4. Konferenz

Nachhaltigkeit in Szene gesetzt

Inszenierung und Nachhaltigkeit sind kein Widerspruch! Darin waren sich die 5 Referentinnen und 9 Referenten einig. Nachhaltige Projekte und Strategien müssen mit Inhalten gefüllt und in Szene gesetzt werden, um sie zum Leben zu erwecken und dem Gast nahe zu bringen. Erst dann wird das Gehörte, Gesehene, Erlebte auch wertgeschätzt, wird wirkungsmächtig und verändert langfristig nicht nur die Region, sondern auch ihre BesucherInnen. Die wichtigsten Voraussetzungen dafür sind gelebte Authentizität, die Konzentration auf unkopierbare Alleinstellungsmerkmale und ein neues Werte-Bewusstsein, das nicht die Gewinnmaximierung in den Vordergrund stellt, sondern das Zusammenspiel von Lebensraum und Gästebedürfnissen nachhaltig optimiert.

Foto von links nach rechts: Andreas Purt (GF Mostviertel Tourismus GmbH), Johannes Kaup (Moderator, ORF Ö1), Petra Bohuslav (Landesrätin für Wirtschaft, Tourismus und Sport), Theres Friewald-Hofbauer (Club Niederösterreich), Hans Weiss (Steinschaler Hotels), Christoph Madl (GF Niederösterreich Werbung)

Nachhaltigkeit – ein Entscheidungskriterium für die Urlaubsbuchung?

Ein eindeutiges Ost-West und Nord-Süd-Gefälle belegt eine aktuelle Untersuchung über die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Reiseverhalten. Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit, so **Holger Sicking** von der Österreich Werbung, sind die skandinavischen Länder und Belgien. In Deutschland und in der Schweiz ist das Bewusstsein hoch, Nachhaltigkeitsmarketing wird jedoch vielfach kritisch gesehen. Mediterrane Länder wie Italien oder Spanien zeigen Bemühungen. Aufholbedarf haben Länder wie Russland, Tschechien und Ungarn.

Gute Architektur – ein Gästemagnet?

Architektur erzählt Geschichten, meint **Bibiane Hromas** von Platou (Plattform für Architektur im Tourismus) – und belegt ihre Aussage mit einer aktuellen Untersuchung über die steigende Bedeutung von Architektur für Gäste: einerseits als relevanter Faktor der Wohn- und Lebensqualität am Urlaubsort, andererseits als Interessens-, Gesprächs- und Reisethema. Wie Architektur neues Umwelterleben schaffen kann, zeigt Vorarlberg beispielgebend vor. Die Zukunft im Tourismus, so Hromas, liegt deshalb auch im stimmigen Zusammenspiel von Naturlandschaft und

gebautem Raum.

Herkunftsmarketing: „Einserschmäh" oder essentieller USP?

Herkunft, so **Dorli Muhr** von Wine & Partners in Wien, ist bei Produkten das letztgültige Alleinstellungsmerkmal. Denn Herkunft lässt sich mit Geschichte und Geschichten verbinden, liefert dem Gast und der Konsumentin Informationen über die natürlichen Bedingungen des Produktionsstandortes und vermittelt ein lebendiges Bild von Traditionen, Kultur und Menschen. Ein Paradebeispiel dafür präsentierte **Anton Koschak**, steirischer Wirt und Winzer, mit dem „Original Sulmtaler Huhn": Ein unverwechselbares, regionales Produkt, das Gourmets begeistert – und der Urlaubsregion Sulmtal eine neue „Leitfigur" beschert hat.

Nachhaltigkeitszertifizierung: „greenwashing" oder entscheidendes Qualitätskriterium?

Wer in Zukunft am Markt bestehen will, muss in der Hotellerie seiner ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung gerecht werden – und sollte das mittels Zertifizierung auch belegen können. Das unterstrichen **Martina Maly**, Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens Michaeler & Partner, und **Philipp Kaufmann**, Gründungspräsident der Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI). **Thomas „Ike" Ikrath**, Architekt und Besitzer von Haus Hirt und Hotel Miramonte in Bad Gastein, plädierte für ein neues Werte-Bewusstsein – und lebt es in seinen Häusern vor: minimalster Einsatz von nichterneuerbaren Ressourcen (physisch wie mental) unter maximaler Nutzung des traditionell vorhandenen Wissens zur optimalen Nutzung von Mensch, Material und Energie.

Landschaftsinszenierung: „Scheinidylle" oder nachhaltige Strategie?

Immer weniger Gemeinden profitieren vom Tourismus. Denn nicht nur die Jugend, so **Oliver Bender** vom Institut für Gebirgsforschung an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, sondern auch die Gäste lassen die strukturschwachen Gebirgsräume im Stich. Doch der Trend lässt sich umkehren – durch gezieltes in Szene Setzen von Natur. Die wissenschaftlichen Konzepte dafür lieferte **Ulrike Pröbstl**, Universität für Bodenkultur in Wien, Beispiele für die praktische Umsetzung präsentierte **Agnes Feigl**, Landschaftsarchitektin und Geschäftsführerin von tourismusdesign. Fazit der beiden Expertinnen: Landschaft braucht Inszenierung – und Gäste brauchen wohlwollende BesucherInnenlenkung.

EDEN-Award: „Marketingetikett" oder innovativer Impuls?

Das Paradies wird nicht versprochen – wohl aber ein „Garten Eden". Denn alle Preisträger des seit 2007 von der Europäischen Union jährlich vergebenen EDEN-Awards an „European Destinations of Excellence" bieten Außergewöhnliches. Über den „Walserstolz" und seine positiven Auswirkungen auf die Regionalentwicklung referierte **Josef Türtscher**, Obmann der Regio Großes Walsertal, die den Award 2009 für ihren Biosphärenpark verliehen bekam. Dass sich 20 Jahre nachhaltige Aufbauarbeit lohnen, belegte **Erika Schuster**, Geschäftsführerin der Kulturinitiative Gmünd, mit anschaulichen Bildern: Seit 1991 setzt die mittelalterliche Stadt in Kärnten konsequent auf Kunst und Kultur. Mittlerweile profitiert die ganze Region davon – und darf sich seit dem Frühjahr mit dem EDEN-Award 2011 schmücken. 2012, so **Florian Felder** von der Österreich Werbung, die den Wettbewerb in Österreich koordiniert, wird kein Award vergeben. Stattdessen soll das „EDEN Netzwerk Österreich" für die Sieger und Finalisten der Vorjahre als Plattform zur Vertiefung der Themen Nachhaltigkeit, regionale Vernetzung und Innovation im Tourismus offen stehen.

Die Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz im Pielachtal

Veranstalter der Nachhaltigkeitskonferenz sind Mostviertel Tourismus, die Niederösterreich Werbung und der Club Niederösterreich. Bereits zum vierten Mal fand die Konferenz im Pielachtal statt, das 2007 als Vorbildregion für Nachhaltigkeit mit dem EDEN-Award der EU ausgezeichnet wurde. Hier hat sich das Steinschaler Dörfl als Austragungsort bewährt. Die diesjährige Veranstaltung unterstützten außerdem: die Arbeitsgemeinschaft Erneuerbare Energie Niederösterreich-Wien, die Gugler Cross Media GmbH, die Naturidyll-Hotels sowie der Verein LandLuft.

Eine schriftliche Dokumentation der Konferenz ist verfügbar Sie kann bei Mostviertel Tourismus bestellt werden (office@most4tel.com) oder ist online verfügbar.

Dokumentation zur 4. Nachhaltigkeitskonferenz "Nachhaltigkeit in Szene gesetzt"

"Nachhaltigkeit auf persönlicher Ebene. Wegweiser für eine sinnvolle und erfolgreiche Lebensführung □ Balance im Kleinen und Großen"Mag. Wolfgang Hackl (MENSCH IN BEWEGUNG)

Unser heutiger Alltag ist sehr stark geprägt vom Gedanken nach Maximierung. Maximierung in einem Bereich führt aber meistens zu Defiziten in anderen Bereichen. Die Folge: Wir fühlen uns gestresst, ohnmächtig, sind unzufrieden und haben oft das Gefühl, den Erwartungen anderer entsprechen zu müssen. Die kritische Frage lautet: □Wann ist ,nicht genug□ endlich genug?□ Balance und Optimierung jedoch heißt: denken und handeln zum Wohle aller Lebensbereiche, des eigenen Organismus und der Umwelt, d.h.entsprechend bestimmter Grundgesetze, welche eine sinnvolle, erfolgreiche und gesunde Lebensführung ermöglichen.

"Das Thema Nachhaltigkeit in den Herkunftsländern der potenziellen Österreichgäste"Mag. Holger Sicking (Tourismusforschung Österreich Werbung)

Wie stark ist das Thema Nachhaltigkeit in den Ländern unserer internationalen potenziellen Gäste bereits angekommen? Wird Nachhaltigkeit schon gelebt,hat das Thema Urlaubsrelevanz oder ist die Zeit noch nicht reif? Die Österreich Werbung hat dazu ihre Mitarbeiter in den Marktbüros weltweit befragt. Dieser Vortrag zeigt einen Blick über die österreichische Landesgrenze hinaus mitten hinein in das Leben unserer Gäste in ihren Heimatländern.

Keynote:"Architektur macht Gäste□DI Arch. Bibiane Hromas (Platou)

Wie wird gute Architektur im Tourismus erfolgreich eingesetzt? Was interessiert Touristen am Thema Nachhaltigkeit? Wann ist Architektur nachhaltig? Was leistet Architektur für die Marke? Was ist gute Architektur? Diesen Fragen wird Bibiane Hromas folgen und erläutern.

"Was bleibt, ist die Herkunft.□Mag. Dorli Muhr (GF Wine&Partners)

Die Konzentration auf regionale Produkte und auf Herkunftsmarketing ist vor allem in einem internationalen Kontext von essentieller Bedeutung. Beim Wein ebenso wie bei jedem anderen Konsumgut. Ein Vortrag über einfache und schwierige Wege und über die Verantwortung zu kommunizieren.

"Gelebte Nachhaltigkeit in der Gastronomie"Anton Koschak (Wirt und Winzer - Sulmtaler Hühner

Um in Puncto Nachhaltigkeit glaubwürdig zu sein, ist es entscheidend, in Produktionsprozesse eingebunden zu sein. Der Referent informiert darüber, wie man die Bindung zwischen Produzent und Abnehmer schafft und intensiviert und somit Akzente und regionale Schwerpunkte gesetzt werden können,die dem Gast einen Mehrwert bringen.

"Umweltzertifikate für Hotel- & Tourismusimmobilien- ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltig?"Martina Maly (GF Michaeler & Partner)

Nachhaltigkeitszertifikate müssen für Gäste und Mitarbeiter nachvollziehbar,erlebbar und authentisch sein. Das Zertifikat soll Vertrauen auf den ersten Blick schaffen sowie Behaglichkeit und Umweltbewusstsein garantieren. Einerseits geht es darum, schon bei der Planung und Architektur auf die Auswahl der richtigen Baumaterialien zu achten und die lokalen Gegebenheiten mit einzubeziehen, um langfristig eine regionale Wertschöpfung zu erzielen. Andererseits können durch die Einführung eines Umweltzertifikates Einsparungspotentiale erkannt werden. Zudem trägt die Implementierung von jährlichen □Performance-goals□ zu einer Qualitätssteigerung bei.

"Gebäudezertifizierung □ Greenwash oder ein nachhaltiger Erfolg?"MMag. Philipp Kaufmann, MMas (Gründungspräsident ÖGNI)

Gebäudezertifizierungen sind mit DGNB, LEED oder BREEAM zum Standard geworden. Ist es nur Greenwash

eines kurzfristigen Hypes oder steckt dahinter tatsächlich ein nachhaltiger Erfolg? Welche Auswirkungen hat Nachhaltigkeit auf Asset-Management, Facility-Management, Projektentwicklung, Immobilien-Banking oder Immobilien-Bewertung?

"Der perfekte alpine Minimalismus für Hotel und Tourismus"DI Thomas □Ike□ Ikrath (Haus Hirt und Hotel Miramonte, Bad Gastein)

Der minimalste Einsatz von nichterneuerbaren Ressourcen (physisch wie mental) unter maximaler Nutzung unseres traditionellen Wissens um Mensch, Natur, Nahrung, Material und Energie im Zusammenspiel optimal nutzen zu können. Mit der Veränderung des Blickwinkels kommt ein neues Werte-Bewusstsein. Das Hotel und der österreichische Tourismus haben alle Voraussetzungen und Möglichkeiten unsren Lebensraum zu verbessern und langfristig Vorsorge zu etablieren.

"Tourismus in peripheren Berggebieten □ Heilsbringer oder falsche Hoffnung?"PD Dr. Oliver Bender (Österreichische Akademie der Wissenschaften)

Strukturschwache Gebirgsräume verlieren zunehmend an Bevölkerung. Es werden dringend wirtschaftliche Alternativen gesucht, um die junge Bevölkerung am Ort zu halten. Vor dem Hintergrund der überregionalen demographischen und sozioökonomischen Trends wird diskutiert, wie gut sich ländliche Gemeinden durch touristische Entwicklung im Wettbewerb behaupten können.

"Landschaft als Voraussetzung für nachhaltigen Tourismus" Univ.Prof. Dipl. Ing. Dr. Ulrike Pröbstl (BOKU)

Die schöne oder besondere Landschaft ist das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Destinationswahl und das Natur- und Landschaftserlebnis eines der wichtigsten Motive für einen Urlaub in Österreich. Trotzdem setzen □ auch □ Tourismus Destinationen vielfach dieses Kapital aufs Spiel. Die Diskussion um die Nutzung der Flächen und erneuerbarer Energien verschärft aktuell die Situation.

"Inszenierung der Landschaft - eine nachhaltige Strategie?"DI Agnes Feigl (Landschaftsarchitektin und GF tourismusdesign)

Tourismusangebote zu entwickeln, die auf den vorhandenen landschaftlichen Besonderheiten fußen, bergen für Regionen die Chance zu einem klaren touristischen Profil zu gelangen. Damit diese Strategie

auch nachhaltig □ also tragfähig und zukunftsfähig □ ist, benötigt es eine differenzierte und ernsthafte Auseinandersetzung mit der Landschaft und den Ansprüchen ihrer Besucher. Der Vortrag beleuchtet im ersten Teil die sich stetig wandelnde Beziehung zwischen Landschaft und Erholungssuchenden. Der zweite Teil zeigt exemplarisch anhand von konkreten Projekten unterschiedliche Zugänge beim Inszenieren von Landschaft.

"EDEN Award □ Impulsgeber für nachhaltigen Tourismus"Mag. (FH) Florian Felder (Österreich Werbung)

EDEN steht für □European Destinations of Excellence□, herausragende europäische Reiseziele □ ein Projekt zur Förderung von Modellen eines nachhaltigen Tourismus in der gesamten Europäischen Union. Das Projekt basiert auf nationalen Wettbewerben, die alljährlich stattfi nden und eine Auswahl von □herausragenden Tourismuszielen□ für jedes teilnehmende Land treff en. Die EDEN Initiative schärft die Wahrnehmung neuer europäischer Reiseziele, schafft eine Plattform für den Austausch bewährter Praktiken in Europa und fördert die Vernetzung zwischen den prämierten Reisezielen.

"Vom Bergholz zum Walserstolz (EDEN Award 2009)"LAbg. Josef Türtscher (Obmann Regio Großes Walsertal)

Der Biosphärenpark Gr. Walsertal ist Teil eines weltweiten UNESCO Programmes mit dem Ziel, Modellregionen für Leben und Wirtschaft en im Einklang mit der Natur umzusetzen als Anschauungsunterricht für die Gesellschaft . Wir versuchen als Musterregion für Nachhaltigkeit diesem Ansatz in allen Bereichen gerecht zu werden. Das betrifft den Umgang mit Energie genauso wie das Bestreben, mit regionalen Produkten Arbeitsplätze zu erhalten und Wertschöpfung zu verbessern.

"Künstlerstadt Gmünd □ Eine ganze Stadt lebt die Kunst! Stadtentwicklung durch kulturelles Engagement. (EDEN-Award 2011)"Dr. Erika Schuster (GF Kulturinitiative Gmünd)

Seit 20 Jahren setzt die kleine mittelalterliche Stadt Gmünd in Kärnten kon sequent auf Kunst und Kultur. Es ist uns gelungen, 16 Gebäude in der Altstadt, die vormals leer standen, mit Hilfe von Kunstprogrammen zu revitalisieren und zu beleben: Zahlreiche Galerien, Kunsthandwerksstätten, off ene Ateliers heimischer und internationaler Künstler, Skulpturengärten, Museen und Ausstellungen laden zum Besuch ein. Die Stadt hat sich durch das außergewöhnliche kulturelle Engagement seiner Bewohner zum größten Kulturanbieter und zum beliebtesten Ausflugsort in Oberkärnten entwickelt.

Pressefoto 4. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz
Dateigröße: 2.234,5 KB

Medienaussendung zur 4. Mostviertler Nachhaltigkeitskonferenz

Dateigröße: 93,5 KB

Programm zum Download

Dateigröße: 1.011,2 KB

---

http://www.nachhaltigkeitskonferenz.at/d/default.asp?id=128566