p><i>Noch nicht, soll von der Lebensraum Genossenschaft umgesetzt werden.</i></p> <p>Inwieweit wurden Gebäude/Anlagen der in Eigenverantwortung (TVB/Gemeinden) betriebenen Freizeitinfrastruktur bereits auf regenerative Wärmebereitstellung (z.B. Wärmepumpen) umgestellt bzw. besteht ein (Zeit-)Plan zur Umstellung?</p> <p><i>Großes vom TVB gefördertes "Green Invest" in das Ellmauer Kaiserbad (Freibad, Hallenbad, Wellnessbereich, Tennishalle, Kletterhalle) 2022 mit verbesserter Regel- und Pumptechnik, großen PV-Anlagen.</i></p> <p>Welche weiteren oder anderen Maßnahmen ergreift bzw. plant die Destination?</p> <p><i>Geplant/ Angedacht in Söll: Wärmerückgewinnung aus dem Abwasser im Klärwerk und Einspeisung ins Biomasse-Wärmenetzwerk (Lead Gemeinde)</i></p>	
<p>22 KPI</p>	<p>Klimaschutz & Mobilität</p> <p>Mit welchen Maßnahmen beabsichtigt die Destination, die Treibhausgasemissionen (CO₂e) aus der maschinellen Pisten-, Loipen- und Winterwegpräparierung sowie ganzjährigen Erhaltung und Pflege dieser Anlagen zu reduzieren? Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen und Projekte.</p>	

100% Installation von Schneehöhenmessgeräte in dne Pistenraupen.
siehe auch: <https://www.skiwelt.at/de/nachhaltigkeit.html>

Wie hoch sind die jährlichen Treibhausgasemissionen (in t CO₂e) aus der maschinellen Pisten-, Loipen und Winterwegpräparierung und ganzjährigen Erhaltung und Pflege dieser Anlagen im Jahr 2024?

Tourismusverband

t CO₂e / a (Tonnen CO₂e pro Jahr) optional

Bergbahnen

t CO₂e / a (Tonnen CO₂e pro Jahr) optional

Gesamt

t CO₂e / a (Tonnen CO₂e pro Jahr) optional

23 Werden alternative Antriebsmöglichkeiten für Pisten-/und Loipenpräparierung sowie maschinelle Pflege der Bike- und Wanderwege getestet bzw. bereits eingesetzt (HVO/Elektro o.a.)?

Klimaschutz & Mobilität

Wurden die Antriebssysteme zur Pisten- und Loipenpräparierung sowie maschinelle Pflege der Bike- und Wanderwege auf HVO/Elektro o.a. umgestellt bzw. besteht ein konkreter (Zeit-)Plan zur Umstellung?

Ziel: 20% der Pisten- und Loipenpräparierungsgeräte sollen auf HVO umgestellt werden.

Welches HVO wird verwendet? (Hersteller & Zertifizierungsnachweis zum CO₂e-Fußabdruck)

Wurde 2024 noch nicht verwendet.

Ja

24 Leistet der TVB CO₂-Kompensation für seine Emissionen?

KPI Klimaschutz & Mobilität

Auf welche Weise und in welchen Bereichen kompensiert der TVB seine Emissionen?

Bei allen Drucksorten und bei Geschäftsreisen mit dem Flugzeug

Wie hoch war die CO₂-Kompensation (in t CO₂e) des TVB im Jahr 2024?

t CO₂e / a (Tonnen CO₂e pro Jahr)

Ja

25 Ist Abfallvermeidung ein Handlungsfeld in der Nachhaltigkeitsstrategie des TVB?

Abfall

Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.

Flurwächter ,er Müll einsammelt damit neuen Müll in der Natur vermeidet

Reduktion der Papiermengen für Drucksorten

Mülltrennung in allen Büros

Ja

	<p><i>Verzicht bzw. Reduktion von Ausdrucken durch konsequente Nutzung digitaler Medien</i></p> <p><i>Nachfüllbare Spül- und Putzmittel</i></p> <p><i>Upcycling ausgedienter Werbebanner zu praktischen Geldbörsen</i></p> <p><i>Green Events (Mülltrennung, Mehrweggeschirr, nur Glasflaschen etc. bei VA des TVBs); und es wurde eine Infoveranstaltung für Vereine organisiert)</i></p>	
26	<p>Werden Informationen zur Mülltrennung und Abfallvermeidung vom TVB an Betriebe, Gäste und Einheimische kommuniziert?</p> <p>Abfall</p> <p>Was und worüber wird an sämtliche Zielgruppen kommuniziert?</p> <p><i>ÖHV Leitfaden zur Abfallvermeidung wird über Partner Manager für alle Betriebe zur Verfügung gestellt</i></p> <p><i>Angebot von 100 % recyclebaren und CO2 neutralen Wilder Kaiser Wasserflaschen für Vermieter:innen (und teilweise für Gäste bei Wanderungen)</i></p> <p><i>Aktion Refill (Geschäfte, Unternehmen und Einrichtungen unterschiedlicher Art erhalten den Aufkleber Trinkwasser „Refill“, um ihn an der Türe anzubringen und der Bevölkerung zu signalisieren, dass an diesem Ort die mitgebrachte Trinkwasserflasche kostenfrei und unkompliziert mit Leitungswasser aufgefüllt werden kann.)</i></p>	Ja
27	<p>Gibt es vom TVB Maßnahmen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft in der Destination?</p> <p>Abfall</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p><i>Upcycling (zB Herstellung von Geldtaschen aus alten Bannern)</i></p>	Ja
28	<p>Ist (Ab-)Wassermanagement ein Handlungsfeld in der Nachhaltigkeitsstrategie des TVB?</p> <p>(Ab)Wassermanagement</p>	Nein
29	<p>Werden Betriebe vom TVB zur Messung und Überwachung des Wasserverbrauchs motiviert?</p> <p>(Ab)Wassermanagement</p> <p>Wie motiviert ihr Unternehmen zur Messung des Wasserverbrauchs?</p> <p><i>Im Zuge der Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen.</i></p>	Ja
30	<p>Werden Gäste vom TVB über die hohe Wasserqualität in der Destination informiert und zu wassersparendem Verhalten angehalten?</p> <p>(Ab)Wassermanagement</p> <p>Bitte beschreibe die (geplanten) Maßnahmen.</p> <p><i>Aktion Wilder Kaiser Wasser: https://www.wilderkaiser.info/de/region/das-kaiserwasser.html</i></p> <p><i>Bereitstellung von Infomaterial (und wiederverwendbarer Wilder Kaiser Wasserflaschen) für Vermieter:innen</i></p> <p><i>Aufklärung der Gäste bei div. Aktivprogrammepunkten</i></p>	Ja

31	Gibt es (geplante oder laufende) Maßnahmen des TVB zur Reduktion des Wasserverbrauchs bzw. zur Erhaltung oder Verbesserung der Wasserqualität in der Destination? (Ab)Wassermanagement	Nein
32	Möchtest du weitere Good Practice Beispiele oder Inspirationen für andere Tourismusverbände in der Kategorie ökologische Nachhaltigkeit teilen? Sonstige	

Eigene KPIs / Kommentare

Pos	Frage / Antwort	Ja / Nein
1	<p>Eigene KPIs Sonstige</p> <p>Kategorie (Management / Soziökonomie / Kultur / Ökologie, Natur- & Landschaftsschutz)</p> <p>Handlungsfeld (vordefinierte aus dem Rahmenkonzept oder eigene)</p> <p>Beschreibung der Kennzahl (KPI)</p> <p>Kennzahl</p> <p>Datenquelle</p> <p>Anmerkung</p>	
2	<p>Eigene KPIs Sonstige</p> <p>Kategorie (Management / Soziökonomie / Kultur / Ökologie, Natur- & Landschaftsschutz)</p> <p>Handlungsfeld (vordefinierte aus dem Rahmenkonzept oder eigene)</p> <p>Beschreibung der Kennzahl (KPI)</p> <p>Kennzahl (KPI)</p> <p>Datenquelle</p> <p>Anmerkung</p>	
3	<p>Eigene KPIs Sonstige</p> <p>Kategorie (Management / Soziökonomie / Kultur / Ökologie, Natur- & Landschaftsschutz)</p> <p>Handlungsfeld (vordefinierte aus dem Rahmenkonzept oder eigene)</p> <p>Beschreibung der Kennzahl (KPI)</p> <p>Kennzahl (KPI)</p> <p>Datenquelle</p>	

	Anmerkung	
4	<p>Eigene KPIs</p> <p>Sonstige</p> <p>Kategorie (Management / Soziökonomie / Kultur / Ökologie, Natur- & Landschaftsschutz)</p> <p>Handlungsfeld (vordefinierte aus dem Rahmenkonzept oder eigene)</p> <p>Beschreibung der Kennzahl (KPI)</p> <p>Kennzahl (KPI)</p> <p>Datenquelle</p> <p>Anmerkung</p>	
5	<p>Eigene KPIs</p> <p>Sonstige</p> <p>Kategorie (Management / Soziökonomie / Kultur / Ökologie, Natur- & Landschaftsschutz)</p> <p>Handlungsfeld (vordefinierte aus dem Rahmenkonzept oder eigene)</p> <p>Beschreibung der Kennzahl (KPI)</p> <p>Kennzahl (KPI)</p> <p>Datenquelle</p> <p>Anmerkung</p>	