

Tourismus Verbände Tirol

Bericht zum Stand der Nachhaltigkeit in den Tiroler Tourismusdestinationen

Juni 2026

In Kooperation mit MCI Management Center Innsbruck, Tirol

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG 1

1.1. Strategischer Rahmen – Tiroler Weg 1

1.2. Gesetzlicher Rahmen 2

1.3. Zielsetzung des Nachhaltigkeitsberichts 3

2. VOM RAHMENKONZEPT ZUR NACHHALTIGKEIT IN DEN TIROLER TOURISMUSDESTINATIONEN ZUM „NACHHALTIGKEITS-CHECK 2025“ 4

3. DIE ZENTRALEN ERKENNTNISSE – EINE EINSCHÄTZUNG 6

4. DIE ERGEBNISSE IM DETAIL 10

4.1. Management 10

4.1.1. Nachhaltigkeitskoordination in den Tourismusverbänden 10

4.1.2. Steuerung, Kommittent und Kommunikation der Nachhaltigkeit in den Destinationen 11

4.2. Ökonomische Nachhaltigkeit 12

4.2.1. Zentrale Kennzahlen zum wirtschaftlichen Erfolg: Einschätzungen zu den Stärken und Schwächen, Chancen und Herausforderungen 13

4.2.2. Zusammenfassende Ergebnisse 14

4.3. Soziale Nachhaltigkeit 15

4.3.1. Mehrwert und Nutzen für die lokale Bevölkerung 15

4.3.2. Tourismusintensität und Tourismusakzeptanz 16

4.3.3. Employer Branding für Mitarbeitende 17

4.3.4. Regionalität 18

4.3.5. Barrierefreiheit 19

4.4. Kulturelle Nachhaltigkeit 20

4.5. Ökologische Nachhaltigkeit 21

4.5.1. Schutzgebiete, Zusammenarbeit und Besucherlenkung 21

4.5.2. Almfutterflächen und Landwirtschaftliche Betriebe 23

4.5.3. Mobilität 24

4.5.4. Reduktion des CO2-Fußabdrucks in Gebäuden 29

4.5.5. Abfall, Wasser, Lärm, Licht 30

5. AUSBLICK 33

6. QUELLENVERZEICHNIS 35

IMPRESSUM 36

1. Einleitung

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Leitprinzip der Tourismusentwicklung in Tirol. Um den Tourismus langfristig wettbewerbsfähig zu gestalten und gleichzeitig die natürlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Grundlagen des Landes zu sichern, verfolgt Tirol einen strategischen und gesetzlich verankerten Nachhaltigkeitsansatz. Grundlage dafür bilden der „Tiroler Weg – Perspektiven für eine verantwortungsvolle Tourismusentwicklung“ sowie das Tiroler Tourismusgesetz.

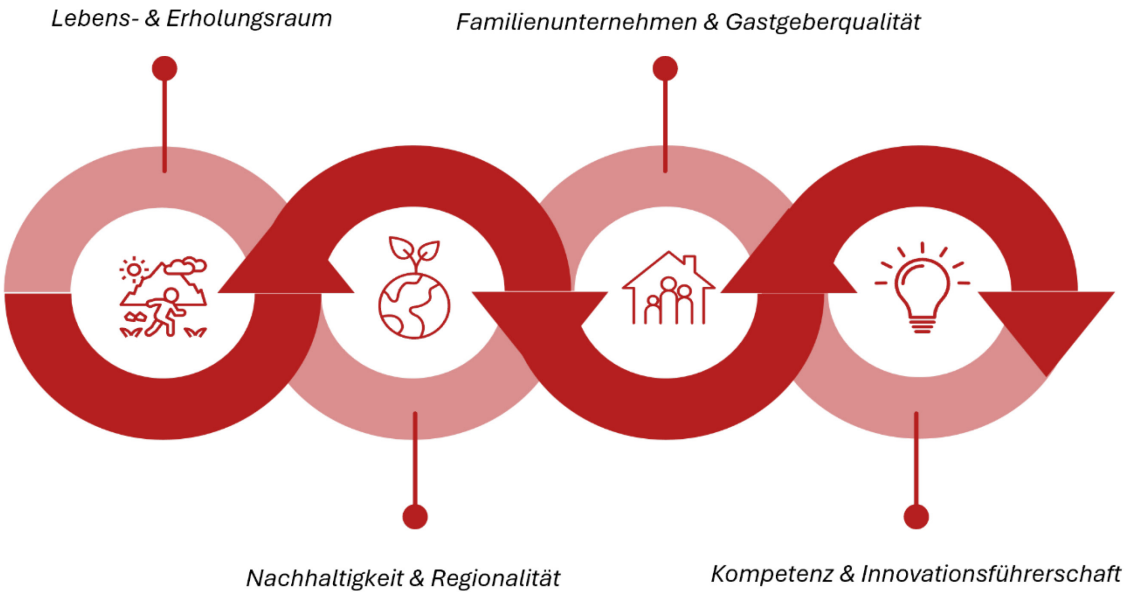
1.1. Strategischer Rahmen – Tiroler Weg

Der „Tiroler Weg“ definiert die Leitlinien der Tiroler Tourismuspolitik und dient als strategischer Orientierungsrahmen für eine zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus.



Ziel ist es, ökologische, ökonomische und soziale Interessen ausgewogen zu berücksichtigen und den Tourismus im Einklang mit den Bedürfnissen der Bevölkerung, den Erwartungen der Gäste sowie den natürlichen Ressourcen weiterzuentwickeln (Land Tirol et al., 2021).

Die vier großen Linien und Leitmaßnahmen des Tiroler Wegs:



1.2. Gesetzlicher Rahmen

Die strategischen Ziele des Tiroler Weges wurden 2022 im Tiroler Tourismusgesetz verankert. Dieses verpflichtet die 34 Tiroler Tourismusverbände, Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil ihrer Aufgaben wahrzunehmen.

> *„Den Tourismusverbänden obliegen die Wahrung, Förderung und Vertretung der örtlichen und regionalen Belange des Tourismus unter Bedachtnahme auf seine ökonomischen, sozialen, kulturellen, ethischen und ökologischen Auswirkungen. Die Tourismusverbände haben eine verantwortungsvolle, nachhaltige und ressourcenschonende Entwicklung des Tourismus sicherzustellen und sich dabei an den Erfordernissen der Regionalität, eines sachgerechten Ausgleichs von Markt- bzw. Wettbewerbsinteressen und den Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung sowie der Raumverträglichkeit der touristischen Angebote, wie sie in tourismusstrategischen Grundlagenarbeiten und Strategiepapieren von landesweiter Tragweite zum Ausdruck kommen, zu orientieren.“*

(Tiroler Tourismusgesetz, § 3, Abs. 1, 2006)

Dazu zählen insbesondere die Entwicklung regionaler Nachhaltigkeitsstrategien, die Erstellung jährlicher Nachhaltigkeitsberichte sowie die Bestellung von Nachhaltigkeitskoordinator:innen.

Diese koordinieren die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele, begleiten Informations- und Beteiligungsprozesse und fördern die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in den Tätigkeiten

der Tourismusverbände. Auf Landesebene unterstützt der Verband der Tiroler Tourismusverbände diesen Prozess durch Aus- und Weiterbildung sowie durch die Zusammenführung der regionalen Berichte zu einem landesweiten Nachhaltigkeitsbericht.

1.3. Zielsetzung des Nachhaltigkeitsberichts

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert den Stand der Umsetzung nachhaltigkeitsbezogener Maßnahmen in den Tiroler Tourismusverbänden und schafft eine transparente Grundlage für deren Bewertung und Weiterentwicklung.

Als Instrument des Monitorings und der Evaluierung trägt der Nachhaltigkeitsbericht dazu bei, Entwicklungen nachvollziehbar zu machen, Fortschritte aufzuzeigen und Handlungsbedarfe frühzeitig zu erkennen. Damit unterstützt er eine kontinuierliche und zukunftsorientierte Weiterentwicklung des Tourismus im Sinne des Tiroler Weges.

2. Vom Rahmenkonzept zur Nachhaltigkeit in den Tiroler Tourismusdestinationen zum „Nachhaltigkeits-Check 2025“

Basierend auf der Tourismusstrategie Tiroler Weg und den im Tiroler Tourismusgesetz verankerten Nachhaltigkeitsbestrebungen wurde im Jahr 2023 in einem Kooperationsprojekt mit den Partnern MCI Tourismus, Land Tirol, Tirol Werbung und Verband der Tiroler Tourismusverbände ein „Rahmenkonzept für eine Nachhaltigkeits-Strategie für Tiroler Destinationen“ erarbeitet.

Den Kern dieses Konzeptes bildet die Festlegung von drei Dimensionen sowie zentralen Handlungsfeldern. Innerhalb der Handlungsfelder sollen durch die Destinationen Ziele und Maßnahmen erarbeitet und regelmäßig evaluiert werden.



2024 wurde auf dieser Basis eine Erhebung bei allen 34 Tiroler Tourismusverbänden durchgeführt. Dieser „Nachhaltigkeitscheck 2024“ enthielt qualitative Fragestellungen und ausgewählte Kennzahlen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit.

Die wesentlichen Erkenntnisse aus dem Nachhaltigkeitscheck 2024 wurden durch den Verband der Tiroler Tourismusverbände in einem landesweiten Nachhaltigkeitsbericht (VTT, 2025) zusammengefasst.

Basierend auf den Erkenntnissen und Erfahrungen dieses Nachhaltigkeitscheck 2024 wurde für 2025 eine weitere Erhebung bei den Tourismusverbänden konzipiert und durchgeführt. Folgende Schwerpunkte wurden dabei berücksichtigt:

- ✓ Fokussierung auf die vorhandenen Handlungsfelder sowie Erweiterung um die “Kulturelle Dimension” der Nachhaltigkeit.
- ✓ Konzentration auf zu definierende Ziele, vor allem aber Maßnahmen und Projekte zur Erreichung der Ziele.
- ✓ Weiterentwicklung der Messzahlen (KPIs): Im Vordergrund stand weniger die kleinteilige Erfassung einzelner KPI-Werte, sondern die Umsetzung wirksamer Maßnahmen, die diese Werte spürbar verbessern. Dort, wo eine exakte Messung mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden gewesen wäre, wurde bewusst eine pragmatische Herangehensweise gewählt.
- ✓ Konzentration auf die Interpretation der KPIs.
- ✓ Neukonzeption der KPIs zur „Wirtschaftlichen Tragfähigkeit“ (Ökonomische Dimension): Nutzung der (im Destinations- bzw. Zeitvergleich vorliegenden) Daten des „MCI-Destination-Performance Monitor”.
- ✓ Begleitende Erklärung zu allen Fragen im Nachhaltigkeitscheck 2025: Zu allen Fragestellungen wurde eine detaillierte Interpretationsunterstützung erarbeitet. Diese sollte als Orientierung und Hilfestellung für die Nachhaltigkeits-Koordinator:innen dienen.

In den folgenden Kapiteln werden – ausgehend von einer zusammenfassenden Einschätzung – die Ergebnisse dieses Nachhaltigkeitscheck 2025 im Detail dargestellt.

3. Die zentralen Erkenntnisse – eine Einschätzung

Die zentralen Erkenntnisse des Nachhaltigkeitscheck 2025 bei den Tiroler Tourismusverbänden werden wie folgt zusammengefasst:

- Im **operativen Nachhaltigkeitsmanagement** wurde ein wesentlicher Weiterentwicklungsschritt erzielt: In allen Tourismusverbänden sind Nachhaltigkeitskoordinator:innen etabliert. Die vom Verband der Tiroler Tourismusverbände organisierte jährliche Schulung wurde flächendeckend durchgeführt. Die Koordinator:innen übernehmen bereits ein breites Aufgabenspektrum und sind in vielen Destinationen als zentrale Ansprechpersonen und Treiber:innen für Nachhaltigkeitsthemen verankert.
- Im **strategischen Management** gilt es, den eingeschlagenen Weg einer verantwortungsvollen Entwicklung der Tourismusregionen konsequent weiterzuverfolgen. Dies setzt eine intensive Beschäftigung mit den eigenen Stärken und Schwächen bzw. den Chancen und Herausforderungen, die auf Tirols Destinationen zukommen, voraus.
- Destinationen, welche über **gut funktionierende Führungsnetzwerke** verfügen (fast immer stehen dabei die Leitungsstrukturen der Tourismusverbände im Zentrum), sind leichter in der Lage, Nachhaltigkeitsthemen – und hier v.a. die soziale und ökologische Dimensionen - zu integrieren, d.h. durch Ziele und Maßnahmen operativ umzusetzen.
- Die im Rahmenkonzept vorgeschlagenen **Lenkungsgremien zur Nachhaltigkeit** („Sustainability Board“) mit allen wichtigen Stakeholdern der Region sind in einigen Tiroler Destinationen bereits installiert worden. Positiv verstärkend sind in diesem Zusammenhang die Zertifizierungsprozesse zur Gewährung des Österreichischen Umweltzeichens für Tourismusdestinationen zu nennen, welche die Gründung entsprechender Gremien vorsehen.
- Die vom MCI seit vielen Jahren aufgrund realer Zahlen der Tiroler Unternehmen ermittelte **„Destination Performance“** zeigt für die letzten 10 Jahre:
    - Die **Gesamtbettenzahl** in Tirol ist – entgegen der öffentlichen Wahrnehmung – praktisch unverändert geblieben.
    - Gleichzeitig zeigt sich ein deutlicher **Wandel der Beherbergungsstruktur**: 4- und 5-Sterne-Hotels haben gegenüber 2- und 3-Sterne-Betrieben an Bedeutung gewonnen, ebenso Ferienwohnungen gegenüber Privatquartieren.

  - Die **Jahresauslastung** konnte um **2,2%** von 136 auf 139 Vollbelegungstage gesteigert werden.
  - Eine erste vorläufige Prognose der **realen Umsatzentwicklung der Beherbergungsunternehmen** veranschaulicht: Der inflationsbereinigte Umsatz pro Bett lag 2025 rund **2%** unter dem Vorkrisenniveau von 2019 – was einer weitgehenden, wenn auch noch nicht vollständigen Erholung entspricht. Zu berücksichtigen sind hier die Unterschiede je nach Destination. Beachtet man zudem die überdurchschnittlichen Kostensteigerungen der vergangenen Jahre, dürfte sich die Rendite der Betriebe insgesamt dennoch verschlechtert haben.

- Hervorzuheben ist die **positive wirtschaftliche Entwicklung in vielen peripheren Tourismusregionen und -tälern**. Aufgrund der begrenzten Zahl alternativer Wirtschaftszweige spielt der Tourismus gerade in diesen Gebieten eine entscheidende Rolle für regionale Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Wohlstand und Lebensqualität.
- Erfolgreiche Destinationen verfügen über **professionell organisierte, leistungs- und finanzstarke Tourismusverbände**, welche in den meisten Fällen auch als **Treiber regionaler Netzwerke** fungieren.
  Mancherorts ist ein gering ausgeprägtes Beteiligungsinteresse wesentlicher Stakeholder erkennbar, welches sich beispielsweise in einer begrenzten Mitwirkung in den Leitungs- und Aufsichtsgremien der Tourismusverbände manifestiert. Da die Einbindung zentraler Akteure als wesentliche Voraussetzung für eine abgestimmte Destinationsentwicklung gilt, kann dies die Effektivität gemeinsamer Entwicklungsprozesse negativ beeinträchtigen.
- Wenn die einheimische Bevölkerung den Tourismus in ihrer Region positiv wahrnimmt und akzeptiert, ist dies eine wichtige Voraussetzung für eine langfristig nachhaltige Destinationsentwicklung. Dieser Zusammenhang geht auch aus Forschung und Wissenschaft hervor. Die empirischen Befunde zeigen zudem, dass die **Tourismusakzeptanz** - entgegen einer häufig vertretenen Annahme des Gegenteils - in tourismusintensiven Regionen tendenziell höher ausfällt. Gleichwohl bestehen auch dort Potenziale zur weiteren Stärkung der Akzeptanz. Vor diesem Hintergrund sollte die Frage, in welchem Ausmaß die lokale Bevölkerung direkt und indirekt vom Tourismus profitiert, verstärkt in den Fokus des regionalen Tourismusmanagements rücken. Dies betrifft insbesondere die Tourismusverbände sowie die für die strategische Entwicklung verantwortlichen Führungsnetzwerke einer Destination.

- Die **Direktvermarktung bäuerlicher Produkte** wird in vielen Destinationen schon recht intensiv und auch erfolgreich praktiziert, wobei die Tourismusverbände als Bindeglied zwischen Produzent:innen und Konsument:innen (Einheimischen und Gästen) viele Aktivitäten setzen. Potential ist bei der **Verwendung von Lebensmitteln mit „regionaler Herkunft“** in der Gastronomie vorhanden: die Anzahl regionalitätszertifizierter Betriebe wächst zwar stetig, befindet sich aber insgesamt noch auf einem niedrigen Niveau.
- Tirols **hochattraktive Natur** bildet die Grundlage für seinen touristischen Erfolg – besonders weil sie gut erschlossen und meist bequem erreich- und genießbar ist. Gleichzeitig existieren in mehr als zwei Dritteln der Destinationen Schutzgebiete. Eine **intensive Nutzung der Freizeitinfrastruktur** durch Gäste und die lokale Bevölkerung kann vereinzelt zu Belastungsspitzen führen, die jedoch bei vorausschauender Planung (räumliche und zeitliche Lenkung) beherrschbar erscheinen. Tirols Destinationen begegnen dieser Herausforderung zunehmend mit gezielten strategischen und organisatorischen Steuerungsmaßnahmen. Die Handhabung der Kapazitäten bleibt jedoch eine dauerhaft relevante Aufgabe.
- Weil die Nutzung öffentlicher Busse und Bahnen praktisch in allen Destinationen in der Gästekarte inkludiert ist, ist der **Anteil öffentlicher touristischer Vor-Ort-Mobilität schon sehr hoch** und steigt weiter. Potential bestünde vor allem beim Ausbau **elektrifizierter öffentlicher Mobilität** im Schulterschluss mit dem Verkehrsverbund Tirol.
- Zahlreiche Initiativen auf Landesebene („Tirol auf Schiene“) sowie Destinationsebene zielen auf die **Dekarbonisierung der touristischen Anreisemobilität** ab. Gleichwohl muss festgehalten werden, dass die Rahmenbedingungen der Anreise überwiegend außerhalb des unmittelbaren Einflussbereichs regionaler Destinationen liegen. Die Steuerungsmöglichkeiten der Tiroler Tourismusverbände in diesem Handlungsfeld sind daher begrenzt. Trotzdem setzen die Tourismusverbände zahlreiche Maßnahmen um, um eine klimafreundliche Anreise attraktiver zu gestalten.
- Der **CO_2-Fußabdruck touristischer Infrastrukturen**, insbesondere von Beherbergungsbetrieben und der Pistenpflege, stellt weiterhin ein zentrales Handlungsfeld für die Transformation des Tourismussektors dar. Fortschritte sind insbesondere bei der Verbesserung der Energieeffizienz von Gebäuden sowie beim Ausbau erneuerbarer Wärmeversorgung, etwa durch Biomasse-Nahwärmenetze, erkennbar. Gleichzeitig bestehen in diesen Bereichen weitere Entwicklungspotenziale. Ergänzend könnte eine landesweite Energiedaten-

bank die Datengrundlage verbessern und einen systematischen Überblick über den Ausbaustand erneuerbarer Energien im Tourismussektor sowie eine zielgerichtete Steuerung entsprechender Maßnahmen unterstützen.

4. Die Ergebnisse im Detail

Auf den nachfolgenden Seiten werden die wesentlichen Erkenntnisse aus der Datenerhebung 2025 bei den 34 Tiroler Tourismusverbänden dargestellt.

4.1. Management

Ein wirksames Nachhaltigkeitsmanagement schafft die Grundlage dafür, ökologische, soziale und ökonomische Zielsetzungen systematisch zu steuern, kontinuierlich weiterzuentwickeln und langfristig in den organisatorischen Strukturen zu verankern.

4.1.1. Nachhaltigkeitskoordination in den Tourismusverbänden

Seit 2022 ist im Tiroler Tourismusgesetz „die Bestellung eines Nachhaltigkeitskoordinators/einer Nachhaltigkeitskoordinatorin" verpflichtend verankert (Tiroler Tourismusgesetz 2006). Wie bereits einführend erwähnt, wurde gleichzeitig ein „Rahmenkonzept für Nachhaltigkeit der Tiroler Destinationen" erarbeitet. Die darin enthaltenen Grundsätze und Handlungsfelder bildeten die Grundlage für den im Jahr 2024 unter der Federführung des Verbands der Tiroler Tourismusverbände erstmals durchgeführten Ausbildungslehrgang für Nachhaltigkeitskoordinator:innen.

Die im Nachhaltigkeitscheck 2025 übermittelten Daten der Tourismusverbände ergeben folgendes Bild:

- Für 100% der Tourismusverbände ist das Thema „Nachhaltigkeit" zu einem wichtigen Aufgabengebiet ihrer Tätigkeit geworden.
- Die gesetzliche Vorgabe zur Implementierung von Nachhaltigkeitskoordinator:innen wurde vollständig umgesetzt: 68% der Tourismusverbände verfügen über Nachhaltigkeitskoordinator:innen, die sich auch anderen Aufgaben widmen, weitere 18% verfügen über eine Person ausschließlich zuständig für die Nachhaltigkeit und 14% verfügen über eigene Nachhaltigkeitsteams mit mehreren Personen.
- In annähernd 100% der Tourismusverbände sind die Nachhaltigkeitskoordinator:innen direkt oder über ihre Teams der Geschäftsführung unterstellt. Dies ermöglicht eine enge Anbindung an die Führungsebene und unterstützt die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in übergeordneten Entscheidungsprozessen.

- 100% der Tourismusverbände orientieren sich am „Rahmenkonzept für Nachhaltigkeit der Tiroler Destinationen“ und bearbeiten die dort definierten Handlungsfelder.
- Die Nachhaltigkeitskoordinator:innen sind mit umfangreichen Aufgaben betreut. Die Schwerpunkte ihrer Tätigkeit liegen in folgenden Handlungsfeldern: Mobilität, Regionalität, lokale und regionale Bevölkerung, Mitarbeitende, Klimaschutz und Biodiversität sowie Kommunikation bzw. Kontakt zu wichtigen Partnern (TVB-Mitglieder, Gemeinden und überregionale Organisationen, wie z.B. KLAR!, KEM und weitere).
- In Destinationen, welche sich im Vorbereitungsprozess zum Erhalt des Österreichischen Umweltzeichens befinden bzw. dieses bereits umgesetzt haben, übernehmen die Nachhaltigkeitskoordinator:innen die zentrale Koordination aller Projekte und Vorgaben.
- 91% der Nachhaltigkeitskoordinator:innen haben den Ausbildungslehrgang für NachhaltigkeitskoordinatorInnen 2024 besucht.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Integration der Nachhaltigkeitskoordinator:innen in den Tiroler Tourismusverbänden schon nach kurzer Zeit die Vorgaben und Erwartungen mehr als erfüllen konnte.

4.1.2. Steuerung, Kommittent und Kommunikation der Nachhaltigkeit in den Destinationen

Nachhaltigkeit kann nur dann erfolgreich etabliert werden, wenn alle oder möglichst viele Stakeholder in der Destination ihren Beitrag dazu leisten. Tourismusverbände können zwar die organisatorische und operative Führung übernehmen – sie haben aber mangels Zugriff auf alle Ressourcen und Kompetenzen in der Destination nur begrenzte Möglichkeiten, Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit eigenständig durchzuführen.

Deswegen ist die „Mitnahme” aller oder vieler Stakeholder im Prozess für den Erfolg unerlässlich.

Idealerweise existiert ein eigenes Lenkungsgremium (bestehend aus für die Umsetzung der Maßnahmen wichtigen Stakeholdern), welches für eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie Sorge trägt, das Ziele und Maßnahmen beschließt und auch im jeweiligen Verantwortungsbereich durchführt. Jedenfalls ist das Bekenntnis möglichst vieler Stakeholder zur Wichtigkeit der Nachhaltigkeit bei allen Aktivitäten der Destination hilfreich (MCI-Rahmenkonzept, Kap. 5.2 und 5.3).

Der Nachhaltigkeitscheck 2025 ergibt folgendes Bild:

- 50% der Destinationen verfügen über eine formale und institutionalisierte Lenkungsgruppe mit wesentlichen regionalen Stakeholdern zur Steuerung der Nachhaltigkeit. Die Ausgestaltung dieses Lenkungsgremiums ist jedoch unterschiedlich und individuell. Zusammensetzung, Größe, Organisation, Kompetenzen, Aufgaben und Zielsetzungen unterscheiden sich stark voneinander. Ein einheitliches Bild ist (noch) nicht erkennbar.
- In jenen Destinationen, welche an den Voraussetzungen zum Erhalt des „Österreichischen Umweltzeichens für Tourismusdestinationen" arbeiten oder welchen dieses bereits zuerkannt wurde – das sind 20% der Tiroler TVBs- gilt die Einrichtung einer Steuerungsgruppe als Voraussetzung und erleichtert demzufolge auch die Vorbereitungen im Prozess enorm (Umweltzeichen 2022, MA1 und MA4).

Zusammenfassend zeigt sich, dass die im Rahmenkonzept zur Nachhaltigkeit der Tiroler Destinationen empfohlenen Steuerungsgruppen in zahlreichen Regionen bereits eingerichtet wurden. Damit konnten wichtige organisatorische Voraussetzungen für die Lenkung des Nachhaltigkeitsprozesses geschaffen werden. Hinsichtlich ihres Organisations- und Reifegrades bestehen jedoch noch Entwicklungspotenziale, um eine durchgängige und langfristig wirksame Steuerung des Nachhaltigkeitsprozesses flächendeckend sicherzustellen. Initiativen zur Erlangung des Österreichischen Umweltzeichens können diesen Entwicklungsprozess wirkungsvoll unterstützen.

4.2. Ökonomische Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit umfasst neben der ökologischen und sozialen Dimension auch die wirtschaftliche Komponente, die für die langfristige Entwicklung von Regionen eine zentrale Bedeutung besitzt. Nur wirtschaftlich erfolgreiche und wettbewerbsfähige Destinationen verfügen über die notwendige ökonomische Tragfähigkeit, um langfristig Wertschöpfung, Beschäftigung und Lebensqualität zu sichern. Dies gilt insbesondere für periphere ländliche Räume Tirols, deren wirtschaftliche Entwicklung in hohem Maße vom Tourismus geprägt ist und in denen nur begrenzte alternative Wirtschaftsstrukturen bestehen.

Die Sicherung dieser wirtschaftlichen Tragfähigkeit bildet somit eine wesentliche Grundlage für die Stabilität und Zukunftsfähigkeit unserer ländlichen Regionen. Sie trägt dazu bei, Abwanderungstendenzen entgegenzuwirken sowie die Aufrechterhaltung öffentlicher Dienstleistungen und freizeitinfrastruktureller Angebote zu unterstützen.

4.2.1. Zentrale Kennzahlen zum wirtschaftlichen Erfolg: Einschätzungen zu den Stärken und Schwächen, Chancen und Herausforderungen

Vor obigem Hintergrund stellt sich die Frage nach dem aktuellen wirtschaftlichen Erfolg des Tiroler Tourismus. Für dessen Bewertung steht seit vielen Jahren mit der „MCI Destination Performance“ ein umfassendes Kennzahlensystem zur Verfügung, das zentrale Indikatoren zur Beurteilung der ökonomischen Leistungsfähigkeit der Tiroler Tourismuswirtschaft erfasst. Die Grundlage bilden reale Bilanzdaten der Tourismusunternehmen, die über die Finanzverwaltung an das Land Tirol übermittelt werden.

Für den Nachhaltigkeitscheck 2025 wurde allen 34 Destinationen eine detaillierte Analyse ihrer jeweiligen wirtschaftlichen Performance - basierend auf den Zahlen 2023/24 - zur Verfügung gestellt.

Die Tourismusverbände wurden um eine Interpretation dieser Zahlen gebeten und ersucht, folgende Fragen zu beantworten:

- Welche Bereiche (Betten/Nächtigungen/Auslastung/Umsätze) werden als Stärke, welche als Schwäche gesehen?
- Wie wird, basierend auf diesen Werten, die Wettbewerbsfähigkeit der Destination beurteilt?
- Mit welchen Maßnahmen beabsichtigt die Destination, die Wettbewerbsfähigkeit in Zukunft zu sichern?
- Welche Chancen und Herausforderungen sieht die Destination für den wirtschaftlichen Erfolg, insbesondere im Hinblick auf Aspekte der Nachhaltigkeit (Klimawandel, Arbeitskräfte, Tourismusakzeptanz, Betriebsnachfolge)?
- Welche gesamthafte Einschätzung zum wirtschaftlichen Erfolg ergibt sich aus den Kennzahlen?

Die Analyse verdeutlicht, dass die Verantwortlichen die ökonomische Dimension als zentralen Bestandteil einer nachhaltigen Destinationsentwicklung verstehen und sich systematisch mit der wirtschaftlichen Performance sowie deren langfristiger Sicherung auseinandersetzen.

4.2.2. Zusammenfassende Ergebnisse

Eine detaillierte Analyse ergibt folgende Erkenntnisse bzw. Einschätzungen:

- Die wirtschaftliche Entwicklung nimmt in den meisten Destinationen einen hohen Stellenwert ein. Die Verantwortlichen erkennen die Bedeutung einer kontinuierlichen Auseinandersetzung mit der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit. Insbesondere die Sicherung und Weiterentwicklung der Wettbewerbsfähigkeit wird als zentrale Voraussetzung für die langfristige Zukunftsfähigkeit der Destinationen betrachtet.
- Ein erheblicher Teil der Tiroler Destinationen verfügt über eine starke bis sehr starke Wettbewerbsposition. Diese basiert vielfach auf ähnlichen Erfolgsfaktoren: einer klaren strategischen Ausrichtung (auch wenn diese nicht immer formal dokumentiert oder umfassend kommuniziert ist), einer profilierten Positionierung, einer leistungsfähigen Freizeitinfrastruktur sowie engagierten und innovationsorientierten Unternehmen – insbesondere in den Bereichen Bergbahnen und Beherbergung. Ergänzend tragen professionell aufgestellte und ausreichend finanzierte Tourismusverbände entscheidend zur Wettbewerbsfähigkeit bei.
- Eine wesentliche Stärke zahlreicher Destinationen liegt in leistungsfähigen Bergbahnunternehmen. Diese haben in den vergangenen Jahren vielfach eine zentrale Rolle beim Ausbau ganzjährig nutzbarer Erlebnis- und Freizeitinfrastrukturen übernommen. Dadurch konnten sie nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit im Wintertourismus sichern, sondern auch wesentlich zur positiven Entwicklung der Sommer- und Herbstsaison beitragen.
- Die Tourismusverbände nehmen in vielen Destinationen eine zentrale Steuerungs- und Unterstützungsfunktion ein. Ihre Aufgaben reichen von der Weiterentwicklung der Freizeitinfrastruktur über Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen bis hin zur Betreuung und Unterstützung der touristischen Leistungsträger:innen. Zudem übernehmen die Tourismusverbände vielfach die Rolle als Drehscheiben- und Angelpunkte bei allen Aspekten der Nachhaltigkeit. Diese vielfältigen Aufgaben werden insbesondere in wirtschaftlich erfolgreichen Destinationen durch eine solide Finanzierungsbasis ermöglicht, die durch eine hohe Akzeptanz und Unterstützung der Mitglieder bei Aufenthaltsabgaben und Pflichtbeiträgen getragen wird.
- Gleichzeitig bestehen in einigen Destinationen noch Entwicklungspotenziale hinsichtlich des Ausbaus sowie der langfristigen Sicherung ihrer Wettbewerbsfähigkeit. Herausforderungen zeigen sich insbesondere in der Schärfung strategischer Profile, der Weiterentwick-

lung attraktiver Freizeitinfrastrukturen, der Stärkung leistungsfähiger touristischer Unternehmen sowie im Ausbau qualitativer Beherbergungsangebote. Die Tourismusverbände dieser Destinationen stehen dabei teilweise vor der Aufgabe, ihre organisatorischen und finanziellen Ressourcen so weiterzuentwickeln, dass die vorhandenen Potenziale noch gezielter mobilisiert und die notwendigen Entwicklungsprozesse wirkungsvoll unterstützt werden können.

4.3. Soziale Nachhaltigkeit

Im Sinne von UN Tourism zielt soziale Nachhaltigkeit im Tourismus darauf ab, die Lebensqualität der lokalen Bevölkerung zu stärken, attraktive Arbeitsbedingungen zu fördern, kulturelle Vielfalt zu bewahren sowie eine gleichberechtigte Teilhabe relevanter Anspruchsgruppen an der Tourismusentwicklung sicherzustellen.

4.3.1. Mehrwert und Nutzen für die lokale Bevölkerung

Die positive Einstellung der lokalen Bevölkerung gegenüber dem Tourismus stellt eine wesentliche Voraussetzung für eine langfristig erfolgreiche Destinationsentwicklung dar – insbesondere in Regionen, in denen touristische Aktivitäten eng mit dem Lebensraum der Einheimischen verbunden sind und regelmäßige Begegnungen zwischen Bevölkerung und Gästen stattfinden. Darüber hinaus gewinnt die gesellschaftliche Akzeptanz des Tourismus auch vor dem Hintergrund demokratischer Entscheidungsprozesse an Bedeutung.

Gleichzeitig stellt die Zufriedenheit der lokalen Bevölkerung mit dem touristischen Umfeld einen eigenständigen Wert im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit dar. Entscheidend ist dabei insbesondere die Frage, in welchem Ausmaß die Bevölkerung vom Tourismus profitiert und welche Möglichkeiten zur Mitgestaltung und Teilhabe bestehen. Eine transparente Information, die Einbindung in Entscheidungsprozesse sowie die aktive Beteiligung an nachhaltigkeitsbezogenen Initiativen sind dabei zentrale Elemente.

- Die Analyse zeigt, dass 80% der Tourismusverbände die lokale Bevölkerung proaktiv und regelmäßig über Nachhaltigkeitsthemen informieren. Dies erfolgt über unterschiedliche Kommunikationskanäle, sowohl über eigene Medien der Tourismusverbände als auch über weitere regionale Plattformen. Die Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen ist dabei ein wesentlicher Aufgabenbereich der Nachhaltigkeitskoordinator:innen.

- 73% der Tourismusverbände ermöglichen der lokalen Bevölkerung eine aktive Beteiligung an Nachhaltigkeitsinitiativen. Die dabei angebotenen Formate und Aktivitäten weisen eine große Bandbreite auf.
- 82% der Destinationen bieten der lokalen Bevölkerung besondere Angebote für die Nutzung destinationsweiter Freizeitinfrastrukturen. Auf politischer Ebene bestehen derzeit Bestrebungen, die Möglichkeiten einer gezielten Berücksichtigung der lokalen Bevölkerung bei der Nutzung touristischer Infrastrukturen rechtlich weiterzuentwickeln (Stichwort „Einheimischentarife“).

4.3.2. Tourismusintensität und Tourismusakzeptanz

Die Tourismusintensität, gemessen anhand der jährlichen Übernachtungen pro Einwohner:in einer Destination, weist innerhalb Tirols eine erhebliche Bandbreite auf und variiert zwischen 7 und 915. Diese Spannweite verdeutlicht die sehr unterschiedliche Bedeutung des Tourismus innerhalb der regionalen Wirtschafts- und Erwerbsstrukturen der Tiroler Destinationen.

Die Tourismusakzeptanz, erhoben mittels eines Akzeptanz-Index im Rahmen einer tirolweiten Befragung, zeigt ebenfalls regionale Unterschiede und bewegt sich zwischen Indexwerten von 61 und 86. Insgesamt liegt die Tourismusakzeptanz damit auf einem vergleichsweise hohen Niveau und fällt höher aus, als dies vielfach angenommen wird.

Besonders bemerkenswert ist der großteils erkennbare Zusammenhang zwischen Tourismusintensität und Tourismusakzeptanz: Destinationen mit höherer Tourismusintensität weisen tendenziell auch höhere Akzeptanzwerte auf, während Regionen mit geringerer touristischer Prägung niedrigere Akzeptanzwerte zeigen. Dieser Zusammenhang erscheint insofern plausibel, als mit zunehmender touristischer Bedeutung auch die Möglichkeiten für die lokale Bevölkerung steigen, unmittelbar vom Tourismus zu profitieren – etwa durch Beschäftigungsmöglichkeiten, unternehmerische Tätigkeiten oder regionale Wertschöpfungseffekte.

Die Verfügbarkeit frei zugänglicher regionaler Freizeitinfrastrukturen wie Wanderwege, Biketrails oder Spielplätze trägt ebenfalls zu einer positiven Gesinnung bei, erscheint als alleiniges Argument aber jedenfalls zu kurz gegriffen. Für eine nachhaltige Stärkung der Akzeptanz dürften darüber hinaus weitere Faktoren relevant sein, insbesondere die direkte Teilhabe der Bevölkerung am touristischen Nutzen sowie andere Formen der Beteiligung.

Die Ergebnisse legen jedenfalls nahe, dass die häufig geäußerte Annahme, eine hohe Tourismusintensität führe zwangsläufig zu einer zunehmenden Skepsis oder Ablehnung gegenüber dem Tourismus, nicht bestätigt werden kann. Ebenso lässt sich die pauschale Einschätzung, die Tiroler Bevölkerung stehe dem Tourismus grundsätzlich kritisch gegenüber, nicht aufrechterhalten.

Vielmehr zeigt sich, dass die Einstellung gegenüber dem Tourismus deutlich von den jeweiligen regionalen Rahmenbedingungen und der spezifischen Situation der einzelnen Destinationen geprägt ist.

Da die Tourismusakzeptanz eine zentrale Kenngröße für eine langfristig erfolgreiche und nachhaltige Tourismusentwicklung in Tirol darstellt, wäre eine vertiefende wissenschaftliche Untersuchung der Einflussfaktoren sowie eine regelmäßige, methodisch belastbare tirolweite Erhebung auf Destinationsebene empfehlenswert. Eine ausreichende Stichprobengröße und eine kontinuierliche Datenerhebung würden dabei eine fundierte Beobachtung der regionalen Entwicklungen ermöglichen.

4.3.3. Employer Branding für Mitarbeitende

Der zunehmende Fach- und Arbeitskräftemangel stellt den Tiroler Tourismus – wie viele andere Branchen auch - vor neue Herausforderungen und hat in den vergangenen Jahren zu einer Vielzahl an Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und der Attraktivität touristischer Beschäftigung geführt. Dazu zählen insbesondere der Ausbau hochwertiger Mitarbeiterunterkünfte – von modernen Zimmerangeboten bis hin zu Wohneinheiten mit Hotelstandard – sowie die verstärkte Nutzung und Weiterentwicklung betrieblicher Freizeitangebote, beispielsweise durch die Öffnung und Erweiterung hauseigener Infrastrukturen in der Hotellerie.

Auch auf Ebene der Tourismusverbände wurden zunehmend Aktivitäten im Bereich des Employer Brandings entwickelt, um die Destinationen als attraktive Arbeits- und Lebensräume für Mitarbeitende zu positionieren. Diese Maßnahmen umfassen unterschiedliche Serviceangebote und Unterstützungsleistungen für Beschäftigte innerhalb der Destinationen.

- Die Analyse zeigt, dass 53% der Tourismusverbände bereits Aktivitäten im Bereich Employer Branding umsetzen; 9% konzentrieren sich auf einzelne Teilbereiche oder ausgewählte Orte der Destination.

- 29% der Tourismusverbände bieten umfassendere Maßnahmen an. Dazu zählen unter anderem Angebote bei regionalen Partnerbetrieben, eigene Job-Portale auf Destinationswebsites sowie Onboarding-Maßnahmen und Veranstaltungen zur Integration und Vernetzung von Mitarbeitenden.
- 38% der Tourismusverbände setzen derzeit noch keine spezifischen Employer-Branding-Maßnahmen um.

4.3.4. Regionalität

Regionalität stellt eines der zentralen Handlungsfelder der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Tiroler Destinationen dar. Eine besondere Rolle kommt dabei den Tourismusverbänden zu, die vielfach als Schnittstelle wirken. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt in der Unterstützung von Beherbergung und Gastronomie bei der stärkeren Integration regionaler Produkte in das touristische Angebot. Im Fokus steht dabei insbesondere die Vernetzung regionaler Produzent:innen mit gastronomischen und Beherbergungsbetrieben sowie die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten.

- Bereits 68% der Tourismusverbände setzen entsprechende Maßnahmen um. Das Spektrum reicht von Informationsveranstaltungen und Kulinarik-Workshops über die Etablierung von Genussbotschafter:innen bis hin zur verstärkten Kommunikation und Bewerbung von Betrieben mit Regionalitätszertifizierungen.
- Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Förderung der Direktvermarktung regionaler landwirtschaftlicher Produkte – sowohl gegenüber der lokalen Bevölkerung als auch Gästen. In diesem Bereich sind bereits 88% der Tourismusverbände aktiv. Die Maßnahmen umfassen unter anderem die Organisation, Finanzierung und Bewerbung regionaler Bauernmärkte, die Vermittlung von Bauernhoferlebnissen, die Präsentation und den Vertrieb regionaler Produkte über destinationsbezogene Kommunikationskanäle sowie die verstärkte Einbindung regionaler Spezialitäten bei Veranstaltungen.
- Nahezu jede Destination verfügt mittlerweile über eine – je nach Größe und Ausrichtung unterschiedlich ausgeprägte – Anzahl regionalitätszertifizierter Betriebe. Die Bandbreite reicht dabei von einzelnen Betrieben bis zu rund 70 zertifizierten Unternehmen pro Destination (beispielsweise nach Kriterien von Bewusst Tirol, AMA oder Bio Austria).

4.3.5. Barrierefreiheit

Im Bereich der Barrierefreiheit weisen die 34 Tiroler Tourismusverbände derzeit unterschiedliche Entwicklungsstände auf. Während einige Destinationen das Thema erst schrittweise als Handlungsfeld etablieren, setzen andere bereits seit längerer Zeit gezielte Maßnahmen zur Entwicklung inklusiver touristischer Angebote um und nehmen in diesem Bereich eine Vorreiterrolle ein.

Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung der digitalen Zugänglichkeit. Alle Tourismusverbände gestalten ihre Websites möglichst barrierefrei. Vorhandene barrierefreie Angebote werden zunehmend über die verschiedenen Kommunikationskanäle der Tourismusverbände sichtbar gemacht. Dazu zählen beispielsweise barrierefreie Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Wanderwege, Aussichtsplattformen, Loipen oder Skigebiete.

Einige Tourismusverbände beziehen bereits aktiv Menschen mit Behinderungen bzw. unterschiedlichen Einschränkungen in die Weiterentwicklung ihrer Angebote ein. Dies erfolgt beispielsweise durch deren Einbindung in Qualitätsentwicklungs- und Prüfprozesse, durch beratende Funktionen für touristische Betriebe oder durch die Mitwirkung bei der Erstellung zielgruppengerechter Inhalte.

Positiv hervorzuheben ist, dass das Thema Barrierefreiheit insbesondere bei neuen Projekten zunehmend berücksichtigt wird und damit bereits in der Planungs- und Entwicklungsphase Eingang findet. Darüber hinaus unterstützen einzelne Tourismusverbände spezielle Veranstaltungen für Menschen mit Behinderungen oder achten bei bestehenden Veranstaltungen verstärkt auf eine möglichst umfassende Teilhabe.

Gleichzeitig bleibt die Umsetzung von Barrierefreiheit eine komplexe Aufgabe, da sie unterschiedliche Dimensionen umfasst – von baulichen und infrastrukturellen Voraussetzungen über kommunikative Aspekte bis hin zur digitalen Zugänglichkeit. Eine ganzheitliche Umsetzung erfordert daher eine langfristige und systematische Herangehensweise.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Barrierefreiheit zunehmend als relevantes Thema erkannt wird. Einzelne Regionen Tirols sind jedenfalls als Vorreiter für inklusive Tourismusangebote zu nennen. Gleichzeitig befindet sich die praktische Umsetzung in zahlreichen Regionen noch in einer Entwicklungsphase. Die bestehenden Angebote konzentrieren sich derzeit überwiegend auf Menschen mit Mobilitätseinschränkungen. Angebote für Menschen mit Hörbeeinträchtigungen, Sehbeeinträchtigungen sowie kognitiven Einschränkungen sind bislang weniger verbreitet und bieten weiteres Entwicklungspotenzial.

4.4. Kulturelle Nachhaltigkeit

Die kulturelle Nachhaltigkeit nimmt für die Tiroler Tourismusverbände einen hohen Stellenwert ein. Dies zeigt sich insbesondere darin, dass alle Tourismusverbände einen Beitrag zum Schutz, zur Erhaltung und zur Weiterentwicklung regionaler Kulturstätten und Traditionen leisten. Zudem arbeiten sämtliche Verbände aktiv mit Kulturschaffenden zusammen, um regionale Traditionen, Veranstaltungen und kulturelle Initiativen in das touristische Angebot zu integrieren und deren Sichtbarkeit zu erhöhen. Neben finanzieller Unterstützung bringen sich zahlreiche Verbände auch durch infrastrukturelle, kommunikative oder personelle Leistungen im Kulturbereich ein.

Das Engagement für die lokale und regionale Kultur zeigt sich in vielfältigen Aktivitäten.

- Wie erwähnt stellt die finanzielle Unterstützung von Vereinen, Museen und Kulturinitiativen ein wesentliches Instrument dar. Gefördert werden unter anderem Musikkapellen, Schützenvereine, Landjugendorganisationen sowie Brauchtums- und Trachtengruppen, die einen wichtigen Beitrag zur Bewahrung regionaler Identität und kultureller Ausdrucksformen leisten.
- Darüber hinaus unterstützen die Tourismusverbände Maßnahmen zum Erhalt, zur Sanierung und zum Betrieb kulturell bedeutender Stätten.
- Traditionen und Bräuche werden durch zahlreiche Veranstaltungsformate lebendig gehalten und in das touristische Angebot eingebunden. Dazu zählen beispielsweise Brauchtumsumzüge, Wirtshaussingen, Handwerksfeste sowie Advent- und Weihnachtsmärkte. Teilweise übernehmen die Tourismusverbände dabei auch selbst organisatorische Aufgaben oder treten als Veranstalter auf.
- Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Vermittlung und Sichtbarmachung kultureller Angebote. Durch gezielte Kommunikations- und Marketingmaßnahmen – etwa über Websites, Veranstaltungskalender und redaktionelle Inhalte – wird die Wahrnehmung regionaler Kulturangebote bei Einheimischen und Gästen gestärkt. Weiters verfügen 77% der Tiroler Tourismusverbände über ein Verzeichnis bedeutender Kulturgüter in ihrer Region, das in der Regel digital, teilweise auch über analoge Werbemittel, kommuniziert wird.
- Viele Tourismusverbände leisten zudem einen aktiven Beitrag zur Vermittlung kulturellen Wissens. Dies erfolgt beispielsweise durch Themenwege, Kulturwanderungen, Dorfrundgänge oder Workshops zur Weitergabe traditioneller Handwerks- und Kulturtechniken.
- Ein besonderer Stellenwert kommt dem immateriellen Kulturerbe zu. 85% der Tourismusverbände berücksichtigen in ihren Aktivitäten ausdrücklich den Schutz und die Pflege im-

materieller Kulturgüter, darunter überlieferte Traditionen und Ausdrucksformen, darstellende Künste, gesellschaftliche Praktiken, Rituale und Feste sowie Wissen im Zusammenhang mit Natur, Umwelt und traditionellem Handwerk.

- Die Integration kultureller Angebote in Gästekarten ist hingegen bislang noch nicht weit verbreitet: Rund 12% der Tourismusverbände bieten den Besuch von Kulturstätten als inkludierte Leistung an. Eine solche Einbindung könnte künftig einen noch niederschwelligeren Zugang zu kulturellen Angeboten ermöglichen und deren Wertschätzung weiter fördern.
- Auch im Bereich Ortsbild, Baukultur und Raumqualität setzen etwa zwei Drittel der Tourismusverbände Maßnahmen. Dabei wird von den Verbänden ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die primäre Verantwortung in diesen Bereichen bei den Gemeinden liegt. Die Tourismusverbände nehmen daher vor allem eine unterstützende Rolle ein und arbeiten eng mit den kommunalen Akteur:innen zusammen.

Insgesamt zeigt sich ein flächendeckendes Engagement der Tiroler Tourismusverbände für die kulturelle Nachhaltigkeit.

4.5. Ökologische Nachhaltigkeit

Ökologische Nachhaltigkeit im Tourismus zielt darauf ab, natürliche Ressourcen verantwortungsvoll zu nutzen, Biodiversität und Ökosysteme zu schützen sowie negative Umweltauswirkungen zu minimieren, um die natürlichen Grundlagen langfristig zu erhalten.

4.5.1. Schutzgebiete, Zusammenarbeit und Besucherlenkung

In Tirol, dem „Land im Gebirg“, ist der verfügbare Siedlungs- und Wirtschaftsraum naturgemäß begrenzt. Nur ein vergleichsweise kleiner Teil der Landesfläche ist dauerhaft nutzbar. Umso wichtiger ist ein sorgfältiger und nachhaltiger Umgang mit dieser wertvollen Ressource.

Die Freizeit- & Tourismuswirtschaft ist in besonderem Maß auf attraktive und vielfältige Landschaftsräume angewiesen. Flächenbedarf entsteht dabei weniger durch Gebäude als vielmehr durch die Möglichkeiten, Natur aktiv zu erleben – etwa auf Wander- und Spazierwegen, Bike-Trails, Skipisten, Langlaufloipen oder Golfplätzen. Diese Infrastruktur bildet eine wesentliche Grundlage für eine hohe touristische Attraktivität.

Kaum eine alpine Region verfügt über eine derart hochwertige und flächendeckende Freizeitinfrastruktur wie Tirol. Sie ermöglicht Einheimischen wie Gästen ein außergewöhnlich breites Angebot

an Natur- und Bewegungserlebnissen und unterstreicht den hohen Freizeit- und Erholungswert unseres Landes.

Gleichzeitig verändern sich die Freizeitgewohnheiten laufend: Bewährte Aktivitäten wie Wandern und Bergsteigen erfreuen sich ungebrochener Beliebtheit, während neue Sportarten wie Trailrunning oder E-Biken zusätzliche Zielgruppen ansprechen. Damit steigen die Anforderungen an eine vorausschauende Weiterentwicklung des touristischen Angebots.

Ausdruck einer langfristig orientierten Raumplanung ist u.a. die große Zahl an Schutzgebieten in Tirol. Bereits heute stellen einzelne Destinationen ihre Schutzgebiete bewusst in den Mittelpunkt ihrer Kommunikation oder integrieren geführte Exkursionen und Naturerlebnisprogramme – etwa in National-/Naturparks oder in anderen Schutzgebieten – in ihr Angebot. Damit entstehen zusätzliche Erlebnisse, die das touristische Profil schärfen und die Aufenthaltsqualität erhöhen.

Der Stellenwert der Schutzgebiete in den Tiroler Destinationen zeigt sich auch in den Ergebnissen der Erhebung:

- In 76% der Tiroler Destinationen befinden sich Schutzgebiete. Ihr Flächenanteil reicht von 1% bis zu 68% der jeweiligen Destinationsfläche und unterstreicht die große Bedeutung naturnaher Landschaften für den Tiroler Tourismus.
- 65% der Tourismusverbände arbeiten bereits mit Naturschutzorganisationen und Schutzgebietsverwaltungen zusammen. Die Kooperationen umfassen unter anderem gemeinsame Führungsangebote, Schulungen, Informationsmaßnahmen sowie die Mitwirkung in Gremien der Schutzgebietsverwaltungen. Diese Zusammenarbeit stärkt nicht nur die Qualität des touristischen Angebots, sondern leistet auch einen konkreten Beitrag zur Bewahrung und zur Pflege der Tiroler Naturräume – und fördert das gegenseitige Verständnis zwischen Tourismus und Naturschutz.

Mit der hohen Attraktivität Tirols geht an einzelnen Standorten zeitweise auch ein gewisser „Dichtestress“ einher. Im Gegensatz zu manchen Städten bzw. Stadtzentren handelt es sich hierbei um lokale und zeitlich begrenzte Phänomene. Gleichwohl gilt es, Tendenzen in diese Richtung frühzeitig zu erkennen und gegenzusteuern.

Um die Qualität des Naturerlebnisses dauerhaft zu sichern, setzen daher viele Destinationen auf ein modernes Besuchermanagement. Ziel ist es, Besucherströme räumlich und zeitlich besser zu verteilen, sensible Bereiche zu entlasten und gleichzeitig ein hochwertiges Freizeiterlebnis für Einheimische und Gäste zu gewährleisten.

Bereits 56% der Tiroler Destinationen wenden explizit Maßnahmen der Besucherlenkung an. Dabei stehen vor allem „sanfte“ Instrumente im Vordergrund, etwa digitale Informations- und Lenkungssysteme über Destinations-Apps, Empfehlungen zu alternativen Ausflugszielen und Besuchszeiten sowie Dynamic Pricing oder Parkraummanagement. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, die Erlebnisqualität zu steigern, Natur- und Erholungsräume langfristig zu sichern und die touristische Wettbewerbsfähigkeit Tirols nachhaltig zu stärken.

4.5.2. Almfutterflächen und Landwirtschaftliche Betriebe

Almfutterflächen sind ein zentraler Bestandteil der Tiroler Kulturlandschaft und bilden eine wesentliche Grundlage für die touristische Attraktivität des Landes. Ihre Erhaltung leistet gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zum Natur- und Landschaftsschutz:

- Almen prägen das charakteristische Landschaftsbild Tirols und zählen zu den wichtigsten Attraktionsfaktoren des alpinen Tourismus. Mit dem Erhalt der Almen bleibt auch die einzigartige Offenlandschaft bestehen, die das Erscheinungsbild der Tiroler Bergwelt maßgeblich bestimmt.
- Almfutterflächen zählen zu den artenreichsten Lebensräumen im alpinen Raum und leisten einen bedeutenden Beitrag zur Biodiversität.
- Rund 60% der Tiroler Skipisten verlaufen über Almfutterflächen. Ihre kontinuierliche Bewirtschaftung schafft damit auch eine wesentliche Voraussetzung für die touristische Nutzung im Winter.

Die Pflege der Natur- und Kulturlandschaft ist insgesamt ein entscheidender Erfolgsfaktor für den Tiroler Tourismus. Diese ist eng mit einer funktionierenden Landwirtschaft verbunden. Gleichzeitig ist seit Jahren ein Rückgang der landwirtschaftlichen Betriebe zu beobachten, wodurch die langfristige Absicherung dieser Leistungen zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Wie stellt sich die Situation in den Tiroler Destinationen dar?

- In 20% der Destinationen ist die Almfutterfläche in den vergangenen zehn Jahren um mehr als 5% zurückgegangen. Gleichzeitig wurden in 29% der Destinationen die Almfutterflächen im selben Ausmaß erweitert, während sie in 51% weitgehend stabil geblieben sind.
- In nahezu allen Destinationen zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Almfutterflächen und entsprechenden Unterstützungsmaßnahmen für die Alpung.

Auch Programme, die Gästen das Leben auf den Almen näherbringen, scheinen sich positiv auf deren Erhaltung auszuwirken.

- Praktisch alle Tourismusverbände leisten finanzielle Beiträge an die Landwirtschaft für die Bereitstellung und Nutzung touristischer Infrastruktur wie Wanderwege, Mountainbike-Strecken oder Langlaufloipen.
- 88% der Tourismusverbände unterstützen die regionale Direktvermarktung bäuerlicher Produkte und stärken damit die Verbindung zwischen Landwirtschaft, regionaler Wertschöpfung und Tourismus.
- Gleichzeitig ist in 68% der Destinationen die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe innerhalb der letzten zehn Jahre um mehr als 5% zurückgegangen, in einzelnen Regionen sogar um mehr als ein Drittel.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Almfutterflächen derzeit insgesamt vergleichsweise stabil entwickeln. Die Unterstützungsmaßnahmen der Tourismusdestinationen und die enge Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft dürften dazu wesentlich beitragen. Um diese positive Entwicklung langfristig abzusichern, bleibt eine kontinuierliche Beobachtung erforderlich. Das Bewusstsein für die Bedeutung der Almen und ihrer Bewirtschaftung ist in den Destinationen jedenfalls klar vorhanden.

Die Entwicklung der landwirtschaftlichen Betriebe gilt es ebenfalls aufmerksam zu beobachten. Jeder aufgegebene Betrieb bedeutet den Verlust von Know-how und Bewirtschaftungskapazitäten, die nur schwer wieder aufgebaut werden können. Gesamtgesellschaftlich wird es daher langfristig entscheidend sein, die Rahmenbedingungen für die Landwirtschaft zu verbessern.

4.5.3. Mobilität

Ein zentraler Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Tiroler Tourismusverbände liegt im Bereich der Mobilität.

Anreisemobilität

Bekanntermaßen verursacht die An- und Abreise der Gäste den größten Anteil am CO_2-Fußabdruck eines Urlaubs. Allerdings fallen die Emissionen bei Reisen in die Alpen – aufgrund der überwiegend kurzen Anreisewege aus den Nahmärkten – deutlich geringer aus als etwa bei Flugreisen in Fernreiseziele oder Kreuzfahrten.

Der Handlungsspielraum der Destinationen ist dabei naturgemäß begrenzt. Weder die Wahl des Verkehrsmittels noch der Umstieg auf alternative Antriebstechnologien liegen unmittelbar in ihrem

Einflussbereich. Dennoch setzen die Tourismusverbände zahlreiche Maßnahmen, um eine klimafreundlichere Anreise attraktiver zu gestalten. Dazu gehören umfassende Informationen zur Bahnanreise auf den Destinations-Websites ebenso wie Unterstützungsangebote für den Gepäcktransport.

Besonderes Augenmerk gilt der sogenannten „letzten Meile“, also der Verbindung zwischen Bahnhof und Unterkunft. Bereits 47% der Destinationen bieten hierfür gut organisierte, vergünstigte oder kostenlose Transferangebote an und erleichtern damit die Anreise ohne eigenes Auto.

Trotz dieser Bemühungen reisen derzeit noch rund 85% der Gäste mit dem Pkw an. Auch der Anteil elektrisch betriebener Fahrzeuge entwickelt sich langsamer als ursprünglich erwartet, zeigt jedoch einen kontinuierlichen Aufwärtstrend. Insgesamt hat sich die Verteilung der Verkehrsmittel bei der Anreise in den vergangenen Jahren trotz intensiver Maßnahmen bislang nur geringfügig verändert.

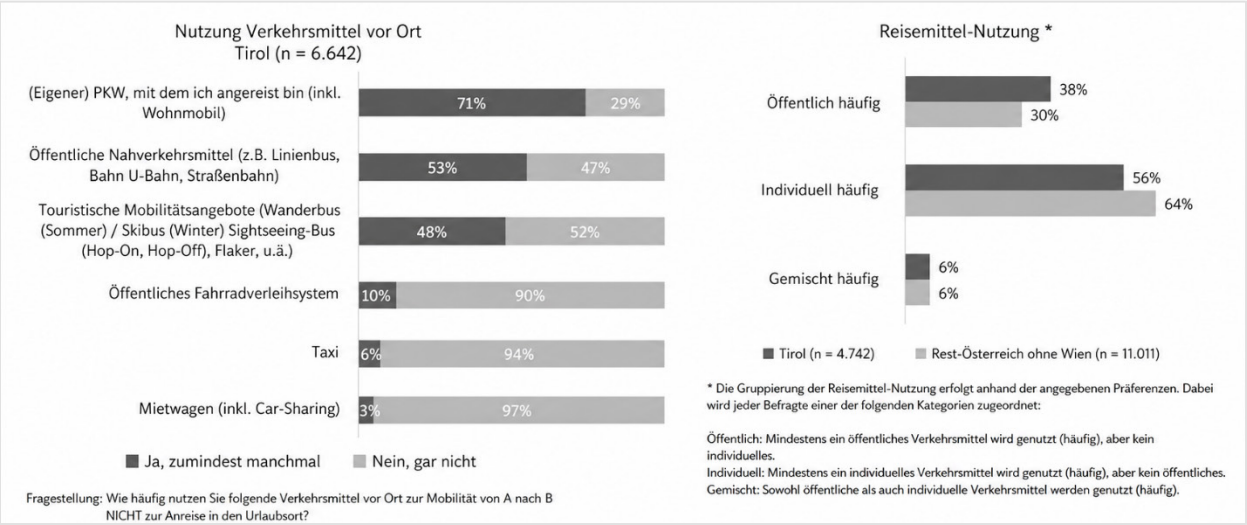
Vor-Ort-Mobilität

Deutlich sichtbarer sind die Erfolge hingegen bei der Mobilität vor Ort. Im Gegensatz zur An- und Abreisemobilität können Destinationen diesen Bereich unmittelbar gestalten und weiterentwickeln.

Hier wurden in den vergangenen Jahren erhebliche Fortschritte erzielt. In vielen Destinationen wird bereits bis zur Hälfte der Wege vor Ort mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt. Voraussetzung dafür ist ein leistungsfähiges und attraktives Mobilitätsangebot, das in Tirol konsequent ausgebaut wurde.

Belegt wird dies unter anderem mit aktuellen Zahlen aus der T-MONA Befragung.

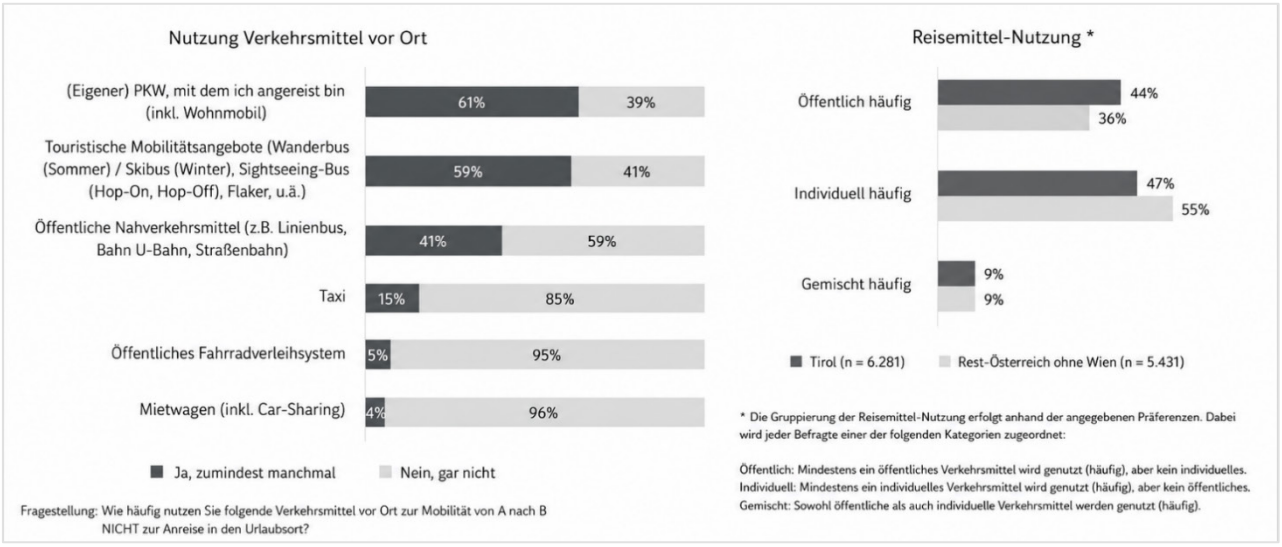
Vor-Ort Mobilität der Tirol Gäste im Sommer:



Quelle: T-MONA Sommer 2025 – Der Tirol Gast (Tirol Werbung)

Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass öffentliche Verkehrsmittel in Tirol deutlich häufiger genutzt werden, als in Rest-Österreich ohne Wien. Sowohl in der Sommer-, als auch in der Wintersaison:

Vor-Ort Mobilität der Tirol Gäste im Winter:



Quelle: T-MONA Winter 2024/2025 – Der Tirol Gast (Tirol Werbung)

Heute ist die - in der Gästekarte inkludierte - Nutzung des regionalen öffentlichen Verkehrs in nahezu allen Tiroler Destinationen selbstverständlich. Gleichzeitig wurden Angebote, Fahrpläne und Taktungen vielerorts bedürfnisorientiert abgestimmt und werden laufend weiterentwickelt. Damit steigt sowohl die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs als auch seine tatsächliche Nutzung – bei Einheimischen und Gästen gleichermaßen.

Dass nachhaltige Mobilität inzwischen ein strategisches Handlungsfeld der Tourismusdestinationen darstellt, zeigt sich auch daran, dass 44% der Destinationen über ein regionales Mobilitätskonzept verfügen. In zahlreichen weiteren Regionen befinden sich entsprechende Konzepte in Ausarbeitung.

Insgesamt zeigt sich damit ein klares Bild: Während die Möglichkeiten der Destinationen, die Emissionen der An- und Abreise direkt zu beeinflussen, naturgemäß begrenzt sind, wurden bei der Mobilität vor Ort erhebliche Fortschritte erzielt. Die mittels Aufenthaltsabgabe finanzierte Nutzung des öffentlichen Verkehrs für Gäste, gut organisierte Anschlussmobilität sowie der kontinuierliche Ausbau regionaler Mobilitätsangebote haben sich inzwischen als wesentliche Qualitätsmerkmale des Tiroler Tourismus etabliert. Diese leisten damit nicht nur einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigeren Tourismusentwicklung, sondern stehen auch der Bevölkerung zur Verfügung.

Maßnahmen zur Forcierung der Elektromobilität

Die Mobilität vor Ort bietet den Tiroler Destinationen mitunter einen großen Hebel, um ihre ökologischen Nachhaltigkeitsziele aktiv zu gestalten. Die technischen Voraussetzungen für eine klimafreundliche Mobilität sind heute bereits vorhanden. Erfolgreiche Beispiele aus Tirol zeigen, dass etwa elektrisch betriebene Busse auch unter alpinen Bedingungen zuverlässig eingesetzt werden können. Damit stehen dem Tourismus praxiserprobte Lösungen zur Verfügung, auf deren Erfahrungen künftig aufgebaut werden kann.

Die Erhebung zeigt, dass sich dieser Transformationsprozess bereits in Gang befindet:

- Fünf Destinationen setzen bereits Elektrobusse im regionalen Linienverkehr ein, eine Destination hat ihren öffentlichen Busverkehr vollständig auf Elektroantrieb umgestellt. Diese Vorreiter leisten wichtige Pionierarbeit und schaffen wertvolle Erfahrungen für weitere Regionen.
- Rund 60% der Destinationen erfassen bereits die öffentliche Elektroladeinfrastruktur. Mit der steigenden Verbreitung der Elektromobilität gewinnt deren Sichtbarkeit und einfache Auffindbarkeit zunehmend an Bedeutung. Erste Tourismusverbände integrieren Ladestandorte bereits in ihre digitalen Ortspläne und bieten damit einen zusätzlichen Service.

- Auch im Bereich der touristischen Infrastruktur werden klimafreundlichere Lösungen zunehmend berücksichtigt. Erste Destinationen setzen bei der Präparierung von Loipen und Skipisten bereits auf HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), wodurch die CO_2-Emissionen gegenüber herkömmlichem Diesel deutlich reduziert werden können. Diese Erfahrungen schaffen eine gute Grundlage für eine schrittweise Ausweitung auf weitere Regionen.

Insgesamt zeigt sich, dass Tirols Destinationen den Wandel hin zu einer klimafreundlichen Mobilität aktiv gestalten. Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Elektromobilität, der Ausbau der Ladeinfrastruktur sowie der verstärkte Einsatz emissionsärmerer Technologien stärken nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit des Tourismus, sondern erhöhen auch die Attraktivität Tirols für eine wachsende Zahl umweltbewusster Gäste.

4.5.4. Reduktion des CO2-Fußabdrucks in Gebäuden

Neben der Mobilität zählt die Wärmebereitstellung zu den wichtigsten Einflussfaktoren auf den CO_2-Fußabdruck der Freizeit- & Tourismuswirtschaft. Gerade in diesem Bereich bieten sich vielfältige Möglichkeiten, die Energieversorgung nachhaltig weiterzuentwickeln und gleichzeitig die regionale Wertschöpfung zu stärken.

Eine umfassende Bewertung soll künftig durch die geplante tirolweite Energiedatenbank erleichtert werden, die sich derzeit noch im Aufbau befindet. Bereits heute lassen sich jedoch wesentliche Entwicklungen erkennen:

- Biomasse-Nahwärmenetze stellen insbesondere im alpinen Raum eine zukunftsweisende Lösung für eine weitgehend CO_2-neutrale Wärmeversorgung dar. Sie verbinden Klimaschutz mit regionaler Wertschöpfung und bieten vielerorts auch wirtschaftlich attraktive Perspektiven.
- Bereits in 20 Destinationen (59%) bestehen Biomasse-Nahwärmenetze. Zahlreiche Tourismusbetriebe sind bereits angeschlossen und in vielen Regionen ist ein weiterer Ausbau geplant. Damit verfügen Tirols Destinationen über eine solide Grundlage, die nachhaltige Wärmeversorgung in den kommenden Jahren kontinuierlich weiterzuentwickeln.
- In 41% der Destinationen wurden größere Gastronomiebetriebe am Berg bereits auf regenerative Wärmelösungen umgestellt oder entsprechend optimiert. Die Entwicklung zeigt einen klar positiven Trend, auch wenn die Datengrundlage derzeit noch nicht vollständig ist.
- Mehr als die Hälfte der Tourismusverbände (53%) hat die eigenen Gebäude – darunter Büros und Freizeiteinrichtungen – bereits ganz oder teilweise energetisch modernisiert und auf erneuerbare Wärmesysteme umgestellt. Weitere Projekte werden im Zuge geplanter Neu- und Umbauten umgesetzt.
- 47% der Tourismusverbände unterstützen Tourismusbetriebe aktiv bei Fragen der nachhaltigen Wärmeversorgung und vermitteln Beratungsangebote, beispielsweise in Zusammenarbeit mit regionalen Energie- und Klimaschutzprogrammen wie den Klima- und Energie-Modellregionen (KEM). Dadurch wird der Wissenstransfer in den Destinationen gezielt gefördert.

Insgesamt zeigt sich, dass die Transformation der Wärmeversorgung in Tirols Tourismus bereits deutlich an Dynamik gewonnen hat.

4.5.5. Abfall, Wasser, Lärm, Licht

Abfallvermeidung als Beitrag zur nachhaltigen Destinationsentwicklung

Die Vermeidung und Reduktion von Abfällen haben sich in den Tiroler Destinationen als wichtiges Handlungsfeld der Nachhaltigkeit etabliert. Knapp drei Viertel der Tourismusverbände (25 TVBs) haben entsprechende Maßnahmen explizit in ihren Nachhaltigkeitsstrategien verankert. Ziel ist es, Ressourcen zu schonen und das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen bei Gästen, Betrieben und Einheimischen zu stärken.

Die Aktivitäten reichen von konsequenter Mülltrennung und der Vermeidung von Einwegprodukten über Mehrweg- und Refill-Systeme bis hin zur Reduktion von Lebensmittelabfällen und innovativen Recycling- und Wiederverwendungskonzepten. Auch bei Veranstaltungen werden zunehmend nachhaltige Standards umgesetzt, etwa durch Green-Event-Konzepte oder den Verzicht auf Einwegmaterialien.

Vorbildwirkung übernehmen die Tourismusverbände auch im eigenen Betrieb. Durch Digitalisierung, die Reduktion von Drucksorten, den sparsamen Einsatz von Verbrauchsmaterialien sowie die Wiederverwendung von Werbemitteln, Arbeitskleidung und Büromobiliar werden Ressourcen geschont und Kreislaufwirtschaft aktiv gelebt.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Information und Bewusstseinsbildung. Rund zwei Drittel der Tourismusverbände informieren Betriebe, Gäste und Einheimische regelmäßig über Mülltrennung, Abfallvermeidung und nachhaltige Alternativen. Die Kommunikation erfolgt über Websites, Social Media, Newsletter, Vermieterportale, Informationsbroschüren, Umweltleitfäden, Veranstaltungen sowie Infotafeln und erreicht damit eine breite Zielgruppe.

Insgesamt zeigt sich, dass Abfallvermeidung in den Tiroler Destinationen längst mehr ist als eine Einzelmaßnahme. Sie entwickelt sich zunehmend zu einem selbstverständlichen Bestandteil eines nachhaltigen Destinationsmanagements. Durch die Kombination aus organisatorischen Maßnahmen, innovativen Lösungen und gezielter Bewusstseinsbildung leisten die Tourismusverbände einen wichtigen Beitrag zur Schonung der natürlichen Ressourcen und stärken gleichzeitig das nachhaltige Qualitätsprofil des Tiroler Tourismus.

Wasser als Qualitätsmerkmal des Tiroler Tourismus

Wasser zählt zu den bedeutendsten natürlichen Ressourcen Tirols. Mehr als 60% der Tourismusverbände (21 TVBs) informieren aktiv über die hervorragende Trinkwasserqualität in ihren Destinationen und sensibilisieren gleichzeitig für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource

Wasser. Die Kommunikation erfolgt über Websites, Informationsbroschüren und Hinweistafeln. Ergänzt wird sie durch kreative Initiativen wie gebrandete Wasserflaschen und -gläser, regionale Tafelwasserangebote, wiederverwendbare Trinkflaschen für Beherbergungsbetriebe oder Themenwege und -führungen, die das Element Wasser und seine Bedeutung für die Region erlebbar machen.

Darüber hinaus setzen bereits mehr als ein Viertel der Tourismusverbände konkrete Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs sowie zur Sicherung und Verbesserung der Wasserqualität um. Diese Aktivitäten sind häufig in regionale Klimaanpassungsprogramme (KLAR!) eingebunden bzw. erfolgen im Rahmen des Österreichischen Umweltzeichens.

Insgesamt zeigt sich, dass der nachhaltige Umgang mit Wasser in den Tiroler Destinationen zunehmend als Qualitäts- und Zukunftsthema verstanden wird. Die Verbindung aus hochwertiger Trinkwasserqualität, bewusstem Ressourceneinsatz und umfangreichen Informationsangeboten stärkt nicht nur den Umwelt- und Klimaschutz, sondern trägt auch wesentlich zum nachhaltigen Markenbild und zur Attraktivität des Tiroler Tourismus bei.

Lärmminderung als Beitrag zur Lebens- und Aufenthaltsqualität

Die Tiroler Tourismusverbände setzen zahlreiche Maßnahmen, um die Lebens- und Aufenthaltsqualität für Einheimische und Gäste zu erhöhen und gleichzeitig sensible Natur- und Erholungsräume zu schützen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Reduktion von Lärmbelastungen durch eine nachhaltige Mobilitätsgestaltung (Details siehe 4.5.3).

Im Vordergrund stehen Maßnahmen wie attraktive Angebote des öffentlichen Verkehrs (Nutzung in Gästekarte inkludiert, Wander- und Skibusse, Shuttlebus-Systeme, etc.) sowie der Ausbau der E-Mobilität, E-Bikes für Gäste und Mitarbeitende, verkehrsberuhigte bzw. autofreie Ortszentren oder gezielte Parkraumbewirtschaftung. Diese Maßnahmen tragen nicht nur zur Verringerung des Verkehrsaufkommens bei, sondern steigern auch die Aufenthalts- und Erlebnisqualität in den Destinationen.

Auch bei Veranstaltungen wird verstärkt auf ein ausgewogenes Miteinander geachtet. Dezibelgrenzen und Ruhezeiten gehören vielerorts ebenso zum Standard wie innovative Veranstaltungsformate. So wurden beispielsweise Neujahrsfeuerwerke in einzelnen Destinationen durch leisere Alternativen ersetzt.

Darüber hinaus berücksichtigen die Destinationen auch Lärmaspekte bei Bauprojekten und setzen Maßnahmen, um Beeinträchtigungen für Bevölkerung und Gäste möglichst gering zu halten. Ergänzend sorgen örtliche Regelungen – etwa Skischuhverbote in Ortszentren – für eine ruhigere Atmosphäre.

Besondere Bedeutung kommt dem Schutz sensibler Naturräume zu. Ruhezonen, Besucherlenkungssysteme und zeitliche Nutzungsregelungen tragen dazu bei, Erholungssuchenden hochwertige Naturerlebnisse zu ermöglichen und gleichzeitig Rückzugsräume für die Tierwelt zu erhalten. Beispiele dafür sind etwa sogenannte „Quiet Areas“ in Naturparks.

Reduktion von Lichtverschmutzung

Die Tiroler Destinationen setzen zunehmend Maßnahmen, um Lichtemissionen zu reduzieren und gleichzeitig eine energieeffiziente sowie naturverträgliche Beleuchtung sicherzustellen. Ziel ist es, die hohe Qualität der nächtlichen Landschaftsräume zu erhalten, den Energieverbrauch zu senken und einen bewussten Umgang mit künstlichem Licht zu fördern.

Ein zentraler Ansatzpunkt ist die schrittweise Umstellung auf moderne LED-Beleuchtung in unterschiedlichen Bereichen. Darüber hinaus wird verstärkt auf bedarfsgerechte Betriebszeiten, Reduktionen in der Nebensaison sowie den Einsatz bewegungsgesteuerter oder zeitgesteuerter Systeme Wert gelegt. Im Bereich der Pistenbeleuchtung orientieren sich Maßnahmen streng an den geltenden Standards (z.B. ÖNORM). Auch bei saisonaler Beleuchtung, beispielsweise der Weihnachtsbeleuchtung, wird zunehmend auf einen bewussteren und ressourcenschonenden Einsatz geachtet.

Neben technischen Maßnahmen spielt die Bewusstseinsbildung eine wichtige Rolle. Mehrere Destinationen informieren Gäste und Öffentlichkeit über die Bedeutung der Reduktion von Lichtverschmutzung und stellen entsprechende Informationen über digitale Kanäle bereit. TVB-interne Maßnahmen tragen dazu bei, das Thema im Arbeitsalltag zu verankern – etwa durch das konsequente Ausschalten nicht benötigter Beleuchtung außerhalb der Betriebszeiten oder durch Sensibilisierung von Mitarbeitenden.

5. Ausblick

Die Ergebnisse des Nachhaltigkeitsberichts 2025 bieten einen komprimierten Überblick über die zentralen Nachhaltigkeitskennzahlen und -maßnahmen der Tiroler Destinationen. Die Zusammenschau liefert dabei wertvolle Grundlagen für die Weiterentwicklung der regionalen sowie landesweiten Nachhaltigkeitsinitiativen. Mit dem eingeführten und bei den Tourismusverbänden etablierten Monitoringsystem kann die Wirksamkeit der strategisch definierten Maßnahmen laufend evaluiert und weiterentwickelt werden.

Darüber hinaus ist Tirol seit August 2024 – damals als erste Region in Österreich - Partner des Netzwerks INSTO (International Network of Sustainable Tourism Observatories), das MCI Tourismus fungiert hierbei als offizielle UN Tourism Beobachtungsstelle für nachhaltigen Tourismus (TYSTO Tyrolean Sustainable Tourism Observatory).

> *„INSTO seeks to support and connect destinations that are committed to regular monitoring of economic, environmental and social impacts of tourism, to unlock the power of evidence-based decision making at the destination-level, fostering sustainable tourism practices locally and globally.“*
> *(UN Tourism)*

Auf Basis des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts erfolgt im Rahmen von TYSTO ein umfassender jährlicher Fortschrittsbericht zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in Tirol, beginnend mit Herbst 2026. In weiterer Folge soll damit auch ein verstärkter internationaler Austausch und die Einbindung globaler Erfahrungen in die regionale Nachhaltigkeitsentwicklung in Tirol ermöglicht werden.

Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass Tirol

- mit der strategischen und gesetzlichen Verankerung des Themas Nachhaltigkeit auf Landes- sowie regionaler Ebene,
- den umfangreichen Initiativen und Maßnahmen in den Tiroler Destinationen,
- der zentralen Steuerung und Koordination durch die Nachhaltigkeitskoordinator:innen in den Tiroler Tourismusverbänden sowie
- die umfassende Nachhaltigkeitsberichterstattung auf regionaler und Landesebene

einmal mehr seine Pionierarbeit und Vorreiterrolle für eine verantwortungsvolle und zukunftsorientierten Tourismusentwicklung unter Beweis stellt.

„Nachhaltigkeit ist ein Marathon, kein Sprint.“

(Autor:in unbekannt)

6. Quellenverzeichnis

- **Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie & VKI Verein für Konsumenteninformation, Team Umweltzeichen:**
  Österreichisches Umweltzeichen, Richtlinie UZ 82 – Tourismusdestinationen. Version 1.1 vom 1.1.2022, geändert mit 1.1.2023
- **KLAR!:**
  Klimawandel-Anpassungsmodellregionen: Förderprogramm des Klima- und Energiefonds, www.klimafonds.gv.at
- **Land Tirol:**
  Tiroler Tourismusgesetz 2006
- **Land Tirol, Tirol Werbung, Wirtschaftskammer Tirol & Verband der Tiroler Tourismusverbände:**
  Der Tiroler Weg, Juni 2021
- **MCI Tourismus, Tirol Werbung, Verband der Tiroler Tourismusverbände:**
  Rahmenkonzept einer „Mehrdimensionalen Nachhaltigkeitsstrategie für Tiroler Destinationen“, 2023 – Aktualisierte Version 2026
- **Verband der Tiroler Tourismusverbände:**
  - Nachhaltigkeitsbericht der Tiroler Tourismusverbände, September 2024
  - Nachhaltigkeitsbericht der Tiroler Tourismusverbände, Juni 2025

Impressum

Herausgeber: Verband der Tiroler Tourismusverbände, Brixner Straße 3, 6020 Innsbruck

Redaktionsteam (in alphabetischer Reihenfolge):

MCI Tourismus: Birgit Bosio, Laura Marie Wittkopp, Franz Tschiderer; Verband der Tiroler Tourismusverbände: Ingrid Schneider

Titelbild: Tirol Werbung / Kathrein Verena

Stand: Juni 2026. Alle Angaben trotz sorgfältiger Recherche ohne Gewähr